II

(Akty o charakterze nieustawodawczym)

ROZPORZĄDZENIA

ROZPORZĄDZENIE DELEGOWANE KOMISJI (UE) 2020/419

z dnia 30 stycznia 2020 r.

wprowadzające odstępstwo od rozporządzenia delegowanego (UE) 2016/1149 uzupełniającego rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1308/2013 w odniesieniu do krajowych programów wsparcia w sektorze wina

KOMISJA EUROPEJSKA,

uwzględniając Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej,

uwzględniając rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1308/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. ustanawiające wspólną organizację rynków produktów rolnych oraz uchylające rozporządzenia Rady (EWG) nr 922/72, (EWG) nr 234/79, (WE) nr 1037/2001 i (WE) nr 1234/2007 ([1]), w szczególności jego art. 53 lit. b) i h),

a także mając na uwadze, co następuje:

(1) W dniu 2 października 2019 r. Światowa Organizacja Handlu (WTO) wydała orzeczenie arbitrażowe dotyczące Wspólnot Europejskich i niektórych państw członkowskich – Środki mające wpływ na handel dużymi cywilnymi statkami powietrznymi, WT/DS316/ARB. Powyższe orzeczenie arbitrażowe uprawnia Stany Zjednoczone Ameryki (USA) do złożenia wniosku o zezwolenie na nałożenie środków zaradczych na poziomie nieprzekraczającym 7,5 mld USD rocznie w odpowiedzi na dotacje Unii na rzecz przedsiębiorstwa Airbus. W dniu 18 października 2019 r. USA nałożyły należności celne przywozowe *ad valorem* w wysokości 25 % na m.in. wina niemusujące wywożone do USA przez Niemcy, Hiszpanię, Francję i Zjednoczone Królestwo. Ta wyjątkowa, niesprawiedliwa i nieprzewidywalna sytuacja ma poważny i szkodliwy wpływ na światowy handel wszystkimi winami unijnymi. Ponadto USA zagroziły, że zastosują należności celne przywozowe *ad valorem* w wysokości 100 % do francuskich win musujących w odpowiedzi na francuski podatek od usług cyfrowych (podatek GAFA).

(2) Należności celne przywozowe nałożone przez USA mają bezpośredni i poważny wpływ na unijny handel winami na rynku USA, który jest największym unijnym rynkiem eksportowym produktów rolnych, a w szczególności wina, zarówno pod względem wartości, jak i wielkości wywozu. W 2018 r. unijny wywóz wina do USA wyniósł 6,5 mln hektolitrów, co odpowiada kwocie 4 mld EUR. Wywóz wina z Unii do USA zazwyczaj stanowi 30–40 % całkowitej wartości wywozu wina z Unii.

(3) Zwiększone należności celne przywozowe nałożone przez USA wywierają szkodliwy wpływ na unijną produkcję wina ogółem, a nie tylko na produkcję win niemusujących w czterech państwach członkowskich, które podlegają zwiększonym należnościom celnym przywozowym. Ma to negatywny wpływ na renomę wszystkich win unijnych obecnych na rynku USA oraz na handel nimi. Renoma wina zależy nie tylko od jego jakości, ale również od jego ceny i subiektywnie postrzeganej relacji jakości do ceny. Dotyczy to w szczególności win należących do niższych i średnich kategorii cenowych, na które – w wartościach bezwzględnych – należności celne przywozowe w wysokości 25 % mają większy wpływ niż na droższe wina kupowane przez znawców, na których wzrost ceny nie działa odstraszająco. Wina unijne konkurują na rynku USA z winami z innych regionów, takich jak Ameryka Południowa, Australia lub Republika Południowej Afryki. W świetle tak ostrej i intensywnej konkurencji istotną rolę odgrywa postrzeganie ogólnego poziomu cen. Jeżeli konsument zda sobie sprawę, że cena wina z pewnych źródeł pochodzenia w Unii jest objęta zwiększonymi należnościami celnymi przywozowymi, wywrze to negatywny wpływ na ogólne

([1]) Dz.U. L 347 z 20.12.2013, s. 671.

postrzeganie poziomu cen unijnych win i spowoduje przekierowanie popytu konsumentów na produkty pochodzące z innych źródeł. W świetle wynikających z tej sytuacji warunków rynkowych oraz w związku ze spadkiem ogólnych zysków producentów uzasadnione jest – w celu uwzględnienia wpływu należności celnych przywozowych – natychmiastowe wprowadzenie środków obejmujących wszystkie wina pochodzące ze wszystkich państw członkowskich, a nie tylko z tych, które są bezpośrednio objęte należnościami celnymi przywozowymi.

