



**CONSIGLIO
DELL'UNIONE EUROPEA**

**Bruxelles, 24 maggio 2007 (14.06)
(OR. fr)**

9960/07

**AGRI 166
AGRIFIN 51
AGRIORG 54**

PROPOSTA

Mittente:	Commissione
Data:	24 maggio 2007
Oggetto:	Proposta di REGOLAMENTO DEL CONSIGLIO relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli sul mercato interno e nei paesi terzi

Si trasmette in allegato, per le delegazioni, la proposta della Commissione inviata con lettera del Signor Jordi AYET PUIGARNAU, Direttore, presso il Segretariato generale della Commissione europea, al Signor Javier SOLANA, Segretario Generale/Alto Rappresentante.

All.: COM(2007) 268 definitivo



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 23.5.2007
COM(2007) 268 definitivo

2007/0095 (CNS)

Proposta di

REGOLAMENTO DEL CONSIGLIO

**relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli
sul mercato interno e nei paesi terzi**

(presentata dalla Commissione)

RELAZIONE

In virtù del regolamento (CE) n. 2702/1999 del Consiglio, relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli nei paesi terzi, e del regolamento (CE) n. 2826/2000 del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli sul mercato interno, la Comunità può realizzare azioni promozionali sul mercato interno e sui mercati dei paesi terzi per un certo numero di prodotti agricoli.

Data la situazione dei mercati all'interno ed all'esterno della Comunità e nell'attuale contesto degli scambi internazionali, appare opportuno sviluppare una politica globale e coerente di informazione e di promozione, nell'ambito dei due regolamenti succitati, fondata tuttavia su due assi distinti: il mercato interno e il mercato dei paesi terzi.

Una simile politica completa e potenzia le azioni condotte dagli Stati membri nei primi anni 2000, in particolare per la promozione dell'immagine dei prodotti presso i consumatori comunitari e nei paesi terzi, imperniata soprattutto sulla qualità, sulle caratteristiche nutrizionali, sulla sicurezza dei prodotti alimentari e sui metodi di produzione. Questa attività, nel contribuire all'apertura di nuovi sbocchi, ha permesso anche di avere un effetto moltiplicatore nei confronti di iniziative nazionali o private.

Alla luce dell'esperienza acquisita nel corso degli ultimi anni e in un intento di semplificazione è opportuno adottare un quadro normativo unico per la promozione dei prodotti di agricoli sul mercato interno e sul mercato dei paesi terzi, pur conservando le specificità di intervento in funzione del luogo di realizzazione delle azioni. Si propone pertanto di fondere in un unico regolamento i due regolamenti (CE) n. 2702/1999 e (CE) n. 2826/2000.

Tali sviluppi sono il seguito logico di una semplificazione precedente che era sfociata nei due succitati regolamenti. Fino alla fine degli anni 90, infatti, le disposizioni relative alla misure di promozione facevano parte di normative settoriali diverse tra loro per modalità di esecuzione, modificate a più riprese, e quindi di non agevole applicazione. Per questo si era ritenuto opportuno armonizzarle e semplificarle adottando i regolamenti succitati e abrogando contemporaneamente le disposizioni e i regolamenti settoriali precedentemente in vigore in materia di promozione dei prodotti agricoli.

Il quadro normativo unico proposto oggi è inteso ad agevolare l'accesso e la partecipazione al regime da parte degli attori della politica di promozione. Questo permetterebbe anche di alleggerire e semplificare considerevolmente le procedure amministrative relative all'attuazione di tale politica.

