



Bruxelles, 30 gennaio 2020
(OR. en)

5658/20

AGRI 41
AGRIORG 8
AGRIFIN 8
DELA CT 10

NOTA DI TRASMISSIONE

Origine:	Jordi AYET PUIGARNAU, Direttore, per conto del Segretario Generale della Commissione europea
Destinatario:	Jeppe TRANHOLM-MIKKELSEN, Segretario Generale del Consiglio dell'Unione europea
n. doc. Comm.:	C(2020) 423 final
Oggetto:	REGOLAMENTO DELEGATO (UE) .../... DELLA COMMISSIONE del 30.1.2020 recante deroga al regolamento delegato (UE) 2016/1149 della Commissione che integra il regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda i programmi nazionali di sostegno al settore vitivinicolo

Si trasmette in allegato, per le delegazioni, il documento C(2020) 423 final.

All.: C(2020) 423 final

Bruxelles, 30.1.2020
C(2020) 423 final

REGOLAMENTO DELEGATO (UE) .../... DELLA COMMISSIONE

del 30.1.2020

recante deroga al regolamento delegato (UE) 2016/1149 della Commissione che integra il regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda i programmi nazionali di sostegno al settore vitivinicolo

RELAZIONE

1. CONTESTO DELL'ATTO DELEGATO

Il 2 ottobre 2019 l'Organizzazione mondiale del commercio (OMC) ha emesso una decisione arbitrale nel caso "Comunità europee e determinati Stati membri – Misure nell'ambito del commercio di aeromobili civili di grandi dimensioni, WT/DS316/ARB". La decisione dava facoltà agli Stati Uniti di chiedere l'autorizzazione a imporre contromisure per un importo annuo non superiore a 7,5 miliardi di USD in risposta alle sovvenzioni erogate dall'UE a Airbus. Il 18 ottobre 2019 gli Stati Uniti d'America hanno imposto un dazio ad valorem del 25 % sulle importazioni, tra l'altro, di vini fermi in bottiglia esportati verso gli USA da Germania, Francia, Spagna e Regno Unito. Questa situazione eccezionale e imprevedibile sta avendo gravi ripercussioni sul commercio dei vini dell'Unione. Il settore vitivinicolo dell'UE che produce vini fermi in bottiglia si considera una vittima ingiustificabile della situazione di Airbus.

2. CONSULTAZIONI PRECEDENTI L'ADOZIONE DELL'ATTO

Ministri, parlamentari europei e rappresentanti del settore vitivinicolo chiedono alla Commissione di garantire in tempi rapidi un sostegno per superare quelle che considerano conseguenze gravi e drammatiche dell'applicazione da parte degli USA di dazi ad valorem del 25 %, sottolineando, in particolare, che i risultati degli ingenti sforzi di promozione prodigati per conquistare e consolidare i mercati degli Stati Uniti negli ultimi anni sono gravemente compromessi. Inoltre, l'applicazione dei dazi in parola avrà gravi ripercussioni sui vini europei in quanto discriminatoria per i produttori dell'Europa rispetto ad altri fornitori sul mercato mondiale. Il mercato internazionale del vino è, in più, un mercato globale; le perturbazioni sul mercato statunitense influenzeranno la situazione degli altri mercati mondiali che diventeranno sbocchi alternativi per i vini europei. Tutti concordano che un certo aiuto finanziario potrebbe essere concesso tramite le attività di promozione nel contesto dei programmi nazionali di sostegno al settore vitivinicolo. In particolare, il settore vitivinicolo ha chiesto una maggiore flessibilità nella gestione dei programmi di promozione.

Le consultazioni, cui hanno partecipato esperti dei 28 Stati membri, si sono svolte in sede di gruppo di esperti per i mercati agricoli nel quadro dell'organizzazione comune unica dei mercati. Le consultazioni sono sfociate in un ampio consenso sul progetto di regolamento delegato.

3. ELEMENTI GIURIDICI DELL'ATTO DELEGATO

Il progetto di regolamento delegato prevede una maggiore flessibilità nell'applicazione della misura di promozione di cui all'articolo 45, paragrafo 1, lettera b), del regolamento (UE) n. 1308/2013, ossia la promozione nei paesi terzi.

Articolo 1: dato che le tariffe statunitensi si applicano ai vini, le misure eccezionali di cui al presente regolamento dovrebbero applicarsi a tali prodotti.

