

РЕГЛАМЕНТ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ (ЕС) 2020/132 НА КОМИСИЯТА**от 30 януари 2020 година****за определяне на спешна мярка под формата на дерогация от член 45, параграф 3 от Регламент (ЕС) № 1308/2013 на Европейския парламент и на Съвета по отношение на участието на Съюза в мярката за популяризиране в лозаро-винарския сектор**

ЕВРОПЕЙСКАТА КОМИСИЯ,

като взе предвид Договора за функционирането на Европейския съюз,

като взе предвид Регламент (ЕС) № 1308/2013 на Европейския парламент и на Съвета от 17 декември 2013 г. за установяване на обща организация на пазарите на селскостопански продукти и за отмяна на регламенти (ЕИО) № 922/72, (ЕИО) № 234/79, (ЕО) № 1037/2001 и (ЕО) № 1234/2007 на Съвета ⁽¹⁾, и по-специално член 221, параграф 1 от него,

като има предвид, че:

- (1) На 2 октомври 2019 г. Световната търговска организация (СТО) издаде арбитражното решение за Европейските общности и някои държави членки — мерки, засягащи търговията с големи граждански въздухоплавателни средства, WT/DS316/ARB. Арбитражното решение дава право на Съединените американски щати (САЩ) да поискат разрешение за налагане на мерки за противодействие в размер, който не надхвърля 7,5 милиарда щатски долара годишно, като реакция на субсидиите от Съюза за „Еърбъс“. На 18 октомври 2019 г. САЩ наложиха адвалорно вносно мито в размер на 25 % върху някои продукти, сред които тихи вина, изнасяни за САЩ от Германия, Испания, Франция и Обединеното кралство. Това извънредно, несправедливо и непредвидимо положение оказва сериозно и вредно въздействие върху световната търговия на всички вина от Съюза. САЩ заплашиха също така, че ще наложат 100 % адвалорни мита върху вноса на френските пенливи вина като реакция на френския данък върху цифровите услуги (данък GAFA).
- (2) Вносните мита, наложени от САЩ, оказват пряко и сериозно въздействие върху търговията с вина от Съюза на пазара на САЩ, който е най-големият пазар за износ на селскостопански продукти на Съюза, и по-специално на вино, както по отношение на стойността, така и по отношение на обема на износа. През 2018 г. износът на вино от Съюза за САЩ е 6,5 милиона хектолитра, което възлиза на 4 милиарда евро. Износът на вино от Съюза за САЩ обикновено представлява между 30 и 40 % от общата стойност на износа на вино от Съюза.
- (3) Увеличените вносни мита, наложени от САЩ, оказват вредно въздействие върху всички вина от Съюза, а не само върху тихите вина с произход от четирите държави членки, спрямо които се прилагат повишените вносни мита. В резултат на това репутацията на всички вина от Съюза, които могат да бъдат намерени на пазара на САЩ, и търговията с тях са засегнати неблагоприятно. Репутацията на дадено вино се определя не само от неговото качество, но и от цената му и от оценката на съотношението между цена и качество. Това важи в особено голяма степен за вината от ниския и средния ценови клас — наложеното вносно мито в размер на 25 % в абсолютно изражение засяга много повече тях, отколкото по-скъпите вина, закупувани от познавачите, за които увеличението на цените няма възпиращ ефект. На пазара на САЩ вината от Съюза се конкурират с вина с произход извън ЕС, като например Южна Америка, Австралия или Южна Африка. Предвид тази ожесточена и силна конкуренция начинът, по който цената се възприема, играе значителна роля. Когато потребителят е наясно, че цената на виното с произход от някои части на Съюза е обвързана с увеличено вносно мито, това ще има отрицателно въздействие върху цялостния начин на възприемане на ценовия диапазон на вината от Съюза и по този начин ще отклони потребителското търсене към продукти с произход от други места. С оглед на установените в резултат на това пазарни условия и намаляването на общата възвръщаемост за производителите са необходими незабавни мерки за справяне с последиците от вносните мита за всички вина с произход от всички държави членки, не само тези, които са пряко засегнати от вносните мита.
- (4) От гледна точка на стабилността на пазара режимът на вносните мита, наложен от САЩ, не представлява изолирана национална мярка, чиито последици засягат само търговията със САЩ. Случващото се на световния пазар на вино засяга всички участници в него и отделните мерки, предприети от важни икономически фактори като САЩ, имат значителни последици за международната търговия с вино като цяло. Всяка неблагоприятна промяна в условията на някой от основните пазари на местоназначение на виното от Съюза, какъвто пазар е САЩ, неизбежно засяга други пазари, тъй като продуктите, които не могат да бъдат продадени в САЩ поради повишената си цена, трябва да бъдат