(4) Z punktu widzenia stabilności rynku system należności celnych przywozowych nakładanych przez USA nie stanowi odizolowanego środka krajowego wywierającego skutki ograniczające się do handlu z USA. Światowy rynek wina jest rynkiem globalnym, na którym pojedyncze środki podejmowane przez istotne podmioty gospodarcze, takie jak USA, mają daleko idące konsekwencje dla międzynarodowego handlu winem jako całości. Wszelkie negatywne zmiany warunków na jednym z głównych rynków docelowych dla win unijnych, takich jak USA, nieuchronnie wpływają na inne rynki, ponieważ produkty, których nie można sprzedać w USA ze względu na to, że stały się zbyt drogie, muszą zostać przekierowane w inne miejsca. W związku z tym konsumenci na tych innych rynkach, w pełni świadomi warunków rynkowych, będą wywierać dodatkową presję na ceny i konkurencja będzie ostrzejsza niż w normalnej sytuacji. Obecne należności celne przywozowe nałożone przez Stany Zjednoczone mogą zatem spowodować stagnację wywozu wina z Unii na globalny rynek. Jak wynika z informacji przedstawionych przez sektor wina, znaczące zamówienia francuskich win na rynek USA już zostały anulowane.

(5) Przez cały 2019 r. unijny rynek wina działał w utrudnionych warunkach, a zapasy wina są na najwyższym poziomie od 2009 r. Sytuacja ta jest przede wszystkim wynikiem połączenia rekordowych zbiorów w 2018 r. i spadku konsumpcji wina w Unii. Jeżeli wina, na które mają wpływ należności celne przywozowe nałożone przez Stany Zjednoczone, nie zostaną sprzedane na rynkach eksportowych poza Unią, to sytuacja na rynku unijnym stanie się jeszcze poważniejsza i trudniejsza. Ponadto okolicznością zwiększającą powagę sytuacji jest termin zastosowania należności celnych przywozowych. Należności celne przywozowe obowiązują od dnia 18 października 2019 r., a więc zaczęły obowiązywać w samym środku kampanii zbiorów i produkcji wina w 2019 r. i tuż przed kończącym rok kalendarzowy okresem świątecznym: dla unijnego sektora wina są to dwa najważniejsze okresy sprzedaży w roku. W związku z powyższym konieczne jest podjęcie natychmiastowych działań w celu zaradzenia tej sytuacji.

(6) Spośród środków wsparcia w sektorze wina, określonych w art. 43 rozporządzenia (UE) nr 1308/2013, jedynie środek promocyjny przewidziany w art. 45 ust. 1 lit. b) tego rozporządzenia jest bezpośrednio ukierunkowany na promowanie win unijnych w państwach trzecich w celu zwiększenia ich konkurencyjności. Na przestrzeni lat powyższy środek promocyjny okazał się bardzo skuteczną pomocą w zdobywaniu i konsolidowaniu rynków w państwach trzecich. Stwierdzono, że jest on najbardziej skutecznym narzędziem wspierania win unijnych na rynkach państw trzecich dzięki podnoszeniu ich renomy i upowszechnianiu informacji na temat ich jakości. Międzynarodowy rynek wina jest rynkiem globalnym – wszelkie działania promocyjne dotyczące unijnego wina na rynkach państw trzecich są korzystne dla wszystkich win unijnych. Działania takie otwierają perspektywy dla podmiotów, które dopiero wejdą na dany rynek z innymi winami unijnymi. Poszczególne działania promocyjne mają efekt mnożnikowy w odniesieniu do sprzedaży, ponieważ obejmują całe spektrum win lub całe regiony winiarskie, a nie tylko jedną indywidualną markę lub typ wina. Należy zatem kontynuować, inicjować i intensyfikować działania promocyjne na wszystkich rynkach, aby znaleźć rynki zbytu dla win, które nie zostaną sprzedane na rynku USA, oraz w celu zachowania renomy win unijnych na tych innych rynkach i przeciwdziałania presji na ceny.

(7) W związku z tym, aby pomóc podmiotom gospodarczym w reagowaniu na obecne wyjątkowe okoliczności na rynkach eksportowych na całym świecie, związane z wprowadzeniem systemu należności celnych przywozowych przez USA, i rozwiązać tę nieprzewidywalną i niepewną sytuację, należy umożliwić większą elastyczność we wdrażaniu środka promocyjnego na podstawie art. 45 ust. 1 lit. b) rozporządzenia (UE) nr 1308/2013 poprzez wprowadzenie odstępstwa od niektórych przepisów określonych w rozporządzeniu delegowanym Komisji (UE) 2016/1149 ([2]).

