



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Βρυξέλλες, 18.11.2011
COM(2011) 774 τελικό

**ΕΚΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΣΤΟ
ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ**

**κατ' εφαρμογή του άρθρου 184 παράγραφος 7 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ.° 1234/2007
του Συμβουλίου**

σχετικά με την εφαρμογή του μέτρου προώθησης οίνων στις αγορές τρίτων χωρών.

{SEC(2011) 1371 τελικό}

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

1.	Εισαγωγή.....	2
2.	Περιγραφή του μέτρου και όροι εφαρμογής.....	3
2.1.	Όροι πρόσβασης στο μέτρο και επιλέξιμες δράσεις.....	4
2.2.	Συμβατότητα και συνοχή με άλλα μέτρα προώθησης.....	5
3.	Προγραμματισμός και Εφαρμογή.....	6
3.1.	Προγραμματισμός.....	7
3.2.	Εφαρμογή, διαδικασίες επιλογής αιτήσεων.....	7
3.3.	Εκτέλεση του προϋπολογισμού.....	7
3.3.1.	Συμμετοχή της Ένωσης και συμπληρωματική κρατική ενίσχυση.....	8
3.3.2.	Εκτέλεση στα κράτη μέλη.....	8
3.4.	Δικαιούχοι.....	10
3.5.	Δράσεις που υλοποιήθηκαν.....	11
3.6.	Κύριες εμπλεκόμενες αγορές.....	12
4.	Αξιολόγηση και Προτάσεις εκ Μέρους των Κρατών Μελών.....	13
4.1.1.	Πλεονεκτήματα.....	13
4.1.2.	Περιορισμοί.....	14
4.1.3.	Προτάσεις εκ μέρους των κρατών μελών.....	14
5.	Συμπέρασμα.....	14

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στόχος της μεταρρύθμισης της ΚΟΑ οίνου που εγκρίθηκε το 2008¹ και ενσωματώθηκε στον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1234/2007 του Συμβουλίου της 22ας Οκτωβρίου 2007² (εφεξής «ενιαίος κανονισμός ΚΟΑ») είναι να αποκατασταθεί η ισορροπία στην αγορά και να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα του τομέα, και παράλληλα να διατηρηθεί η φήμη και η ποιότητα των οίνων στην Ένωση. Τα παραδοσιακά μέτρα της αγοράς, όπως οι αποστάξεις, η ενίσχυση της χρησιμοποίησης συμπυκνωμένων γλυκών και το καθεστώς των δικαιωμάτων φύτευσης σταδιακά αποσύρονται και αντικαθίστανται από μέτρα πιο διαρθρωτικά (επένδυση, αναδιάρθρωση μετατροπή του αμπελώνα) καθώς και από το νέο μέτρο της προώθησης σε τρίτες χώρες. Όλα αυτά τα μέτρα τίθενται σε εφαρμογή μέσω εθνικών προγραμμάτων στήριξης. Το μέτρο της προώθησης σε αγορές τρίτων χωρών, το οποίο αποτελεί ένα από τα βασικά μέτρα αυτής της μεταρρύθμισης, έχει ως κύριο στόχο την αύξηση της ανταγωνιστικότητας των οίνων της Ένωσης στις τρίτες χώρες.

Η παρούσα έκθεση, σύμφωνα με το άρθρο 184 παράγραφος 7 του ενιαίου κανονισμού ΚΟΑ, αφορά την εφαρμογή του μέτρου προώθησης των οίνων στις αγορές τρίτων χωρών, όπως προβλέπεται στο άρθρο 103ιστ του ανωτέρω κανονισμού, κατά τη διάρκεια των δύο πρώτων ετών εφαρμογής της μεταρρύθμισης. Βασίζεται στα αποτελέσματα λογιστικών ελέγχων που πραγματοποιήθηκαν σε ορισμένα κράτη μέλη, καθώς και σε πληροφορίες που παρασχέθηκαν από αυτά, ιδίως εκθέσεις εφαρμογής, όπου σύμφωνα με το άρθρο 188α παράγραφος 6 προβλέπεται ανάλυση των δαπανών και των οφελών των εθνικών προγραμμάτων καθώς και προτάσεις σχετικά με τα μέσα για την αύξηση της αποδοτικότητάς τους.

Αναμένονται συμπληρωματικές εκθέσεις και αξιολογήσεις εκ μέρους των κρατών μελών, τον Μάρτιο κάθε έτους έως το 2014, ιδίως σχετικά με τις δαπάνες και τα οφέλη των προγραμμάτων στήριξης, συμπεριλαμβανομένου του μέτρου προώθησης. Με τις πληροφορίες αυτές θα καταστεί δυνατή η λεπτομερέστερη ανάλυση του εν λόγω μέτρου.

2. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΜΕΤΡΟΥ ΚΑΙ ΟΡΟΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Το μέτρο προώθησης των οίνων στις αγορές τρίτων χωρών υπόκειται στις ρυθμίσεις του άρθρου 103ιστ του ενιαίου κανονισμού ΚΟΑ και των διατάξεων εφαρμογής του που περιέχονται στον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 555/2008³, και ειδικότερα στα άρθρα 2 έως 5 που αφορούν πιο συγκεκριμένα την εφαρμογή των εθνικών προγραμμάτων στήριξης και ειδικότερα του μέτρου προώθησης, καθώς και στα άρθρα 35 έως 37α και στα παραρτήματα I, II, IV, V, VI και VIII (εκθέσεις, αξιολογήσεις και γενικές διατάξεις).

¹ EE L 148, 6.6.2008, σ. 1.

² EE L 299, 16.11.2007, σ. 1.

³ EE L 170, 30.06.2008, σ. 1.

Τα κράτη μέλη υπέβαλαν το πρώτο τους εθνικό πρόγραμμα στήριξης στις 30 Ιουνίου 2008, εισάγοντας σε αυτό κατ' επιλογή ένα ή περισσότερα από τα επιλέξιμα μέτρα που απαριθμούνται στο άρθρο 103*ιγ* του ενιαίου κανονισμού ΚΟΑ. Τα προγράμματα ισχύουν για διάστημα πέντε ετών (2009–2013) και μπορούν να τροποποιούνται δύο φορές ετησίως (τον Μάρτιο και τον Ιούνιο κάθε έτους) με σκοπό την προσαρμογή τους στις εξελίξεις του τομέα.

2.1. Όροι πρόσβασης στο μέτρο και επιλέξιμες δράσεις

Το μέτρο καλύπτει την προώθηση ή την ενημέρωση σε τρίτες χώρες για οίνους με προστατευόμενη ονομασία προέλευσης ή προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη ή οίνους με ένδειξη της οινοποιήσιμης ποικιλίας αμπέλου (εφεξής «ποικιλιακοί οίνους»).

