

REGOLAMENTO (UE) N. 1144/2014 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO**del 22 ottobre 2014****relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio**

IL PARLAMENTO EUROPEO E IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,

visto il trattato sul funzionamento dell'Unione europea, in particolare l'articolo 42 e l'articolo 43, paragrafo 2,

vista la proposta della Commissione europea,

previa trasmissione del progetto di atto legislativo ai parlamenti nazionali,

visto il parere del Comitato economico e sociale europeo ⁽¹⁾,

visto il parere del Comitato delle regioni ⁽²⁾,

deliberando secondo la procedura legislativa ordinaria ⁽³⁾,

considerando quanto segue:

- (1) In virtù del regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio ⁽⁴⁾, l'Unione può realizzare azioni di informazione e di promozione nel mercato interno e nei paesi terzi per i prodotti agricoli e il loro metodo di produzione, come pure per alcuni prodotti alimentari a base di prodotti agricoli.
- (2) Tenendo conto, da un lato, dell'esperienza acquisita e, dall'altro, dei probabili sviluppi del settore agricolo e dei mercati sia all'interno che all'esterno dell'Unione, è opportuno rivedere il regime istituito dal regolamento (CE) n. 3/2008 e renderlo più coerente ed efficace. Il regolamento (CE) n. 3/2008 dovrebbe pertanto essere abrogato e sostituito con un nuovo regolamento.
- (3) L'obiettivo delle suddette azioni di informazione e di promozione consiste nel migliorare la competitività dell'agricoltura dell'Unione in modo da realizzare una maggiore equità competitiva sia nel mercato interno che nei paesi terzi. Più specificamente, le azioni di informazione e di promozione dovrebbero mirare ad aumentare il grado di conoscenza dei consumatori riguardo ai meriti dei prodotti agricoli e dei metodi di produzione dell'Unione nonché a rafforzare la consapevolezza e il riconoscimento dei regimi di qualità dell'Unione. Inoltre, esse dovrebbero migliorare la competitività e il consumo dei prodotti agricoli dell'Unione, ottimizzarne l'immagine tanto all'interno quanto all'esterno dell'Unione e aumentare la quota di mercato di tali prodotti, prestando particolare attenzione ai mercati di paesi terzi che presentano il maggiore potenziale di crescita. In caso di gravi turbative del mercato, perdita di fiducia dei consumatori o altri problemi specifici, le suddette azioni dovrebbero contribuire a ripristinare condizioni normali di mercato. Tali azioni di informazione e di promozione dovrebbero integrare e rafforzare utilmente le azioni condotte dagli Stati membri. Al fine di conseguire i loro obiettivi, le azioni di informazione e di promozione dovrebbero continuare ad essere attuate sia all'interno che all'esterno dell'Unione.
- (4) È opportuno altresì prevedere azioni destinate a valorizzare l'autenticità dei prodotti dell'Unione in modo da migliorare le conoscenze dei consumatori in merito alle qualità dei prodotti autentici rispetto ai prodotti di imitazione e contraffatti; questo contribuirà notevolmente alla conoscenza, sia all'interno dell'Unione che nei paesi terzi, dei simboli, delle diciture e delle abbreviazioni che attestano la partecipazione ai regimi europei di qualità stabiliti dal regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽⁵⁾.
- (5) Uno dei punti di forza della produzione alimentare dell'Unione risiede nella diversità dei suoi prodotti e nelle loro caratteristiche specifiche, che sono legate alle diverse zone geografiche e ai diversi metodi di produzione tradizionali e che forniscono sapori unici, offrendo la varietà e l'autenticità che i consumatori ricercano sempre più spesso, tanto all'interno quanto all'esterno dell'Unione.

⁽¹⁾ Parere del 30 aprile 2014 (non ancora pubblicato nella Gazzetta ufficiale).

⁽²⁾ Parere del 2 aprile 2014 (non ancora pubblicato nella Gazzetta ufficiale).

⁽³⁾ Posizione del Parlamento europeo del 15 aprile 2014 (non ancora pubblicata nella Gazzetta ufficiale) e decisione del Consiglio del 13 ottobre 2014.

⁽⁴⁾ 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 (GU L 3 del 5.1.2008, pag. 1).

⁽⁵⁾ Regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 novembre 2012, sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari (GU L 343 del 14.12.2012, pag. 1).

- (6) Oltre che sulle informazioni concernenti le caratteristiche intrinseche dei prodotti agricoli e alimentari dell'Unione, le azioni ammissibili possono anche vertere sulla comunicazione di messaggi utili ai consumatori, relativi in particolare alla nutrizione, al sapore, alle tradizioni, alla diversità e alla cultura.
- (7) Le azioni di informazione e di promozione non dovrebbero essere orientate in funzione dei marchi commerciali o dell'origine del prodotto. Tuttavia, al fine di migliorare la qualità e l'efficacia delle dimostrazioni e degustazioni e del materiale informativo e promozionale, è opportuno prevedere la possibilità di indicare i marchi commerciali e l'origine di un prodotto, purché sia rispettato il principio di non discriminazione e le azioni non siano intese a incoraggiare il consumo di un qualunque prodotto soltanto in base alla sua origine. Inoltre, tali azioni dovrebbero rispettare i principi generali del diritto dell'Unione e non dovrebbero equivalere a una restrizione della libera circolazione dei prodotti agricoli e alimentari in violazione dell'articolo 34 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE). È opportuno stabilire norme specifiche sulla visibilità dei marchi e dell'origine in rapporto al principale messaggio dell'Unione di una campagna.
- (8) L'Unione esporta principalmente prodotti agricoli finiti, tra cui prodotti agricoli che non rientrano nell'allegato I al TFUE. È pertanto opportuno estendere le azioni di informazione e di promozione in modo da includere determinati prodotti che non rientrano nell'ambito di applicazione dell'allegato I al TFUE. Ciò sarebbe coerente con gli altri regimi della politica agricola comune (PAC) come i regimi di qualità, che sono fin d'ora aperti a tali prodotti.
- (9) L'attività di informazione e promozione dei vini dell'Unione nell'ambito della PAC rappresenta una delle pietre angolari dei programmi di aiuto nel settore vitivinicolo. Solo il vino recante denominazione di origine o indicazione geografica protetta nonché i vini con indicazione della varietà di uva da vino dovrebbero essere oggetto delle azioni di informazione e di promozione. In caso di programmi semplici, il programma considerato dovrebbe altresì riguardare un altro prodotto agricolo o alimentare. Analogamente, il regolamento (UE) n. 508/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio⁽¹⁾ prevede la promozione dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura. Di conseguenza, è opportuno limitare l'ammissibilità dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura figuranti all'allegato I del regolamento (UE) n. 1379/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio⁽²⁾, alle azioni di informazione e di promozione previste dal presente regime esclusivamente ai casi in cui i prodotti della pesca e dell'acquacoltura siano associati a un altro prodotto agricolo o alimentare.
- (10) I prodotti che rientrano nei regimi di qualità dell'Unione e nei regimi di qualità riconosciuti dagli Stati membri dovrebbero essere ammissibili a beneficiare delle azioni di informazione e di promozione poiché tali regimi forniscono ai consumatori garanzie in merito alla qualità e alle caratteristiche dei prodotti o dei processi di produzione impiegati, creano valore aggiunto per i prodotti interessati e migliorano le loro opportunità di mercato. Analogamente, il metodo di produzione biologica nonché il simbolo grafico dei prodotti agricoli di qualità tipici delle regioni ultraperiferiche dovrebbero essere ammissibili a beneficiare delle azioni di informazione e di promozione.
- (11) Nel periodo 2001-2011 solo il 30 % del bilancio destinato alle azioni di informazione e di promozione riguardava i mercati dei paesi terzi, i quali presentano invece un potenziale di crescita considerevole. È opportuno prevedere modalità per incoraggiare la realizzazione di un numero più elevato di azioni di informazione e di promozione a favore dei prodotti agricoli dell'Unione nei paesi terzi, in particolare fornendo un sostegno finanziario rafforzato.
- (12) Per garantire l'efficacia delle azioni di informazione e di promozione realizzate è opportuno inserirle nell'ambito di programmi di informazione e promozione. Finora tali programmi erano presentati da organizzazioni professionali o interprofessionali. Per aumentare il numero delle azioni proposte e migliorarne la qualità, è opportuno estendere l'ambito dei beneficiari alle organizzazioni di produttori e alle loro associazioni, ai gruppi e agli organismi del settore agroalimentare il cui obiettivo e la cui attività consistono nel promuovere i prodotti agricoli e nel fornire informazioni sugli stessi.
- (13) Le azioni di informazione e di promozione cofinanziate dall'Unione dovrebbero manifestare una dimensione dell'Unione specifica. A tal fine, e per evitare una dispersione delle risorse e aumentare la visibilità dell'Europa attraverso le azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli e di determinati prodotti alimentari, occorre stabilire un programma di lavoro in cui figurino le priorità strategiche di tali azioni, in termini di popolazioni, prodotti, regimi o mercati a cui sono rivolte, insieme alle caratteristiche dei messaggi di informazione

