

**REGULAMENTO DE EXECUÇÃO (UE) 2020/132 DA COMISSÃO****de 30 de janeiro de 2020****que estabelece uma medida de emergência, sob a forma de derrogação ao artigo 45.º, n.º 3, do Regulamento (UE) n.º 1308/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho, no respeitante à contribuição da União para as medidas de promoção no setor vitivinícola**

A COMISSÃO EUROPEIA,

Tendo em conta o Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia,

Tendo em conta o Regulamento (UE) n.º 1308/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de dezembro de 2013, que estabelece uma organização comum dos mercados dos produtos agrícolas e que revoga os Regulamentos (CEE) n.º 922/72, (CEE) n.º 234/79, (CE) n.º 1037/2001 e (CE) n.º 1234/2007 do Conselho <sup>(1)</sup>, nomeadamente o artigo 221.º, n.º 1,

Considerando o seguinte:

- (1) A 2 de outubro de 2019, a Organização Mundial do Comércio (OMC) proferiu a sentença arbitral WT/DS316/ARB, no processo *European Communities and Certain Member States — Measures Affecting Trade in Large Civil Aircraft* (Comunidades Europeias e determinados Estados-Membros — Medidas que afetam o comércio de aeronaves civis de grandes dimensões). Esta sentença arbitral concede aos Estados Unidos da América (EUA) a possibilidade de solicitar uma autorização para impor contramedidas, até ao máximo de 7 500 milhões de USD por ano, em resposta às subvenções concedidas pela União à Airbus. A 18 de outubro de 2019, os EUA impuseram um direito de importação *ad valorem* de 25 % sobre, entre outros, os vinhos tranquilos exportados pela Alemanha, Espanha, França e Reino Unido para os EUA. Esta situação excepcional, não equitativa e imprevisível está a ter um impacto fortemente negativo no comércio de vinhos da União a nível mundial. Os EUA ameaçaram também aplicar direitos de importação *ad valorem* de 100 % aos vinhos espumantes franceses, em resposta ao imposto criado pela França sobre os serviços digitais (imposto GAFA).
- (2) Os direitos de importação impostos pelos EUA estão a ter um grande impacto direto no comércio de vinho da União com os EUA, o maior mercado de exportação de produtos agrícolas da UE, de vinho em particular, tanto em termos de valor como de volume das exportações. Em 2018, as exportações de vinho da União para os EUA totalizaram 6,5 milhões de hectolitros, correspondendo a quatro mil milhões de euros. As exportações de vinho da União para os EUA representam, normalmente, entre 30 % e 40 % do valor total das exportações de vinhos da União.
- (3) O aumento dos direitos de importação imposto pelos EUA está a afetar negativamente os vinhos da União, e não apenas os vinhos tranquilos originários dos quatro Estados-Membros abrangidos por este incremento dos direitos de importação. A reputação e a comercialização do vinho da União no mercado dos EUA estão a ser prejudicadas pela situação gerada. A reputação do vinho é determinada, não só pela qualidade, mas também pelo preço e pela relação qualidade/preço que é associada ao mesmo. Isto é especialmente verdade no caso dos vinhos das gamas média e baixa de preços, que, em termos absolutos, são mais prejudicados pelo direito de importação de 25 % do que os vinhos mais caros, comprados por apreciadores, para os quais o aumento de preço não tem efeito dissuasor. Os vinhos da União competem no mercado dos EUA com vinhos de outras origens, como a América do Sul, a Austrália e a África do Sul. Em face de uma concorrência tão feroz e intensa, a perceção do nível global de preços desempenha um papel importante. Se o consumidor tiver conhecimento de que o preço do vinho de determinadas proveniências na União está sujeito a um direito de importação mais elevado, tal terá um impacto negativo na perceção global do nível de preços dos vinhos da União e desviará a procura dos consumidores para produtos de outras origens. Em face das novas condições de mercado e da diminuição do rendimento global dos produtores, justifica-se a adoção de medidas imediatas para contrariar os efeitos dos direitos de importação, relativamente aos vinhos originários de todos os Estados-Membros e não apenas aos vinhos provenientes dos Estados-Membros diretamente visados pelos direitos em causa.
- (4) Na perspetiva da estabilidade do mercado, o regime de direitos de importação imposto pelos EUA não constitui uma medida nacional isolada com efeitos limitados ao comércio com aquele país. O mercado mundial do vinho é um mercado de dimensão planetária, no qual as medidas tomadas individualmente por operadores económicos importantes, como os EUA, têm repercussões profundas no comércio internacional do vinho no seu todo. Qualquer alteração negativa das condições num mercado de destino de importância maior para os vinhos da União, como é o caso dos EUA, afeta inevitavelmente outros mercados, uma vez que os produtos que não podem ser vendidos nos EUA, por se terem tornado demasiado caros, têm de ser desviados para outros destinos. Por conseguinte, os consumidores desses outros mercados, tendo consciência das condições vigentes, exercerão uma pressão adicional sobre os preços e a concorrência será também muito mais feroz do que o normal. Os direitos de importação

