

REGLAMENTO DE EJECUCIÓN (UE) N° 737/2013 DE LA COMISIÓN**de 30 de julio de 2013****que modifica el Reglamento (CE) n° 501/2008, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) n° 3/2008 del Consejo sobre acciones de información y de promoción de los productos agrícolas en el mercado interior y en los mercados de terceros países**

LA COMISIÓN EUROPEA,

Visto el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea,

Visto el Reglamento (CE) n° 3/2008 del Consejo, de 17 de diciembre de 2007, sobre acciones de información y de promoción de los productos agrícolas en el mercado interior y en los mercados de terceros países ⁽¹⁾, y, en particular, sus artículos 4, 5 y 15,

Considerando lo siguiente:

- (1) El Reglamento (CE) n° 501/2008 de la Comisión ⁽²⁾ establece disposiciones en relación con la elaboración, la selección, la ejecución, la financiación y el control de las acciones de información y de promoción previstas en el Reglamento (CE) n° 3/2008.
- (2) La lista de temas y productos que pueden ser objeto de las acciones que se vayan a realizar en el mercado interior de conformidad con el artículo 3, apartado 1, del Reglamento (CE) n° 3/2008 figura en el anexo I, parte A, del Reglamento (CE) n° 501/2008 y la de los productos que pueden ser objeto de las acciones que se vayan a realizar en terceros países de conformidad con el artículo 3, apartado 2, del Reglamento (CE) n° 3/2008 figura en el anexo II, parte A, del Reglamento (CE) n° 501/2008. Ambas listas debe revisarse cada dos años.
- (3) Las directrices a que se refiere el artículo 5, apartado 1, del Reglamento (CE) n° 3/2008 figuran en el anexo I, parte B, del Reglamento (CE) n° 501/2008.
- (4) En el contexto de la crisis del sector de la carne de ovino y para dar a conocer mejor la carne de ovino e incrementar su producción y consumo, es preciso que las organizaciones profesionales e interprofesionales del sector tengan la posibilidad de recibir cofinanciación de la Unión para programas de información y promoción de carácter genérico de la carne de ovino producida en la Unión.
- (5) Los términos de calidad facultativos introducidos mediante el Reglamento (UE) n° 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de noviembre de 2012, sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios ⁽³⁾, constituyen el segundo nivel de los sistemas de calidad que aportan un valor añadido. Esos términos pueden darse a conocer en el mercado interior y referirse a características horizontales específicas, en relación con una o más categorías de productos, métodos de producción o atributos de transformación que se apliquen en zonas específicas. A fin de que los programas de promoción en el mercado interior estén abiertos a todos los regímenes de calidad existentes, es preciso que puedan aplicarse a los productos amparados en el sistema de términos de calidad facultativos y a los productos amparados en los regímenes de denominaciones de origen protegidas (DOP), indicaciones geográficas protegidas (IGP) o especialidades tradicionales garantizadas (ETG).
- (6) Los motivos por los que los programas se abrieron a la carne de aves de corral ya no son válidos pues, al haber transcurrido un tiempo suficientemente largo desde la crisis de la gripe aviar, los consumidores han recobrado la confianza en esa carne. Por consiguiente, es preciso eliminar las referencias a la carne de aves de corral.
- (7) Para seleccionar los terceros países que se incluyen en el anexo II, parte B, del Reglamento (CE) n° 501/2008, deben tenerse en cuenta los mercados de terceros países en los que existe una demanda real o potencial. Debido al aumento constante del consumo, del potencial y del interés que despiertan los productos agrícolas de la Unión y de la continuación de los programas y proyectos de cooperación de la Unión, resulta procedente incluir nuevos países y zonas en la lista de mercados en los que pueden llevarse a cabo programas de promoción.
- (8) Como consecuencia de la adhesión de Croacia a la Unión el 1 de julio de 2013, es preciso eliminar ese país de la lista de terceros países en que pueden realizarse programas de promoción.
- (9) Por consiguiente, debe modificarse convenientemente el Reglamento (CE) n° 501/2008.
- (10) Las medidas previstas en el presente Reglamento se ajustan al dictamen del Comité de Gestión de la Organización Común de Mercados Agrícolas.