Η νομοθεσία προβλέπει πέντε κατηγορίες δράσεων, ήτοι:

- (Α) δημόσιες σχέσεις, μέτρα προώθησης ή διαφήμισης, ειδικότερα εκείνα που τονίζουν τα πλεονεκτήματα των προϊόντων της Ένωσης, ιδίως από την άποψη της ποιότητας, της ασφάλειας των τροφίμων ή της προστασίας του περιβάλλοντος·
- (Β) συμμετοχή σε εκδηλώσεις, εμποροπανηγύρεις ή εκθέσεις διεθνούς σημασίας·
- (Γ) ενημερωτικές εκστρατείες, ιδίως για τα συστήματα της Ένωσης που αφορούν τις ονομασίες προέλευσης, τις γεωγραφικές ενδείξεις και τη βιολογική παραγωγή·
- (Δ) μελέτες νέων αγορών, αναγκαίες για τη διεύρυνση των εμπορικών διεξόδων·
- (Ε) μελέτες για την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων των μέτρων ενημέρωσης και προώθησης.

Αρχικά, η διάρκεια του μέτρου δεν μπορούσε να υπερβαίνει τα τρία έτη για έναν συγκεκριμένο δικαιούχο και μία συγκεκριμένη αγορά. Από το 2010⁴, το μέτρο μπορεί να ανανεωθεί για τον ίδιο δικαιούχο για διάστημα που δεν υπερβαίνει τα δύο έτη, μετά από αξιολόγηση των δράσεων που έχουν υλοποιηθεί στη διάρκεια των πρώτων ετών.

Η ενίσχυση που χορηγείται από την Ένωση δεν πρέπει να υπερβαίνει το 50% της επιλέξιμης δαπάνης και μπορεί να συμπληρώνεται από κρατική ενίσχυση. Στην περίπτωση αυτή, η δράση πρέπει να είναι σύμφωνη με τους κανόνες που διέπουν τις κρατικές ενισχύσεις.

Οι όροι επιλεξιμότητας περιγράφονται λεπτομερώς στη νομοθεσία, ωστόσο θα πρέπει να υπογραμμισθούν οι βασικοί, δηλαδή να καταδειχθεί ότι:

- για τα προϊόντα που αποτελούν αντικείμενο του μέτρου υπάρχουν ευκαιρίες εξαγωγής ή εμπορικές διέξοδοι στις στοχευμένες τρίτες χώρες και εμφανίζουν υψηλή προστιθέμενη αξία·

⁴ EE L 232, 2.9.2010, σ. 1.

- οι δικαιούχοι διαθέτουν επαρκή ικανότητα και πόρους για να αντιμετωπίσουν τους ειδικούς περιορισμούς των συναλλαγών με τις στοχευμένες τρίτες χώρες και ότι το μέτρο μπορεί να εφαρμοστεί κατά τρόπο όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματικό·
- οι δικαιούχοι μπορεί να είναι ιδιωτικές επιχειρήσεις καθώς και επαγγελματικές οργανώσεις, οργανώσεις παραγωγών, διεπαγγελματικές οργανώσεις ή δημόσιοι οργανισμοί (εάν αυτό αποφασίσει ένα κράτος μέλος)·
- προτιμώνται πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, κατά την έννοια της σύστασης 2003/361/EK της Επιτροπής⁵·
- οι επιλεγμένες δράσεις προσφέρουν την καλύτερη σχέση ποιότητας / τιμής.

Τα κράτη μέλη θέτουν σε εφαρμογή τις διαδικασίες επιλογής, λαμβάνοντας υπόψη κανονιστικά κριτήρια, προκειμένου να επιλέξουν τα καλύτερα σχέδια από την άποψη της σχέσης ποιότητας/τιμής, διασφαλίζοντας, ιδίως κατά την εξέταση επιλογής, ότι οι αιτήσεις πληρούν τους όρους και τηρούν τις νόμιμες προθεσμίες.

Επίσης ορίζουν δείκτες αξιολόγησης των αποτελεσμάτων και του αντικτύπου του μέτρου και αποστέλλουν τακτικά στην Επιτροπή τα στοιχεία και τις εκθέσεις σχετικά με την εκτέλεση του μέτρου σύμφωνα με τις προαναφερθείσες διατάξεις του κανονισμού εφαρμογής.

2.2. Συμβατότητα και συνοχή με άλλα μέτρα προώθησης

Ο αμπελοοινικός τομέας μπορεί επίσης να επωφεληθεί από μέτρα προώθησης στο πλαίσιο οριζόντιων μέτρων, στα οποία περιλαμβάνεται η προώθηση γεωργικών προϊόντων (κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 3/2008)⁶ και η αγροτική ανάπτυξη (κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1698/2005⁷). Επίσης, τα κράτη μέλη διασφαλίζουν ότι τα μέτρα προώθησης που χρηματοδοτούνται από την ενιαία ΚΟΑ είναι συμβατά με εκείνα που χρηματοδοτούνται από άλλα καθεστώτα και αποφεύγουν οποιαδήποτε διπλή χρηματοδότηση.

Οι βασικές διαφορές μεταξύ του μέτρου προώθησης της ενιαίας ΚΟΑ και των μέτρων που καλύπτονται από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 3/2008 είναι ειδικότερα οι εξής:

- οι ιδιωτικές επιχειρήσεις μπορούν να λαμβάνουν ενίσχυση στο πλαίσιο της ενιαίας ΚΟΑ·
- στο πλαίσιο της ενιαίας ΚΟΑ στοχοθετούνται μόνο οι αγορές τρίτων χωρών και όχι τα κράτη μέλη·

⁵ Σύσταση της Επιτροπής της 6ης Μαΐου 2003 σχετικά με τον ορισμό των πολύ μικρών, των μικρών και των μεσαίων επιχειρήσεων, (ΕΕ L 124, 20.05.2003, σ. 36.).

⁶ ΕΕ L 3, 5.1.2008, σ.1.

⁷ ΕΕ L 277, 21.10.2005, σ. 1.

