

KOMISIJOS ĮGYVENDINIMO REGLAMENTAS (ES) 2020/132

2020 m. sausio 30 d.

kuriuo nustatoma nuo Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) Nr. 1308/2013 45 straipsnio 3 dalies nukrypti leidžianti neatidėliotina priemonė, susijusi su Sąjungos parama vyno pardavimui skatinti

EUROPOS KOMISIJA,

atsižvelgdama į Sutartį dėl Europos Sąjungos veikimo,

atsižvelgdama į 2013 m. gruodžio 17 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (ES) Nr. 1308/2013, kuriuo nustatomas bendras žemės ūkio produktų rinkų organizavimas ir panaikinami Tarybos reglamentai (EEB) Nr. 922/72, (EEB) Nr. 234/79, (EB) Nr. 1037/2001 ir (EB) Nr. 1234/2007 ⁽¹⁾, ypač į jo 221 straipsnio 1 dalį,

kadangi:

- (1) 2019 m. spalio 2 d. Pasaulio prekybos organizacija (PPO) priėmė arbitražo sprendimą „Europos Bendrijos ir tam tikros valstybės narės. Prekybai dideliais civiliniais orlaiviais poveikį darančios priemonės“ (WT/DS316/ARB). Arbitražo sprendimu Jungtinėms Amerikos Valstijoms (toliau – JAV) suteikta teisė reaguojant į Sąjungos subsidijas bendrovei „Airbus“ prašyti leidimo taikyti atsakomąsias priemones, neviršijančias 7,5 mlrd. USD per metus. 2019 m. spalio 18 d. JAV nustatė 25 % *ad valorem* importo muitą, taikomą, be kita ko, Vokietijos, Ispanijos, Prancūzijos ir Jungtinės Karalystės į JAV eksportuojamiems neputojantiems vynams. Ši išskirtinė, neteisinga ir nenuspėjama padėtis daro didelį ir žalingą poveikį pasaulinei prekybai visais Sąjungos vynais. Reaguodamos į Prancūzijos nustatytą skaitmeninių paslaugų mokestį (GAFA mokestį), JAV taip pat pagrasino taikyti 100 % *ad valorem* importo muitus Prancūzijos putojantiems vynams;
- (2) JAV nustatyti importo muitai daro didelį tiesioginį poveikį Sąjungos prekybai vynu JAV rinkoje, kuri vertės ir eksporto apimties požiūriu yra didžiausia Sąjungos žemės ūkio produktų, ypač vyno, eksporto rinka. 2018 m. Sąjunga į JAV eksportavo 6,5 mln. hektolitrus vyno, eksporto vertė siekė 4 mlrd. EUR. Sąjungos vyno eksportas į JAV paprastai sudaro 30–40 % pasaulinio Sąjungos vyno eksporto vertės;
- (3) JAV nustatyti didesni importo muitai daro žalingą poveikį visam Sąjungos vyno sektoriui, o ne tik keturių valstybių narių kilmės neputojantiems vynams, kuriems taikomi padidinti importo muitai. Dėl to daromas neigiamas poveikis viso JAV rinkoje parduodamo Sąjungos vyno reputacijai ir prekybai. Vyno reputaciją lemia ne tik jo kokybė, bet ir kaina bei suvokiamas kainos ir kokybės santykis. Tai ypač pasakytina apie žemesnės ir vidutinės kainos vynus, kuriems, vertinant absoliučiais skaičiais, 25 % importo muitas daro didesnę poveikį nei brangesniems vynams, kuriuos perkančių žinovų didesnė kaina neatgraso. JAV rinkoje Sąjungos vynai konkuruoja su kitų šalių, pvz., Pietų Amerikos, Australijos ar Pietų Afrikos, kilmės vynais. Esant tokiai aršiai ir didelei konkurencijai, bendro kainų lygio suvokimas atlieka svarbų vaidmenį. Vartotojų, kurie žino, kad tam tikros kilmės Sąjungos vyno kainai taikomas padidintas importo muitas, bendras požiūris į Sąjungos vynu kainų lygį bus negatyvesnis, todėl jų dėmesys nukryps į kitų šalių kilmės produktus. Atsižvelgiant į nustatytas susidariusias rinkos sąlygas ir sumažėjusią bendrą grąžą gamintojams, būtina nedelsiant imtis priemonių, kuriomis būtų mažinamas importo muitų poveikis visiems vynams, kurių kilmės šalys yra visos valstybės narės, o ne tik vynams, kuriems tiesiogiai taikomi tie importo muitai;
- (4) rinkos stabilumo atžvilgiu JAV nustatytas importo muto režimas nėra atskira nacionalinė priemonė, daranti poveikį tik prekybai su JAV. Pasaulinė vyno rinka yra globali rinka, kurioje atskiros svarbių ekonomikos dalyvių (kaip antai JAV) priimtoms priemonėms daro plataus masto poveikį visai tarptautinei prekybai vynu. Bet kokie neigiami sąlygų pokyčiai svarbioje Sąjungos vynu paskirties rinkoje (kaip antai JAV) neišvengiamai veikia kitas rinkas, nes produktai, kurių dėl išaugusios kainos nebegalima parduoti JAV, turi būti nukreipti kitur. Todėl kitų rinkų vartotojai,