(1) JO L 347 de 20.12.2013, p. 671.

atualmente impostos pelos EUA são, por conseguinte, suscetíveis de conduzir a uma estagnação das exportações de vinho da União a nível mundial. Segundo informações provenientes do setor vitivinícola, muitas encomendas de vinhos franceses foram já canceladas no mercado dos EUA.

- (5) As condições do mercado do vinho da União registaram um agravamento ao longo do ano de 2019 e as existências deste produto em armazém estão ao seu nível mais elevado desde 2009. Esta situação deve-se, essencialmente, a uma combinação de fatores: a vindima recorde de 2018 e a redução do consumo de vinho na União. Se os vinhos afetados pelos direitos de importação impostos pelos EUA não forem vendidos nos mercados de exportação, fora da UE, tal apenas contribuirá para amplificar a urgência e a gravidade da situação no mercado da União. Além disso, a urgência da situação foi agravada pelo calendário de aplicação dos direitos de importação. Os direitos são aplicáveis desde 18 de outubro de 2019, em plena vindima e campanha de produção de 2019 e imediatamente antes das festas que antecedem o final do ano, dois dos períodos anuais de vendas mais importantes para o setor vitivinícola da União. Neste contexto, é necessário tomar medidas imediatas para resolver a situação.
- (6) Entre as medidas de apoio ao setor vitivinícola definidas no artigo 43.º do Regulamento (UE) n.º 1308/2013, apenas as medidas de promoção previstas no artigo 45.º, n.º 1, alínea b), desse regulamento visam diretamente promover vinhos da União nos países terceiros, a fim de aumentar a competitividade dos mesmos. Ao longo dos anos, as medidas de promoção em questão revelaram-se notavelmente eficazes na conquista e consolidação de mercados nos países terceiros. Provaram ser o instrumento mais eficaz para apoiar os vinhos da União nos mercados dos países terceiros, ao melhorarem a reputação dos produtos e sensibilizarem os consumidores para a qualidade dos mesmos. Sendo o mercado internacional do vinho um mercado planetário, qualquer campanha de promoção do vinho da União nos mercados de países terceiros é benéfica para todos os vinhos da União. Cria oportunidades para os operadores que entrarão posteriormente no mercado em questão com outros vinhos da União. As ações de promoção têm, cada uma delas, um efeito «multiplicador» nas vendas, uma vez que abrangem gamas completas de vinhos ou regiões vitivinícolas e não apenas uma marca ou um tipo de vinho. Por conseguinte, é essencial prosseguir, lançar e intensificar as atividades de promoção em todos os mercados, de modo a encontrar saídas comerciais para os vinhos que não serão vendidos no mercado dos EUA e a preservar a reputação dos vinhos da União nesses outros mercados, além de reduzir a pressão sobre os preços.
- (7) Assim, para ajudar os operadores a lidar com as circunstâncias excecionais que se verificam atualmente nos mercados de exportação em todo o mundo, em virtude do regime de direitos de importação imposto pelos EUA, e a fim de resolver esta situação precária e imprevista, é conveniente permitir mais flexibilidade na aplicação das medidas de promoção previstas no artigo 45.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (UE) n.º 1308/2013. Afigura-se, portanto, necessário, a título excepcional, prever uma derrogação ao artigo 45.º, n.º 3, desse regulamento e aumentar temporariamente, de 50 % para 60 % das despesas elegíveis, a contribuição máxima concedida pela União para as referidas medidas.
- (8) Trata-se de uma medida necessária, já que os operadores incorrerão inevitavelmente em custos adicionais decorrentes da necessidade de desviar as suas campanhas de promoção para outros países ou de organizar novas campanhas noutros países, devendo todas elas ser realizadas com urgência, para garantir a venda das existências. Ao aumentar-se para 60 % a contribuição concedida pela União para medidas de promoção e, conseqüentemente, reduzir-se a contribuição dos beneficiários, estes últimos poderão realizar ações mais ambiciosas e preservar posições duramente conquistadas nos mercados estrangeiros. Além disso, tal incentivará novos operadores a candidatarem-se aos apoios a operações de promoção, em circunstâncias em que poderiam não o fazer se a contribuição da União se mantivesse nos 50 %, em especial no caso daqueles que antes não dispunham de condições financeiras para tal. A redução dos encargos financeiros dos operadores para 40 % ajudá-los-á a fazer face ao impacto dos direitos de importação impostos pelos EUA.
- (9) A flexibilidade introduzida pelo aumento da contribuição da União representa uma forma de apoio financeiro que, no entanto, não requer financiamento adicional da União, uma vez que continuam a aplicar-se os limites orçamentais previstos para os programas nacionais de apoio ao setor vitivinícola estabelecidos no anexo VI do Regulamento (UE) n.º 1308/2013. Os Estados-Membros podem, assim, decidir afetar montantes mais elevados às medidas de promoção, mas apenas dentro dos limites do orçamento anual previsto no anexo VI do referido regulamento. Por conseguinte, a medida visa, em primeiro lugar, apoiar o setor numa situação concreta de instabilidade do mercado, sem nenhuma necessidade de mobilização de fundos adicionais. Além disso, esta flexibilidade não deverá ter impactes negativos no orçamento previsto para outras medidas de apoio ao abrigo daquele regulamento, uma vez que algumas dessas medidas, como a reestruturação e a reconversão de vinhas, estão a perder importância e consomem menos recursos orçamentais dos Estados-Membros. Acresce que os dados estatísticos dos últimos anos mostram uma subutilização do orçamento máximo disponível por Estado-Membro.