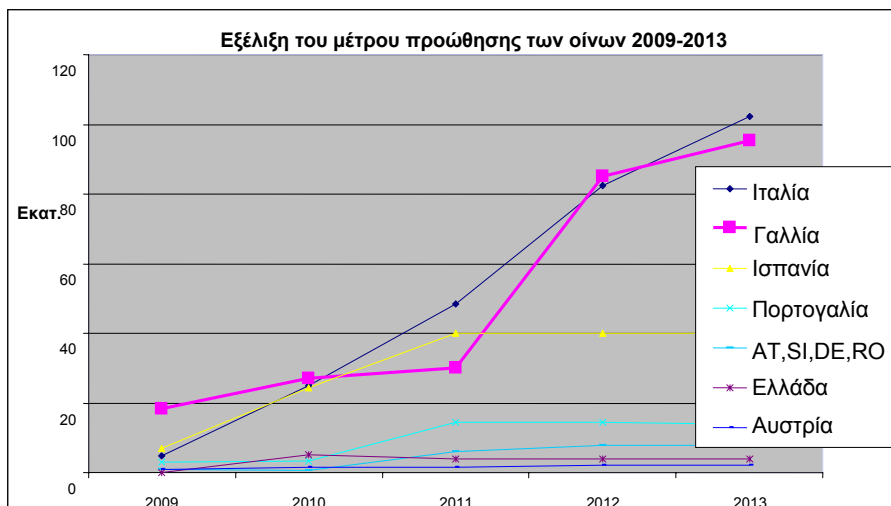
- οι δράσεις που αφορούν εμπορικά σήματα μπορούν να υλοποιηθούν στο πλαίσιο της ενιαίας ΚΟΑ, ενώ αυτό δεν επιτρέπεται στο πλαίσιο των οριζόντιων μέτρων προώθησης που αναφέρονται ανωτέρω.
- η διαδικασία επιλογής αιτήσεων διεξάγεται σε εθνικό επίπεδο στο πλαίσιο της ενιαίας ΚΟΑ ενώ τα οριζόντια μέτρα προώθησης αποτελούν αντικείμενο προεπιλογής σε εθνικό επίπεδο και στη συνέχεια η τελική επιλογή πραγματοποιείται από την Επιτροπή.

3. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ

3.1. Προγραμματισμός

Οι πιστώσεις του προϋπολογισμού για τα εθνικά προγράμματα ανέρχονται σε 5,2 δισεκατομμύρια ευρώ για την περίοδο 2009-2013 (ενημέρωση 2011) και το μέτρο προώθησης, σύμφωνα με την επιλογή των κρατών μελών, αντιπροσωπεύει το 15,6% του ποσού αυτού, ήτοι 768 εκατ. ευρώ⁸.

Το ποσό αυτό αυξάνεται τακτικά στη διάρκεια της ίδιας περιόδου, από 35 εκατ. ευρώ το 2009 σε 265 εκατ. ευρώ, σύμφωνα με τον προγραμματισμό του 2013. Η προοδευτική αύξηση εξηγείται μεταξύ άλλων από το γεγονός ότι στις 31 Ιουλίου 2012 λήγουν μέτρα της αγοράς όπως η απόσταξη πόσιμης αλκοόλης, η απόσταξη κρίσης και η ενίσχυση της χρησιμοποίησης συμπυκνωμένων γλυκών, καθώς επίσης και από την ανάγκη του τομέα να προσαρμοστεί σταδιακά στη νέα ΚΟΑ οίνου (βλέπε κατωτέρω πίνακα).



⁸

Στο πλαίσιο των συζητήσεων πριν από τη μεταρρύθμιση, η Επιτροπή πρότεινε το 2007 ένα ετήσιο ποσό 120 εκατ. ευρώ, ειδικά για το μέτρο της προώθησης, ήτοι 600 εκατ. ευρώ για την περίοδο 2009-2013. Στη συνέχεια, το μέτρο αυτό ενσωματώθηκε στον κατάλογο μέτρων των προγραμμάτων και η κατανομή των ποσών μεταξύ των μέτρων αφέθηκε στη διακριτική ευχέρεια των κρατών μελών, τα οποία, όπως βλέπουμε, υπερέβησαν για το συγκεκριμένο μέτρο το ποσό που είχε αρχικά προβλεφθεί από την Επιτροπή.

3.2. Εφαρμογή, διαδικασίες επιλογής αιτήσεων

Όπως συνέβη για όλα τα μέτρα του προγράμματος στήριξης, κάθε κράτος μέλος έθεσε σε εφαρμογή το μέτρο της προώθησης σύμφωνα με τη διοικητική του διάρθρωση. Τα κράτη μέλη που παρουσιάζουν μία πιο περιφερειακή δομή, όπως η Ισπανία, η Ιταλία και η Γερμανία, το 2009 χρειάστηκε να ψηφίσουν περιφερειακές διατάξεις εφαρμογής του μέτρου, με αποτέλεσμα σε ορισμένες περιπτώσεις να καθυστερήσει κάπως η εφαρμογή του μέτρου κατά το πρώτο έτος, όπως έχει ήδη αναφερθεί εξάλλου από τα εν λόγω κράτη μέλη στην έκθεση εφαρμογής.

Για την εξέταση των αιτήσεων σε επίπεδο κρατών μελών, ελήφθησαν υπόψη οι διατάξεις της νομοθεσίας της Ένωσης⁹ (π.χ.: αναμενόμενη επίπτωση, προστιθέμενη αξία, σχέση κόστους/αποτελεσματικότητας του σχεδίου, τεχνική και χρηματοοικονομική ικανότητα του σχεδίου ώστε να υπάρχει δυνατότητα εξαγωγής, σχέδια υποβληθέντα από κοινού από περισσότερες χώρες, στοχοθετημένη αγορά). Επιπλέον, ορισμένα κράτη μέλη ζητούν από τους αιτούντες μία λεπτομερή ανάλυση στρατηγικής και εμπορίας, πληροφορίες σχετικά με τη διάρκεια του προγράμματος, τις στοχοθετημένες χώρες, τον τύπο προώθησης, τους ειδικούς στόχους του σχεδίου, αναλυτική περιγραφή των δράσεων που τίθενται σε εφαρμογή, αναλυτικό προϋπολογισμό ανά θέση, αναμενόμενη επίπτωση (προβλεπόμενες συνέπειες στην αύξηση της ζήτησης των συγκεκριμένων προϊόντων).

Όσον αφορά τις διαδικασίες επιλογής αιτήσεων, ο καθορισμός προτεραιοτήτων πρόσβασης στο μέτρο, οι όροι πληρωμών και η οργάνωση ελέγχων μπορούν να διαφέρουν μεταξύ των κρατών μελών ανάλογα με τη διοικητική τους διάρθρωση και την οργάνωση του αμπελοοινικού τους τομέα.

Προκειμένου να επιλέξουν τα σχέδια που παρουσιάζουν την καλύτερη σχέση κόστους/αποτελεσματικότητας, τα κράτη μέλη βασίζονται σε μία δέσμη κριτηρίων που προβλέπονται από τη νομοθεσία στον αμπελοοινικό τομέα. Το κριτήριο που συνδέεται με τις «πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις» δεν φαίνεται να έχει κυρίαρχο ρόλο.