(1) Regolamento (UE) n. 508/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 maggio 2014, relativo al Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca e che abroga i regolamenti (CE) n. 2328/2003, (CE) n. 861/2006, (CE) n. 1198/2006 e (CE) n. 791/2007 del Consiglio e il regolamento (UE) n. 1255/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio (GU L 149 del 20.5.2014, pag. 1).

(2) Regolamento (UE) n. 1379/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 dicembre 2013, relativo all'organizzazione comune dei mercati nel settore dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura, recante modifica ai regolamenti (CE) n. 1184/2006 e (CE) n. 1224/2009 del Consiglio e che abroga il regolamento (CE) n. 104/2000 del Consiglio (GU L 354 del 28.12.2013, pag. 1).

e di promozione. Il programma dovrebbe essere elaborato sulla base degli obiettivi generali e specifici stabiliti dal presente regolamento, e dovrebbe tenere presenti le opportunità offerte dai mercati e la necessità di integrare e rafforzare le azioni condotte dagli Stati membri e dagli operatori, sia nel mercato interno sia nei paesi terzi, al fine di garantire la coesione della politica di promozione e di informazione. A tale scopo, nell'elaborare detto programma, la Commissione dovrebbe consultare gli Stati membri e le pertinenti parti interessate.

- (14) Il programma di lavoro dovrebbe prevedere, in particolare, meccanismi specifici di reazione in caso di gravi turbative del mercato, perdita di fiducia dei consumatori o di altri problemi particolari. Inoltre, la Commissione dovrebbe tenere conto in particolare della predominanza delle piccole e medie imprese nel settore agroalimentare, dei settori che beneficiano delle misure eccezionali previste dagli articoli 219, 220 e 221 del regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽¹⁾, e, per le azioni destinate ai paesi terzi, degli accordi di libero scambio che rientrano nell'ambito di applicazione della politica commerciale comune dell'Unione per le azioni destinate ai paesi terzi. Nell'elaborare tale programma, la Commissione dovrebbe altresì tenere conto degli svantaggi delle regioni montane, insulari e ultraperiferiche dell'Unione.
- (15) Per garantire l'attuazione efficace delle azioni di informazione e di promozione è opportuno affidarne l'esecuzione a organismi di esecuzione selezionati attraverso una procedura di gara. Tuttavia, in casi debitamente giustificati, le organizzazioni proponenti dovrebbero avere la possibilità di eseguire direttamente alcune parti del rispettivo programma.
- (16) La Commissione dovrebbe poter realizzare azioni di informazione e di promozione di propria iniziativa, comprese missioni di alto livello, in particolare per contribuire all'apertura di nuovi mercati. La Commissione dovrebbe inoltre poter condurre campagne proprie allo scopo di fornire una risposta tempestiva ed efficace in caso di gravi turbative del mercato o perdita di fiducia dei consumatori. Se necessario, la Commissione dovrebbe rivedere la pianificazione delle proprie iniziative al fine di realizzare tali campagne. Gli stanziamenti assegnati ai programmi di informazione e di promozione in corso, sia semplici che multipli, non dovrebbero essere ridotti in caso di azioni intraprese dalla Commissione in tali circostanze.
- (17) Oltre alle azioni di informazione e di promozione è necessario che la Commissione sviluppi e coordini servizi di sostegno tecnico a livello dell'Unione allo scopo di aiutare gli operatori a partecipare ai programmi cofinanziati, a realizzare campagne efficaci o a sviluppare le loro attività di esportazione. Tali servizi dovrebbero, in particolare, provvedere all'elaborazione di orientamenti volti ad aiutare i potenziali beneficiari a rispettare le norme e le procedure associate a questa politica.
- (18) Gli sforzi intesi a promuovere i prodotti dell'Unione nei mercati dei paesi terzi sono talvolta pregiudicati dalla concorrenza dei prodotti di imitazione e contraffatti. I servizi di sostegno tecnico istituiti dalla Commissione dovrebbero fornire anche consulenze al settore in materia di protezione dei prodotti dell'Unione dalle pratiche di imitazione e di contraffazione.
- (19) La semplificazione normativa della PAC costituisce una priorità importante per l'Unione. È opportuno seguire tale approccio anche nel presente regolamento. In particolare, è opportuno rivedere i principi di gestione amministrativa dei programmi di informazione e di promozione per semplificarli e permettere alla Commissione di stabilire le regole e le procedure che disciplinano la presentazione, la valutazione e la selezione delle proposte di programmi. La Commissione, tuttavia, dovrebbe garantire che gli Stati membri ricevano informazioni tempestive su tutti i programmi proposti e selezionati. Tali informazioni dovrebbero comprendere, in particolare, il numero di proposte pervenute, gli Stati membri e i settori interessati, e l'esito della valutazione di dette proposte.
- (20) La cooperazione tra gli attori economici di diversi Stati membri contribuisce considerevolmente all'incremento del valore aggiunto dell'Unione e a migliorare la visibilità della diversità dei prodotti agricoli dell'Unione. Nonostante la priorità assegnata ai programmi elaborati congiuntamente da organizzazioni proponenti di diversi Stati membri, nel periodo dal 2001 al 2011 tali programmi hanno rappresentato solo il 16 % del bilancio assegnato alle azioni di informazione e di promozione nell'ambito. Di conseguenza, per poter superare gli attuali ostacoli alla loro attuazione è opportuno adottare nuove disposizioni, relative in particolare alla gestione dei programmi multipli.