Articolo 2: gli Stati membri potrebbero consentire ai beneficiari del sostegno alla promozione di prorogare la durata delle loro attività oltre il limite massimo di 5 anni di cui all'articolo 4 del regolamento delegato (UE) 2016/1149. Ciò consentirebbe ai beneficiari di intensificare le loro azioni di promozione su qualsiasi mercato che ritengano necessario e di consolidare la loro presenza su tali mercati.

Articolo 3: gli Stati membri potrebbero autorizzare i beneficiari di un sostegno per la promozione nei paesi terzi a cambiare il paese terzo o il mercato di un paese terzo oggetto di

un'operazione già approvata, anche se ciò dovesse modificare l'obiettivo iniziale dell'operazione. Si tratterebbe di una deroga all'attuale norma di cui all'articolo 53, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2016/1149 della Commissione.

Articolo 4: qualora venga cambiato il mercato di destinazione di un'operazione già approvata e parzialmente attuata, il sostegno sarà versato per le azioni individuali finora attuate nell'ambito di tale operazione. Si tratterebbe in questo caso di una deroga all'articolo 54, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2016/1149.

REGOLAMENTO DELEGATO (UE) .../... DELLA COMMISSIONE

del 30.1.2020

recante deroga al regolamento delegato (UE) 2016/1149 della Commissione che integra il regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda i programmi nazionali di sostegno al settore vitivinicolo

LA COMMISSIONE EUROPEA,

visto il trattato sul funzionamento dell'Unione europea,

visto il regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli e che abroga i regolamenti (CEE) n. 922/72, (CEE) n. 234/79, (CE) n. 1037/2001 e (CE) n. 1234/2007 del Consiglio¹, in particolare l'articolo 53, lettere b) e h),

considerando quanto segue:

- (1) Il 2 ottobre 2019 l'Organizzazione mondiale del commercio (OMC) ha emesso la decisione arbitrale nel caso "Comunità europee e determinati Stati membri – Misure nell'ambito del commercio di aeromobili civili di grandi dimensioni, WT/DS316/ARB". La decisione arbitrale dava facoltà agli Stati Uniti d'America (USA) di chiedere l'autorizzazione a imporre contromisure per un importo annuo non superiore a 7,5 miliardi di USD in risposta alle sovvenzioni erogate dall'Unione a Airbus. Il 18 ottobre 2019 gli USA hanno imposto un dazio ad valorem del 25 % sulle importazioni, tra l'altro, di vini fermi esportati verso gli USA da Germania, Spagna, Francia e Regno Unito. Questa situazione eccezionale, iniqua e imprevedibile sta avendo gravi ripercussioni sul commercio mondiale di tutti i vini dell'Unione. Gli USA hanno minacciato inoltre di applicare dazi ad valorem del 100 % sulle importazioni di vini spumanti francesi in reazione all'imposta della Francia sui servizi digitali (GAFA).
- (2) I dazi all'importazione imposti dagli USA stanno avendo un impatto grave e diretto sul commercio dei vini dell'Unione sul mercato statunitense, che rappresenta il più grande mercato di esportazione dell'Unione per i prodotti agricoli, in particolare per il vino, in termini sia di valore che di volume delle esportazioni. Nel 2018 le esportazioni di vini dell'Unione verso gli USA sono ammontate in totale a 6,5 milioni di ettolitri, per un valore di 4 miliardi di EUR. Le esportazioni di vini dell'Unione verso gli USA rappresentano tra il 30 e il 40 % del valore globale delle esportazioni di vini dell'Unione.
- (3) L'aumento dei dazi all'importazione deciso dagli USA incide negativamente su tutti i vini dell'Unione, non solo sui vini fermi originari dei quattro Stati membri soggetti all'aumento dei dazi all'importazione. Ne conseguono ricadute negative sulla reputazione e sugli scambi di tutti i vini dell'Unione presenti sul mercato statunitense. La reputazione di un vino è determinata non solo dalla qualità, ma anche dal prezzo e dalla percezione del rapporto qualità-prezzo. Ciò è particolarmente vero per i vini della

¹ GU L 347 del 20.12.2013, pag. 671.

