

I

(Atti adottati a norma dei trattati CE/Euratom la cui pubblicazione è obbligatoria)

REGOLAMENTI

REGOLAMENTO (CE) N. 3/2008 DEL CONSIGLIO

del 17 dicembre 2007

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 Commissione,

visto il parere del Parlamento europeo,

considerando quanto segue:

(1) In virtù dei regolamenti (CE) n. 2826/2000⁽¹⁾ e (CE) n. 2702/1999⁽²⁾ del Consiglio, la Comunità può realizzare azioni di informazione e di promozione 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 nonché dell'attuale contesto degli scambi internazionali, occorre 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 nei paesi terzi, senza tuttavia incoraggiare il consumo di un dato prodotto a motivo della sua origine specifica.

⁽¹⁾ 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 (GU L 328 del 23.12.2000, pag. 2). Regolamento modificato da ultimo dal regolamento (CE) n. 1182/2007 (GU L 273 del 17.10.2007, pag. 1).

⁽²⁾ Regolamento (CE) n. 2702/1999 del Consiglio, del 14 dicembre 1999, relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli nei paesi terzi (GU L 327 del 21.12.1999, pag. 7). Regolamento modificato dal regolamento (CE) n. 2060/2004 (GU L 357 del 2.12.2004, pag. 3).

(3) Per chiarezza occorre 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.

(4) Questa politica completa e potenzia le azioni condotte dagli Stati membri, in particolare per promuovere l'immagine di tali prodotti presso i consumatori all'interno della Comunità e nei paesi terzi, imperniata soprattutto sulla qualità, sulle caratteristiche nutrizionali, sulla sicurezza dei prodotti alimentari e sui metodi di produzione. Nel contribuire all'apertura di nuovi sbocchi nei paesi terzi, questa attività potrebbe avere altresì un effetto moltiplicatore in relazione ad iniziative nazionali o private.

(5) Occorre definire i criteri di selezione dei prodotti e dei settori interessati, nonché i temi e i mercati oggetto dei programmi comunitari.

(6) Le azioni di informazione e di promozione a favore dei prodotti agricoli nei paesi terzi dovrebbero poter riguardare sia i prodotti che beneficiano di restituzioni all'esportazione sia prodotti che non ne beneficiano.

(7) Le azioni dovrebbero 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 comunitari in questione.

(8) Data la tecnicità dei compiti da svolgere, è necessario che la Commissione possa essere assistita da un comitato di esperti nel campo della comunicazione o fare ricorso ad assistenti tecnici.

- (9) 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, al fine di responsabilizzare le organizzazioni proponenti e gli Stati membri interessati. In casi eccezionali, tuttavia, può rivelarsi opportuno non esigere la partecipazione finanziaria dello Stato membro. Per quanto riguarda l'informazione sui sistemi comunitari relativi all'indicazione dell'origine, del metodo di produzione biologico e di etichettatura, nonché sui simboli grafici previsti dalla 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.
- (10) 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.
- (11) Tuttavia, data l'esperienza acquisita ed i risultati ottenuti dal Consiglio oleicolo internazionale nella sua attività di promozione, occorre prevedere che la Comunità possa continuare ad affidare a tale organizzazione la realizzazione di azioni che rientrano nel settore di sua competenza. Occorre altresì che possa ricorrere all'assistenza di organizzazioni internazionali analoghe esistenti per altri prodotti.
- (12) Al fine di 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.
- (13) Le spese relative al finanziamento delle azioni previste dal presente regolamento sono finanziate, secondo i casi, in conformità del regolamento (CE) n. 1290/2005 del Consiglio, del 21 giugno 2005, relativo al finanziamento della politica agricola comune ⁽¹⁾.
- (14) Le misure necessarie per l'attuazione del presente regolamento devono essere adottate in conformità della decisione 1999/468/CE del Consiglio, del 28 giugno 1999, recante modalità per l'esercizio delle competenze di esecuzione conferite alla Commissione ⁽²⁾.

HA ADOTTATO IL PRESENTE REGOLAMENTO:

Articolo 1

Oggetto e ambito 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.

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

2. Le azioni di cui al paragrafo 1 non sono orientate in funzione di marchi commerciali, né incentivano 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, di metodi di produzione specifici, 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 della 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 dalla pertinente normativa comunitaria;
 - 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 padiglioni destinati a valorizzare l'immagine dei prodotti comunitari.

⁽¹⁾ GU L 209 dell'11.8.2005, pag. 1. Regolamento modificato da ultimo dal regolamento (CE) n. 1437/2007 (GU L 322 del 7.12.2007, pag. 1).

⁽²⁾ GU L 184 del 17.7.1999, pag. 23. Decisione modificata dalla decisione 2006/512/CE (GU L 200 del 22.7.2006, pag. 11).

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 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 e 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 formare 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 possibilità di esportazione o 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 che possono formare oggetto di azioni

La Commissione stabilisce, secondo la procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2, gli elenchi dei temi e dei prodotti di cui all'articolo 3, nonché dei paesi terzi interessati. Tali 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 terzi 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 informazione e di promozione.

Le linee direttrici danno indicazioni generali, riguardanti in particolare:

- a) gli obiettivi da perseguire e i gruppi bersaglio;
- 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.

Per quanto riguarda la promozione della frutta e della verdura fresche, si dà particolare attenzione alle azioni di promozione destinate ai bambini negli istituti scolastici.