⁽¹⁾ Regolamento (UE) n. 1308/2013, del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli e che abroga i regolamenti (CEE) n. 922/72, (CEE) n. 234/79, (CE) n. 1037/2001 e (CE) n. 1234/2007 del Consiglio (GU L 347 del 20.12.2013, pag. 671).

- (21) È opportuno definire i criteri di finanziamento delle azioni. In linea generale, l'Unione dovrebbe farsi carico solo di una parte dei costi dei programmi allo scopo di garantire che le organizzazioni proponenti interessate si assumano la loro parte di responsabilità. Tuttavia, determinati costi amministrativi e di personale, che non sono connessi all'esecuzione della PAC, fanno parte integrante delle azioni di informazione e di promozione e dovrebbero essere ammissibili al finanziamento da parte dell'Unione.
- (22) Per migliorarne la qualità e dimostrarne l'efficacia tutte le misure dovrebbero formare oggetto di monitoraggio e di valutazione. A tale riguardo è necessario compilare un elenco di indicatori e valutare l'incidenza della politica di promozione in funzione dei suoi obiettivi strategici. È opportuno che la Commissione stabilisca un quadro di monitoraggio e valutazione di tale politica in linea con il quadro comune di monitoraggio e valutazione della PAC.
- (23) Al fine di integrare o modificare determinati elementi non essenziali del presente regolamento, dovrebbe essere delegato alla Commissione il potere di adottare atti conformemente all'articolo 290 TFUE. Tale delega di poteri dovrebbe riguardare l'integrazione dell'elenco di cui all'allegato I del presente regolamento, i criteri di ammissibilità delle organizzazioni proponenti, le condizioni che disciplinano la procedura di gara per la selezione degli organismi di esecuzione e le condizioni specifiche di ammissibilità, nel caso dei programmi semplici, dei costi delle azioni di informazione e di promozione, dei costi amministrativi e per il personale, nonché le disposizioni per agevolare la transizione tra il regolamento (CE) n. 3/2008 e il presente regolamento. È di particolare importanza che durante i lavori preparatori la Commissione svolga adeguate consultazioni, anche a livello di esperti. Nella preparazione e nell'elaborazione degli atti delegati la Commissione dovrebbe provvedere alla contestuale, tempestiva e appropriata trasmissione dei documenti pertinenti al Parlamento europeo e al Consiglio.
- (24) Al fine di garantire condizioni uniformi di esecuzione del presente regolamento, dovrebbero essere attribuite alla Commissione competenze di esecuzione riguardanti le norme dettagliate concernenti la visibilità dei marchi commerciali durante dimostrazioni o degustazioni di prodotti e sul materiale informativo e promozionale, e la visibilità dell'origine dei prodotti sul materiale informativo e promozionale; il programma di lavoro annuale; la selezione dei programmi semplici; le norme dettagliate in base alle quali un'organizzazione proponente può essere autorizzata a eseguire essa stessa alcune parti di un programma semplice; le modalità di attuazione, di monitoraggio e di controllo dei programmi semplici; le regole per la conclusione dei contratti relativi all'attuazione dei programmi semplici selezionati nell'ambito del presente regolamento; e il quadro comune di valutazione dell'impatto dei programmi nonché un sistema di indicatori. Tali competenze dovrebbero essere esercitate conformemente al regolamento (UE) n. 182/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽¹⁾.
- (25) Poiché gli obiettivi del presente regolamento non possono essere conseguiti in misura sufficiente dagli Stati membri, dati i nessi esistenti tra la politica di promozione e gli altri strumenti della PAC, e tenendo conto della garanzia pluriennale dei finanziamenti dell'Unione e della loro concentrazione su priorità chiaramente definite, possono essere conseguiti meglio a livello di Unione, quest'ultima può adottare misure in base al principio di sussidiarietà sancito dall'articolo 5 del trattato sull'Unione europea. In ottemperanza al principio di proporzionalità enunciato nello stesso articolo, il presente regolamento si limita a quanto necessario per il conseguimento di tali obiettivi,

HANNO ADOTTATO IL PRESENTE REGOLAMENTO:

CAPO I

DISPOSIZIONI GENERALI

Articolo 1

Oggetto

Il presente regolamento stabilisce le condizioni alle quali le azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli e determinati prodotti alimentari a base di prodotti agricoli realizzate nel mercato interno o nei paesi terzi («azioni di informazione e di promozione»), possono essere finanziate in tutto o in parte mediante il bilancio dell'Unione.

Articolo 2

Obiettivi generali e specifici delle azioni di informazione e di promozione

1. L'obiettivo generale delle azioni di informazione e di promozione consiste nel rafforzare la competitività del settore agricolo dell'Unione.

⁽¹⁾ Regolamento (UE) n. 182/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 febbraio 2011, che stabilisce le regole e i principi generali relativi alle modalità di controllo da parte degli Stati membri dell'esercizio delle competenze di esecuzione attribuite alla Commissione (GU L 55 del 28.2.2011, pag. 13).

2. Gli obiettivi specifici delle azioni di informazione e di promozione sono i seguenti:
- a) migliorare il grado di conoscenza dei meriti dei prodotti agricoli dell'Unione e degli elevati standard applicabili ai metodi di produzione nell'Unione;
 - b) aumentare la competitività e il consumo dei prodotti agricoli e di determinati prodotti alimentari dell'Unione e ottimizzarne l'immagine tanto all'interno quanto all'esterno dell'Unione;
 - c) rafforzare la consapevolezza e il riconoscimento dei regimi di qualità dell'Unione;
 - d) aumentare la quota di mercato dei prodotti agricoli e di determinati prodotti alimentari dell'Unione, prestando particolare attenzione ai mercati di paesi terzi che presentano il maggior potenziale di crescita;
 - e) ripristinare condizioni normali di mercato in caso di turbative gravi del mercato, perdita di fiducia dei consumatori o altri problemi specifici.