Για παράδειγμα, στη Γαλλία όπου οι διεπαγγελματικές οργανώσεις, οι οργανώσεις παραγωγών και οι επαγγελματικές οργανώσεις είναι πολύ οργανωμένες, οι προτεραιότητες επιλογής είναι διαφορετικές ανάλογα με το εάν πρόκειται για προγράμματα που κατατίθενται από ιδιωτικές επιχειρήσεις ή από τις προαναφερθείσες οργανώσεις.

Στην Ιταλία, το 30% του προϋπολογισμού που διατίθεται στο μέτρο προώθησης διοχετεύεται σε εθνικό επίπεδο σε σχέδια που υποβάλλονται από διεπαγγελματικές οργανώσεις, εθνικές οργανώσεις παραγωγών και επαγγελματικές οργανώσεις, επιχειρήσεις ή προσωρινές κοινοπραξίες επιχειρήσεων που αντιπροσωπεύουν μία πολυ-περιφερειακή παραγωγή. Το υπόλοιπο 70% διοχετεύεται σε περιφερειακό επίπεδο σε σχέδια που υποβάλλονται ειδικότερα από επιχειρήσεις και κοινοπραξίες επιχειρήσεων που αντιπροσωπεύουν μία περιφερειακή παραγωγή ή ακόμη και μία προστατευόμενη ονομασία προέλευσης ή προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη.

⁹ Κανονισμός (ΕΚ) αριθ.° 1234/2007 και διατάξεις εφαρμογής του όπως προβλέπονται στον κανονισμό (ΕΚ) αριθ.° 555/2008

Παρατηρείται επίσης ότι οι στοχοθετημένες αγορές αποτελούν σημαντικό στοιχείο για την επιλογή των αιτήσεων. Ορισμένα κράτη μέλη περιορίζουν τις στοχοθετημένες αγορές ή ορίζουν προτεραιότητες αγορών σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά τους (οι λεγόμενες «εδραιωμένες», «δυνητικές» ή «αναδυόμενες» αγορές (βλέπε παράγραφο 3.6.)). Οι στοχοθετημένες αγορές ποικίλλουν στα διάφορα κράτη μέλη· ορισμένες από αυτές θεωρούνται «εδραιωμένες» για ορισμένα κράτη μέλη, ενώ για άλλα είναι «αναδυόμενες» ή ακόμη και προς πλήρη διερεύνηση. Στη Γερμανία για παράδειγμα, η χρηματοδοτική συμμετοχή δεν υπερβαίνει το 25% των επιλέξιμων δαπανών για τις μη συνιστώμενες αγορές.

3.3. Εκτέλεση του προϋπολογισμού

Κατά τη διάρκεια των δύο πρώτων ετών εφαρμογής της μεταρρύθμισης, 9 κράτη μέλη (FR, ES, IT, PT, EL, AT, SI, DE, RO) εφάρμοσαν το μέτρο προώθησης για ένα κοινοτικό κονδύλιο της τάξεως των 35 εκατ. ευρώ περίπου το 2009 και 87 εκατ. ευρώ το 2010, ποσό που αντιστοιχεί στο 6,7% του συνολικού ποσού των εθνικών πιστώσεων για την ίδια περίοδο.

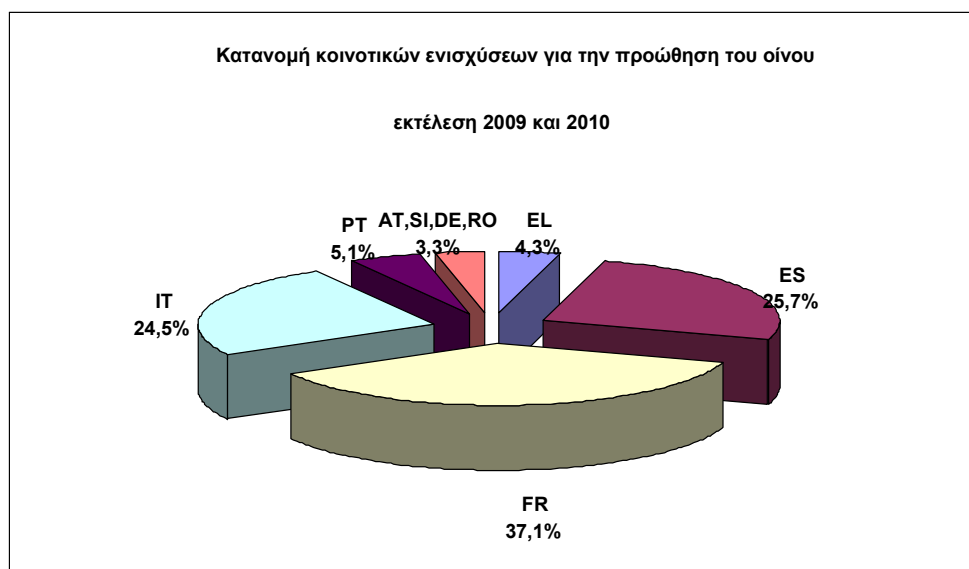
3.3.1. Συμμετοχή της Ένωσης και συμπληρωματική κρατική ενίσχυση

Η ενίσχυση που ελήφθη από την Ένωση την περίοδο 2009-2010 αντιστοιχεί για όλα αυτά τα κράτη μέλη στο 50% των επιλέξιμων δαπανών, σύμφωνα με τη νομοθεσία που ορίζει ένα μέγιστο ποσοστό 50%, με εξαίρεση την Ιταλία όπου ανέρχεται στο 47% της εν λόγω δαπάνης, λόγω του ότι το 2009 οι επιχειρήσεις που προώθησαν τα σήματά τους και δεν ήταν πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις έλαβαν από την Ένωση μέγιστη ενίσχυση 30% των επιλέξιμων δαπανών.

Με εξαίρεση την Ισπανία και τη Σλοβενία, στη διάρκεια της ίδιας περιόδου χορηγήθηκαν συμπληρωματικές κρατικές ενισχύσεις. Το ποσό των ενισχύσεων αυτών ανέρχεται σε 5,9 εκατ. Ευρώ και αντιστοιχεί στο 2,4% της συμμετοχής της ΕΕ. Στην Ιταλία, η συμπληρωματική κρατική ενίσχυση δεν μπορεί να υπερβαίνει το 20% των επιλέξιμων δαπανών και αντιπροσωπεύει το 2,2% του ποσού που έλαβε το εν λόγω κράτος μέλος από την Ένωση. Στη Γαλλία, δύο μόνο σχέδια που υλοποιήθηκαν από την επιτροπή διεπαγγελματικών οργανώσεων οίνων ονομασίας προέλευσης έλαβαν συμπληρωματική κρατική ενίσχυση, η οποία ανήλθε στο 25% του επιλέξιμου ποσού. Στην Πορτογαλία, οι κρατικές ενισχύσεις ανέρχονται στο 5,2% των επιλέξιμων δαπανών που πραγματοποιήθηκαν.