⁽¹⁾ ОВ L 347, 20.12.2013 г., стр. 671.

пренасочени другадe. Следователно потребителите в тези други пазари, които добре познават пазарните условия, ще упражнят допълнителен натиск върху цените и конкуренцията ще бъде още по-ожесточена от обичайното. Поради това е вероятно настоящите вносни мита, наложени от САЩ, да доведат до стагнация в световен мащаб за износа на вино от Съюза. От информацията, получена от представляващите лозаро-винарския сектор, става ясно, че значителни поръчки на френски вина за пазара на САЩ вече са отменени.

- (5) През 2019 г. пазарът на вино в Съюза функционираше при много неблагоприятни условия, докато запасите от вино са на най-високото си равнище от 2009 г. насам. Тази тенденция може да се обясни преди всичко с комбинацията от рекордно високата реколта през 2018 г. и свиващото се потребление на вино в Съюза. Ако вината, които подлежат на вносните мита, наложени от САЩ, не бъдат продадени на експортните пазари извън Съюза, това само ще влоши и задълбочи проблемите на пазара на Съюза. Следва да се отбележи също така, че положението се усложнява и от момента, избран за налагане на вносните мита. Те се прилагат, считано от 18 октомври 2019 г., което е точно в разгара на прибирането на реколтата и производството на вино за 2019 г. и непосредствено преди периода на празниците в края на годината — това са два от най-важните периоди на продажби на вино през годината за лозаро-винарския сектор в Съюза. Предвид това е необходимо да се предприемат незабавни мерки за справяне със ситуацията.
- (6) Сред мерките за подпомагане на лозаро-винарския сектор, посочени в член 43 от Регламент (ЕС) № 1308/2013, само мярката за популяризиране по член 45, параграф 1, буква б) от същия регламент, е насочена пряко към популяризиране на вината от Съюза в трети държави с цел повишаване на тяхната конкурентоспособност. През годините тази мярка за популяризиране се оказва особено ефективна за раширяване и консолидиране на пазарите в трети държави. Тя се оказва най-ефективният инструмент за подпомагане на вината от Съюза на пазарите на трети държави чрез повишаване на тяхната репутация и увеличаване на осведомеността за тяхното качество. Международният пазар на вино е световен пазар и всяка операция за популяризиране на виното от Съюза на пазарите на трети държави е от полза за всички вина от Съюза. Така се откриват възможности за операторите, които предстои да навлязат на съответния пазар с други вина от Съюза. Индивидуалните действия за популяризиране имат т. нар. „мултипликационен ефект“ върху продажбите, тъй като те засягат цяла гама от вина или цели винарски региони, не само отделна търговска марка или вид вино. Ето защо от съществено значение е да се продължат и активизират дейностите за популяризиране на всички пазари, както и да се стартират нови, за да се намерят възможности за реализация на вина, които няма да се продават на пазара в САЩ, и да се запази репутацията на вината от Съюза на тези други пазари, а така също и да се противодейства на натиска върху цените.