Articolo 3

Descrizione delle azioni di informazione e di promozione

Le azioni di informazione e di promozione sono destinate a:

- a) mettere in evidenza le specificità dei metodi di produzione agricola dell'Unione, in particolare sul piano della sicurezza degli alimenti, della tracciabilità, dell'autenticità, dell'etichettatura, degli aspetti nutrizionali e sanitari, del benessere degli animali, del rispetto dell'ambiente e della sostenibilità, come pure delle caratteristiche intrinseche dei prodotti agricoli e alimentari, specialmente in termini della loro qualità, sapore, diversità e tradizioni;
- b) rafforzare la consapevolezza dell'autenticità delle denominazioni d'origine protette, delle indicazioni geografiche protette e delle specialità tradizionali garantite dell'Unione.

Tali azioni consistono in particolare in attività di pubbliche relazioni e in campagne di informazione e possono anche assumere la forma di partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni di importanza nazionale, europea o internazionale.

Articolo 4

Caratteristiche delle azioni

1. Le azioni di informazione e di promozione non sono orientate in funzione di marchi commerciali. Tuttavia, esiste la possibilità che i marchi commerciali siano visibili durante dimostrazioni o degustazioni di prodotti e sul materiale informativo e promozionale, purché sia rispettato il principio di non discriminazione e rimanga invariata la natura globale delle azioni, non orientata in funzione di marchi commerciali. Il principio di non discriminazione si applica al fine di garantire la parità di trattamento e di accesso per tutti i marchi delle organizzazioni proponenti e la parità di trattamento per gli Stati membri. Tutti i marchi sono ugualmente visibili e la rappresentazione grafica dei marchi ha un formato ridotto rispetto al principale messaggio dell'Unione della campagna. Sono esposti svariati marchi, salvo in circostanze debitamente giustificate relative alla situazione specifica dello Stato membro interessato.

2. Le azioni di informazione e di promozione non sono orientate in funzione dell'origine. Tali azioni non sono destinate a incentivare il consumo di un determinato prodotto soltanto in base alla sua origine specifica. Tuttavia è possibile che l'origine dei prodotti figuri sul materiale informativo e promozionale nel rispetto delle seguenti norme:

- a) nel mercato interno, l'indicazione dell'origine deve sempre essere secondaria rispetto al principale messaggio dell'Unione della campagna;
- b) nei paesi terzi, l'indicazione dell'origine può figurare su un piano di parità rispetto al principale messaggio dell'Unione della campagna;
- c) per i prodotti riconosciuti ai sensi dei regimi di qualità di cui all'articolo 5, paragrafo 4, lettera a), l'origine registrata nella denominazione può essere indicata senza restrizioni.

3. La Commissione adotta atti di esecuzione che stabiliscono norme dettagliate riguardanti:

- a) la visibilità dei marchi commerciali durante dimostrazioni o degustazioni e sul materiale informativo e promozionale di cui al paragrafo 1, e le condizioni uniformi alle quali può essere esposto un unico marchio; nonché
- b) la visibilità dell'origine dei prodotti sul materiale informativo e promozionale di cui al paragrafo 2.

Tali atti di esecuzione sono adottati secondo la procedura di esame di cui all'articolo 23, paragrafo 2.

Articolo 5

Prodotti e regimi ammissibili

1. Le azioni di informazione e di promozione possono riguardare i prodotti seguenti:
 - a) i prodotti figuranti nell'elenco di cui all'allegato I al TFUE, escluso il tabacco;
 - b) i prodotti figuranti nell'elenco di cui all'allegato I del presente regolamento.
 - c) le bevande spiritose a indicazione geografica protetta in virtù del regolamento (CE) n. 110/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽¹⁾.
2. Al fine di tenere presente l'evoluzione del mercato, alla Commissione è conferito il potere di adottare atti delegati, conformemente all'articolo 22, che integrano l'elenco di cui all'allegato I del presente regolamento aggiungendovi prodotti.
3. In deroga al paragrafo 1:
 - a) le azioni di informazione e di promozione possono riguardare solo il vino recante denominazione di origine o indicazione geografica protetta nonché il vino con indicazione della varietà di uva da vino; nel caso dei programmi semplici di cui all'articolo 6, paragrafo 3, nel programma considerato devono rientrare anche altri prodotti contemplati dal paragrafo 1, lettera a) o b);
 - b) per le bevande spiritose di cui al paragrafo 1, lettera c), per il vino alle condizioni di cui alla lettera a) del presente paragrafo e per la birra, le azioni destinate al mercato interno si limitano a informare i consumatori sui regimi di cui al paragrafo 4 e sul consumo responsabile di tali bevande;
 - c) i prodotti della pesca e dell'acquacoltura figuranti nell'elenco di cui all'allegato I del regolamento (UE) n. 1379/2013 possono essere oggetto delle azioni di informazione e di promozione a soltanto se nel programma considerato rientrano anche altri prodotti di cui al paragrafo 1.
4. Le azioni di informazione e di promozione possono riguardare i regimi seguenti:
 - a) i regimi di qualità stabiliti dal regolamento (UE) n. 1151/2012, dal regolamento (CE) n. 110/2008 e dall'articolo 93 del regolamento (UE) n. 1308/2013;
 - b) il metodo di produzione biologica, quale definito dal regolamento (CE) n. 834/2007 del Consiglio ⁽²⁾;
 - c) il simbolo grafico dei prodotti agricoli di qualità tipici delle regioni ultraperiferiche, di cui all'articolo 21 del regolamento (UE) n. 228/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽³⁾;

⁽¹⁾ Regolamento (CE) n. 110/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 gennaio 2008, relativo alla definizione, alla designazione, alla presentazione, all'etichettatura e alla protezione delle indicazioni geografiche delle bevande spiritose e che abroga il regolamento (CEE) n. 1576/89 del Consiglio (GU L 39 del 13.2.2008, pag. 16).

⁽²⁾ Regolamento (CE) n. 834/2007 del Consiglio, del 28 giugno 2007, relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici e che abroga il regolamento (CEE) n. 2092/91 (GU L 189 del 20.7.2007, pag. 1).

⁽³⁾ Regolamento (UE) n. 228/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 13 marzo 2013, recante misure specifiche nel settore dell'agricoltura a favore delle regioni ultraperiferiche dell'Unione e che abroga il regolamento (CE) n. 247/2006 del Consiglio (GU L 78 del 20.3.2013, pag. 23).