(8) Aby beneficjenci mogli wzmocnić swoje działania promocyjne i skonsolidować swoją obecność na rynkach docelowych, państwa członkowskie powinny mieć możliwość przedłużenia okresu udzielania wsparcia dla już wybranych operacji w ramach środka promocyjnego, o którym mowa w art. 45 ust. 1 lit. b) rozporządzenia (UE) nr 1308/2013, powyżej maksymalnego okresu 5 lat określonego w art. 4 rozporządzenia delegowanego (UE) 2016/1149. Taki środek zapewni podmiotom już obecnym na rynku amerykańskim, które zostały bezpośrednio objęte należnościami celnymi przywozowymi, większą stabilność i ciągłość działań promocyjnych. Ponadto będzie to również korzystne dla podmiotów gospodarczych promujących wino na rynkach innych państw trzecich, które to podmioty nie podlegają bezpośrednio systemowi należności przywozowych nałożonemu przez USA, lecz próbują utrzymać swoją pozycję w panującej od niedawna na rynku wina niestabilnej sytuacji ostrej konkurencji.

([2]) Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2016/1149 z dnia 15 kwietnia 2016 r. uzupełniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1308/2013 w odniesieniu do krajowych programów wsparcia w sektorze wina oraz zmieniające rozporządzenie Komisji (WE) nr 555/2008 (Dz.U. L 190 z 15.7.2016, s. 1).

(9) Indywidualne przedłużenie przyznane na projekty nie powinno jednak wykraczać poza obecny okres programowania, który trwa od 2019 r. do 2023 r., a zatem powinno zakończyć się w dniu 15 października 2023 r.

(10) Należy dopuścić dalszą elastyczność w odniesieniu do ewentualnych zmian operacji w ramach środka promocyjnego, o którym mowa w art. 45 ust. 1 lit. b) rozporządzenia (UE) nr 1308/2013, jak określono w art. 53 ust. 1 rozporządzenia delegowanego (UE) 2016/1149. Aby beneficjenci mogli odpowiednio i skutecznie reagować na wyjątkowe okoliczności i w razie potrzeby dostosować swoje rynki docelowe, należy upoważnić państwa członkowskie do odstąpienia od tych zasad poprzez dopuszczenie zmian na rynku docelowym, nawet jeżeli zmiana nie jest zgodna z pierwotnym celem operacji. Takie odstępstwo pomogłoby beneficjentom obecnie prowadzącym operacje w zakresie promocji w USA w przeniesieniu działań na inne rynki docelowe i zapobieżeniu dalszym stratom ekonomicznym. Zapewniłoby to również pomoc tym beneficjentom, którzy prowadzą operacje w innych państwach trzecich, borykając się ze skutkami nałożenia przez USA systemu należności celnych przywozowych występującymi na rynkach tych państw, i którzy w związku z tym chcą przekierować swoje wysiłki.

(11) Aby uniknąć sytuacji, w której beneficjenci korzystający z elastyczności i podejmujący decyzję o zmianie docelowego rynku są karani za niewdrożenie całej operacji w formie zatwierdzonej pierwotnie przez właściwy organ, konieczne jest również odstępstwo od art. 54 ust. 1 rozporządzenia delegowanego (UE) 2016/1149. Odstępstwo to zapewnia wypłacanie wsparcia na poszczególne działania, zgodnie ze zmianami wprowadzonymi w niniejszym rozporządzeniu, pod warunkiem pełnego wdrożenia tych działań i poddania ich stosownym kontrolom, o których mowa w rozdziale IV sekcja 1 rozporządzenia wykonawczego Komisji (UE) 2016/1150 ([3]).