3.3.2. Εκτέλεση στα κράτη μέλη

Τα ποσά που δαπανήθηκαν από τρία βασικά κράτη μέλη παραγωγής και εξαγωγής οίνου της ΕΕ (FR, ES, IT) αντιπροσωπεύουν περίπου το 87% των πιστώσεων που εκτελέστηκαν το 2009 και το 2010 (βλέπε κατωτέρω πίνα



Γενικά, τα κράτη μέλη αναθεώρησαν τις προβλέψεις τους σχετικά με το μέτρο προώθησης μειώνοντάς τις σημαντικά, με εξαίρεση την Αυστρία και την Ελλάδα. Η Βουλγαρία προχώρησε σε ανακατανομή του προϋπολογισμού που είχε αρχικά προβλεφθεί για το μέτρο προώθησης προς τα μέτρα αναδιάρθρωσης και μετατροπής (βλέπε κατωτέρω πίνακα).

Εκτέλεση μέτρων προώθησης στις αγορές τρίτων χωρών

σε σχέση με το σύνολο των εθνικών προγραμμάτων

2009 + 2010	DE	EL	ES	FR	IT	AT	PT	RO	SI	EE
Αρχική πρόβλεψη	8.7%	18%	10%	23%	8%	13%	12%	1,0%	23%	11,6%
Τελική υλοποίηση	0,9%	15,6%	6,3%	11,4%	5,6%	12,3%	7,0%	0,2%	15,6%	6,7%
Ποσοστό εκτέλεσης Προώθηση	10,5%	85%	65%	50%	71%	93%	57%	17,1%	67%	58,0%

Το γεγονός ότι πολλά κράτη μέλη προχώρησαν σε ανακατανομή των πιστώσεων προς άλλα μέτρα του προγράμματος στήριξης εξηγείται από:

- την ανάγκη ενίσχυσης άλλων μέτρων.

Η Γαλλία επεσήμανε ειδικότερα τη συγκυριακή κρίση του 2008 και του 2009 και τη μείωση της παγκόσμιας κατανάλωσης οίνου, η οποία έπληξε κατά κύριο λόγο τους γαλλικούς οίνους «υψηλής τιμής», καθώς επίσης την ανάγκη ανακατανομής των πιστώσεων προς το μέτρο της επένδυσης και προς άλλα πιο αποδοτικά μέτρα στην εσωτερική αγορά.

- τις διοικητικές δυσχέρειες εφαρμογής αυτού του νέου μέτρου (στο επίπεδο του κράτους μέλους και των εμπλεκομένων τρίτων χωρών).

Η Γερμανία φαίνεται ότι αντιμετώπισε τις μεγαλύτερες διοικητικές δυσχέρειες λόγω της κατανομής των αρμοδιοτήτων μεταξύ της ομοσπονδιακής διοίκησης και των περιφερειακών διοικήσεων. Στο εν λόγω κράτος μέλος, δύο σχέδια χρηματοδοτήθηκαν σε ομοσπονδιακό επίπεδο και ένα μόνο από το ομόσπονδο κράτος της Ρηνανίας-Παλατινάτου.

Τα κράτη μέλη ανέφεραν επίσης και άλλους παράγοντες που εξηγούν αυτό το χαμηλό ποσοστό εκτέλεσης: την οικονομική κρίση, τη δυσκολία πρόσβασης στο πιστωτικό σύστημα για τη συγχρηματοδότηση εκ μέρους πολλών επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένων ιδίως των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων. Η Αυστρία και η Κύπρος επεσήμαναν ότι μία φτωχή σοδειά μπορεί επίσης να επηρεάσει αρνητικά τις προβλέψεις.

3.4. Δικαιούχοι

Την περίοδο 2009-2010, 672 δικαιούχοι συμμετείχαν στο μέτρο προώθησης (βλέπε κατωτέρω πίνακα). Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η πλειονότητα των δικαιούχων συμμετέχει σε περισσότερα του ενός σχέδια, τα οποία μπορούν να περιλαμβάνουν μία ή περισσότερες δράσεις και να στοχεύουν σε μία ή περισσότερες αγορές.

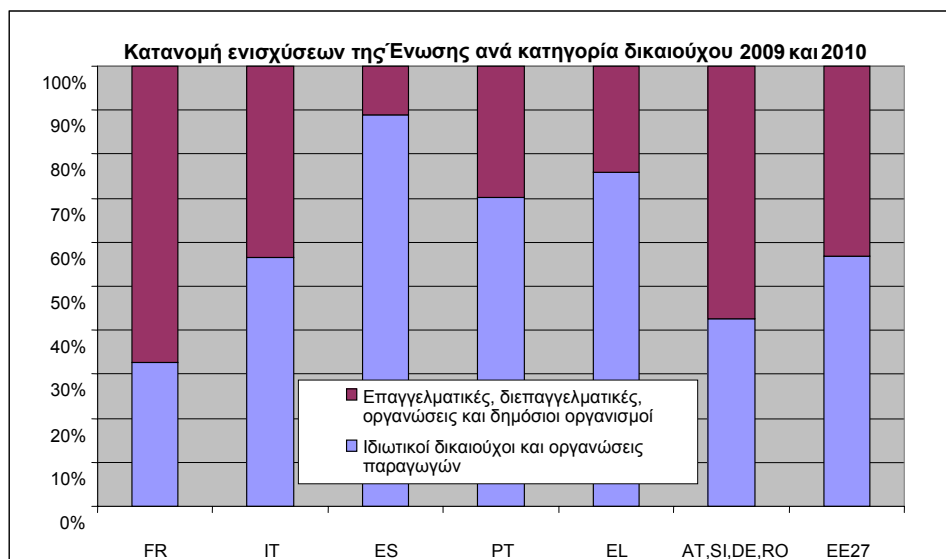
Ενισχύσεις της Ένωσης στους δικαιούχους (2009 και 2010)

Σε ευρώ	FR	IT	ES	PT	EL	AT,SI,DE,RO	Σύνολο
Ποσό ενισχύσεων - εκτέλεση	45 313 425	29 978 077	31 222 343	6 232 571	5 233 000	4 405 465	122 384 882
Αριθμός δικαιούχων	98	89	290	62	42	91	672
Μέσο ποσό ενισχύσεων ανά δικαιούχο	462 382	336 832	107 663	100 525	124 595	48 412	182 120
Μέγιστο ποσό	7 571 438	3 753 558	3 657 739		647 320		7 571 438



Κανένα σχέδιο δεν υποβλήθηκε από κοινού από δικαιούχους διαφορετικών κρατών μελών.

