

## IZVEDBENA UREDBA KOMISIJE (EU) 2020/132

z dne 30. januarja 2020

**o nujnem ukrepu v obliki odstopanja od člena 45(3) Uredbe (EU) št. 1308/2013 Evropskega parlamenta in Sveta glede prispevka Unije k ukrepom promocije v vinskem sektorju**

EVROPSKA KOMISIJA JE –

ob upoštevanju Pogodbe o delovanju Evropske unije,

ob upoštevanju Uredbe (EU) št. 1308/2013 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 17. decembra 2013 o vzpostavitvi skupne ureditve trgov kmetijskih proizvodov in razveljavitvi uredb Sveta (EGS) št. 922/72, (EGS) št. 234/79, (ES) št. 1037/2001 in (ES) št. 1234/2007 <sup>(1)</sup> ter zlasti člena 221(1) Uredbe,

ob upoštevanju naslednjega:

- (1) 2. oktobra 2019 je Svetovna trgovinska organizacija (STO) izdala arbitražno odločbo v zadevi Evropske skupnosti in nekatere države članice – Ukrepi, ki vplivajo na trgovino z velikimi civilnimi zrakoplovi, WT/DS316/ARB. Arbitražna odločba Združenim državam Amerike je (ZDA) dala pravico, da v odziv na subvencije Unije Airbusu zahtevajo odobritev uvedbe protiukrepov v višini največ 7,5 milijarde USD letno. 18. oktobra 2019 so ZDA uvedle uvozno dajatev v višini 25 % *ad valorem* na različne izdelke, med drugim na mirna vina, ki jih v ZDA izvažajo Nemčija, Španija, Francija in Združeno kraljestvo. Ta izjemna, nepravilna in nepredvidena situacija ima resne škodljive učinke na svetovno trgovino z vsemi vini Unije. ZDA so zagrozile tudi z uvedbo uvoznih dajatev v višini 100 % *ad valorem* na francoska peneča vina v odziv na francoski davek na digitalne storitve (GAFA).
- (2) Uvozne dajatve, ki jih so jih uvedle ZDA, imajo neposredne in resne učinke na trgovino z vini Unije na trgu ZDA, ki je tako po vrednosti kot količini največji izvozni trg Unije za kmetijske proizvode, zlasti za vino. Leta 2018 je bilo v ZDA izvoženih skupno 6,5 milijona hektolitrov vin Unije v vrednosti 4 milijarde EUR. Izvoz vin Unije v ZDA običajno predstavlja med 30 in 40 % celotne vrednosti izvoza vin Unije.
- (3) Višje uvozne dajatve, ki so jih uvedle ZDA, imajo škodljive učinke za vsa vina Unije in ne samo za mirna vina s poreklom iz štirih držav članic, za katere veljajo navedene uvozne dajatve. Posledično negativno vplivajo na ugled in trgovino z vsemi vini Unije, prisotnimi na trgu ZDA. Ugled vina ne temelji samo na njegovi kakovosti, temveč tudi na njegovi ceni ter občutenim razmerjem med njima. To zlasti velja za vina v nižjem in srednjem cenovnem razredu, na katera ima 25-odstotna uvozna dajatev v absolutnem smislu večji učinek kot na dražja vina, saj slednja kupujejo poznavalci, ki jih višja cena ne odvrne od nakupa. Vina Unije na trgu ZDA konkurirajo vinom s poreklom od drugod, na primer iz Južne Amerike, Avstralije ali Južne Afrike. Zaradi tako ostre in močne konkurence je občutenje splošnih cenovnih ravni zelo pomembno. Če je potrošnikom znano, da je cena vin s poreklom iz nekaterih držav Unije višja zaradi višje uvozne dajatve, bo to negativno vplivalo na splošno občutenje cenovne ravni vin Unije in s tem povpraševanje potrošnikov preusmerilo na izdelke s poreklom od drugod. Glede na nastale tržne razmere in zmanjšanje skupnega prihodka za proizvajalce je upravičeno sprejeti takojšnje ukrepe za odpravo učinkov opisanih uvoznih dajatev, ki bi zajemali vsa vina s poreklom iz vseh držav članic in ne le iz tistih, ki jih uvozne dajatve neposredno zadevajo.
- (4) Ureditev uvoznih dajatev, ki so jo uvedle ZDA, z vidika stabilnosti trga ni osamljen nacionalni ukrep, katerega učinki bi bili omejeni na trgovino z ZDA. Svetovni trg vina je globalen trg, na katerem imajo posamični ukrepi pomembnih gospodarskih akterjev, kot so ZDA, daljnosežne posledice za celotno mednarodno trgovino z vinom. Vsaka negativna sprememba razmer na pomembnem ciljnem trgu za vina Unije, kot so ZDA, neizogibno vpliva tudi na druge trge, saj je treba izdelke, ki jih zaradi previsoke cene ni mogoče prodati v ZDA, preusmeriti drugam. Potrošniki na teh drugih trgih se zavedajo spremenjenih tržnih razmer, zato bodo izvajali dodaten pritisk na cene in