(12) Dwa wprowadzone niniejszym rozporządzeniem środki powinny mieć zastosowanie do wszystkich podmiotów już obecnych na danym rynku państwa trzeciego, aby zagwarantować, że podmioty te otrzymają takie samo wsparcie jak podmioty dopiero wchodzące na dany rynek, które będą uprawnione do otrzymania wyższej stawki unijnej pomocy – do 60 % wydatków kwalifikowalnych – na podstawie rozporządzenia wykonawczego Komisji (UE) 2020/132 ([4]). Środki te powinny mieć również zastosowanie do wszystkich operacji w zakresie promowania wina na podstawie art. 45 ust. 1 lit. b) rozporządzenia (UE) nr 1308/2013, bez względu na promowaną kategorię wina, ponieważ system należności celnych przywozowych wprowadzony przez USA wpływa na renomę wszystkich win unijnych. Ponadto w ramach jednej operacji w zakresie promocji bardzo trudno byłoby oddzielić działania dotyczące win niemusujących od działań dotyczących innych win, ponieważ operacje w zakresie promocji mają zazwyczaj na celu promowanie całego szeregu produktów, a nie tylko konkretnej kategorii. Wiele kampanii promocyjnych dotyczy wszystkich win z danego regionu lub szerokiej gamy win sprzedawanych przez dany podmiot. Oddzielanie działań dotyczących innych win od działań dotyczących win niemusujących w ramach kampanii promocyjnej stanowiłoby duże obciążenie administracyjne i osłabiłoby pozytywne skutki operacji w zakresie promocji.

(13) Należy zatem wprowadzić odstępstwa od art. 4, art. 53 ust. 1 i art. 54 ust. 1 rozporządzenia delegowanego (UE) 2016/1149,

PRZYJMUJE NINIEJSZE ROZPORZĄDZENIE:

Artykuł 1

Uwzględnione kategorie produktów

Niniejsze rozporządzenie ma zastosowanie do promowania wina w rozumieniu części II pkt 1–9 oraz pkt 15–16 załącznika VII do rozporządzenia (UE) nr 1308/2013.

Artykuł 2

Czas trwania wsparcia

Na zasadzie odstępstwa od art. 4 rozporządzenia delegowanego (UE) 2016/1149 i jeżeli jest to uzasadnione ze względu na skutki operacji, czas trwania wsparcia dla danego beneficjenta w danym państwie trzecim lub na rynku państwa trzeciego w odniesieniu do środka promocyjnego, o którym mowa w art. 45 ust. 1 lit. b) rozporządzenia (UE) nr 1308/2013, może zostać przedłużony ponad okres pięciu lat ustanowiony w art. 4 rozporządzenia delegowanego (UE) 2016/1149, lecz nie może trwać dłużej niż do dnia 15 października 2023 r.

([3]) Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) 2016/1150 z dnia 15 kwietnia 2016 r. ustanawiające zasady stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1308/2013 w odniesieniu do krajowych programów wsparcia w sektorze wina (Dz.U. L 190 z 15.7.2016, s. 23).

([4]) Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) 2020/132 z dnia 30 stycznia 2020 r. ustanawiające środek nadzwyczajny w formie odstępstwa od art. 45 ust. 3 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1308/2013 w odniesieniu do wkładu Unii w środek promocyjny w sektorze wina (Dz.U. L 27 z 31.1.2020, s. 20).

Artykuł 3

Zmiany w zatwierdzonych operacjach

Na zasadzie odstępstwa od art. 53 ust. 1 rozporządzenia delegowanego (UE) 2016/1149 państwa członkowskie mogą zezwolić beneficjentom bieżącej operacji w ramach środka promocyjnego, o którym mowa w art. 45 ust. 1 lit. b) rozporządzenia (UE) nr 1308/2013, na zgłoszenie, w drodze powiadomienia właściwego organu, zmian rynku docelowego tej operacji, nawet jeżeli taka zmiana zmienia pierwotny cel operacji. Zmiany takie nie wymagają uprzedniego zatwierdzenia przez właściwy organ. Powiadomienia przekazywane są przez beneficjentów w terminach określonych przez państwa członkowskie.

Artykuł 4

Wsparcie poszczególnych wdrożonych działań

Na zasadzie odstępstwa od art. 54 ust. 1 rozporządzenia delegowanego (UE) 2016/1149, jeżeli właściwy organ został powiadomiony o zmianie rynku docelowego już zatwierdzonej operacji zgodnie z art. 3 niniejszego rozporządzenia, wsparcie wypłaca się na poszczególne już wdrożone działania w ramach tej operacji, pod warunkiem że działania te zostały w pełni wdrożone oraz poddane kontrolom administracyjnym i, w stosownych przypadkach, kontrolom na miejscu zgodnie z rozdziałem IV sekcja 1 rozporządzenia wykonawczego (UE) 2016/1150.

Artykuł 5

Wejście w życie

Niniejsze rozporządzenie wchodzi w życie trzeciego dnia po jego opublikowaniu w *Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej*.

Niniejsze rozporządzenie wiąże w całości i jest bezpośrednio stosowane we wszystkich państwach członkowskich.

Sporządzono w Brukseli dnia 30 stycznia 2020 r.

W imieniu Komisji
Ursula VON DER LEYEN
Przewodnicząca