Εκπροσωπούνται όλες οι τυπολογίες επιλέξιμων δικαιούχων (βλέπε κατωτέρω πίνακα): παρατηρούμε ότι σε ορισμένα κράτη μέλη όπου οι διεπαγγελματικές οργανώσεις, οι οργανώσεις παραγωγών και οι επαγγελματικές οργανώσεις έχουν τη μεγαλύτερη εκπροσώπηση, η μέση δαπάνη ανά σχέδιο είναι υψηλότερη όπως και η διακύμανση μεταξύ μικρών και μεγάλων σχεδίων. Η μέση δαπάνη της Ένωσης ανά δικαιούχο ανέρχεται σε 182.120 ευρώ.



Στην Ιταλία, όπου η μέση δαπάνη ανά δικαιούχο ήταν 336.832 ευρώ, η δημιουργία

προσωρινών κοινοπραξιών επιχειρήσεων, με κύριο στόχο την από κοινού υλοποίηση δράσεων προώθησης, έδωσε σε ένα βαθμό τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να υπερβούν τις δυσχέρειες που αντιμετώπιζαν λόγω του σχετικά μικρού μεγέθους τους.

Στη Γαλλία ο υψηλότερος μέσος όρος δαπανών ανά δικαιούχο (462.382 ευρώ) εξηγείται λόγω της σημαντικής συμμετοχής των διεπαγγελματικών οργανώσεων, των οργανώσεων παραγωγών και των επαγγελματικών οργανώσεων, στις οποίες διατέθηκε το 67% του προϋπολογισμού της Ένωσης (π.χ.: Εθνική επιτροπή διεπαγγελματικών οργανώσεων για τις αγορές των ΗΠΑ και της Ελβετίας), με σκοπό τη βελτίωση των γνώσεων των επιχειρηματιών και τη δημιουργία συνεργειών με άλλους εμπλεκόμενους φορείς. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το 2009 οι επιχειρήσεις απορρόφησαν το 3% του εκτελεσθέντος προϋπολογισμού και το 2010 το 53%; με αποτέλεσμα ο μέσος όρος να ανέρχεται σε 33%.

Στην Ισπανία όπου η μέση δαπάνη ανά δικαιούχο ήταν 107.663 ευρώ, το μεγαλύτερο μέρος των σχεδίων υποβλήθηκε από επιχειρήσεις και συνεταιρισμούς παραγωγών. Σημειώνεται επίσης ότι στο συγκεκριμένο κράτος μέλος πολλοί δικαιούχοι υπέβαλαν περισσότερα του ενός σχέδια ανάλογα με τις στοχοθετημένες αγορές.

3.5. Δράσεις που υλοποιήθηκαν

Το 2009-2010 πραγματοποιήθηκαν 2.781 δράσεις.

Όσον αφορά την υλοποίηση των δράσεων που προβλέπονται στην παράγραφο 2.1 και οι οποίες μπορούν να αναλυθούν υπό διάφορες μορφές (βλέπε κατωτέρω πίνακα), σημειώνεται ένας μέσος όρος 1,7 δράσης ανά υλοποιηθέν σχέδιο ενώ η μεγάλη πλειονότητα σχεδίων εστιάζει κατά κύριο λόγο στη δράση (Α). Η δράση αυτή πρακτικά συναντάται σε όλες τις στοχοθετημένες αγορές (70-90% των δαπανών) και μπορεί να συμπληρώνεται από δράσεις (Β) και (Γ), για τις οποίες τα ποσά που διατέθηκαν είναι εμφανώς μικρότερα (5-20% των δαπανών).

Δράσεις (βλ. 2.1.)	Περιγραφές
(Α)	Δημόσιες σχέσεις, ιδίως προς αγοραστές, δημοσιογράφους, οινοχόους, εκπαιδευτές στον τομέα του οίνου, οινεμπόρους, κ.λπ., εμπορικές αποστολές, σχέσεις με τον Τύπο, διαφημίσεις και ανακοινώσεις στα μέσα ενημέρωσης, γευστιγνωσίες, παρουσίαση προϊόντων, δημιουργία φυλλαδίων και άλλου υποστηρικτικού υλικού, δημιουργία ιστοτόπων ειδικά για εξαγωγές, έξοδα δημιουργίας και ανάπτυξης σημάτων, προώθηση σε χώρους πώλησης, οργάνωση εκδηλώσεων (συνάντηση με τους διανομείς, επικοινωνία, «εργαστήριο»).
(Β)	Εκδηλώσεις προώθησης σε τρίτες χώρες, όπως εμποροπανηγύρεις, εκδηλώσεις στο δρόμο, γκαλά, σεμινάρια και γευστιγνωσίες για διάφορα κοινά (δημοσιογράφους, αντιπροσώπους διανομής, εισαγωγείς και καταναλωτές).
(Γ)	Ενημέρωση σχετικά με τα συστήματα παραγωγής και τις προδιαγραφές των προϊόντων: συναντήσεις με διαμορφωτές κοινής

	γνώμης, δημοσιογράφους, σεμινάρια, γευσιγνωσίες.
(Δ)	Μελέτη αγοράς, παροχή εμπειρογνωμοσύνης και συμβουλών σε θέματα εμπορίας, προέλεγχος έγκρισης νέων προϊόντων, προέγκριση για παρουσίαση σήματος, «ομάδα εστίασης», ομάδα συζήτησης.

Οι δράσεις (Δ) που αφορούν τις μελέτες νέων αγορών και τις μελέτες αξιολόγησης των αποτελεσμάτων δράσεων που έχουν υλοποιηθεί χρησιμοποιούνται σε πολύ μικρό βαθμό.

Παρότι το βασικό μήνυμα των δράσεων του μέτρου προώθησης αναφέρεται στους οίνους της Ένωσης με προστατευόμενη ονομασία προέλευσης, προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις ή οίνους με ένδειξη ποικιλίας, σημειώνεται ότι συχνά συνοδεύεται από την αναφορά του κράτους μέλους παραγωγής. Πράγματι, τα κράτη μέλη επιβεβαιώνουν ότι η ένδειξη αυτή είναι θεμελιώδης για την προστιθέμενη αξία των διεξαγόμενων δράσεων και σημειώνουν ότι συχνά είναι δύσκολο για τους καταναλωτές τρίτων χωρών να εντοπίσουν τους οίνους της Ένωσης, ιδίως όταν πρόκειται για οίνους μικρών χωρών παραγωγής ή προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης ή προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης των οποίων η φήμη στις τρίτες χώρες είναι μικρή, αν όχι ανύπαρκτη.