- (7) Поради това, за да се помогне на операторите да реагират на настоящите извънредни обстоятелства на експортните пазари в целия свят след режима на вносните мита, наложен от САЩ, и да се справят с това непредвидимо и несигурно положение, е целесъобразно да се планира допълнителна гъвкавост при прилагането на мярката за популяризиране по член 45, параграф 1, буква б) от Регламент (ЕС) № 1308/2013. За целта е необходимо — като извънредна мярка — да се предвиди дерогация от член 45, параграф 3 от посочения регламент и временно да се увеличи максималният размер на участието на Съюза в мерките за популяризиране по член 45, параграф 1, буква б) от посочения регламент от 50 % на 60 % от допустимите разходи.
- (8) Тази мярка е нужна, тъй като за операторите неизбежно ще се наложат допълнителни разходи, произтичащи от необходимостта от пренасочване на действията за популяризиране към други държави или от организирането на ново популяризиране в тях, като всички те ще трябва да бъдат изпълнени спешно, за да се гарантира продажбата на запасите. Увеличаването на 60 % на участието на Съюза за мерки за популяризиране и последващото намаляване на участието за бенефициерите ще им позволи да предприемат по-амбициозни действия и да запазят трудно извоюваните си позиции на чуждестранните пазари. То също така ще предостави стимул за новите оператори да кандидатстват за подпомагане на своите операции по популяризиране при обстоятелства, при които те иначе не биха го направили, ако участието на Съюза си остане 50 %, по-специално що се отнася до операторите, които и преди не са могли да си го позволят. Намаляването на финансовата тежест за тях до 40 % ще им помогне да се справят с въздействието на вносните мита, наложени от САЩ.
- (9) Гъвкавостта, въведена чрез увеличаване на участието на Съюза, представлява форма на финансово подпомагане, което обаче не налага допълнително финансиране от Съюза, тъй като бюджетните ограничения за националните програми за подпомагане на лозаро-винарския сектор, определени в приложение VI към Регламент (ЕС) № 1308/2013, продължават да се прилагат. Така държавите членки могат да решат да разпределят по-големи суми за мярката за популяризиране само в рамките на годишния бюджет, предвиден в приложение VI към посочения регламент. Следователно целта на мярката е да се предостави подпомагане на сектора в дадената нестабилна ситуация на пазара, без да е необходимо за това да се мобилизират допълнителни средства. Освен това тази гъвкавост не следва да има отрицателно въздействие върху бюджета, разпределен за други мерки за подпомагане съгласно посочения регламент, тъй като някои от мерките, като реструктурирането и конверсията на лозя, стават все по-малко приложими и за тях са необходими все по-малко бюджетни средства от държавите членки. Освен това статистическите данни за последните години показват неусвояване на максималния бюджет, с който разполага всяка държава членка.

