

## РЕГЛАМЕНТ (ЕО) № 1022/2006 НА КОМИСИЯТА

от 5 юли 2006 година

**за изменение на Регламент (ЕО) № 1071/2005 за определяне на подробни правила за прилагане на Регламент (ЕО) № 2826/2000 на Съвета относно действията за информиране и насърчаване, свързани със земеделските продукти на вътрешния пазар**

КОМИСИЯТА НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ,

като взе предвид Договора за създаване на Европейската общност,

като взе предвид Регламент (ЕО) № 2826/2000 на Съвета от 19 декември 2000 г относно действията за информиране и насърчаване, свързани със земеделските продукти на вътрешния пазар

<sup>1</sup>, и по-специално член 4, член 5, параграф 1 и член 12 от него,

като има предвид, че:

(1) Член 3 от Регламент (ЕО) № 2826/2000 определя критериите, които да се използват при определяне на темите и продуктите, по отношение на които могат да се извършат информационни и/или насърчителни дейности на вътрешния пазар. Тези теми и продукти са изброени в приложение I към Регламент (ЕО) № 1071/2005 на Комисията <sup>2</sup>.

(2) Съгласно член 5 от Регламент (ЕО) № 2826/2000 трябва да се постановят насоки за всеки избран сектор или продукт, като се дадат широки очертания на кампаниите, които да се проведат в тези сектори. Насоките за избраните сектори и продукти са дадени в приложение II към Регламент (ЕО) № 1071/2005.

(3) Неотдавнашната криза с инфлуенцата по птиците дестабилизира сектора за пилешко месо, водейки до значителен спад в потреблението и до криза в потребителското доверие. В резултат следва да се предвиди разпоредба относно възможността за изпълнение на информационни и/или насърчителни дейности в този сектор, за да се възстанови устойчиво потребителско доверие, по-специално при предоставяне на подходяща информация.

(4) Пилешкото месо следва поради това да бъде включено в списъка на продуктите за насърчаване и следва да се постановят широки очертания на кампаниите, които да се проведат в тези сектори.

(5) Регламент (ЕО) № 1071/2005 следва поради това да се измени съответно.

---

<sup>1</sup> ОВ L 328, 23.12.2000 г., стр. 2. Регламент, последно изменен с Регламент (ЕО) № 2060/2004 (ОВ L 357, 2.12.2004 г., стр. 3).

<sup>2</sup> ОВ L 179, 11.7.2005 г., стр. 1.

(6) Мерките, предвидени в настоящия регламент, са в съгласие със становището на Съвместния комитет за управление на насърчаването на земеделски продукти,

ПРИЕ НАСТОЯЩИЯ РЕГЛАМЕНТ:

*Член 1*

Регламент (ЕО) № 1071/2005 се изменя, както следва:

1. към Приложение I се добавя следният абзац:  
„- Птиче месо”;
2. текстът на приложението към настоящия регламент се добавя към Приложение II.

*Член 2*

Настоящият регламент влиза в сила на седмия ден след публикуването му в *Официален вестник на Европейския съюз*.

Настоящият регламент е задължителен в своята цялост и се прилага пряко във всички държави-членки.

Съставено в Брюксел на 5 юли 2006 година.

*За Комисията:*  
**Mariann FISCHER BOEL**  
*Член на Комисията*

## *ПРИЛОЖЕНИЕ*

към

Приложение II на Регламент (ЕО) № 1071/2005 се добавят следните насоки относно птиче месо:

### **„ПТИЧЕ МЕСО**

#### **1. Общ анализ на ситуацията**

Кризата на потребителското доверие в птиче месо вследствие докладите относно инфлуенцата по птиците в средствата за масова информация доведоха до съществен пад в потреблението. Потребителското доверие в птичето месо следва поради това да се засили.

С цел да бъде постигне това, следва да се осигурят обективна информация относно производствените системи на Общността (търговски стандарти), както и необходимите мерки за контрол, в допълнение към общото законодателство относно мерките за контрол и безопасността на храните.

#### **2. Цели**

- Кампаниите за информиране и насърчаване се ограничават до продукти, изготвени в Европейския съюз.

- Целта е да:

- се гарантира предоставяне на обективна и пълна информация относно правилника на Общността и на националните производствени системи за безопасност на продуктите от птиче месо; по-специално, потребителите трябва да бъдат снабдени с обективна и пълна информация относно търговските стандарти;

- се информират потребителите относно разнообразието и органолептичните и хранителни качества на птичето месо;

- се привлече вниманието на потребителите към възможността за проследяване.

#### **3. Целеви групи**

- Потребители и потребителски асоциации.

- Лицата, отговарящи за пазаруване в домакинството.

- Институции (ресторанти, болници, училища и т.н.).

- Дистрибутори и дистрибуторски асоциации.

- Журналисти и лица, формиращи общественото мнение.

#### **4. Основни послания**

32006R1022 – ЦПР – редактиран

- Птичето месо, търгувано на територията на Европейския съюз, се урежда с правилник на Общността, покриващ цялата верига на производство, клане и потребление.

- Налице са мерки за сигурност, включително мерки за контрол.

- Обща здравна консултация относно третирането на хранителни продукти със животински произход.

## **5. Основни канали**

- Интернет.

- Контакти на връзки с общността със средствата за масова информация и реклама (научна и специализирана преса, преса за жените, вестници и списания за храни и кулинария).

- Контакти с потребителски асоциации.

- Аудиовизуална комуникация.

- Писмена документация (диплянки, брошури и т.н.).

- Информация на мястото на продажба.

## **6. Продължителност и обхват на програмите**

Програмите трябва да осигуряват национално покритие най-малко на или да се отнасят за повече от една държава-членка.

Продължителност 12 до 24 месеца, с предпочитание за многогодишни програми, с определени цели за всеки стадий.”