Proposta di

REGOLAMENTO DEL CONSIGLIO

relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli sul mercato interno e nei paesi terzi

IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea, in particolare gli articoli 36 e 37,

vista la proposta della Commissione¹,

visto il parere del Parlamento europeo²,

considerando quanto segue:

- (1) In virtù del regolamento (CE) n. 2826/2000 del Consiglio, del 19 dicembre 2000, relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli sul mercato interno³ e del regolamento (CE) n. 2702/1999 del Consiglio, del 14 dicembre 1999, relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli nei paesi terzi⁴, la Comunità può realizzare azioni di informazione e promozionali sul mercato interno e sui mercati dei paesi terzi per un certo numero di prodotti agricoli. I risultati finora ottenuti sono molto incoraggianti.
- (2) In base all'esperienza acquisita e alla luce delle prospettive di evoluzione dei mercati all'interno e all'esterno della Comunità e dell'attuale contesto degli scambi internazionali appare opportuno sviluppare una politica globale e coerente di informazione e di promozione dei prodotti agricoli e del loro metodo di produzione, come pure dei prodotti alimentari a base di prodotti agricoli, sia sul mercato interno che sul mercato dei paesi terzi, senza tuttavia incoraggiare il consumo di un dato prodotto a motivo della sua origine specifica. Per chiarezza è opportuno quindi abrogare i regolamenti (CE) n. 2702/1999 e (CE) n. 2826/2000 e sostituirli con un unico regolamento, conservando tuttavia le specificità delle azioni in funzione del luogo di realizzazione.
- (3) Questa politica completa e potenzia le azioni condotte dagli Stati membri, in particolare per promuovere l'immagine dei prodotti presso i consumatori comunitari e nei paesi terzi, imperniata soprattutto sulla qualità, sulle caratteristiche nutrizionali, sulla sicurezza dei prodotti alimentari e sui metodi di produzione. Nel contribuire

¹ GU C ... del ..., pag. ...]

² GU C ... del ..., pag.

³ GU L 328 del 23.12.2000, pag. 2. Regolamento modificato dal regolamento (CE) n. 2060/2004 (GU L 357 del 2.12.2004, pag. 3).

⁴ GU L 327 del 21.12.1999, p. 7. Regolamento modificato dal regolamento (CE) n. 2060/2004.

all'apertura di nuovi sbocchi nei paesi terzi questa attività potrebbe avere altresì un effetto moltiplicatore nei confronti di iniziative nazionali o private.

- (4) Occorre definire i criteri di selezione dei prodotti e dei settori interessati, nonché i temi e i mercati oggetto dei programmi comunitari.
- (5) È necessario che le azioni di informazione e di promozione a favore dei prodotti agricoli nei paesi terzi possano riguardare sia i prodotti che beneficiano di restituzioni all'esportazione sia prodotti che non ne beneficiano.
- (6) Le azioni devono essere realizzate nell'ambito di programmi di informazione e di promozione. Per le azioni da realizzare sul mercato interno e per garantire la coerenza e l'efficacia dei programmi, occorre elaborare linee direttrici che definiscano per ciascun prodotto o settore gli orientamenti generali relativi agli elementi essenziali dei programmi.
- (7) Data la tecnicità dei compiti da svolgere, è necessario che la Commissione possa fare ricorso a assistenti tecnici o a un comitato di esperti nel campo della comunicazione.
- (8) È opportuno definire i criteri di finanziamento delle azioni. In linea di massima il finanziamento delle azioni dovrebbe essere soltanto in parte a carico della Comunità, in modo da responsabilizzare le organizzazioni proponenti e gli Stati membri interessati. In casi eccezionali, tuttavia, può rivelarsi opportuno non esigere la partecipazione finanziaria dello Stato membro. Nel caso di azioni di informazione sui sistemi comunitari relativi all'indicazione dell'origine, del metodo di produzione biologico e del relativo logo, in materia di etichettatura, nonché sui simboli grafici previsti nella normativa agricola, in particolare per le regioni ultraperiferiche, può essere giustificato ripartire il finanziamento tra la Comunità e gli Stati membri vista la necessità di fornire un'informazione corretta su tali misure relativamente recenti.
- (9) È necessario che l'esecuzione delle azioni sia affidata, con procedure adeguate, ad organismi che dispongano delle strutture e delle competenze necessarie, per garantire il migliore rapporto costo/benefici delle azioni selezionate.
- (10) Tuttavia, data l'esperienza acquisita ed i risultati ottenuti dal Consiglio oleicolo internazionale nella sua attività di promozione, è opportuno prevedere che la Comunità possa continuare ad affidare a tale organizzazione la realizzazione delle azioni nel settore di sua competenza. È opportuno altresì poter ricorrere all'assistenza di organizzazioni internazionali analoghe esistenti per altri prodotti.
- (11) Per controllare la corretta esecuzione dei programmi e l'impatto delle azioni, sono necessarie una sorveglianza efficace da parte degli Stati membri e la valutazione dei risultati da parte di un organismo indipendente.
- (12) Le spese relative al finanziamento delle azioni previste dal presente regolamento sono finanziate, secondo i casi, in conformità al disposto dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera d) o dell'articolo 3, paragrafo 2, lettera b), del regolamento (CE) n. 1290/2005

