

REGOLAMENTO (CE) N. 1358/2001 DELLA COMMISSIONE

del 4 luglio 2001

recante misure specifiche in materia di comunicazione nel settore delle carni bovine

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea,

visto il regolamento (CE) n. 2826/2000 del Consiglio, del 19 dicembre 2000, relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli sul mercato interno ⁽¹⁾, in particolare gli articoli 12 e 16,

considerando quanto segue:

- (1) Il regolamento (CE) n. 2826/2000 ha armonizzato e semplificato le regole esistenti a livello settoriale. Nel settore delle carni bovine, queste regole riguardano soltanto la promozione delle carni di qualità e le informazioni sul sistema di etichettatura.
- (2) Nel frattempo la crisi della BSE ha determinato un calo significativo del consumo di carni bovine in vari Stati membri. Per far fronte alla gravità della situazione è necessario adottare urgentemente misure speciali relative a programmi di comunicazione allo scopo di ripristinare la fiducia dei consumatori in tali prodotti.
- (3) Per ragioni di efficacia tali misure derogano alle disposizioni esistenti, in particolare ampliandone il campo di applicazione e adattando la procedura di approvazione dei programmi nonché le norme di finanziamento, e permettono in tal modo la transizione da tali disposizioni al nuovo regime previsto dal regolamento (CE) n. 2826/2000.
- (4) Tenendo conto della situazione del mercato è necessario che i programmi di comunicazione presentati dalle organizzazioni professionali o interprofessionali, relativi all'intera filiera o a vari segmenti della stessa, compreso lo stadio del consumo, siano composti da una prima parte di carattere informativo, destinata a rassicurare i consumatori mettendoli al corrente degli aspetti più significativi della normativa comunitaria e nazionale, soprattutto in materia di sicurezza alimentare. È concessa la precedenza ai programmi che interessano vari stadi della filiera, compreso quello del consumo.
- (5) Alla prima parte informativa potrà far seguito una parte promozionale in una fase ulteriore. Queste misure devono tener conto dei risultati della valutazione delle misure di promozione adottate in precedenza.
- (6) Per evitare qualsiasi rischio di distorsione della concorrenza occorre fissare i criteri da rispettare per quanto riguarda il riferimento all'origine particolare del prodotto oggetto dei programmi.
- (7) Occorre stabilire la procedura per la presentazione e l'approvazione dei programmi e per la selezione dell'or-

ganismo incaricato della loro esecuzione, in modo da garantire la più ampia concorrenza possibile.

- (8) È opportuno stabilire i criteri di valutazione dei programmi da parte degli Stati membri.
- (9) Per garantire la coerenza e l'efficacia dei programmi è opportuno fissare linee direttrici che definiscano gli orientamenti generali sui principali aspetti dei programmi stessi.
- (10) Stante l'attuale situazione del mercato delle carni bovine, che a più riprese ha subito perturbazioni, è opportuno permettere alla Commissione di adattare i programmi già approvati in modo da far fronte ai problemi eventualmente determinati dall'andamento del mercato.
- (11) Per completare e sviluppare le azioni condotte dalle organizzazioni professionali o interprofessionali o quelle condotte dalla Commissione, soprattutto negli Stati membri in cui la filiera non è ben organizzata, è opportuno che gli Stati membri abbiano la facoltà di presentare programmi di informazione, concernenti ad esempio l'organizzazione di conferenze, di seminari e di reti di informazione. È inoltre opportuno che gli Stati membri comunichino alla Commissione le iniziative prese a livello nazionale in vista del coordinamento necessario tra i servizi della Commissione e le organizzazioni professionali o interprofessionali responsabili ai fini della creazione di reti d'informazione.
- (12) Occorre definire i criteri di finanziamento delle azioni sopra descritte. In linea di massima è opportuno che la Comunità assuma a proprio carico soltanto una parte dei costi di tali azioni in modo da responsabilizzare le organizzazioni e gli Stati membri interessati. Tuttavia, la Comunità dovrebbe finanziare per intero i costi relativi alla valutazione dei risultati dei programmi presentati dalle organizzazioni ad opera di un organismo indipendente.
- (13) La gestione amministrativa e finanziaria dei contratti di promozione conclusi con le organizzazioni proponenti rientra nel disposto del regolamento (CE) n. 481/1999 della Commissione, del 4 marzo 1999, che stabilisce le modalità generali relative alla gestione dei programmi di promozione per determinati prodotti agricoli ⁽²⁾. Occorre applicare tali regole, fatti salvi determinati adattamenti ai contratti previsti dal presente regolamento.
- (14) Per regolare le relazioni finanziarie tra la Commissione e gli Stati membri che realizzano le azioni di informazione, è opportuno concludere una convenzione che disciplini tale relazioni.

⁽¹⁾ GU L 328 del 23.12.2000, pag. 2.

⁽²⁾ GU L 57 del 5.3.1999, pag. 8.