

**REGLAMENTO (CE) Nº 2097/2002 DE LA COMISIÓN
de 27 de noviembre de 2002**

que modifica el Reglamento (CE) nº 94/2002 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 2826/2000 del Consejo sobre acciones de información y de promoción de los productos agrícolas en el mercado interior

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

HA ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea,

Visto el Reglamento (CE) nº 2826/2000 del Consejo, de 19 de diciembre de 2000, sobre acciones de información y de promoción de los productos agrícolas en el mercado interior ⁽¹⁾, y, en particular, su artículo 12,

Artículo 1

El Reglamento (CE) nº 94/2002 quedará modificado como sigue:

Considerando lo siguiente:

- (1) El apartado 1 del artículo 5 del Reglamento (CE) nº 94/2002 de la Comisión ⁽²⁾, cuya última modificación la constituye el Reglamento (CE) nº 1186/2002 ⁽³⁾, establece, a efectos de la realización de las acciones que formen parte de los programas contemplados en el artículo 6 del Reglamento (CE) nº 2826/2000, la fecha límite del 15 de junio de cada año para la presentación al Estado miembro interesado de los programas de las organizaciones profesionales o interprofesionales de la Comunidad.
- (2) Debido a la escasa utilización de que han sido objeto en su primer período de aplicación en agosto de 2002 los medios financieros disponibles previstos por las medidas de apoyo a las acciones de información y de promoción, es conveniente ofrecer a las citadas organizaciones la posibilidad de presentar nuevos programas de medidas.
- (3) Por consiguiente, es oportuno que cada año exista la posibilidad de presentar en dos ocasiones nuevos programas de medidas.
- (4) Habida cuenta, por un lado, de la experiencia adquirida en la evaluación de los programas presentados en el sector de la información sobre los sistemas comunitarios de las DOP, las IGP y las ETG y en el sector de la producción ecológica, y, por otro, de la evolución de la política comunitaria en estos ámbitos, es conveniente adaptar las directrices establecidas para ambos sectores.
- (5) Es necesario modificar en consecuencia el Reglamento (CE) nº 94/2002.
- (6) Las medidas previstas en el presente Reglamento se ajustan al dictamen emitido en la reunión conjunta de los Comités de gestión y de promoción de los productos agrícolas.

- 1) La primera frase del apartado 1 del artículo 5 del Reglamento (CE) nº 94/2002 se sustituye por la siguiente:

«A efectos de la realización de las acciones que formen parte de los programas contemplados en el artículo 6 del Reglamento (CE) nº 2826/2000, las organizaciones profesionales o interprofesionales de la Comunidad que sean representativas del sector o sectores afectados remitirán al Estado miembro interesado, a más tardar el 31 de enero y el 31 de julio de cada año, los correspondientes programas tras la publicación de una convocatoria de propuestas.»

- 2) El artículo 7 se modificará como sigue:

- a) en el apartado 1, la primera frase se sustituirá por el texto siguiente:

«Todos los años, a más tardar el 15 de marzo y el 30 de septiembre, los Estados miembros comunicarán a la Comisión la lista provisional de los programas y de los organismos de ejecución que hayan seleccionado, así como una copia de los programas.»

- b) el primer párrafo del apartado 3 se sustituye por el texto siguiente:

«Tras la verificación de los programas que figuren en la lista definitiva mencionada en el párrafo tercero del apartado 3 del artículo 6 del Reglamento (CE) nº 2826/2000, la Comisión, a más tardar el 31 de mayo y el 15 de diciembre, adoptará una decisión acerca de los programas que vayan a ser cofinanciados con cargo a los presupuestos indicativos que figuran en el anexo III del presente Reglamento.»

- 3) El anexo III se modificará de conformidad con el anexo del presente Reglamento.

Artículo 2

El presente Reglamento entrará en vigor el tercer día siguiente al de su publicación en el *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*.

⁽¹⁾ DO L 328 de 21.12.2000, p. 2.

⁽²⁾ DO L 17 de 19.1.2002, p. 20.

⁽³⁾ DO L 173 de 3.7.2002, p. 4.

El presente Reglamento será obligatorio en todos sus elementos y directamente aplicable en cada Estado miembro.

Hecho en Bruselas, el 27 de noviembre de 2002.

Por la Comisión
Franz FISCHLER
Miembro de la Comisión

ANEXO

El anexo III del Reglamento (CE) nº 94/2002 se modificará como sigue:

- 1) El texto de la sección denominada «Información sobre el sistema comunitario de Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG) y sobre sus respectivos logotipos» se sustituye por el texto siguiente:

«1. ANÁLISIS GLOBAL DE LA SITUACIÓN

La campaña de información llevada a cabo por la Comunidad en 1996-1998 supuso un primer esfuerzo para dar a conocer la existencia, el significado y las ventajas de los dos sistemas europeos de valorización y protección de los productos agrícolas y alimenticios con características específicas.

Habida cuenta de la limitación temporal de esa campaña, se considera apropiado insistir en la importancia de esas denominaciones, que distinguen actualmente a unos 600 productos de la Comunidad, prosiguiendo la campaña de información sobre su significado y ventajas. Esa información se referirá asimismo a los logotipos comunitarios concebidos a tal efecto, especialmente el correspondiente a las DOP/IGP creado en 1998.

2. OBJETIVOS

- Garantizar la difusión de una información exhaustiva sobre el contenido del sistema de calidad y sus repercusiones sobre la valorización y protección de los productos registrados.
- Resaltar, mediante la realización de campañas para varios productos procedentes de un solo Estado miembro o de varios Estados miembros, el contenido y carácter europeo de los sistemas de calidad de los productos agrícolas y alimenticios.
- Fomentar entre los productores y transformadores que todavía no se han incorporado al sistema comunitario de calidad la utilización de este sistema a través de la aplicación de los pliegos de condiciones de los distintos productos registrados.
- Estimular la demanda de los productos en cuestión, informando a los consumidores y a los distribuidores sobre la existencia, significado y ventajas de estos sistemas y sus logotipos y acerca de las condiciones de atribución de las denominaciones y de los controles correspondientes, así como sobre el sistema de rastreabilidad.