fascia di prezzo medio-bassa che, in termini assoluti, sono maggiormente penalizzati da un aumento del 25 % del dazio all'importazione rispetto ai vini più cari, che sono acquistati da intenditori per i quali l'aumento del prezzo non agisce come deterrente. I vini dell'Unione sono in concorrenza sul mercato statunitense con quelli di altre origini, quali l'America del Sud, l'Australia o il Sudafrica. La concorrenza intensa e agguerrita in questo ambito fa sì che la percezione del livello complessivo dei prezzi svolga un ruolo significativo. La consapevolezza da parte dei consumatori che il prezzo dei vini provenienti da determinate regioni dell'Unione è soggetto all'aumento dei dazi all'importazione avrà un impatto negativo sulla percezione generale del livello dei prezzi dei vini dell'Unione in quanto tali, orientando la domanda dei consumatori verso prodotti di altre origini. Tenuto conto delle condizioni di mercato che ne deriverebbero e dei minori ricavi complessivi per i produttori, è necessario adottare misure immediate per far fronte agli effetti dei dazi all'importazione che riguardino tutti i vini originari di tutti gli Stati membri e non solo di quelli direttamente colpiti dai dazi all'importazione.

- (4) Dal punto di vista della stabilità del mercato, il regime di dazi all'importazione imposto dagli USA non rappresenta una misura nazionale isolata con effetti limitati agli scambi con gli Stati Uniti. Il mercato mondiale del vino è un mercato globale in cui le singole misure adottate da importanti attori economici come gli USA hanno vaste ripercussioni sul commercio internazionale del vino nel suo complesso. Qualsiasi cambiamento in negativo delle condizioni in uno dei principali mercati di destinazione dei vini dell'Unione, come quello degli USA, si ripercuote inevitabilmente su altri mercati, in quanto i prodotti che non possono essere venduti negli Stati Uniti, perché troppo costosi, devono essere indirizzati altrove. Di conseguenza, i consumatori di questi altri mercati, che sono perfettamente a conoscenza delle condizioni del mercato, eserciteranno una pressione supplementare sui prezzi e la concorrenza sarà molto più agguerrita del solito. Gli attuali dazi all'importazione imposti dagli USA rischiano quindi di causare una stagnazione delle esportazioni di vino dell'Unione in tutto il mondo. Le informazioni provenienti dal settore vitivinicolo indicano che sono stati già annullati ordinativi consistenti di vini francesi sul mercato statunitense.
- (5) La situazione del mercato unionale del vino si è aggravata nel corso di tutto il 2019 e le scorte di vino sono al loro massimo livello dal 2009. Questo andamento è dovuto principalmente alla combinazione di due fattori: la vendemmia record del 2018 e la diminuzione del consumo di vino nell'Unione. Se i vini interessati dai dazi all'importazione imposti dagli USA non verranno venduti sui mercati di esportazione al di fuori dell'Unione, l'urgenza e la gravità della situazione nel mercato dell'Unione saranno ulteriormente intensificate. Inoltre, l'urgenza della situazione è aggravata dalla tempistica di applicazione dei dazi all'importazione. Essi sono infatti applicabili a decorrere dal 18 ottobre 2019, nel pieno della vendemmia e della campagna di produzione 2019 e immediatamente prima del periodo delle feste di fine anno, in coincidenza quindi di due dei periodi di vendita più importanti dell'anno per il settore vitivinicolo dell'Unione. Alla luce di quanto precede è pertanto necessario adottare misure immediate per fare fronte alla situazione.
- (6) Tra le misure di sostegno nel settore vitivinicolo di cui all'articolo 43 del regolamento (UE) n. 1308/2013, solo la misura di promozione di cui all'articolo 45, paragrafo 1, lettera b), di detto regolamento è direttamente mirata alla promozione dei vini dell'Unione nei paesi terzi al fine di migliorarne la competitività. Nel corso degli anni la misura di promozione si è rivelata notevolmente efficace per conquistare e

consolidare i mercati nei paesi terzi. Anzi, è risultata essere lo strumento più efficace per sostenere i vini dell'Unione nei mercati dei paesi terzi grazie al miglioramento della reputazione e alla sensibilizzazione sulla qualità. Il mercato internazionale del vino è un mercato globale e qualsiasi intervento finalizzato a promuovere un vino dell'Unione sui mercati dei paesi terzi è vantaggioso per tutti i vini dell'Unione, aprendo opportunità per coloro che, in una fase successiva, entreranno in tali mercati con altri vini dell'Unione. Le singole azioni di promozione hanno un effetto "moltiplicatore" sulle vendite, in quanto riguardano intere categorie o regioni di produzione dei vini e non soltanto una singola marca o singolo tipo di vino. È pertanto essenziale avviare, proseguire e intensificare le attività di promozione in tutti i mercati, al fine di trovare sbocchi per i vini che non saranno venduti sul mercato statunitense e di preservare la reputazione dei vini dell'Unione nei suddetti altri mercati, nonché di contrastare la pressione sui prezzi.