3.6. Κύριες εμπλεκόμενες αγορές

Το 2009 και το 2010 διεξήχθησαν δράσεις που αφορούσαν 42 τρίτες χώρες. Οι χώρες αυτές διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες:

- τις παραδοσιακές αγορές που έχουν εδραιωθεί και πρέπει να ενισχυθούν: οι ευρωπαίοι παραγωγοί έχουν ήδη τοποθετηθεί σε αυτές· πρόκειται για αγορές ανοικτές σε εξαγωγές, στις οποίες παρατηρείται αύξηση της κατανάλωσης. Πρόκειται επίσης για στοχοθετημένες αγορές για την πώληση οίνων υψηλής προστιθέμενης αξίας. (ΗΠΑ, Καναδάς, Ελβετία)·
- τις αναδυόμενες αγορές: πρόκειται για αγορές λιγότερο ανεπτυγμένες από τις πρώτες παρότι η Ένωση έχει ήδη παρουσία σε αυτές. Πρόκειται ειδικότερα για τις ασιατικές αγορές (Κίνα/ Χονγκ-Κονγκ, Ιαπωνία, Νότια Κορέα, Σιγκαπούρη), τη Ρωσία, το Μεξικό και τη Βραζιλία. Ορισμένες από αυτές τις χώρες παρουσιάζουν ισχυρή ανάπτυξη και οι υψηλές δυνατότητες, όπως η Ρωσία και η Κίνα. Άλλες, όπως η Ιαπωνία παραμένουν πιο σταθερές και είναι πιο δύσκολο να αναπτυχθούν·
- τις δυνητικές αγορές που μπορούν να διερευνηθούν, πολύ λιγότερο γνωστές, οι οποίες όμως λόγω της οικονομίας τους η οποία βρίσκεται σε ανάπτυξη μπορούν να προσφέρουν σημαντικές ευκαιρίες. Πρόκειται για χώρες όπως η Ινδία και ορισμένες πρώην σοβιετικές δημοκρατίες.

Μόνο το 37% των σχεδίων που χρηματοδοτήθηκαν στόχευαν σε μία και μόνο αγορά ενώ τα περισσότερα στόχευαν σε 2 έως 7 διαφορετικές αγορές. Διαπιστώνεται έντονη γεωγραφική συγκέντρωση των δράσεων· το 75% αυτών καλύπτουν 7 χώρες (ΗΠΑ, Κίνα/ Χονγκ-Κονγκ, Ιαπωνία, Μεξικό, Καναδάς, Ρωσία και Ελβετία) όπου οι 6 μεγαλύτερες αγορές αντιπροσωπεύουν περίπου το 75% του όγκου και της αξίας των εξαγωγών της Ένωσης το 2010.

Οι Ηνωμένες Πολιτείες αποτελούν την πιο στοχοθετημένη αγορά, καθώς το 22% των δράσεων απευθύνονται σε αυτή ενώ 8 από τα 9 κράτη μέλη που προσχώρησαν στο μέτρο έχουν ως κύριο στόχο τους τη συγκεκριμένη αγορά. Παρατηρείται ότι υπάρχουν αγορές που προτιμούνται από ορισμένα κράτη μέλη, όπως για παράδειγμα το Μεξικό από την Ισπανία, η Βραζιλία από την Πορτογαλία, οι πρώην χώρες της Γιουγκοσλαβίας από τη Σλοβενία, ο Καναδάς από την Ιταλία, η Κίνα και η Ιαπωνία από τη Γαλλία, η Ρωσία από την Ελλάδα και η Ελβετία από την Αυστρία.

Αγορές στις οποίες στόχευσαν οι δράσεις το 2009 και το 2010

ΗΠΑ	Κίνα Χονγκ Κονγκ	Ιαπωνία	Μεξικό	Καναδάς	Ρωσία	Ελβετία	Βραζιλία	λοιπές
22%	10,9%	9,2%	8,1%	7,9%	7,8%	7,3%	3,7%	23,3%

4. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΚΡΑΤΩΝ ΜΕΛΩΝ

Όλα τα κράτη μέλη που συμμετείχαν στο μέτρο προώθησης θεωρούν ότι το μέτρο αυτό είναι πολύ θετικό για τον αμπελοοινικό τομέα. Αναφέρουν ότι μετά την κρίση του 2008, από το 2009 παρατηρείται άνοδος των εξαγωγών, ειδικά στις αγορές που στοχοθετεί το μέτρο προώθησης.

4.1.1. Πλεονεκτήματα

- δυνατότητα πρόσβασης των επιχειρήσεων στο καθεστώς ενίσχυσης, κάτι το οποίο δεν είναι εφικτό στο οριζόντιο σύστημα. Η δυνατότητα αυτή ενδυναμώνει σημαντικά τον τομέα·
- άμεσος αντίκτυπος στις τρίτες χώρες όπου υλοποιούνται οι δράσεις, αναπτύσσονται νέες ικανότητες (γνώση και άνοιγμα εμπορικών διαύλων, γνώση των αγορών, των νομοθεσιών, των πελατών, δημιουργία επαφών)·
- η ευελιξία και η επικουρικότητα στην εφαρμογή παρέχει τη δυνατότητα να λαμβάνονται υπόψη οι ιδιαιτερότητες του τομέα και οι απαιτήσεις των κρατών μελών σε διοικητικό επίπεδο·
- δυνατότητα δημιουργίας συνεργειών και συμπληρωματικών δράσεων μεταξύ των διεπαγγελματικών οργανώσεων, των οργανώσεων παραγωγών και των επαγγελματικών οργανώσεων, των επιχειρήσεων, των κοινοπραξιών επιχειρήσεων και των δημοσίων οργανισμών με τη δημιουργία αποτελέσματος διασύνδεσης μεταξύ τους·
- άνοιγμα νέων αγορών, δυνατότητα απόκτησης καλύτερης γνώσης των αγορών και νέων ευκαιριών·
- καλύτερη προσαρμογή των οίνων στις απαιτήσεις των αγορών (παραγωγή, συσκευασία, επισήμανση)·

- πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα για άλλους δικαιούχους. Υλοποιούνται περισσότερες δράσεις και ο αντίκτυπος του μέτρου είναι μεγαλύτερος.