- d) i regimi di qualità di cui all'articolo 16, paragrafo 1, lettere b) e c), del regolamento (UE) n. 1305/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽¹⁾.

CAPO II

ATTUAZIONE DELLE AZIONI DI INFORMAZIONE E DI PROMOZIONE

SEZIONE 1

Disposizioni comuni

Articolo 6

Tipi di azioni

1. Le azioni di informazione e di promozione avvengono in forma di:
 - a) programmi di informazione e di promozione («programmi»); e
 - b) le azioni su iniziativa della Commissione di cui all'articolo 9.
2. I programmi sono costituiti da un insieme coerente di operazioni e sono attuati per un periodo minimo di un anno e massimo di tre anni.
3. I programmi semplici di cui ulteriori dettagli sono forniti alla sezione 2 del presente capo, possono essere presentati da una o più organizzazioni proponenti di cui all'articolo 7, paragrafo 1, lettera a), c) o d), provenienti dallo stesso Stato membro.
4. I programmi multipli di cui ulteriori dettagli sono forniti alla sezione 3 del presente capo possono essere presentati:
 - a) da almeno due organizzazioni proponenti di cui all'articolo 7, paragrafo 1, lettera a), c) o d), provenienti da almeno due Stati membri; oppure
 - b) da una o più organizzazioni dell'Unione di cui all'articolo 7, paragrafo 1, lettera b).

Articolo 7

Organizzazioni proponenti

1. Un programma può essere proposto da:
 - a) organizzazioni professionali o interprofessionali, stabilite in uno Stato membro e rappresentative del settore o dei settori interessati in tale Stato membro, e in particolare le organizzazioni interprofessionali di cui all'articolo 157 del regolamento (UE) n. 1308/2013 e i gruppi di cui all'articolo 3, punto 2, del regolamento (UE) n. 1151/2012, purché siano rappresentative di un nome protetto ai sensi di quest'ultimo regolamento che è oggetto di tale programma;
 - b) organizzazioni professionali o interprofessionali dell'Unione rappresentative del settore interessato o dei settori interessati a livello di Unione;
 - c) organizzazioni di produttori o associazioni di organizzazioni di produttori di cui agli articoli 152 e 156 del regolamento (UE) n. 1308/2013 e che sono state riconosciute da uno Stato membro;
 - d) organismi del settore agroalimentare il cui obiettivo e la cui attività consistano nel promuovere i prodotti agricoli e nel fornire informazioni sugli stessi, e che siano stati investiti dallo Stato membro interessato di attribuzioni di servizio pubblico chiaramente definite in questo ambito; tali organismi devono essere legalmente stabiliti nello Stato membro in questione almeno due anni prima della data dell'invito a presentare proposte di cui all'articolo 8, paragrafo 2.
2. Alla Commissione è conferito il potere di adottare atti delegati conformemente all'articolo 22 che definisce le condizioni specifiche alle quali ciascuna organizzazione, gruppo o organismo proponente di cui al paragrafo 1 può presentare un programma. Dette condizioni, in particolare, garantiscono la rappresentatività di tali organizzazioni, gruppi e organismi e una dimensione significativa del programma.

⁽¹⁾ Regolamento (UE) n. 1305/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) e che abroga il regolamento (CE) n. 1698/2005 del Consiglio (GU L 347 del 20.12.2013, pag. 487).

*Articolo 8***Programma di lavoro annuale**

1. La Commissione adotta, mediante atti di esecuzione, per ogni anno un programma di lavoro annuale che enuncia gli obiettivi operativi perseguiti, le priorità operative, i risultati attesi, il metodo di attuazione e l'importo totale del piano di finanziamento. Tale programma di lavoro annuale e in particolare le sue priorità operative sono conformi agli obiettivi generali e specifici di cui all'articolo 2. In particolare, il programma prevede dispositivi temporanei specifici di reazione a gravi turbative del mercato, perdita di fiducia dei consumatori o altri problemi specifici di cui all'articolo 2, paragrafo 2, lettera e). Esso contiene anche i criteri principali di valutazione, una descrizione delle azioni da finanziare, un'indicazione degli importi assegnati a ogni tipo di azione, un calendario indicativo di attuazione e, per le sovvenzioni, i tassi massimi della partecipazione finanziaria dell'Unione. Tali atti di esecuzione sono adottati secondo la procedura d'esame di cui all'articolo 23, paragrafo 2.

2. Il programma di lavoro di cui al paragrafo 1 è attuato per i programmi semplici e per quelli multipli, mediante pubblicazione, da parte della Commissione, di inviti a presentare proposte in conformità del titolo VI della parte I del regolamento (UE, Euratom) n. 966/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽¹⁾.

*Articolo 9***Azioni su iniziativa della Commissione**

1. La Commissione può realizzare le azioni di informazione e di promozione descritte all'articolo 3, tra cui campagne, in caso di gravi turbative del mercato, perdita di fiducia dei consumatori o altri problemi specifici di cui all'articolo 2, paragrafo 2, lettera e). Tali azioni possono assumere in particolare la forma di missioni di alto livello, partecipazione a fiere commerciali ed esposizioni di livello internazionale, con padiglioni o iniziative destinati a valorizzare l'immagine dei prodotti dell'Unione.

2. La Commissione sviluppa servizi di sostegno tecnico, in particolare allo scopo di:

- a) favorire la conoscenza dei diversi mercati, tra l'altro attraverso visite commerciali esplorative;
- b) mantenere una rete professionale dinamica nell'ambito della politica di informazione e di promozione, anche fornendo consulenza al settore riguardo alla minaccia rappresentata dai prodotti di imitazione e contraffatti nei paesi terzi; e
- c) migliorare la conoscenza delle norme dell'Unione relative all'elaborazione e all'attuazione dei programmi.

*Articolo 10***Divieto di doppi finanziamenti**

Le azioni di informazione e di promozione finanziate dall'Unione ai sensi del presente regolamento non beneficiano di alcun altro finanziamento nell'ambito del bilancio dell'Unione.

*SEZIONE 2***Attuazione e gestione dei programmi semplici***Articolo 11***Selezione dei programmi semplici**

1. La Commissione procede alla valutazione e alla selezione delle proposte di programmi semplici pervenute in esito all'invito a presentare proposte di cui all'articolo 8, paragrafo 2. Alla Commissione è conferito il potere di adottare atti delegati conformemente all'articolo 22 per stabilire le condizioni specifiche per l'ammissibilità riguardo ai programmi semplici.

2. La Commissione decide, mediante atti di esecuzione, in merito alla selezione dei programmi semplici, alle modifiche eventuali da apportarvi e in merito alle relative dotazioni finanziarie. Tali atti di esecuzione sono adottati secondo la procedura di esame di cui all'articolo 23, paragrafo 2.