(<sup>1</sup>) UL L 347, 20.12.2013, str. 671.

bo konkurenca še veliko ostrejša kot običajno. Sedanje uvozne dajatve, ki jih nalagajo ZDA, bodo zato verjetno povzročile stagnacijo izvoza vin Unije po vsem svetu. Poročila iz vinskega sektorja kažejo, da je bila že preklicana znatna količina naročil francoskih vin na trg ZDA.

- (5) Razmere na trgu vina v Uniji so se v letu 2019 stalno slabšale, zato so zaloge vina na najvišji ravni po letu 2009. Do tega je prišlo predvsem zaradi kombinacije rekordnega pridelka v letu 2018 in zmanjšanja porabe vina v Uniji. Če se vina, na katere vplivajo uvozne dajatve, ki so jih uvedle ZDA, ne prodajo na trgih zunaj Unije, se bo stanje na trgu Unije še poslabšalo. Položaj je še resnejši tudi zaradi časovne umestitve začetka uporabe uvoznih tarifnih kvot. Te so se namreč začele uporabljati z 18. oktobrom 2019, kar je bilo točno sredi lanskega obdobja trgatve in proizvodnje vina ter tik pred prazniki ob koncu leta, ki sta za vinski sektor Unije med najpomembnejšimi prodajnimi okni v letu. Zato je treba sprejeti takojšnje ukrepe za rešitev nastalih razmer.
- (6) Med podpornimi ukrepi v vinskem sektorju iz člena 43 Uredbe (EU) št. 1308/2013 je le ukrep promocije iz člena 45 (1)(b) navedene uredbe neposredno namenjen za promocijo vina v tretjih državah, da bi se povečala njihova konkurenčnost. Ta ukrep promocije se je v zadnjih letih izkazal kot zelo učinkovit pri osvajanju trgov tretjih držav in konsolidaciji na njih. S krepitvijo ugleda vin Unije in ozaveščanjem o njihovi kakovosti se je izkazal tudi za najučinkovitejše orodje za podporo vinom Unije na trgih tretjih držav. Mednarodni trg vina je globalen trg in vsaka promocijska dejavnost za vina Unije na trgih tretjih držav koristi vsem vinom Unije. Odpira priložnosti za izvajalce, ki želijo vstopiti na zadevni trg z drugimi vini Unije. Posamezne promocije imajo „multiplikacijski“ učinek na prodajo, saj zajemajo celotne nabore vin ali celotne vinorodne regije in ne samo posamezne znamke ali vrste vina. Zato je bistveno nadaljevati, začeti in okrepiti promocijske dejavnosti na vseh trgih, da se najdejo prodajne možnosti za vina, ki se ne bodo prodala na trgu ZDA, ter da se ohrani ugled vin Unije na teh drugih trgih in odbijejo pritiski na cene.
- (7) V pomoč izvajalcem pri odzivanju na trenutne izjemne okoliščine na izvoznih trgih po vsem svetu po uvedbi ureditve uvoznih dajatev ZDA in za odpravo teh nepredvidenih in negotovih razmer je zato ustrezno, da se omogoči dodatna prožnost pri izvajanju ukrepa promocije v skladu s členom 45(1)(b) Uredbe (EU) št. 1308/2013. Zato je treba kot izredni ukrep omogočiti odstopanje od člena 45(3) Uredbe in začasno povečati največji prispevek Unije k ukrepom promocije v skladu s členom 45(1)(b) navedene uredbe s 50 % na 60 % upravičenih izdatkov.
- (8) Ta ukrep je potreben, ker bodo izvajalcem neizogibno nastali dodatni stroški, povezani s potrebo po preusmeritvi promocij v druge države ali po organizaciji novih promocij v drugih državah, oboje pa bo treba izvesti čim prej, da se omogoči prodaja zalog. Povečanje prispevka unije k ukrepom promocije na 60 % in s tem zmanjšanje prispevka upravičenca bi upravičencem omogočilo, da izvedejo ambicioznejše dejavnosti za ohranitev svojega težko priborjenega položaja na tujih trgih. Prav tako bo k vlaganju zahtevkov za podporo pri promocijskih dejavnostih spodbudilo nove izvajalce, ki se v teh okoliščinah zanje sicer morda ne bi odločili, če bi prispevek Unije ostal pri 50 % – zlasti to velja za tiste izvajalce, ki si prej tega niso mogli privoščiti. Zmanjšanje njihove finančne udeležbe na 40 % jim bo pomagalo pri obvladovanju učinkov uvoznih dajatev, ki so jih uvedle ZDA.
- (9) Prožnost, ki se uvede s povečanjem prispevka Unije, je oblika finančne podpore, ki pa ne zahteva dodatnega financiranja Unije, saj še naprej veljajo proračunske omejitve za nacionalne podporne programe v vinskem sektorju iz Priloge VI k Uredbi (EU) št. 1308/2013. Države članice se zato lahko za dodelitev večjih zneskov za ukrep promocije odločijo samo znotraj letnega proračuna, določenega v Prilogi VI k navedeni uredbi. Cilj ukrepa je torej podpreti sektor v trenutnih nestanovitnih tržnih razmerah, ne da bi bilo treba za to sprostiti dodatna sredstva. Poleg tega ta prožnost ne bi smela negativno vplivati na proračun drugih podpornih ukrepov v skladu z navedeno uredbi, saj nekateri ukrepi, na primer prestrukturiranje in preusmeritev vinogradov, postajajo vse manj relevantni in proračunsko intenzivni za države članice. Poleg tega statistični podatki kažejo, da je bilo v zadnjih letih porabljenih manj sredstev na državo članico, kot jih je bilo na voljo v proračunu.