del Consiglio, del 21 giugno 2005, relativo al finanziamento della politica agricola comune⁵.

- (13) Le misure necessarie per l'attuazione del presente regolamento devono essere adottate in conformità alla decisione 1999/468/CE del Consiglio, del 28 giugno 1999, recante modalità per l'esercizio delle competenze di esecuzione conferite alla Commissione⁶,

HA ADOTTATO IL PRESENTE REGOLAMENTO:

Articolo 1
Oggetto e campo di applicazione

1. Le azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli e del loro metodo di produzione, come pure dei prodotti alimentari a base di prodotti agricoli, realizzate sul mercato interno o nei paesi terzi e indicate all'articolo 2, possono essere finanziate in tutto o in parte mediante il bilancio comunitario, alle condizioni previste dal presente regolamento.

Le azioni sono realizzate nell'ambito di un programma di informazione e di promozione.

2. Le azioni di cui al paragrafo 1 non devono essere orientate in funzione di marchi commerciali, né incentivare il consumo di un determinato prodotto in virtù della sua origine specifica. L'origine del prodotto oggetto delle azioni può tuttavia essere indicata se si tratta di una designazione acquisita nell'ambito della normativa comunitaria.

Articolo 2
Attività di informazione e promozione

1. Le azioni di cui all'articolo 1, paragrafo 1, sono:
- a) azioni promozionali e pubblicitarie e pubbliche relazioni, destinate in particolare a mettere in rilievo le caratteristiche intrinseche e i vantaggi dei prodotti comunitari soprattutto sul piano della qualità, della sicurezza degli alimenti, dei metodi di produzione specifica, degli aspetti nutrizionali e sanitari, dell'etichettatura, del benessere degli animali e del rispetto dell'ambiente;
 - b) campagne di informazione, in particolare sui regimi comunitari delle denominazioni d'origine protette (DOP), delle indicazioni geografiche protette (IGP), delle specialità tradizionali garantite (STG) e sulla produzione biologica, nonché su altri regimi comunitari relativi alle norme di qualità e all'etichettatura dei prodotti agricoli e alimentari e infine sui simboli grafici previsti nella pertinente normativa comunitaria;

⁵ GU L 209 dell'11.8.2005, p. 1. Regolamento modificato dal regolamento (CE) n. 320/2006 (GU L 58 del 28.2.2006, pag. 42).

⁶ GU L 184 del 17.7.1999, p. 23. Decisione modificata dalla decisione 2006/512/CE (GU L 200 del 22.7.2006, pag. 11).