- (10) Вносните мита, наложени от САЩ, и произтичащите от това трудности за търговията с вино от Съюза представляват специфичен проблем по смисъла на член 221 от Регламент (ЕС) № 1308/2013. Този специфичен проблем не може да бъде решен чрез мерки, предприети съгласно член 219 или 220 от същия регламент. От една страна, той не е свързан с вече съществуващи смущения на пазара, тъй като наложените от САЩ вносни мита понастоящем оказват силно въздействие върху репутацията на вината от Съюза и е вероятно да доведат до бързо влошаване на условията на пазара на вино в бъдеще, ако не се предприемат незабавни мерки за разрешаване на възникналото положение. Този специфичен проблем понастоящем не е свързан и с достатъчно конкретна заплаха от смущения на пазара, които е вероятно да продължат да съществуват в сегашната си форма, тъй като се очаква вносните мита от САЩ да се променят във времето, като така вероятно ще окажат допълнително непредвидимо въздействие върху световния пазар на вино. От друга страна, този специфичен проблем не е свързан и с мерките за борба с разпространението на болести по животните или със загубата на доверието на потребителите поради рискове за здравето на хората, животните или растенията, както се изисква в член 220 от посочения регламент.
- (11) Освен това тази мярка, заедно с повишената гъвкавост при прилагането на мярката за популяризиране, посочена в член 45, параграф 1, буква б) от Регламент (ЕС) № 1308/2013, е част от серия от мерки, чиято цел е да се подпомогнат операторите на равнището на Съюза, засегнати от вносните мита, наложени от САЩ, върху вината от Съюза. Сред тези мерки обаче тази е единствената, предлагаща финансови облекчения, необходими за справяне с положението на операторите, засегнати от вносните мита, наложени от САЩ, което се изразява в загуби на приходи и увеличени разходи, породени от необходимостта те да намерят нови пазари за своите вина.
- (12) Мярката следва да бъде ограничена до строго необходимото за справяне със сегашните извънредни обстоятелства на експортните пазари както по отношение на обхвата ѝ, така и по отношение на срока на прилагането ѝ.
- (13) Участието на Съюза може да бъде предоставено от държавите членки само въз основа на заявление, което е избрано по мярката за популяризиране, предвидена в член 45, параграф 1, буква б) от Регламент (ЕС) № 1308/2013, считано от датата на влизане в сила на настоящия регламент. Тя следва да се предостави на всички оператори, избрани по мярката, без значение коя е конкретната категория вино или какъв е произходът на виното от Съюза, като се има предвид фактът, че прилагането на вносните мита от САЩ нанася щети на целия износ на вино от Съюза. В този контекст е необходимо да бъдат приети мерки за подобряване на конкурентоспособността на всички вина от Съюза при износа им. За да се гарантира това, настоящата спешна мярка следва да се прилага за всички бенефициери, независимо от пазарите, към които са насочени техните операции. Тя следва също така да бъде предлагана и на операторите, които възнамеряват да насочат усилията си към пазара на САЩ, но също така и на операторите, които ще насочат усилията си към пазара на трета държава при сегашните условия, наблюдавани на световния пазар на вино. Освен това би било много трудно в рамките на една операция за популяризиране да се отделят действията, отнасящи се до тихите вина, от действията, отнасящи се до други вина, тъй като операциите за популяризиране обикновено са предназначени за насърчаване на цяла гама продукти, а не само на конкретна категория. Много кампании за популяризиране се отнасят до всички вина от даден регион или до широка гама от вина, продавани от даден оператор. Разделянето на действията, отнасящи се до други вина, от действията, отнасящи се до тихи вина, в рамките на една кампания за популяризиране, би представлявало голяма административна тежест и би подкопало положителните ефекти от операциите за популяризиране.
- (14) Спешната мярка следва да се ограничи до период от максимум 12 месеца, считано от датата на влизане в сила на настоящия регламент. Този период е необходим, за да се даде възможност за подготовянето на кампании за популяризиране. Процесът включва няколко административни стъпки, като например промени в националните програми за подпомагане, подготовка и оповестяване на покани за представяне на предложения, подбор на заявления и сключване на договори — процес, който обикновено продължава повече от 6 месеца. Следователно, за да бъде дерогацията ефективно приложена, срокът ѝ следва да бъде 12 месеца. Заявленията, подбрани след 12-месечния период, не следва да се ползват от увеличението на участието на Съюза.
- (15) Мерките, предвидени в настоящия регламент, са в съответствие със становището на Комитета за общата организация на селскостопанските пазари,

ПРИЕ НАСТОЯЩИЯ РЕГЛАМЕНТ:

Член 1

Категории продукти, попадащи в обхвата на настоящия регламент

Настоящият регламент се прилага за популяризиране на виното по смисъла на точки 1—9, 15 и 16 от част II от приложение VII към Регламент (ЕС) № 1308/2013.

Член 2

Участие на Съюза за мерки за популяризиране

Чрез дерогация от член 45, параграф 3 от Регламент (ЕС) № 1308/2013 участието на Съюза за мерките за популяризиране, посочени в член 45, параграф 1, буква б) от Регламент (ЕС) № 1308/2013, не надвишава 60 % от допустимите разходи.

Член 3

Влизане в сила и прилагане

Настоящият регламент влиза в сила на третия ден след деня на публикуването му в *Официален вестник на Европейския съюз*.

Настоящият регламент се прилага за период от 12 месеца, считано от датата на влизането му в сила.

Настоящият регламент е задължителен в своята цялост и се прилага пряко във всички държави членки.

Съставено в Брюксел на 30 януари 2020 година.

За Комисията
Председател
Ursula VON DER LEYEN