⁽¹⁾ DO L 3 de 5.1.2008, p. 1.⁽²⁾ DO L 147 de 6.6.2008, p. 3.⁽³⁾ DO L 343 de 14.12.2012, p. 1.

HA ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

Artículo 1

Los anexos I, II y III del Reglamento (CE) n° 501/2008 quedan modificados con arreglo a lo dispuesto en 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 la Unión Europea*.

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

Hecho en Bruselas, el 30 de julio de 2013.

Por la Comisión
El Presidente
José Manuel BARROSO

ANEXO

Se modifican el siguiente modo los anexos I, II y III del Reglamento (CE) n° 501/2008:

(1) El anexo I se modifica del siguiente modo:

a) La parte A («Lista de temas y productos») queda modificada como sigue:

i) El texto del decimotercer guion se sustituye por el siguiente:

«— Productos amparados en los regímenes de denominaciones de origen protegidas (DOP), indicaciones geográficas protegidas (IGP), especialidades tradicionales garantizadas (ETG) o términos de calidad facultativos según el Reglamento (UE) n° 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo (*).

(*) DO L 343 de 14.12.2012, p. 1.».

ii) Se suprime el decimoquinto guion.

iii) Se añade el guion siguiente:

«— Carne de ovino».

b) La parte B (Directrices) queda modificada como sigue:

i) en el punto 2 (Objetivos), de las directrices sobre «CARNE FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA, PRODUCIDA DE CONFORMIDAD CON UN SISTEMA DE CALIDAD COMUNITARIO O NACIONAL», se sustituye «DOP, IGP, ETG y agricultura ecológica» por «DOP, IGP, ETG, términos de calidad facultativos y agricultura ecológica»;

ii) las directrices sobre «PRODUCTOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA (DOP), CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA (IGP) O CON ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA (ETG)» se sustituyen por las siguientes:

«PRODUCTOS AMPARADOS EN LOS REGÍMENES DE DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS (DOP), INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS (IGP), ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS (ETG) O TÉRMINOS DE CALIDAD FACULTATIVOS SEGÚN EL REGLAMENTO (UE) N° 1151/2012

1. Análisis global de la situación

El sistema de la Unión de protección de las denominaciones de productos previsto en el Reglamento (CE) n° 1151/2012 es prioritario en la ejecución del capítulo de calidad de la política agrícola común, por lo que es necesario seguir realizando campañas mediante las cuales se den a conocer las denominaciones, los productos con nombres protegidos y los términos de calidad facultativos a todos los posibles agentes de la cadena de producción, preparación, comercialización y consumo de estos productos.

2. Objetivos

Las campañas de información y promoción no deben centrarse en una sola denominación o un número reducido de denominaciones de productos, sino más bien en series de denominaciones o determinadas clases de productos, o en productos elaborados en una o varias regiones de uno o varios Estados miembros.

Los objetivos esas campañas deben ser:

— facilitar información completa sobre el contenido, el funcionamiento y el que los regímenes son regímenes de la Unión y, en especial, de sus repercusiones en el valor comercial de los productos con denominaciones protegidas o términos de calidad facultativos que disfrutan de la protección de estos regímenes tras su registro;

— mejorar el conocimiento de los logotipos de la Unión para los productos amparados en los regímenes de DOP, IGP, ETG o términos de calidad facultativos por parte de los consumidores, los distribuidores y los profesionales de la alimentación;

— animar a las agrupaciones de productores o empresas transformadoras que no participan todavía en estos regímenes a registrar las denominaciones de los productos que cumplen los requisitos básicos para ello y a aplicar términos de calidad facultativos;

— animar a las agrupaciones de productores o empresas transformadoras de las regiones interesadas que todavía no participan en estos regímenes a elaborar productos con denominaciones registradas, ajustándose a los pliegos de condiciones y los requisitos de inspección aprobados aplicables a las diversas denominaciones protegidas;

- estimular la demanda de estos productos informando a los consumidores y distribuidores de la existencia, el significado y las ventajas de los regímenes, así como de los logotipos, los criterios de concesión de las denominaciones, los controles e inspecciones pertinentes y el sistema de trazabilidad.