- c) azioni di informazione sul regime comunitario dei vini di qualità prodotti in regioni determinate (v.q.p.r.d.), dei vini con indicazione geografica e delle bevande spiritose con indicazione geografica o indicazione tradizionale riservata;
 - d) studi per valutare i risultati delle azioni di informazione e di promozione.
2. Sul mercato interno, le azioni di cui all'articolo 1, paragrafo 1, possono anche assumere la forma di partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni di importanza nazionale o europea, con l'allestimento di padiglioni destinati a valorizzare l'immagine dei prodotti comunitari.
3. Nei paesi terzi, le azioni di cui all'articolo 1, paragrafo 1, possono assumere anche le forme seguenti:
- a) azioni di informazione sul sistema comunitario dei vini da tavola;
 - b) partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni di importanza internazionale, in particolare con l'allestimento di padiglioni destinati a valorizzare l'immagine dei prodotti comunitari;
 - c) studi di mercati nuovi, necessari per ampliare gli sbocchi dei prodotti;
 - d) missioni commerciali ad alto livello.

Articolo 3
Settori e prodotti

1. I settori o i prodotti che possono essere oggetto delle azioni di cui all'articolo 1, paragrafo 1, da realizzare sul mercato interno, sono determinati tenendo conto dei seguenti criteri:
- a) opportunità di valorizzare con campagne tematiche o mirate ad un pubblico selezionato la qualità e la tipicità dei prodotti, gli specifici metodi di produzione, gli aspetti nutrizionali e sanitari, la sicurezza alimentare, il benessere degli animali o il rispetto dell'ambiente;
 - b) attuazione di un sistema di etichettatura per l'informazione dei consumatori e di sistemi di controllo e di tracciabilità dei prodotti;
 - c) necessità di affrontare problemi specifici o congiunturali in un determinato settore;
 - d) opportunità di informare i consumatori sul significato dei regimi comunitari delle DOP, delle IGP, delle STG, nonché dei prodotti biologici;
 - e) opportunità di informare i consumatori sul significato del regime comunitario dei v.q.p.r.d., dei vini con indicazione geografica e delle bevande spiritose con indicazione geografica o indicazione tradizionale riservata.
2. I prodotti che possono essere oggetto delle azioni di cui all'articolo 1, paragrafo 1, da realizzare nei paesi terzi, sono in particolare i seguenti:

- a) prodotti destinati al consumo diretto o alla trasformazione, per i quali esistono opportunità di esportazione o possibilità di sbocchi nuovi nei paesi terzi, in particolare senza la concessione di restituzioni;
- b) prodotti tipici o di qualità con un forte valore aggiunto.

Articolo 4

Elenchi dei temi, prodotti e paesi

Ogni tre anni la Commissione stabilisce, secondo la procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2, l'elenco dei temi e dei prodotti di cui all'articolo 3, nonché dei paesi terzi. Gli elenchi sono rivisti ogni due anni. Tuttavia, all'occorrenza gli elenchi possono essere modificati nell'intervallo, secondo la stessa procedura.

Nella scelta dei paesi terzi si tiene conto dei mercati dei paesi in cui esiste una domanda reale o potenziale.

Articolo 5

Linee direttrici

1. Per la promozione sul mercato interno, per ciascuno dei settori o dei prodotti selezionati la Commissione fissa, secondo la procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2, le linee direttrici che definiscono le modalità della strategia da seguire nelle proposte di programmi di promozione e di informazione.

Le linee direttrici danno indicazioni generali, riguardanti in particolare:

- a) gli obiettivi perseguiti e il pubblico a cui rivolgersi;
 - b) l'indicazione di uno o più temi che devono formare oggetto delle azioni selezionate;
 - c) il tipo di azioni da intraprendere;
 - d) la durata dei programmi;
 - e) la ripartizione indicativa, in base ai mercati e ai tipi di azioni previste, dell'importo disponibile per la partecipazione finanziaria della Comunità alla realizzazione dei programmi.
2. Per la promozione nei paesi terzi la Commissione può fissare, secondo la procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2, le linee direttrici intese a definire le modalità della strategia da seguire nelle proposte di campagne di informazione e di promozione a favore di alcuni o di tutti i prodotti menzionati all'articolo 3, paragrafo 2.