- (7) Di conseguenza, per aiutare gli operatori a rispondere alle attuali circostanze eccezionali sui mercati di esportazione mondiali conseguenti al regime di dazi all'importazione imposto dagli USA e affrontare questa situazione imprevedibile e precaria, è opportuno permettere maggiore flessibilità nell'attuazione della misura di promozione di cui all'articolo 45, paragrafo 1, lettera b), del regolamento (UE) n. 1308/2013, derogando a determinate disposizioni del regolamento delegato (UE) 2016/1149 della Commissione².
- (8) Per consentire ai beneficiari di intensificare le loro azioni di promozione e consolidare la loro presenza sui mercati interessati, gli Stati membri dovrebbero avere la possibilità di prorogare la durata del sostegno alle operazioni già selezionate nell'ambito della misura di promozione di cui all'articolo 45, paragrafo 1, lettera b), del regolamento (UE) n. 1308/2013 oltre la durata massima di 5 anni di cui all'articolo 4 del regolamento delegato (UE) 2016/1149. Una siffatta misura garantirà una maggiore stabilità e continuità delle azioni di promozione degli operatori già presenti sul mercato statunitense e colpiti in modo diretto dai dazi all'importazione. Inoltre essa andrà a beneficio degli operatori che promuovono il vino sui mercati di altri paesi terzi e che, pur non essendo direttamente interessati dal regime di dazi all'importazione imposto dagli USA, faticano a mantenere la loro posizione nella nuova situazione di instabilità e concorrenza agguerrita che domina il mercato mondiale del vino.
- (9) Tuttavia, le singole proroghe concesse ai progetti non dovrebbero andare oltre l'attuale periodo di programmazione (2019-2023) e dovrebbero terminare il 15 ottobre 2023.
- (10) Ulteriore flessibilità dovrebbe essere concessa in relazione a possibili modifiche delle operazioni nell'ambito della misura di promozione di cui all'articolo 45, paragrafo 1, lettera b), del regolamento (UE) n. 1308/2013, come stabilito all'articolo 53, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2016/1149. Al fine di consentire ai beneficiari di reagire in modo adeguato ed efficiente a circostanze eccezionali e di adeguare i loro mercati di riferimento in funzione delle necessità, è opportuno autorizzare gli Stati membri a derogare a tali norme, autorizzando il cambiamento del mercato di destinazione anche se ciò non è in linea con l'obiettivo iniziale dell'operazione. Tale deroga aiuterebbe i beneficiari che attualmente effettuano operazioni di promozione negli USA a orientarsi verso altri mercati, evitando così ulteriori perdite economiche.

² Regolamento delegato (UE) 2016/1149 della Commissione, del 15 aprile 2016, che integra il regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda i programmi nazionali di sostegno al settore vitivinicolo e che modifica il regolamento (CE) n. 555/2008 della Commissione (GU L 190 del 15.7.2016, pag. 1)

Aiuterebbe inoltre i beneficiari che effettuano operazioni in altri paesi terzi interessati dalle ripercussioni del regime dei dazi all'importazione imposto dagli USA su quei particolari mercati e che desiderano riorientare i loro sforzi altrove.