⁽¹⁾ Regolamento (UE, Euratom) n. 966/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2012, che stabilisce le regole finanziarie applicabili al bilancio generale dell'Unione e che abroga il regolamento (CE, Euratom) n. 1605/2002 (GU L 298 del 26.10.2012, pag. 1).

*Articolo 12***Informazioni sulla selezione dei programmi semplici**

La Commissione fornisce al Comitato di cui all'articolo 23 e pertanto agli Stati membri, informazioni tempestive su tutti i programmi che sono proposti o selezionati.

Fatto salvo il regolamento (UE, Euratom) n. 966/2012, la Commissione fornisce in particolare:

- a) informazioni concernenti il numero di proposte ricevute, gli Stati membri in cui sono stabilite le organizzazioni proponenti, i settori interessati, e il mercato o i mercati obiettivo;
- b) informazioni concernenti l'esito della valutazione delle proposte e una loro descrizione sintetica.

*Articolo 13***Organismi incaricati dell'esecuzione dei programmi semplici**

1. In esito ad un'adeguata procedura di gara, l'organizzazione proponente seleziona gli organismi che eseguono i programmi semplici selezionati, in particolare allo scopo di garantire un'esecuzione efficace delle azioni.

Alla Commissione è conferito il potere di adottare atti delegati conformemente all'articolo 22 per definire le condizioni che disciplinano la procedura di gara per la selezione degli organismi incaricati dell'esecuzione di cui al primo comma.

2. In deroga al paragrafo 1, un'organizzazione proponente può eseguire essa stessa alcune parti di un programma purché siano rispettate alcune condizioni riguardanti l'esperienza dell'organizzazione proponente nell'esecuzione di tali azioni, il costo delle azioni stesse rispetto ai normali tassi di mercato e la percentuale del costo totale rappresentata dalla parte del programma attuata dall'organizzazione proponente.

La Commissione adotta atti delegati per fissare le regole specifiche a norma delle quali l'organizzazione proponente può essere autorizzata ad attuare alcune parti del programma stesso. Tali atti di esecuzione sono adottati secondo la procedura di esame di cui all'articolo 23, paragrafo 2.

*Articolo 14***Esecuzione, monitoraggio e controllo dei programmi semplici**

1. Gli Stati membri interessati sono responsabili della corretta esecuzione dei programmi semplici selezionati a norma dell'articolo 11 e dei relativi pagamenti. Gli Stati membri si accertano che il materiale informativo e promozionale prodotto nell'ambito di tali programmi sia conforme al diritto dell'Unione.

La Commissione adotta atti di esecuzione che fissano le modalità per l'esecuzione, il monitoraggio e il controllo, nonché le norme relative alla conclusione di contratti per l'attuazione di programmi semplici selezionati ai sensi del presente regolamento. Tali atti di esecuzione sono adottati secondo la procedura di esame di cui all'articolo 23, paragrafo 2.

2. Gli Stati membri garantiscono l'esecuzione, dei programmi semplici, li monitorano e li controllano in conformità del regolamento (UE) n. 1306/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio⁽¹⁾ e secondo gli atti di esecuzione da adottare a norma del paragrafo 1.

*Articolo 15***Disposizioni finanziarie relative ai programmi semplici**

1. La partecipazione finanziaria dell'Unione ai programmi semplici nel mercato interno è pari al 70 % delle spese ammissibili. Il contributo finanziario dell'Unione ai programmi semplici nei paesi terzi è pari all'80 % delle spese ammissibili. Le spese restanti sono a carico esclusivo delle organizzazioni proponenti.

⁽¹⁾ Regolamento (UE) n. 1306/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, sul finanziamento, sulla gestione e sul monitoraggio della politica agricola comune e che abroga i regolamenti del Consiglio (CEE) n. 352/78, (CE) n. 165/94, (CE) n. 2799/98, (CE) n. 814/2000, (CE) n. 1290/2005 e (CE) n. 485/2008 (GU L 347 del 20.12.2013, pag. 549).

2. Le percentuali di cui al paragrafo 1 sono portate all'85 % in caso di gravi turbative del mercato, perdita di fiducia dei consumatori o altri problemi specifici di cui all'articolo 2, paragrafo 2, lettera e).

3. In deroga ai paragrafi 1 e 2, per le organizzazioni proponenti stabilite negli Stati membri che a partire dal 1° gennaio 2014 ricevono assistenza finanziaria conformemente agli articoli 136 e 143 TFUE, le percentuali di cui al paragrafo 1 sono rispettivamente pari al 75 % e all'85 %, e la percentuale di cui al paragrafo 2 è pari al 90 %.

Il primo comma si applica solo ai programmi decisi dalla Commissione prima della data in cui lo Stato membro interessato cessa di ricevere tale assistenza finanziaria.

4. Gli studi di valutazione dei risultati delle azioni di informazione e di promozione realizzate a norma del quadro comune di cui all'articolo 25 sono ammissibili al finanziamento dell'Unione a condizioni simili a quelle del programma semplice in questione.

5. L'Unione finanzia interamente le spese di consulenza connesse alla selezione dei programmi in conformità dell'articolo 4, paragrafo 2, lettera a), del regolamento (UE) n. 1306/2013.

6. Le organizzazioni proponenti costituiscono una cauzione a garanzia della corretta esecuzione dei programmi semplici.

7. Il finanziamento delle azioni di informazione e di promozione attuate attraverso programmi semplici è realizzato dall'Unione ai sensi dell'articolo 4, paragrafo 1, lettera c), del regolamento (UE) n. 1306/2013.

8. Alla Commissione è conferito il potere di adottare atti delegati a norma dell'articolo 22 con riguardo alle condizioni specifiche secondo cui sono ammissibili al finanziamento dell'Unione i costi per la fornitura di informazioni e le misure di promozione nonché, laddove necessario, i costi amministrativi e per il personale.

SEZIONE 3

Attuazione e gestione dei programmi multipli e delle azioni su iniziativa della commissione

Articolo 16

Forme di finanziamento

1. Il finanziamento può assumere una o più delle forme previste dal regolamento (UE, Euratom) n. 966/2012 e in particolare consistere in:

- a) sovvenzioni per i programmi multipli;
- b) appalti per le azioni su iniziativa della Commissione.

2. Il finanziamento delle azioni di informazione e di promozione attuate attraverso programmi multipli o per iniziativa della Commissione è realizzato dall'Unione ai sensi dell'articolo 4, paragrafo 2, lettera a), del regolamento (UE) n. 1306/2013.

Articolo 17

Valutazione dei programmi multipli

Le proposte di programmi multipli sono valutate e selezionate in base ai criteri indicati nell'invito a presentare proposte di cui all'articolo 8, paragrafo 2.