3. Grupos destinatarios

- Productores y empresas transformadoras
- Distribuidores (supermercados, mayoristas, minoristas, abastecedores, comedores y restaurantes)
- Consumidores y sus asociaciones
- Líderes de opinión

4. Mensajes principales

- Los productos con denominaciones protegidas poseen características propias relacionadas con su origen geográfico. En el caso de los productos con una DOP, la calidad o las características de los productos están esencial o exclusivamente ligadas a su entorno geográfico particular (con sus factores naturales y humanos inherentes). En el caso de las IGP, los productos poseen una calidad o un renombre específico que pueden atribuirse al origen geográfico y el vínculo geográfico se produce por lo menos en una de las etapas de la producción, la transformación o la preparación.
- Las especialidades tradicionales garantizadas (ETG) poseen características específicas debidas a sus métodos tradicionales propios de producción o al uso de materias primas tradicionales.
- Los logotipos de la Unión de las DOP, IGP y ETG son símbolos con los que se reconocen en toda la Comunidad los productos que cumplen unas condiciones concretas de producción ligadas a su origen geográfico o a su tradición y que están sujetos a un control.
- Los términos de calidad facultativos aluden a una característica de una o más categorías de productos o a un atributo de su producción o transformación que se aplica en zonas específicas.
- El empleo del término de calidad facultativo aporta un valor añadido al producto en comparación con productos de un tipo similar.
- Los términos de calidad facultativos tienen una dimensión que alcanza a toda la Unión.
- Presentación de algunos productos amparados en los regímenes de DOP, IGP, ETG o términos de calidad facultativos como ejemplos del potencial de mejora de la comercialización de los productos con denominaciones registradas en los regímenes de protección.
- Estos regímenes de protección apoyan el patrimonio cultural de la Unión y la diversidad de la producción agrícola, así como la conservación del espacio natural.

5. Instrumentos principales

- Internet y otros medios electrónicos.
- Relaciones públicas con los medios de comunicación (prensa especializada, femenina, gastronómica, etc.).
- Contactos con las asociaciones de consumidores.
- Información y demostraciones en lugares de venta.
- Medios de comunicación audiovisual (entre otras cosas, anuncios de televisión específicos).
- Documentación impresa (prospectos, folletos, etc.).
- Participación en ferias y salones.
- Seminarios y actividades de información y formación sobre el funcionamiento de los regímenes de la Unión de DOP, IGP, ETG o términos de calidad facultativos.

6. Duración y alcance de los programas

De doce a treinta y seis meses y, preferentemente, programas plurianuales con una estrategia y unos objetivos definidos claramente para cada etapa.»;

iii) Se suprimen las directrices sobre «CARNE DE AVES DE CORRAL»;

iv) Se añaden las nuevas directrices siguientes sobre «CARNE DE OVINO»:

«CARNE DE OVINO

1. Análisis global de la situación

El sector de la carne de ovino es un sector muy frágil y en crisis: el consumo, la producción y los precios de la carne de ovino están bajando mientras que los costes (introducción de la identificación electrónica, precios de los piensos, producción tradicional como la trashumancia) no dejan de subir. A ello se añade el

que el suministro de carne de ovino de terceros países está en aumento. Ante el empeoramiento de la rentabilidad, muchos productores se ven obligados a abandonar esa producción, lo que puede tener consecuencias negativas para la variedad de carne en la Unión y el abandono del campo. La carne de ovino es una parte importante del patrimonio culinario de la Unión y su producción desempeña un papel especial en lo que a conservación del paisaje e importancia socioeconómica se refiere, particularmente en las zonas donde las condiciones naturales dificultan la producción agrícola.