Articolo 6

Organizzazioni incaricate della realizzazione di azioni promozionali e di informazione

1. Per la realizzazione delle azioni di cui all'articolo 2, paragrafo 1, lettere a), b), e c), paragrafo 2 e paragrafo 3, lettere a), b) e c) in conformità con le linee direttrici di cui all'articolo 5, paragrafo 1, e fatto salvo il disposto del paragrafo 2 del presente

articolo, la o le organizzazioni professionali e/o interprofessionali rappresentative del settore o dei settori interessati in uno o più Stati membri o a livello comunitario elaborano proposte di programmi di promozione e di informazione aventi una durata massima di tre anni.

2. Se si decidono azioni di promozione nei paesi terzi sul settore dell'olio d'oliva e delle olive da tavola, la Comunità può realizzarle per il tramite del Consiglio oleicolo internazionale.

Per altri settori, la Comunità può ricorrere all'assistenza di organizzazioni internazionali che offrano analoghe garanzie.

Articolo 7

Elaborazione e trasmissione dei programmi di informazione e promozione

1. Gli Stati membri redigono capitolati recanti le condizioni e i criteri di valutazione dei programmi di informazione e di promozione.

Gli Stati membri interessati prendono in esame l'opportunità dei programmi proposti e la conformità degli stessi con le disposizioni del presente regolamento, con le linee direttrici di cui all'articolo 5 e con i relativi capitolati. Essi verificano inoltre il rapporto costi/benefici dei programmi.

Dopo aver esaminato il programma o i programmi, gli Stati membri redigono un elenco dei programmi selezionati nei limiti degli stanziamenti disponibili e si impegnano a partecipare al loro finanziamento.

2. Gli Stati membri trasmettono alla Commissione l'elenco dei programmi di cui al paragrafo 1, terzo comma, e una copia degli stessi.

Se constata che uno dei programmi presentati, o alcune sue azioni, non sono conformi alla normativa comunitaria o, per le azioni da realizzare sul mercato interno, alle linee direttrici di cui all'articolo 5, oppure che non offrono un buon rapporto costi/benefici, la Commissione informa gli Stati membri interessati entro un termine da stabilire secondo la procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2, che il programma è del tutto o in parte inammissibile. Se non viene trasmessa alcuna informazione entro tale termine, il programma è considerato ammissibile.

Gli Stati membri tengono conto delle osservazioni eventualmente formulate dalla Commissione e le inviano i programmi, riveduti d'accordo con l'organizzazione o le organizzazioni proponenti di cui all'articolo 6, paragrafo 1, entro un termine da determinare secondo la procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2.

Articolo 8

Selezione dei programmi di informazione e promozione

1. La Commissione decide, secondo la procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2, i programmi che vengono accolti e le corrispondenti dotazioni finanziarie. Hanno la priorità i programmi presentati da più di uno Stato membro o che prevedono azioni in più di uno Stato membro o in più paesi terzi.

2. Secondo la procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2, la Commissione può fissare limiti minimi e/o massimi dei costi effettivi dei programmi accolti a norma del paragrafo 1 del presente articolo. I limiti fissati possono essere differenziati a seconda della natura dei programmi. I relativi criteri possono essere definiti secondo la procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2.

Articolo 9

Procedura in assenza di programmi di azioni di informazione sul mercato interno

1. In assenza di programmi di informazione da realizzare sul mercato interno per una o più delle azioni di cui all'articolo 2, paragrafo 1, lettera b), presentati a norma dell'articolo 6, paragrafo 1, lo Stato membro o gli Stati membri interessati stabiliscono, sulla base delle linee direttrici indicate all'articolo 5, paragrafo 1, un programma e il relativo capitolato e selezionano mediante gara l'organismo incaricato dell'esecuzione del programma che si impegnano a cofinanziare.
2. Gli Stati membri presentano alla Commissione il programma selezionato a norma del paragrafo 1, insieme ad un parere motivato riguardante:
 - a) l'opportunità del programma;
 - b) la conformità del programma e dell'organismo proposto con le disposizioni del presente regolamento e eventualmente delle linee direttrici applicabili;
 - c) la valutazione del rapporto costi/benefici del programma.
3. Ai fini dell'esame dei programmi da parte della Commissione si applicano le disposizioni di cui all'articolo 7, paragrafo 2 e all'articolo 8, paragrafo 1.
4. Secondo la procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2, la Commissione può fissare limiti minimi e/o massimi dei costi effettivi dei programmi presentati a norma del paragrafo 2 del presente articolo. I limiti fissati possono essere differenziati a seconda della natura dei programmi. I relativi criteri possono essere definiti secondo la procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2.