Articolo 18

Informazioni sull'attuazione dei programmi multipli

La Commissione fornisce al comitato di cui all'articolo 23 e pertanto agli Stati membri informazioni tempestive su tutti i programmi che sono proposti o selezionati.

Articolo 19

Disposizioni finanziarie relative ai programmi multipli

1. La partecipazione finanziaria dell'Unione ai programmi multipli è pari all'80 % delle spese ammissibili. Le spese restanti sono a carico esclusivo delle organizzazioni proponenti.

2. La percentuale di cui al paragrafo 1 è portata all'85 % in caso di gravi turbative del mercato, perdita di fiducia dei consumatori o altri problemi specifici di cui all'articolo 2, paragrafo 2, lettera e).

3. In deroga ai paragrafi 1 e 2, per le organizzazioni proponenti stabilite negli Stati membri che a partire dal 1° gennaio 2014 ricevono assistenza finanziaria conformemente agli articoli 136 e 143 TFUE, le percentuali di cui ai paragrafi 1 e 2 sono rispettivamente pari all'85 % e al 90 %.

Il primo comma si applica solo ai programmi decisi dalla Commissione prima della data in cui lo Stato membro interessato cessa di ricevere tale assistenza finanziaria.

Articolo 20

Appalti per le azioni attuate su iniziativa della Commissione

Le procedure di appalto realizzate dalla Commissione a proprio nome o insieme a Stati membri sono subordinate al rispetto delle norme in materia di appalti di cui al regolamento (UE, Euratom) n. 966/2012 e al regolamento delegato (UE) n. 1268/2012 della Commissione ⁽¹⁾.

Articolo 21

Protezione degli interessi finanziari dell'Unione

1. La Commissione adotta le misure appropriate per garantire la protezione degli interessi finanziari dell'Unione nell'esecuzione delle azioni finanziate in virtù della presente sezione, applicando misure preventive contro la frode, la corruzione e qualsiasi altra attività illecita, mediante controlli efficaci e, se sono rilevate irregolarità, mediante il recupero degli importi indebitamente versati e, se necessario, mediante sanzioni amministrative e finanziarie efficaci, proporzionate e dissuasive.

2. La Commissione o i suoi rappresentanti e la Corte dei conti hanno la facoltà di sottoporre ad audit, documentale e con verifiche sul posto, tutti i beneficiari di sovvenzioni, gli appaltatori e i subappaltatori che hanno ottenuto fondi dell'Unione.

3. L'Ufficio europeo per la lotta antifrode (OLAF) può svolgere indagini, inclusi controlli e ispezioni in loco, nel rispetto delle disposizioni e delle procedure previste dal regolamento (UE, Euratom) n. 883/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio ⁽²⁾ e del regolamento (Euratom, CE) n. 2185/96 del Consiglio ⁽³⁾, al fine di stabilire se vi sia stata frode, corruzione o qualsiasi altra attività illecita lesiva degli interessi finanziari dell'Unione in relazione a convenzioni di sovvenzione o decisioni di sovvenzione o contratti che coinvolgono fondi dell'Unione.

4. Fatti salvi i paragrafi 1, 2 e 3, gli accordi di cooperazione con paesi terzi e con organismi internazionali, i contratti, le convenzioni e le decisioni di sovvenzione derivanti dall'esecuzione del programma ai sensi del presente regolamento contengono disposizioni che autorizzano espressamente la Corte dei conti e l'OLAF a svolgere gli audit e le indagini anzidetti conformemente alle rispettive competenze.

CAPO III

DISPOSIZIONI FINALI

SEZIONE 1

Deleghe di potere e disposizioni di esecuzione

Articolo 22

Esercizio della delega

1. Il potere di adottare atti delegati è conferito alla Commissione alle condizioni stabilite nel presente articolo.

⁽¹⁾ Regolamento delegato (UE) n. 1268/2012 della Commissione, del 29 ottobre 2012, recante le modalità di applicazione del regolamento (UE, Euratom) n. 966/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio che stabilisce le regole finanziarie applicabili al bilancio generale dell'Unione (GU L 362 del 31.12.2012, pag. 1).

⁽²⁾ Regolamento (UE, Euratom) n. 883/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 settembre 2013, relativo alle indagini svolte dall'Ufficio europeo per la lotta antifrode (OLAF) e che abroga il regolamento (CE) n. 1073/1999 del Parlamento europeo e del Consiglio e il regolamento (Euratom) n. 1074/1999 del Consiglio (GU L 248 del 18.9.2013, pag. 1).

⁽³⁾ Regolamento (Euratom, CE) n. 2185/96 del Consiglio, dell'11 novembre 1996, relativo ai controlli e alle verifiche sul posto effettuati dalla Commissione ai fini della tutela degli interessi finanziari delle Comunità europee contro le frodi e altre irregolarità (GU L 292 del 15.11.1996, pag. 2).

2. Il potere di adottare atti delegati di cui agli articoli 5, paragrafo 2, 7, paragrafo 2, 11, paragrafo 1, 13, paragrafo 1, 15, paragrafo 8 e 29, paragrafo 2, è conferito alla Commissione per un periodo di cinque anni a decorrere dal 24 novembre 2014. La Commissione elabora una relazione sulla delega di potere al più tardi nove mesi prima della scadenza del periodo di cinque anni. La delega di potere è tacitamente prorogata per periodi di identica durata, a meno che il Parlamento europeo o il Consiglio non si oppongano a tale proroga al più tardi tre mesi prima della scadenza di ciascun periodo.

3. La delega di potere di cui agli articoli 5, paragrafo 2, 7, paragrafo 2, 11, paragrafo 1, 13, paragrafo 1, 15, paragrafo 8 e 29, paragrafo 2, può essere revocata in qualsiasi momento dal Parlamento europeo o dal Consiglio. La decisione di revoca pone fine alla delega di potere ivi specificata. Gli effetti della decisione decorrono dal giorno successivo alla pubblicazione della decisione nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea* o da una data successiva ivi specificata. Essa non pregiudica la validità degli atti delegati già in vigore.

4. Non appena adotta un atto delegato, la Commissione ne dà contestualmente notifica al Parlamento europeo e al Consiglio.

5. L'atto delegato adottato in forza del presente regolamento entra in vigore solo se né il Parlamento europeo né il Consiglio hanno sollevato obiezioni entro il termine di due mesi dalla data in cui esso è stato loro notificato o se, prima della scadenza di tale termine, sia il Parlamento europeo che il Consiglio hanno informato la Commissione che non intendono sollevare obiezioni. Il suddetto termine può essere prorogato di due mesi su iniziativa del Parlamento europeo o del Consiglio.

Articolo 23

Comitato

1. La Commissione è assistita dal comitato per l'organizzazione comune dei mercati agricoli istituito dall'articolo 229 del regolamento (UE) n. 1308/2013. Esso è un comitato ai sensi del regolamento (UE) n. 182/2011.