2. Objetivos

- Sensibilizar en mayor medida los grupos destinatarios acerca de la calidad, las condiciones sostenibles de producción de la carne de ovino y el papel especial que tiene en el patrimonio culinario de la Unión.
- Incrementar el consumo de carne de ovino.

3. Grupos destinatarios

- Productores y empresas transformadoras.
- Distribuidores (supermercados, mayoristas, minoristas, abastecedores, comedores y restaurantes).
- Consumidores (especialmente los jóvenes de edades comprendidas entre los 18 y los 40 años) y sus asociaciones.
- Líderes de opinión, periodistas, críticos gastronómicos.

4. Mensajes principales

- Métodos de producción respetuosos con el medio ambiente y tradicionales.
- Trazabilidad (identificación electrónica).
- El etiquetado de la carne permite al consumidor conocer el origen y las características de los productos.
- Informar a los consumidores de la diversidad y de las propiedades organolépticas y nutricionales de la carne de ovino.
- Consejos de preparación, recetas.
- Las campañas de información y promoción se circunscriben a productos de la Unión.

5. Instrumentos principales

- Internet y otros medios electrónicos.
- Promoción en lugares de venta (degustación, recetas, información).
- Relaciones con la prensa y relaciones públicas (salones, participación en ferias de consumidores, etc.).
- Publicidad (o publlirreportajes) en la prensa.
- Medios de comunicación audiovisual (televisión y radio).
- Participación en ferias comerciales.
- Otros instrumentos.

6. Duración y alcance de los programas

De doce a treinta y seis meses y, preferentemente, programas plurianuales con una estrategia y unos objetivos definidos claramente para cada etapa, organizados por dos o más Estados miembros y llevados a cabo como mínimo en dos nuevos mercados.»

(2) El anexo II se modifica del siguiente modo:

- a) La parte A («**LISTA DE PRODUCTOS QUE PUEDEN SER OBJETO DE ACCIONES DE PROMOCIÓN**») queda modificada como sigue:
 - i) el undécimo guion se sustituye por el siguiente:
 - «— productos amparados en los regímenes de denominaciones de origen protegidas (DOP), indicaciones geográficas protegidas (IGP) o especialidades tradicionales garantizadas (ETG) según el Reglamento (UE) n° 1151/2012»;
 - ii) se añade el nuevo guion siguiente:
 - «— Carne de ovino».
- b) La parte B («**LISTA DE LOS MERCADOS DE TERCEROS PAÍSES EN LOS QUE PODRÁN REALIZARSE ACCIONES DE PROMOCIÓN**») se modifica del siguiente modo:

- i) La sección A («País») queda modificada como sigue:
- se suprimen los guiones correspondientes a Sudáfrica y Croacia;
 - se añaden los guiones siguientes:
 - «— Albania
 - Armenia
 - Azerbaiyán
 - Belarús
 - Georgia
 - Kazajistán
 - Moldavia
 - Uzbekistán».
- ii) La sección B («Zonas geográficas») queda modificada como sigue:
- se suprime el guion correspondiente a África Septentrional;
 - se añade el guion siguiente:
 - «— África».
- (3) El anexo III se modifica del siguiente modo:
- a) el punto 12 se sustituye por el siguiente:
- «12. Productos amparados en los regímenes de denominaciones de origen protegidas (DOP), indicaciones geográficas protegidas (IGP), especialidades tradicionales garantizadas (ETG) o términos de calidad facultativos según el Reglamento (UE) n^o 1151/2012: 3 millones EUR;
- b) se suprime el punto 15;
- c) se añade el punto 16 siguiente:
- «16. Carne de ovino: p.m.».
-