Articolo 10

Azioni di informazione e di promozione da realizzare per iniziativa della Commissione

Previa informazione dei comitati di cui all'articolo 16, paragrafo 1, riuniti in riunione congiunta o eventualmente del comitato istituito dall'articolo 14, paragrafo 1, del regolamento (CEE) n. 2092/91 del Consiglio⁷, del comitato permanente per le indicazioni geografiche e le denominazione di origine protette istituito dall'articolo 15, paragrafo 1, del regolamento (CE) n. 510/2006 del Consiglio⁸ o del comitato permanente per le specialità tradizionali garantite istituito dall'articolo 18 del regolamento (CE) n. 509/2006 del Consiglio⁹, la Commissione può decidere di realizzare una o più delle azioni seguenti:

⁷ GU L 198 del 22.7.1991, p. 1.

⁸ GU L 93 del 31.3.2006, p. 12.

⁹ GU L 93 del 31.3.2006, p. 1.

- a) per azioni da realizzare sul mercato interno e nei paesi terzi:
 - i) le azioni indicate all'articolo 2, paragrafo 1, lettera d), del presente regolamento;
 - ii) le azioni indicate all'articolo 2, paragrafo 1, lettere b) e c), e paragrafo 2, del presente regolamento, se sono di interesse comunitario o se non è stata presentata nessuna proposta idonea secondo la procedura stabilita agli articoli 6 e 9 del presente regolamento;
- b) per azioni da realizzare nei paesi terzi:
 - i) le azioni indicate all'articolo 2, paragrafo 3, lettera d), del presente regolamento;
 - ii) le azioni indicate all'articolo 2, paragrafo 1, lettera a) e paragrafo 3, lettere a), b) e c), del presente regolamento, se sono di interesse comunitario o se non è stata presentata nessuna proposta idonea secondo la procedura stabilita agli articoli 6 e 9 del presente regolamento.

Articolo 11

Organismi incaricati dell'esecuzione dei programmi e delle azioni

1. La Commissione seleziona, mediante procedura di gara aperta o ristretta:
 - a) gli eventuali assistenti tecnici necessari per la valutazione dei programmi proposti a norma dell'articolo 7, paragrafo 2, compresi gli organismi d'esecuzione proposti;
 - b) l'organismo o gli organismi responsabili dell'esecuzione delle azioni di cui all'articolo 10.
2. In esito ad un'adeguata procedura di gara, l'organizzazione proponente seleziona gli organismi che eseguono i programmi accolti a norma dell'articolo 7, paragrafo 1.
Tuttavia, a determinate condizioni da stabilire secondo la procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2, l'organizzazione proponente può essere autorizzata ad eseguire essa stessa certe parti del programma.
3. L'organismo o gli organismi incaricati dell'esecuzione delle azioni di informazione e di promozione devono avere una conoscenza approfondita dei prodotti e dei mercati di cui trattasi e disporre dei mezzi necessari ad assicurare l'esecuzione più efficace possibile delle azioni, tenendo conto della dimensione comunitaria dei programmi.

Articolo 12

Sorveglianza dei programmi

1. Un gruppo di sorveglianza, costituito da rappresentanti della Commissione, degli Stati membri e delle organizzazioni proponenti sorveglia la corretta esecuzione dei programmi accolti di cui agli articoli 8 e 9.