4.1.2. Περιορισμοί

- δυσκολία διαχείρισης από διοικητική άποψη, η οποία επισημαίνεται κυρίως από την Πορτογαλία, την Ιταλία και την Αυστρία (ιδίως όσον αφορά την πολυπλοκότητα της εξέτασης των δικαιολογητικών εγγράφων των δαπανών): στις αγορές υπό εξέλιξη ο χρόνος αντίδρασης μπορεί να είναι πολύ αργός (τροποποίηση των προγραμμάτων στην πορεία).
- έλλειψη εφοδιαστικής υποδομής, τεχνικών γνώσεων και υποστήριξης στις αναδυόμενες αγορές.
- ορισμένα κράτη μέλη, μεταξύ των οποίων η Ιταλία και η Πορτογαλία, υπογραμμίζουν ότι οι πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις συνάντησαν περισσότερες δυσχέρειες για την εκπλήρωση των όρων πρόσβασης στο μέτρο (διαθεσιμότητα προϊόντων, περιορισμένη τεχνική ικανότητα για εξαγωγές και χρηματοδοτική ικανότητα).

4.1.3. Προτάσεις εκ μέρους των κρατών μελών

Προκειμένου να βελτιωθεί η σχέση κόστους/αποτελεσματικότητας του μέτρου προώθησης, ορισμένα κράτη μέλη, χωρίς να υποβάλουν συγκεκριμένες προτάσεις τροποποιήσεων της νομοθεσίας της Ένωσης, προτείνουν:

- να επεκταθεί το μέτρο στην εσωτερική αγορά δεδομένου ότι αποτελεί την πρώτη παγκόσμια αγορά οίνων ενώ οι τρίτες χώρες έχουν κερδίσει πολλά τμήματα αγορών, αποφεύγοντας τον ανταγωνισμό μεταξύ των οίνων της Ένωσης ή ενδεχομένως περιορίζοντας τις δράσεις ενημέρωσης.
- να δοθεί προτεραιότητα κατά τρόπο αποτελεσματικό στην πρόσβαση των «πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων» στο μέτρο.
- να ενθαρρυνθούν τα μέτρα μελέτης νέων αγορών και αξιολόγησης υλοποιούμενων δράσεων. Οι δράσεις αυτές είναι θεμελιώδεις για την απόκτηση τεχνικών πληροφοριών καθώς και πληροφοριών στον τομέα της εμπορίας και προηγούνται των άλλων δράσεων.
- να δημιουργηθούν συνέργειες με άλλα πιο διαρθρωτικά μέτρα προκειμένου να διευκολυνθεί και να ενισχυθεί η παρουσία επιχειρηματιών της ΕΕ στις νέες αγορές (κυρίως με σκοπό τη δημιουργία των πρώτων διαύλων με τους εισαγωγείς).
- να αυξηθεί η αποτελεσματικότητα της διοικητικής εξέτασης, ιδίως με την πρόβλεψη κατ' αποκοπή πληρωμών για δράσεις που παρουσιάζουν τυποποιημένες δαπάνες, όπως τα έξοδα ταξιδιού.

5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Μετά από δύο μόλις χρόνια εφαρμογής του μέτρου προώθησης από τα κράτη μέλη, είναι πρόωρο να εξαχθούν οριστικά συμπεράσματα, ιδίως όσον αφορά την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της παρουσίας στις αγορές τρίτων χωρών. Μολονότι οι εξαγωγές οίνων σε τρίτες χώρες αυξήθηκαν από το 2009, ιδίως στις στοχοθετημένες αγορές, η πολυπλοκότητα των παραγόντων που επηρεάζουν τις εμπορικές ροές (διακύμανση ισοτιμιών, οικονομική κρίση, τοπική πολιτική κρίση, τροποποίηση της νομοθεσίας στοχοθετημένων χωρών, κ.λπ.) δεν επιτρέπει να προσδιοριστεί σε ποιο βαθμό τα επιτευχθέντα αποτελέσματα απορρέουν άμεσα από το μέτρο προώθησης.

Ωστόσο, μπορεί να επιβεβαιωθεί, με τα 122 εκατ. ευρώ που διατέθηκαν στη διάρκεια των δύο πρώτων ετών, ότι το μέτρο είχε μεγάλη επιτυχία και εκτιμάται ιδιαίτερος από τους επιχειρηματίες. Οι προβλέψεις δαπανών, οι οποίες ανέρχονται σε 768 εκατ. ευρώ για την περίοδο 2009-2013, δείχνουν ότι υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον για το μέτρο, το οποίο καθίσταται, από την άποψη των πιστώσεων του προϋπολογισμού, το δεύτερο μέτρο των προγραμμάτων στήριξης μετά το μέτρο αναδιάρθρωσης και μετατροπής του αμπελώνα.

Το μέτρο προώθησης φαίνεται ότι έδωσε τη δυνατότητα, κυρίως σε πρώτο χρόνο, να εδραιωθεί η παρουσία επιχειρήσεων της Ένωσης στις παραδοσιακές αγορές εξαγωγών και τους έδωσε τη δυνατότητα, μέσω μελετών αγοράς, να διερευνήσουν και να αποκτήσουν πρόσβαση σε νέες αγορές.

Η ευελιξία και η επικουρικότητα στην εφαρμογή είναι εκείνες που κυρίως δίνουν τη δυνατότητα στον αμπελοοινικό κλάδο διαφορετικών κρατών μελών, ήτοι διαφορετικών περιφερειών, να προσαρμόζουν το μέτρο της προώθησης στις ιδιαιτερότητες των στοχοθετημένων χωρών.

Επιπλέον, η δυνατότητα δημιουργίας νέων επαφών και απόκτησης των απαιτούμενων γνώσεων για την προσαρμογή στις αγορές (νέα προϊόντα, επισήμανση, κ.λπ.) ενδυναμώνει σημαντικά τον κλάδο.

Υπό το φως ορισμένων παρατηρήσεων των κρατών μελών, θα μπορούσαν να διερευνηθούν ορισμένα θέματα όπως: (1) η ενδεχόμενη ενίσχυση των συνεργειών μεταξύ διαφορετικών δράσεων και διαφορετικών δικαιούχων, (2) ο καλύτερος προσανατολισμός των μελετών νέων αγορών ώστε να περιοριστεί η εξάρτηση από τις εξαγωγές σε περιορισμένο αριθμό αγορών στο μέλλον, (3) η πιο στοχοθετημένη επιλογή δικαιούχων με σκοπό τη βελτιστοποίηση του μέτρου και τέλος, (4) η παροχή κατευθυντήριων γραμμών στα κράτη μέλη σχετικά με τις παραμέτρους αποδοχής σχεδίων.

Στο πλαίσιο της έκθεσης την οποία θα πρέπει να υποβάλει η Επιτροπή στο Συμβούλιο και στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο το 2012 θα μπορούσε να διεξαχθεί ένας προβληματισμός σχετικά με το κριτήριο των «πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων», καθώς και σχετικά με τους όρους επιλεξιμότητας του μέτρου.