3. DESTINATARIOS PRINCIPALES

- Productores y transformadores, así como sus asociaciones.
- Distribuidores (gran distribución, mayoristas, minoristas, restaurantes) y sus asociaciones.
- Consumidores y sus asociaciones.
- Líderes de opinión.

4. PRINCIPALES MENSAJES

- Especificidad del (de los) producto(s), vinculada a su origen geográfico (DOP/IGP), especialmente en lo concerniente a los elementos que justifican el vínculo con el medio geográfico o con el origen geográfico y su reputación o notoriedad; tendrán preferencia las campañas para varios productos procedentes de un solo Estado miembro o de varios Estados miembros.
- Especificidad del (de los) producto(s), vinculada a su método particular y tradicional de elaboración, con independencia de la zona de producción (ETG).
- Aspectos cualitativos (salubridad, valor organoléptico y nutritivo, rastreabilidad) que puedan resaltarse.
- Gran diversidad, riqueza y sabores de los productos en cuestión.
- Presentación de determinados productos registrados como DOP/IGP o ETG como ejemplo del éxito de la valorización de los productos alimenticios con características específicas.
- Objetivos del sistema: valorizar y proteger los productos registrados, y, en particular, combatir la usurpación e imitación de las denominaciones protegidas.

5. PRINCIPALES INSTRUMENTOS

- Instrumentos electrónicos (página Internet).
- Relaciones públicas con los medios de comunicación (prensa especializada, femenina y culinaria).
- Contactos con las asociaciones de consumidores.
- Información en los lugares de venta.
- Medios de comunicación audiovisuales.

- Documentación escrita (prospectos, folletos, etc.).
- Participación en ferias y exposiciones.
- Publicidad en la prensa especializada.
- En el caso de los programas presentados por uno o varios Estados miembros, medidas de información y formación sobre los sistemas comunitarios de las DOP/IGP/ETG.

6. DURACIÓN DE LOS PROGRAMAS

Entre 24 y 36 meses, con indicación de los objetivos correspondientes a cada etapa.

7. PRESUPUESTO INDICATIVO

4 millones de euros.»

2) El texto de la sección denominada «Sector de la producción ecológica» se sustituirá por el texto siguiente:

«1. ANÁLISIS GLOBAL DE LA SITUACIÓN

El consumo de productos obtenidos mediante métodos de producción ecológica está especialmente acentuado entre la población urbana, aunque la parte de mercado de estos productos todavía es bastante limitada.

El nivel de conocimiento de los consumidores y otros interesados sobre las características del método de producción ecológica es aún escaso.

2. OBJETIVOS

- Fomentar el consumo de productos procedentes de la agricultura ecológica.
- Ampliar los conocimientos de los consumidores, agricultores, transformadores y distribuidores en materia de agricultura ecológica y de los productos que proporciona.
- Dar a conocer al gran público la normativa comunitaria que regula los métodos de producción ecológica, los controles que se realizan y el logotipo comunitario para el modo de producción ecológica.

3. DESTINATARIOS PRINCIPALES

- Consumidores en general o grupos específicos de consumidores.
- Agricultores, transformadores y distribuidores (supermercados, mayoristas, sector de la restauración/comedores colectivos, lugares de venta).
- Líderes de opinión.

4. PRINCIPALES MENSAJES

- Los productos de la agricultura ecológica son naturales, adecuados para la vida diaria moderna y se consumen con agrado. Estos productos se obtienen mediante métodos de producción respetuosos con el medio ambiente y el bienestar de los animales. Están sometidos a una normativa estricta en lo que concierne a la producción y la rastreabilidad. La conformidad de estos productos es supervisada a lo largo de toda la cadena alimentaria por organismos independientes y los poderes públicos.
- Información sobre el logotipo comunitario (que puede completarse con información sobre los logotipos establecidos en los Estados miembros, siempre que se rijan por pliegos de condiciones más estrictos que los que se aplican al logotipo comunitario).

(Los mensajes deberán estar bien concebidos y ser de carácter positivo; los mensajes dirigidos a los consumidores tendrán en cuenta los hábitos de consumo característicos de los diferentes grupos de destinatarios.

La utilización en relación con los productos alimenticios del término “ecológico” u “orgánico” y de sus equivalencias en las demás lenguas está protegida por la ley. El logotipo comunitario constituye el símbolo, comprendido en toda la UE, de los productos ecológicos y persigue el objetivo de que los productos se ajusten a los estrictos criterios de producción de la UE y sean objeto de controles rigurosos).

5. PRINCIPALES INSTRUMENTOS

- Medios electrónicos (por ejemplo, página Internet) y medios de comunicación audiovisuales.
- Línea de información telefónica.

- Contactos (relaciones públicas) con los medios de comunicación (por ejemplo, periodistas especializados, prensa femenina, prensa de la industria alimentaria, emisiones de radio y televisión sobre los productos alimenticios ecológicos o la cocina).
- Contactos con médicos, especialistas en nutrición, personal docente y otros grupos específicos.
- Información y demostraciones en los lugares de venta.
- Documentos escritos (prospectos, folletos, etc.).
- Publicidad en la prensa general o especializada.

6. DURACIÓN DE LOS PROGRAMAS

De 12 a 36 meses y, preferentemente, programas plurianuales en los que se definan objetivos para cada etapa.

7. PRESUPUESTO INDICATIVO

6 millones de euros.»