- (10) Uvozne dajatve, ki so jih uvedle ZDA, in posledične težave v trgovini z vini Unije so specifičen problem v smislu člena 221 Uredbe (EU) št. 1308/2013. Tega specifičnega problema ni mogoče rešiti z ukrepi, sprejetimi v skladu s členom 219 ali 220 navedene uredbe. Po eni strani ni povezan z nobenimi že obstoječimi motnjami na trgu, saj uvozne dajatve, ki so jih uvedle ZDA, trenutno močno vplivajo na ugled vin Unije in bodo verjetno povzročile hitro poslabšanje razmer na trgu vina, če se stanje ne začne nemudoma reševati. Ta specifični problem trenutno tudi ni povezan z dovolj specifično grožnjo motnje na trgu, ki bi se verjetno nadaljevala v svoji trenutni obliki, saj se bodo uvozne tarifne kvote ZDA po pričakovanih spreminjale skozi čas in bodo zato verjetno imele nadaljnje nepredvidljive učinke na svetovni trg vina. Po drugi strani pa ta specifični problem tudi ni povezan z ukrepi za preprečevanje širjenja bolezni živali ali izgube zaupanja potrošnikov zaradi tveganj za zdravje ljudi, živali ali rastlin, kot je določeno v členu 220 navedene uredbe.
- (11) Poleg tega je ta ukrep skupaj s povečano prožnostjo pri izvajanju ukrepa promocije v skladu s členom 45(1)(b) Uredbe (EU) št. 1308/2013 del vrste ukrepov, namenjenih za pomoč izvajalcem na ravni unije, ki so jih prizadele uvozne dajatve na vina Unije, ki so jih uvedle ZDA, Vendar je med temi ukrepi ta ukrep edini, ki daje določeno finančno podporo, ki je potrebna za rešitev razmer, v katerih se izvajalci, ki so jih prizadele uvozne dajatve, ki so jih uvedle ZDA, soočajo z izgubo prihodkov in povečanimi odhodki, povezanimi z iskanjem novih trgov za njihova vina.
- (12) Ta ukrep bi moral biti strogo omejen na to, kar je potrebno za razrešitev trenutnih izjemnih okoliščin na izvoznih trgih tako po obsegu kot po obdobju uporabe.
- (13) Prispevek Unije lahko dodelijo samo države članice na podlagi zahtevka, ki se izbere v okviru ukrepa promocije iz člena 45(1)(b) Uredbe (EU) št. 1308/2013 od datuma začetka veljavnosti te uredbe. Na voljo bi moral biti vsem izvajalcem, izbranim v okviru ukrepa, ne glede na kategorijo posameznega vina ali porekla vina Unije, glede na to, da uvozne tarifne kvote ZDA škodujejo izvozu vseh vin Unije. S tega vidika je treba sprejeti ukrepe za povečanje konkurenčnosti izvoza vseh vin Unije. Da bi to dosegli, bi ta nujni ukrep moral veljati za vse