2. Gli Stati membri interessati sono responsabili della corretta esecuzione dei programmi accolti, di cui agli articoli 8 e 9, e dei relativi pagamenti. Gli Stati membri si accertano che il materiale informativo o promozionale prodotto nell'ambito dei programmi accolti sia conforme alla normativa comunitaria.

Articolo 13 Finanziamento

1. Fatto salvo il paragrafo 4 del presente articolo, la Comunità finanzia interamente le azioni di cui all'articolo 10. La Comunità finanzia interamente anche il costo degli assistenti tecnici selezionati in conformità dell'articolo 11, paragrafo 1, lettera a).
2. La partecipazione finanziaria della Comunità ai programmi accolti, di cui agli articoli 8 e 9, non supera il 50% del costo effettivo degli stessi. Nel caso di programmi di informazione e di promozione della durata di due o tre anni, la partecipazione per ciascun anno di attuazione non può superare tale massimale.
3. Le organizzazioni proponenti partecipano al finanziamento dei programmi che hanno proposto in misura pari al 20% almeno del costo effettivo, mentre il finanziamento restante è a carico dello Stato membro o degli Stati membri, tenendo conto della partecipazione comunitaria menzionata al paragrafo 2.

Le quote rispettive degli Stati membri e delle organizzazioni proponenti sono fissate al momento in cui il programma è presentato alla Commissione conformemente all'articolo 7, paragrafo 2.

Il finanziamento da parte degli Stati membri e/o delle organizzazioni proponenti può altresì provenire da introiti parafiscali o da contributi obbligatori.

4. In caso d'applicazione dell'articolo 6, paragrafo 2, la Comunità concede, previa approvazione del programma, un contributo adeguato all'organizzazione internazionale interessata.
5. Per i programmi di cui all'articolo 9, la quota non finanziata dalla Comunità è a carico degli Stati membri interessati.

Il finanziamento da parte degli Stati membri può provenire da introiti parafiscali.

6. Gli articoli 87, 88 e 89 del trattato non si applicano ai contributi finanziari degli Stati membri né ai contributi finanziari degli Stati membri e/o delle organizzazioni proponenti derivanti da introiti parafiscali o da contributi obbligatori nel caso dei programmi che possono beneficiare di un sostegno comunitario ai sensi dell'articolo 36 del trattato e che la Commissione ha accolto a norma dell'articolo 8, paragrafo 1.

Articolo 14 Spese comunitarie

Il finanziamento comunitario delle azioni di cui all'articolo 1, paragrafo 1, del presente regolamento è realizzato, secondo i casi, in conformità al disposto dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera d) o dell'articolo 3, paragrafo 2, lettera b), del regolamento (CE) n. 1290/2005.

Articolo 15
Modalità d'applicazione

Le modalità di applicazione del presente regolamento sono adottate secondo la procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2.

Articolo 16
Comitato

1. La Commissione è assistita dal comitato di gestione per l'olio d'oliva e le olive da tavola, istituito dall'articolo 18, paragrafo 1, del regolamento (CE) n. 865/2004 del Consiglio¹⁰ e dai comitati di gestione istituiti dai corrispondenti articoli degli altri regolamenti recanti organizzazione comune dei mercati agricoli (in seguito denominati: "i comitati"). I comitati agiscono congiuntamente.
2. Nei casi in cui è fatto riferimento al presente paragrafo, si applicano gli articoli 4 e 7 della decisione 1999/468/CE.

Il periodo di cui all'articolo 4, paragrafo 3, della decisione 1999/468/CE è fissato ad un mese.
3. I comitati adottano il proprio regolamento interno.

Articolo 17
Consultazione

Prima di stabilire gli elenchi di cui all'articolo 4, di redigere le linee direttrici di cui all'articolo 5, di approvare i programmi di cui agli articoli 6 e 9, di decidere in merito alle azioni di cui all'articolo 10 o di adottare modalità di attuazione ai sensi dell'articolo 15, la Commissione può consultare:

- a) il gruppo consultivo "promozione dei prodotti agricoli" istituito dalla decisione 2004/391/CE della Commissione¹¹;
- b) gruppi di lavoro tecnici "ad hoc" costituiti da membri dei comitati, o esperti nel settore della promozione e della pubblicità.