- (10) Os direitos de importação impostos pelos EUA e as dificuldades daí resultantes para o comércio de vinho da União constituem um problema específico, na aceção do artigo 221.º do Regulamento (UE) n.º 1308/2013. Este problema não pode ser resolvido com a adoção de medidas previstas nos artigos 219.º e 220.º do mesmo regulamento. Por um lado, não está ligado a uma perturbação já existente no mercado, uma vez que é agora que os direitos de importação impostos pelos EUA estão a afetar gravemente a reputação do vinho da União e que é de se temer uma rápida deterioração das condições do mercado do vinho, caso a questão não seja imediatamente resolvida. Este problema específico também não está relacionado com uma ameaça suficientemente específica de perturbação do mercado suscetível de continuar na sua forma atual, dado ser previsível que os direitos de importação impostos pelos EUA venham a sofrer alterações e que, como tal, possam ter outros efeitos imprevisíveis no mercado mundial do vinho. Por outro lado, também não está relacionado com medidas de combate à propagação de doenças dos animais nem com a perda de confiança dos consumidores devido a riscos para a saúde pública, a sanidade animal ou a fitossanidade, prevista no artigo 220.º do referido regulamento.
- (11) Além disso, a presente medida, a par de maior flexibilidade na execução das medidas de promoção previstas no artigo 45.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (UE) n.º 1308/2013, insere-se num conjunto de medidas de apoio da União aos operadores afetados pelos direitos de importação impostos pelos EUA aos vinhos da União. No entanto, das medidas em questão, esta é a única que proporciona algum alívio financeiro, como é necessário para ultrapassar a situação em que se encontram os operadores afetados pelos direitos de importação impostos pelos EUA, a qual se reflete em perdas de rendimento e num aumento de despesas decorrentes da necessidade de encontrar novos mercados para os seus vinhos.
- (12) A medida deve limitar-se ao estritamente necessário para fazer face às circunstâncias excecionais que se verificam atualmente nos mercados de exportação, tanto no que respeita ao âmbito como ao período de aplicação.
- (13) A contribuição da União só pode ser concedida pelos Estados-Membros com base num pedido de apoio selecionado no âmbito das medidas de promoção previstas no artigo 45.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (UE) n.º 1308/2013, a partir da data de entrada em vigor do presente regulamento. Esta contribuição deve ser acessível a todos os operadores selecionados ao abrigo daquelas medidas, independentemente da categoria de vinho ou da origem do vinho da União, dado que a aplicação dos direitos de importação impostos pelos EUA está a prejudicar o conjunto das exportações de vinho da União. Neste contexto, é necessário adotar medidas para aumentar a competitividade das exportações de todos os vinhos da União. Para tal, a presente medida de