2. Nei casi in cui è fatto riferimento al presente paragrafo, si applica l'articolo 5 del regolamento (UE) n. 182/2011.

SEZIONE 2

Consultazione, valutazione e relazione

Articolo 24

Consultazione

Nell'ambito dell'attuazione del presente regolamento, la Commissione può consultare i gruppi di dialogo civile sulla qualità e la promozione istituiti ai sensi della decisione 2013/767/UE della Commissione⁽¹⁾.

Articolo 25

Quadro comune per la valutazione di impatto delle azioni

In linea con il quadro comune di monitoraggio e valutazione della politica agricola comune di cui all'articolo 110 del regolamento (UE) n. 1306/2013, la Commissione adotta atti di esecuzione che creano il quadro comune per la valutazione d'impatto dei programmi di informazione e di promozione finanziati in virtù del presente regolamento e un sistema di indicatori. Tali atti di esecuzione sono adottati secondo la procedura d'esame di cui all'articolo 23, paragrafo 2.

Tutte le parti interessate comunicano alla Commissione tutti i dati e tutte le informazioni necessarie per permettere la valutazione di impatto delle azioni.

Articolo 26

Relazione

1. Entro il 31 dicembre 2018 la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione provvisoria sull'applicazione del presente regolamento. Tale relazione provvisoria comprende la percentuale di adozione nei diversi Stati membri e corredata, se del caso, di proposte appropriate.

⁽¹⁾ Decisione 2013/767/UE della Commissione, del 16 dicembre 2013, che istituisce un quadro per un dialogo civile nel settore della politica agricola comune e abroga la decisione 2004/391/CE (GU L 338 del 17.12.2013, pag. 115).

2. Entro il 31 dicembre 2020 la Commissione presenta al Parlamento europeo e al Consiglio una relazione sull'applicazione del presente regolamento, corredata, se del caso, di proposte appropriate.

SEZIONE 3

Aiuti di stato, abrogazione, disposizioni transitorie, entrata in vigore e data di applicazione

Articolo 27

Aiuti di Stato

In deroga all'articolo 211, paragrafo 1, del regolamento (UE) n. 1308/2013, e all'articolo 3 del regolamento (CE) n. 1184/2006 del Consiglio ⁽¹⁾, nonché in virtù dell'articolo 42, primo comma, TFUE, gli articoli 107, 108 e 109 TFUE non si applicano ai pagamenti erogati dagli Stati membri in applicazione del presente regolamento e in conformità delle sue disposizioni, né si applicano ai contributi finanziari derivanti da introiti parafiscali, contributi obbligatori o altri strumenti finanziari a carico degli Stati membri, nel caso dei programmi che possono beneficiare di un sostegno dell'Unione che la Commissione ha selezionato in conformità del presente regolamento.

Articolo 28

Abrogazione

Il regolamento (CE) n. 3/2008 è abrogato.

I riferimenti al regolamento abrogato si intendono fatti al presente regolamento e si leggono secondo la tavola di concordanza di cui all'allegato II del presente regolamento.

Articolo 29

Disposizioni transitorie

1. Il regolamento (CE) n. 3/2008 continua ad applicarsi alle azioni di informazione e di promozione il cui finanziamento è stato deciso dalla Commissione anteriormente al 1° dicembre 2015.

2. Alla Commissione è conferito il potere di adottare atti delegati conformemente all'articolo 22 per garantire la transizione tra l'applicazione del regolamento (CE) n. 3/2008 e il presente regolamento.

Articolo 30

Entrata in vigore e applicazione

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

Esso si applica a decorrere dal 1° dicembre 2015.

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

Fatto a Strasburgo, il 22 ottobre 2014

Per il Parlamento europeo

Il presidente

M. SCHULZ

Per il Consiglio

Il presidente

B. DELLA VEDOVA

⁽¹⁾ Regolamento (CE) n. 1184/2006 del Consiglio, del 24 luglio 2006, relativo all'applicazione di alcune regole di concorrenza alla produzione e al commercio dei prodotti agricoli (GU L 214 del 4.8.2006, pag. 7).

ALLEGATO I

Prodotti di cui all'articolo 5, paragrafo 1, lettera B)

- a) birra,
 - b) cioccolato e prodotti derivati,
 - c) prodotti di panetteria, pasticceria, confetteria o biscotteria,
 - d) bevande a base di estratti di piante,
 - e) pasta alimentare,
 - f) sale,
 - g) gomme e resine naturali,
 - h) pasta di mostarda,
 - i) mais dolce,
 - j) cotone.
-

ALLEGATO II

Tavola di concordanza

di cui all'articolo 28

Regolamento (CE) n. 3/2008	Presente regolamento
Articolo 1, paragrafo 1, primo comma	<i>Articolo 1</i>
Articolo 1, paragrafo 1, secondo comma	Articolo 6, paragrafo 1, lettera a)
Articolo 1, paragrafo 2	Articolo 4, paragrafi 1 e 2
<i>Articolo 2</i>	<i>Articolo 3</i>
Articoli 3 e 4	<i>Articolo 5</i>
Articolo 5	Articolo 8
Articolo 6, paragrafo 1	<i>Articolo 7</i>
Articolo 6, paragrafo 2	—
Articolo 7	—
<i>Articolo 8</i>	Articoli 11, 12 e 17
<i>Articolo 9</i>	—
<i>Articolo 10</i>	Articolo 9
<i>Articolo 11</i>	<i>Articolo 13</i>
Articolo 12, paragrafo 1	—
Articolo 12, paragrafo 2	<i>Articolo 14</i>
Articolo 13, paragrafo 1	Articolo 16, paragrafo 1, lettera b)
Articolo 13, paragrafo 2, primo comma	Articolo 15, paragrafi 1, 2 e 3 e articolo 19
Articolo 13, paragrafo 2, secondo comma	—
Articolo 13, paragrafo 2, terzo comma	—
Articolo 13, paragrafi 3, 4 e 5	—
Articolo 13, paragrafo 6	Articolo 27
Articolo 14	Articolo 15, paragrafi 5 e 7, e articolo 16, paragrafo 2
Articoli 15 e 16	Articolo 4, paragrafo 3, articolo 5, paragrafo 2, articolo 7, paragrafo 2, articolo 8 paragrafo 1, articolo 11, articolo 13, articolo 14, paragrafo 1, articolo 15, paragrafo 8, articolo 22, articolo 23, articolo 25 e articolo 29
<i>Articolo 17</i>	Articolo 24
<i>Articolo 18</i>	Articolo 26
<i>Articolo 19</i>	Articolo 28
<i>Articolo 20</i>	<i>Articolo 30</i>