Articolo 18
Relazioni

Anteriormente al 31 dicembre 2012 la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione sull'applicazione del presente regolamento corredata, se del caso, di proposte appropriate.

¹⁰ GU L 161 del 30.4.2004, p. 97. Versione rettificata in GU L 206 del 9.6.2004, pag. 37.

¹¹ GU L 120 del 24.4.2004, p. 50.

Articolo 19
Abrogazione

I regolamenti (CE) n. 2702/1999 e (CE) n. 2826/2000 sono abrogati.

I riferimenti fatti ai regolamenti abrogati si intendono fatti al presente regolamento e vanno letti secondo le tabelle di corrispondenza riportate nell'allegato.

Articolo 20
Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore il settimo giorno successivo alla pubblicazione nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*.

Il presente regolamento è obbligatorio in tutti i suoi elementi e direttamente applicabile in ciascuno degli Stati membri.

Fatto a Bruxelles, il ...

Per il Consiglio
Il Presidente

ALLEGATO

TABELLE DI CORRISPONDENZA di cui all'articolo 19

1. Regolamento (CE) n. 2702/1999

Regolamento (CE) n. 2702/1999	Presente regolamento
Articolo 1	Articolo 1
Articolo 2	Articolo 2
Articolo 3	Articolo 3, paragrafo 2
Articolo 4	Articolo 3, paragrafo 2, ultimo comma
Articolo 5, paragrafo 1	Articolo 4
Articolo 5, paragrafo 2	Articolo 5, paragrafo 2
Articolo 6	Articolo 5, paragrafo 3
Articolo 7, paragrafo 1, primo comma	Articolo 6
Articolo 7, paragrafo 1, secondo comma, e paragrafo 2	Articolo 7, paragrafo 1
Articolo 7, paragrafo 3	Articolo 7, paragrafo 2
Articolo 7, paragrafi 4, 5 e 6	Articolo 8
---	Articolo 9
Articolo 7 bis	Articolo 10
Articolo 8, paragrafi 1 e 2	Articolo 11
Articolo 8, paragrafi 3 e 4	Articolo 12
Articolo 9, paragrafi 1-4	Articolo 13, paragrafi 1-4
---	Articolo 13, paragrafo 5
Articolo 9, paragrafo 5	Articolo 13, paragrafo 6
Articolo 10	Articolo 14
Articolo 11	Articolo 15
Articolo 12	Articolo 16
Articolo 12 bis	Articolo 17
Articolo 13	Articolo 18
Articolo 14	Articolo 19
Articolo 15	Articolo 20

2. Regolamento (CE) n. 2826/2000

Regolamento (CE) n. 2826/2000	Presente regolamento
Articolo 1	Articolo 1
Articolo 2	Articolo 2
Articolo 3	Articolo 3, paragrafo 1
Articolo 4	Articolo 4
Articolo 5	Articolo 5, paragrafo 1
Articolo 6, paragrafo 1, primo comma	Articolo 6
Articolo 6, paragrafo 1, secondo comma, e paragrafo 2	Articolo 7, paragrafo 1
Articolo 6, paragrafo 3	Articolo 7, paragrafo 2
Articolo 6, paragrafi 4-6	Articolo 8
Articolo 7	Articolo 9
Articolo 7 bis	Articolo 10
Articolo 8	Articolo 11, paragrafo 1
Articolo 9	Articolo 13
Articolo 10, paragrafo 1	Articolo 11, paragrafo 2
Articolo 10, paragrafi 2 e 3	Articolo 12
Articolo 11	Articolo 14
Articolo 12	Articolo 15
Articolo 13	Articolo 16
Articolo 13 bis	Articolo 17
Articolo 14	Articolo 18
Articolo 15	Articolo 19
Articolo 16	---
Articolo 17	Articolo 20