

II

(Atos não legislativos)

REGULAMENTOS

REGULAMENTO DELEGADO (UE) 2020/419 DA COMISSÃO

de 30 de janeiro de 2020

que estabelece exceções ao disposto no Regulamento Delegado (UE) 2016/1149 que complementa o Regulamento (UE) n.º 1308/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho no que diz respeito aos programas de apoio nacionais 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 ⁽¹⁾, nomeadamente o artigo 53.º, alíneas b) e h),

Considerando o seguinte:

- (1) Em 2 de outubro de 2019, a Organização Mundial do Comércio (OMC) proferiu a decisão de arbitragem WT/DS316/ARB no processo *Comunidades Europeias e determinados Estados-Membros — Medidas que afetam o comércio de aeronaves civis de grandes dimensões*. Essa decisão concedeu aos Estados Unidos da América (EUA) o direito de pedir autorização para a imposição de contramedidas no valor máximo de 7,5 mil milhões de dólares por ano em resposta às subvenções da União à Airbus. Em 18 de outubro de 2019, os EUA impuseram um direito de importação *ad valorem* de 25% sobre, entre outros, vinhos tranquilos engarrafados exportados para o seu território pela Alemanha, pela França, pela Espanha e pelo Reino Unido. Esta situação excepcional, injusta e imprevisível, está a causar graves prejuízos no comércio mundial de todos os vinhos da União. Acresce que os EUA ameaçaram aplicar direitos de importação *ad valorem* de 100% aos vinhos espumantes franceses em resposta ao imposto francês sobre os serviços digitais («imposto GAFA»).
- (2) Os direitos de importação impostos pelos EUA estão a ter um impacto direto e grave no comércio de vinhos da União no mercado americano, que é o maior mercado de exportação de produtos agrícolas da União, em especial de vinho, tanto em termos de valor como de volume. Em 2018, as exportações de vinho da União para os EUA totalizaram 6,5 milhões de hectolitros, o que corresponde a 4 mil milhões de euros. Normalmente, as exportações de vinho da União para os EUA representam entre 30% e 40% do valor total das exportações de vinho da União.
- (3) O aumento dos direitos de importação impostos pelos EUA está a prejudicar todos os vinhos da União e não apenas os vinhos tranquilos originários dos quatro Estados-Membros a que se aplica. Afeta a reputação e o comércio de todos os vinhos da União presentes no mercado dos EUA. A reputação de um vinho é determinada pela sua qualidade, mas também pelo seu preço e pela relação qualidade/preço. É o caso, particularmente, dos vinhos de preço médio a baixo, que, em termos absolutos, são mais afetados por um direito de importação de 25% do que os mais caros, comprados por conhecedores, para quem o aumento de preço não tem um 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. No quadro dessa feroz e intensa concorrência, a perceção dos níveis globais dos preços desempenha um papel importante. Um consumidor consciente de que o preço do vinho de certas origens da União está sujeito a direitos de importação mais altos terá uma perceção global negativa do nível de preços dos vinhos da União e, assim,

⁽¹⁾ JO L 347 de 20.12.2013, p. 671.

orientará a procura para produtos de outras origens. À luz das resultantes condições de mercado e diminuição das receitas globais dos produtores identificadas, e para fazer face aos efeitos dos direitos de importação, justifica-se a adoção de medidas imediatas que devem abranger o conjunto dos vinhos originários de todos os Estados-Membros e não apenas os diretamente visados pelos direitos de importação.