(¹) OL L 347, 2013 12 20, p. 671.

gerai žinodami rinkos sąlygas, darys papildomą spaudimą mažinti kainas, o konkurencija taip pat bus daug didesnė nei įprasta. Taigi tikėtina, kad dėl dabartinių JAV nustatytų importo muitų Sąjungos vyno eksportas visame pasaulyje patirs sąstingį. Iš vyno sektoriaus ataskaitų matyti, kad JAV rinkoje buvo atšaukti stambūs prancūziškų vynu užsakymai;

- (5) 2019 m. Sąjungos vyno rinka patyrė sunkumų, o vyno atsargos yra didžiausios nuo 2009 m. Šiuos pokyčius visų pirma lėmė rekordinis 2018 m. derlius ir mažėjantis vyno vartojimas Sąjungoje. Vynu, kuriems taikomi JAV nustatyti importo muitai, nepardavus už Sąjungos ribų esančiose eksporto rinkose, padėtis Sąjungos rinkoje taps dar labiau įtempta ir sudėtingesnė. Be to, įtemptą padėtį dar labiau apsunkina importo muitų tarifų taikymo laikotarpis. Tarifai pradėti taikyti nuo 2019 m. spalio 18 d., t. y. 2019 m. vyno derliaus nuėmimo bei gamybos metų viduryje ir prieš pat metų pabaigos švenčių sezoną; tai yra du Sąjungos vyno sektoriui svarbiausi pardavimo laikotarpiai per metus. Susidarius tokioms aplinkybėms būtina nedelsiant imtis priemonių padėčiai ištaisyti;
- (6) iš visų Reglamento (ES) Nr. 1308/2013 43 straipsnyje nustatytų paramos vyno sektoriui priemonių tik to reglamento 45 straipsnio 1 dalies b punkte numatyta pardavimo skatinimo priemonė yra tiesiogiai skirta Sąjungos vynu pardavimui trečioiose šalyse skatinti, siekiant didinti jų konkurencingumą. Bėgant metams pardavimo skatinimo priemonė pasirodė esanti labai veiksminga siekiant įsitvirtinti trečiųjų šalių rinkose ir jas konsoliduoti. Paaikškėjo, kad tai veiksmingiausia Sąjungos vynu rėmimo trečiųjų šalių rinkose priemonė, kuria gerinama vynu reputacija ir didinamas informuotumas apie jų kokybę. Tarptautinė vyno rinka yra pasaulinė rinka, todėl bet kuri Sąjungos vyno pardavimo skatinimo veikla trečiųjų šalių rinkose yra naudinga visiems Sąjungos vynamams. Ji suteikia galimybių veiklos vykdytojams vėliau pateikti atitinkamai rinkai kitų Sąjungos vynu. Atskiros pardavimo skatinimo priemonės padeda didinti pardavimą, nes apima visą vyno asortimentą arba visą vynininkystės regioną, o ne kuri nors atskirą vyno prekės ženklą ar rūšį. Todėl labai svarbu pradėti, tęsti ir intensyvinti pardavimo skatinimo veiklą visose rinkose, siekiant rasti vyno, kuris nebus parduotas JAV rinkoje, pardavimo rinkų, apsaugoti Sąjungos vynu reputaciją tose kitose rinkose ir kovoti su spaudimu mažinti kainas;
- (7) taigi, siekiant veiklos vykdytojams padėti reaguoti į išskirtines viso pasaulio eksporto rinkose dėl JAV nustatyto importo muto režimo susidariusias aplinkybes ir ištaisyti šią nenusipėjimą ir nesaugią padėtį, tikslinga leisti lanksčiau įgyvendinti Reglamento (ES) Nr. 1308/2013 45 straipsnio 1 dalies b punkte nustatytą pardavimo skatinimo priemonę. Todėl būtina numatyti išskirtinę priemonę – leisti nukrypti nuo to reglamento 45 straipsnio 3 dalies ir didžiausią Sąjungos paramą pardavimo skatinimo priemonėms pagal to reglamento 45 straipsnio 1 dalies b punktą laikinai padidinti nuo 50 % iki 60 % tinkamų finansuoti išlaidų;
- (8) ši priemonė yra būtina, nes veiklos vykdytojai neišvengiamai patirs papildomų išlaidų, susijusių su būtinybe nukreipti pardavimo skatinimo veiksmus į kitas šalis arba parengti naujus pardavimo skatinimo veiksmus kitose šalyse; siekiant išparduoti atsargas, visi šie veiksmai turės būti atlikti skubiai. Sąjungos paramą pardavimo skatinimo priemonėms padidinus iki 60 % ir atitinkamai sumažinus paramos gavėjo įnašą, paramos gavėjai galėtų imtis platesnio masto veiksmų ir išsaugoti sunkiai iškovotas pozicijas užsienio rinkose. Tai taip pat paskatins naujus veiklos vykdytojus teikti paraišką dėl paramos pardavimo skatinimo veiksmams tokiomis aplinkybėmis, kuriomis jie paprastai nebūtų galėję to daryti, jei Sąjungos parama būtų ir toliau siekusi 50 % (visų pirma tie veiklos vykdytojai, kurie anksčiau negalėjo sau to leisti). Jei veiklos vykdytojų finansinė našta bus sumažinta iki 40 %, jiems bus lengviau susidoroti su JAV nustatytų importo muitų poveikiu;
- (9) lankstumas, atsiradęs padidinus Sąjungos finansuojamą dalį, yra tam tikra finansinė parama, tačiau jai teikti nereikia papildomo Sąjungos finansavimo, nes toliau taikomos Reglamento (ES) Nr. 1308/2013 VI priede nustatytos vyno sektoriaus nacionalinių paramos programų biudžeto ribos. Taigi valstybės narės gali nuspręsti skirti didesnes sumas pardavimo skatinimo priemonei tik iš metinio biudžeto, numatyto to reglamento VI priede. Todėl šia priemone siekiama teikti paramą nestabilioje rinkos padėtyje atsidūrusiam sektoriui, ir tam visų pirma nereikia sutelkti papildomų lėšų. Šis lankstumas neturėtų daryti neigiamo poveikio ir biudžetui, skiriamam kitoms paramos priemonėms pagal tą reglamentą, nes kai kurios priemonės, pavyzdžiui, vynuogynų restruktūrizavimas ir konversija, tampa mažiau aktualios ir joms reikia mažiau lėšų iš valstybių narių biudžetų. Be to, pastarųjų metų statistiniai duomenys rodo, kad kiekvienai valstybei narei skirtas didžiausias biudžetas lieka neišnaudotas;