- (11) Per evitare uno scenario in cui i beneficiari che si avvalgono della flessibilità e che decidono di cambiare il mercato di riferimento siano penalizzati per non aver realizzato nella sua interezza l'operazione approvata inizialmente dall'autorità competente, è altresì necessario derogare all'articolo 54, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2016/1149. In questo modo si garantirebbe che il sostegno sia versato alle azioni individuali, quali modificate dal presente regolamento, a condizione che tali azioni siano pienamente attuate e sottoposte ai controlli applicabili di cui al capo IV, sezione 1, del regolamento di esecuzione (UE) 2016/1150 della Commissione³.
- (12) Le due misure introdotte dal presente regolamento dovrebbero essere applicabili a tutti gli operatori già presenti in un determinato mercato di un paese terzo, per garantire che essi ricevano lo stesso sostegno concesso agli operatori che fanno il loro ingresso su tale mercato, i quali potranno beneficiare di un'aliquota di partecipazione dell'Unione pari a un massimo del 60 % della spesa ammissibile a norma del regolamento di esecuzione (UE) .../... della Commissione⁴. Tali misure dovrebbero applicarsi anche a tutte le operazioni di promozione del vino a norma dell'articolo 45, paragrafo 1, lettera b), del regolamento (UE) n. 1308/2013, a prescindere dalla specifica categoria del vino oggetto di promozione, dal momento che il regime dei dazi all'importazione imposto dagli USA danneggia la reputazione di tutti i vini dell'Unione nel loro insieme. Inoltre, sarebbe molto difficile distinguere, nell'ambito di un'unica operazione di promozione, le azioni riguardanti i vini fermi da quelle relative ad altri vini, in quanto le operazioni di promozione sono tipicamente destinate a promuovere una gamma completa di prodotti e non solo una categoria specifica. Molte campagne promozionali riguardano tutti i vini di una regione o una grande varietà di vini venduti da un determinato operatore. Separare le azioni relative ad altri vini da quelle riguardanti i vini fermi nell'ambito di una campagna promozionale rappresenterebbe un pesante onere amministrativo e pregiudicherebbe gli effetti positivi dell'operazione di promozione.
- (13) È pertanto necessario derogare all'articolo 4, all'articolo 53, paragrafo 1, e all'articolo 54, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2016/1149,

HA ADOTTATO IL PRESENTE REGOLAMENTO:

Articolo 1

Categorie di prodotti interessate

Il presente regolamento si applica alla promozione del vino ai sensi dell'allegato VII, parte II, punti da (1) a (9), (15) e (16), del regolamento (UE) n. 1308/2013.

³ Regolamento di esecuzione (UE) 2016/1150 della Commissione, del 15 aprile 2016, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda i programmi nazionali di sostegno al settore vitivinicolo (GU L 190 del 15.7.2016, pag. 23).

⁴ Regolamento di esecuzione (UE) .../... della Commissione del [...] [...] (GU L ...).

Articolo 2

Durata del sostegno

In deroga all'articolo 4 del regolamento delegato (UE) 2016/1149, e se giustificato in vista degli effetti dell'operazione, la durata del sostegno erogato a un beneficiario in un dato paese terzo o mercato di un paese terzo per la misura di promozione di cui all'articolo 45, paragrafo 1, lettera b), del regolamento (UE) n. 1308/2013 può essere prorogata oltre il periodo di cinque anni di cui all'articolo 4 del regolamento delegato (UE) 2016/1149, ma non oltre il 15 ottobre 2023.

Articolo 3

Modifiche alle operazioni approvate

In deroga all'articolo 53, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2016/1149, gli Stati membri possono consentire ai beneficiari di un'operazione in corso nell'ambito della misura di promozione di cui all'articolo 45, paragrafo 1, lettera b), del regolamento (UE) n. 1308/2013 di trasmettere, mediante notifica all'autorità competente, il cambiamento del mercato di destinazione di tale operazione, anche se questo cambiamento modifica l'obiettivo iniziale dell'operazione. Tali modifiche non richiedono la previa approvazione da parte dell'autorità competente. La notifica è presentata dai beneficiari entro i termini stabiliti dagli Stati membri.

Articolo 4

Sostegno alle azioni individuali attuate

In deroga all'articolo 54, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2016/1149, se un cambiamento del mercato di destinazione di un'operazione già approvata è stato notificato all'autorità competente in conformità all'articolo 3 del presente regolamento, il sostegno è versato per le azioni individuali già attuate nell'ambito della suddetta operazione, se tali azioni sono state integralmente attuate e sono state sottoposte a controlli amministrativi e, se del caso, a controlli in loco in conformità al capo IV, sezione 1, del regolamento di esecuzione (UE) 2016/1150.

Articolo 5

Entrata in vigore

Il presente regolamento entra in vigore il terzo giorno successivo alla pubblicazione nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*.

Il presente regolamento è obbligatorio in tutti i suoi elementi e direttamente applicabile in ciascuno degli Stati membri.

Fatto a Bruxelles, il 30.1.2020

Per la Commissione
La presidente
Ursula von der LEYEN