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), all'articolo 2, paragrafo 2, e all'articolo 2, 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 o interprofessionali rappresentative del settore o dei settori interessati in uno o più Stati membri o a livello comunitario elaborano proposte di programmi di informazione e di promozione aventi una durata massima di tre anni.

2. Se si decidono azioni di promozione nei paesi terzi nel 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 di 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 ne verificano la conformità con il presente regolamento, con le linee direttrici di cui all'articolo 5 e con i capitolati. Essi verificano inoltre il rapporto qualità/prezzo dei programmi in questione.

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, se del caso.

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

La Commissione, se constata che un programma presentato 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 qualità/prezzo, 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 di promozione

1. La Commissione decide, secondo la procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2, i programmi che vengono selezionati e le corrispondenti dotazioni finanziarie. Hanno la priorità i programmi presentati da più Stati membri o che prevedono azioni in più Stati membri o 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 selezionati a norma del paragrafo 1 del presente articolo. Tali limiti possono essere modulati in funzione della natura dei programmi in questione. 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, 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 ed eventualmente delle linee direttrici applicabili;

c) la valutazione del rapporto qualità/prezzo del programma.

3. Ai fini dell'esame dei programmi da parte della Commissione si applicano l'articolo 7, paragrafo 2, e l'articolo 8, paragrafo 1.

4. Secondo la procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2, la Commissione può fissare limiti minimi o massimi dei costi effettivi dei programmi presentati a norma del paragrafo 2 del presente articolo. Tali limiti possono essere modulati in funzione della natura dei programmi in questione. I relativi criteri possono essere definiti conformemente alla procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2.

Articolo 10

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

Previo informazione del comitato di cui all'articolo 16, paragrafo 1, o, eventualmente, del comitato istituito dall'articolo 14, paragrafo 1, del regolamento (CEE) n. 2092/91 del Consiglio, del 24 giugno 1991, relativo al metodo di produzione biologico di prodotti agricoli e alla indicazione di tale metodo sui prodotti agricoli e sulle derrate alimentari ⁽¹⁾, del comitato permanente per le indicazioni geografiche e le denominazioni di origine protette istituito dall'articolo 15, paragrafo 1, del regolamento (CE) n. 510/2006 del Consiglio, del 20 marzo 2006, relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli e alimentari ⁽²⁾, o del comitato permanente per le specialità tradizionali garantite istituito dall'articolo 18, paragrafo 1, del regolamento (CE) n. 509/2006 del Consiglio, del 20 marzo 2006, relativo alle specialità tradizionali garantite dei prodotti agricoli e alimentari ⁽³⁾, la Commissione può decidere di realizzare una o più delle azioni seguenti:

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 all'articolo 2, 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 all'articolo 2, 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 selezionati 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. 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 interessati.

Articolo 12

Sorveglianza dei programmi

1. Un gruppo di sorveglianza, costituito da rappresentanti della Commissione, degli Stati membri interessati 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 selezionati di cui agli articoli 8 e 9 e dei relativi pagamenti. Gli Stati membri si accertano che il materiale informativo e promozionale prodotto nell'ambito di detti programmi sia conforme alla normativa comunitaria.

⁽¹⁾ GU L 198 del 22.7.1991, pag. 1. Regolamento modificato da ultimo dal regolamento (CE) n. 1319/2007 della Commissione (GU L 293 del 10.11.2007, pag. 3).

⁽²⁾ GU L 93 del 31.3.2006, pag. 12. Regolamento modificato da ultimo dal regolamento (CE) n. 1791/2006 (GU L 363 del 20.12.2006, pag. 1).

⁽³⁾ GU L 93 del 31.3.2006, pag. 1.

Articolo 13

Finanziamento

1. Fatto salvo il paragrafo 4, 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 selezionati 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.

La percentuale di cui al primo comma è del 60 % per le azioni di promozione della frutta e della verdura destinate specificamente ai bambini negli istituti scolastici della Comunità.

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 interessati, se del caso, tenendo conto della partecipazione finanziaria della Comunità menzionata al paragrafo 2.

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

Il finanziamento da parte degli Stati membri 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 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 selezionato a norma dell'articolo 8, paragrafo 1, del presente regolamento.

Articolo 14

Spese comunitarie

Il finanziamento comunitario delle azioni di cui all'articolo 1, paragrafo 1, è realizzato, secondo i casi, in conformità 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 conformemente alla procedura di cui all'articolo 16, paragrafo 2.

Articolo 16

Comitato

1. La Commissione è assistita dal comitato di gestione per l'organizzazione comune dei mercati agricoli istituita dall'articolo 195 del regolamento (CE) n. 1234/2007 del Consiglio, del 22 ottobre 2007, recante organizzazione comune dei mercati agricoli e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM) ⁽¹⁾.

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.

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 Commissione ⁽²⁾;
- b) gruppi di lavoro tecnici «ad hoc» costituiti da membri del comitato o da esperti nel settore della promozione e della pubblicità.

⁽¹⁾ GU L 299 del 16.11.2007, pag. 1.

⁽²⁾ GU L 120 del 24.4.2004, pag. 50.

*Articolo 18***Relazione**

Entro il 31 dicembre 2010 la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione sull'applicazione del presente regolamento corredata, se del caso, di proposte appropriate.

*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 tavole di concordanza 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, addì 17 dicembre 2007.

Per il Consiglio

Il presidente

J. SILVA

ALLEGATO

TAVOLE DI CONCORDANZA 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 da 1 a 4	Articolo 13, paragrafi da 1 a 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 da 4 a 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