- (10) JAV nustatyti importo muitai ir dėl jų kylantys prekybos Sąjungos vynu sunkumai yra konkreti problema, kaip apibrėžta Reglamento (ES) Nr. 1308/2013 221 straipsnyje. Ši konkreti problema negali būti sprendžiama to reglamento 219 arba 220 straipsnyje nustatytais priemonėmis. Pirma, ji nėra susijusi su jau esamu rinkos sutrikimu, nes JAV nustatyti importo muitai šiuo metu daro didelį poveikį Sąjungos vyno reputacijai ir, jei problema nebus nedelsiant išspręsta, tikėtina, kad vyno rinkos sąlygos sparčiai pablogės ateityje. Be to, ši konkreti problema šiuo metu nėra susijusi su pakankamai konkrečia rinkos sutrikimo, kuris veikiausiai tęstųsi nepakitęs, grėsme, nes JAV taikomi importo muitų tarifai laikui bėgant turėtų keistis ir, tikėtina, daryti tolesnį nenusipėjamą poveikį pasaulinei vyno rinkai. Antra, ši konkreti problema taip pat nėra susijusi su kovos su gyvūnų ligų plitimu priemonėmis arba vartotojų pasitikėjimo praradimu dėl pavojaus visuomenės, gyvūnų ar augalų sveikatai, kaip reikalaujama to reglamento 220 straipsnyje;
- (11) be to, ši priemonė ir lankstesnis Reglamento (ES) Nr. 1308/2013 45 straipsnio 1 dalies b punkte nustatytos pardavimo skatinimo priemonės taikymas yra dalis priemonių, kuriomis siekiama padėti Sąjungos lygmeniu veikiantiems veiklos vykdytojams, nukentėjusiems nuo Sąjungos vynams JAV nustatytų importo muitų. Tačiau iš tų priemonių tik pagal šią vienintelę suteikiama tam tikra finansinė parama, būtina siekiant padėti veiklos vykdytojams, kurie nukentėjo nuo JAV nustatytų importo muitų, t. y. prarado pajamų ir patyrė daugiau išlaidų, susijusių su naujų rinkų savo vynams paieškomis;
- (12) priemonės taikymo sritis ir taikymo laikotarpis turėtų griežtai apsiriboti tik tuo, kas būtina reaguojant į šiuo metu eksporto rinkose susidariusias išskirtines aplinkybes;
- (13) Sąjungos paramą valstybės narės gali skirti tik remdamosi paraiška, atrinkta pagal Reglamento (ES) Nr. 1308/2013 45 straipsnio 1 dalies b punkte nustatytą pardavimo skatinimo priemonę nuo šio reglamento įsigaliojimo dienos. Ji turėtų būti prieinama visiems pagal priemonę atrinktiems veiklos vykdytojams, neatsižvelgiant į konkrečią vyno kategoriją arba Sąjungos vyno kilmės valstybę narę, nes JAV taikomi importo muitų tarifai kenkia visam Sąjungos vyno eksportui. Tokiomis aplinkybėmis būtina priimti priemones, kuriomis didinamas visų Sąjungos vynu eksporto konkurencingumas. Tuo tikslu ši neatidėliotina priemonė turėtų būti taikoma visiems paramos gavėjams, neatsižvelgiant į tai, kokiose tikslinėse rinkose jie vykdo veiklą. Ji