emergência deve aplicar-se a todos os beneficiários, independentemente dos mercados que as operações destes visem. Deve estar disponível tanto para os operadores que pretendam focar-se no mercado dos EUA, como para os que pretendam orientar os seus esforços para outros mercados de países terceiros, nas circunstâncias excecionais que se verificam atualmente no mercado mundial do vinho. Além disso, seria muito difícil separar, no âmbito de uma operação de promoção, as ações relativas aos vinhos tranquilos das ações relativas a outros vinhos, uma vez que as operações de promoção se destinam geralmente a promover todo um conjunto de produtos e não apenas uma categoria determinada. Muitas campanhas de promoção abrangem todos os vinhos de uma região ou uma grande variedade de vinhos comercializados por determinado operador. Diferenciar, no âmbito de uma campanha de promoção, as ações direcionadas para os outros vinhos das ações direcionadas para os vinhos tranquilos representaria um pesado ónus administrativo e prejudicaria os efeitos positivos da operação.
- (14) A medida de emergência deve limitar-se a um período máximo de 12 meses a partir da data de entrada em vigor do presente regulamento. Este período é necessário para permitir a organização das campanhas de promoção. O processo inclui várias etapas administrativas, designadamente a alteração dos programas nacionais de apoio, a preparação e o lançamento dos convites à apresentação de pedidos de apoio, a seleção dos pedidos e a celebração dos contratos, prolongando-se, normalmente, por mais de 6 meses. Por conseguinte, para poder ser aplicada com eficácia, a derrogação deve ter a duração de 12 meses. Os pedidos selecionados findo o período de 12 meses não devem beneficiar do aumento de contribuição da União.
- (15) As medidas previstas no presente regulamento estão em conformidade com o parecer do Comité para a Organização Comum dos Mercados Agrícolas,

ADOTOU O PRESENTE REGULAMENTO:

*Artigo 1.º*

**Categorias de produtos abrangidos**

O presente regulamento aplica-se à promoção de vinho, na aceção do anexo VII, parte II, pontos 1 a 9, 15 e 16, do Regulamento (UE) n.º 1308/2013.

*Artigo 2.º*

**Contribuição da União para as medidas de promoção**

Em derrogação do artigo 45.º, n.º 3, do Regulamento (UE) n.º 1308/2013, a contribuição da União para as medidas de promoção previstas no artigo 45.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (UE) n.º 1308/2013 não pode exceder 60 % das despesas elegíveis.

*Artigo 3.º*

**Entrada em vigor e aplicação**

O presente regulamento entra em vigor no terceiro dia seguinte ao da sua publicação no *Jornal Oficial da União Europeia*.

O presente regulamento é aplicável durante 12 meses, a contar da data da sua entrada em vigor.

O presente regulamento é obrigatório em todos os seus elementos e diretamente aplicável em todos os Estados-Membros.

Feito em Bruxelas, em 30 de janeiro de 2020.

*Pela Comissão*  
*A Presidente*  
Ursula VON DER LEYEN