upravičence, ne glede na to, na katere trge usmerjajo svoje dejavnosti. V trenutnih izjemnih okoliščinah na svetovnem trgu vina bi moral biti enako na voljo izvajalcem, ki želijo usmeriti svoja prizadevanja na trg ZDA, kot tistim, ki jih želijo usmeriti na trg druge tretje države. Poleg tega bi bilo znotraj posamezne promocijske dejavnosti zelo težko ločevati ukrepe, ki se nanašajo na mirna vina, od tistih, ki se nanašajo na druga vina, saj so promocijske dejavnosti običajno zasnovane za promocijo široke palete in ne samo posamezne kategorije izdelkov. Številne promocijske kampanje zajemajo vsa vina iz regije ali pester nabor vin, ki jih prodaja posamezen izvajalec. Ločevanje med dejavnostmi, ki zadevajo mirna vina, od dejavnosti v zvezi z drugimi vini znotraj promocijske kampanje bi bilo povezano z velikim upravnim bremenom in bi spodbujalo pozitivne učinke promocijske dejavnosti.
- (14) Nujni ukrep bi moral biti omejen na obdobje največ 12 mesecev od datuma začetka veljavnosti te uredbe. To obdobje je potrebno, da se omogoči vzpostavitev promocijskih kampanj. Postopek vključuje več upravnih korakov, kot so spremembe nacionalnih podpornih programov, priprava in objava razpisov za oddajo prijav, izbira zahtevkov in sklenitev pogodb, kar običajno traja več kot šest mesecev. Za učinkovito izvedbo odstopanja bi zato obdobje njegove veljavnosti moralo biti 12 mesecev. Zahtevki, izbrani po izteku dvanajstmesečnega obdobja, ne bi smeli biti upravičeni do povečanega prispevka Unije.
- (15) Ukrepi iz te uredbe so v skladu z mnenjem Odbora za skupno ureditev kmetijskih trgov –

SPREJELA NASLEDNJO UREDBO:

*Člen 1*

**Kategorije zajetih izdelkov**

Ta uredba se uporablja za promocijo vina v smislu točk 1 do 9, 15 in 16 dela II Priloge VII k Uredbi (EU) št. 1308/2013.

*Člen 2*

**Prispevek Unije k ukrepom promocije**

Z odstopanjem od člena 45(3) Uredbe (EU) št. 1308/2013 prispevek unije za ukrepe promocije iz člena 45(1)(b) Uredbe (EU) št. 1308/2013 ne presega 60 % upravičenih izdatkov.

*Člen 3*

**Začetek veljavnosti in uporaba**

Ta uredba začne veljati tretji dan po objavi v *Uradnem listu Evropske unije*.

Ta uredba se uporablja 12 mesecev od datuma začetka njene veljavnosti.

Ta uredba je v celoti zavezujoča in se neposredno uporablja v vseh državah članicah.

V Bruslju, 30. januarja 2020

*Za Komisijo*  
*Predsednica*  
Ursula VON DER LEYEN