turėtų būti prieinama ir veiklos vykdytojams, ketinantiems orientuotis į JAV rinką, ir tiems, kurie dabartinėmis išskirtinėmis pasaulio vyno rinkoje susidariusiomis aplinkybėmis savo eksportą norėtų nukreipti į kitos trečiosios šalies rinką. Be to, įgyvendinant vieną pardavimo skatinimo kampaniją būtų labai sunku atskirti veiksmus, susijusius su neputojančiais vynais, nuo veiksmų, susijusių su kitais vynais, nes pardavimo skatinimo kampanijomis paprastai siekiama skatinti ne konkrečios kategorijos, o visų produktų pardavimą. Daugelis pardavimo skatinimo kampanijų yra susijusios su visais vieno regiono vynais arba įvairiais tam tikro veiklos vykdytojo parduodamais vynais. Pardavimo skatinimo kampanijos veiksmų, susijusių su neputojančiais vynais, atskyrimas nuo veiksmų, susijusių su kitais vynais, būtų didelė administracinė našta ir sumažintų teigiamą pardavimo skatinimo kampanijos poveikį;
- (14) neatidėliotina priemonė turėtų būti taikoma ne ilgiau kaip 12 mėnesių nuo šio reglamento įsigaliojimo dienos. Toks laikotarpis yra būtinas, kad būtų galima surengti pardavimo skatinimo kampanijas. Tas procesas apima keletą administracinių etapų, pavyzdžiui, nacionalinių paramos programų pakeitimus, kvietimų teikti paraiškas rengimą ir paskelbimą, paraiškų atranką ir sutarčių sudarymą, ir paprastai trunka ilgiau kaip 6 mėnesius. Taigi, kad nukrypti leidžianti nuostata būtų įgyvendinta veiksmingai, ji turėtų būti taikoma 12 mėnesių. Pagal paraiškas, atrinktas praėjus tam 12 mėnesių laikotarpiui, nebebūtų teikiama padidinta Sąjungos parama;
- (15) šiame reglamente nustatytos priemonės atitinka Bendro žemės ūkio rinkų organizavimo komiteto nuomonę,

PRIĖMĖ ŠĮ REGLAMENTĄ:

1 straipsnis

Produktų, kuriems taikomas reglamentas, kategorijos

Šis reglamentas taikomas Reglamento (ES) Nr. 1308/2013 VII priedo II dalies 1–9, 15 ir 16 punktuose nurodyto vyno pardavimo skatinimui.

2 straipsnis

Sąjungos parama pardavimo skatinimo priemonėms

Nukrypstant nuo Reglamento (ES) Nr. 1308/2013 45 straipsnio 3 dalies, Sąjungos parama Reglamento (ES) Nr. 1308/2013 45 straipsnio 1 dalies b punkte nurodytoms pardavimo skatinimo priemonėms neviršija 60 % tinkamų finansuoti išlaidų.

3 straipsnis

Įsigaliojimas ir taikymas

Šis reglamentas įsigalioja trečią dieną po jo paskelbimo *Europos Sąjungos oficialiajame leidinyje*.

Šis reglamentas taikomas 12 mėnesių nuo jo įsigaliojimo.

Šis reglamentas privalomas visas ir tiesiogiai taikomas visose valstybėse narėse.

Priimta Briuselyje 2020 m. sausio 30 d.

Komisijos vardu
Pirmininkė
Ursula VON DER LEYEN