- (4) Do ponto de vista 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 esse país. O mercado mundial do vinho é um mercado global em que as medidas individuais tomadas por importantes operadores económicos, como os EUA, têm profundas repercussões no comércio internacional do vinho no seu conjunto. Qualquer alteração negativa das condições num mercado de destino importante para os vinhos da União, como os EUA, afeta inevitavelmente outros mercados, uma vez que os produtos que não podem ser vendidos nos EUA por se terem tornado demasiadamente caros têm de ser dirigidos para outros mercados. Consequentemente, os consumidores desses outros mercados, bem cientes das condições de mercado, exercerão uma pressão adicional sobre os preços e a concorrência será também muito maior do que o normal. Assim, é provável que os atuais direitos de importação impostos pelos EUA provoquem a estagnação das exportações de vinhos da União em todo o mundo. Segundo relatórios do setor vitivinícola, já foram canceladas encomendas significativas de vinhos franceses para o mercado dos EUA.
- (5) O ano de 2019 pautou-se por circunstâncias difíceis para o mercado vitivinícola da União e o nível das existências de vinho é o mais elevado desde 2009. Esta evolução deve-se principalmente à combinação de uma colheita recorde em 2018 com a diminuição do consumo de vinho na União. Se os vinhos afetados pelos direitos de importação instituídos pelos EUA não forem vendidos nos mercados de exportação fora da União, intensificar-se-ão a urgência e a gravidade da situação do mercado da União. Acresce que a urgência da situação é agravada pelo momento da aplicação dos direitos de importação. Os direitos aduaneiros são aplicáveis desde 18 de outubro de 2019, isto é, a meio da campanha de colheita e de produção de vinho desse ano e imediatamente antes das festas de fim do ano, dois dos mais importantes períodos de venda do ano para o setor vitivinícola da União. Neste contexto, é necessário tomar medidas imediatas para obviar à situação.
- (6) Entre as medidas de apoio ao setor vitivinícola definidas no artigo 43.º do Regulamento (UE) n.º 1308/2013, só a medida de promoção prevista no artigo 45.º, n.º 1, alínea b), do mesmo regulamento visa diretamente a promoção dos vinhos da União em países terceiros a fim de melhorar a sua competitividade. Ao longo dos anos, essa medida foi bastante eficaz para a conquista e a consolidação de mercados de países terceiros, e constituiu o melhor instrumento de apoio aos vinhos da União nesses mercados, melhorando a sua reputação e aumentando a sensibilização para a sua qualidade. O mercado vitivinícola internacional é um mercado global; qualquer medida de promoção do vinho da União nos mercados de países terceiros é benéfica para todos os vinhos da União e cria condições favoráveis para os operadores que, posteriormente, introduzirão no mercado em causa outros vinhos da União. As promoções individuais têm um efeito «multiplicador» nas vendas, uma vez que abrangem gamas inteiras de vinhos ou regiões vitivinícolas inteiras, e não apenas uma marca ou um tipo de vinho. Por conseguinte, é essencial prosseguir, lançar e intensificar atividades de promoção em todos os mercados, a fim de encontrar saídas comerciais para os vinhos que não serão vendidos no mercado dos EUA e preservar a reputação dos vinhos da União nesses outros mercados, bem como para combater a pressão sobre os preços.
- (7) Consequentemente, para ajudar os operadores a fazer face às atuais circunstâncias excecionais nos mercados de exportação mundiais, subsequentes à imposição, pelos EUA, do regime de direitos de importação, e gerir esta situação imprevisível e precária, afigura-se adequado permitir uma maior flexibilidade na aplicação da medida de promoção prevista no artigo 45.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (UE) n.º 1308/2013, estabelecendo exceções a certas disposições do Regulamento Delegado (UE) 2016/1149 da Comissão ⁽²⁾.
- (8) A fim de permitir aos beneficiários reforçar as suas ações de promoção e consolidar a sua presença nos mercados visados, os Estados-Membros devem ter a possibilidade de prolongar para além do período máximo de cinco anos estabelecido no artigo 4.º do Regulamento Delegado (UE) 2016/1149 o apoio às operações já selecionadas ao abrigo da medida de promoção referida no artigo 45.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (UE) n.º 1308/2013. Tal medida proporcionará maior estabilidade e continuidade às operações de promoção dos operadores já presentes no mercado dos EUA que são diretamente afetados pelos direitos de importação. Além disso, beneficiará também os operadores que promovem o vinho noutros mercados de países terceiros e que, ainda que não sejam diretamente afetados pelo regime de direitos de importação imposto pelos EUA, lutam para manter a sua posição face à atual instabilidade e concorrência feroz do mercado mundial do vinho.

⁽²⁾ Regulamento Delegado (UE) 2016/1149 da Comissão, de 15 de abril de 2016, que complementa o Regulamento (UE) n.º 1308/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho no que diz respeito aos programas de apoio nacionais no setor vitivinícola e que altera o Regulamento (CE) n.º 555/2008 da Comissão (JO L 190 de 15.7.2016, p. 1).

- (9) Todavia, os projetos não devem ser prorrogados para além do atual período de programação, que vai de 2019 a 2023, pelo que a prorrogação deve terminar em 15 de outubro de 2023.
- (10) Deve ser permitida uma maior flexibilidade no que diz respeito às condições estabelecidas no artigo 53.º, n.º 1, do Regulamento Delegado (UE) 2016/1149, aplicáveis a eventuais alterações das operações ao abrigo da medida de promoção referida no artigo 45.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (UE) n.º 1308/2013. Para que os beneficiários possam reagir adequada e eficientemente a circunstâncias excecionais e adaptar os seus mercados-alvo consoante necessário, é conveniente autorizar os Estados-Membros a estabelecer exceções a essas normas, que permitam alterar o mercado de destino, mesmo que essa alteração não esteja em conformidade com o objetivo inicial da operação. Tais exceções ajudarão os beneficiários que realizam atualmente operações de promoção nos EUA a dirigir-se para outros mercados e evitar mais perdas económicas. Ajudarão também os beneficiários que realizam operações noutros países terceiros afetados pelas repercussões do regime de direitos de importação imposto pelos EUA nesse mercado específico e que desejam reorientar os seus esforços para outros países.
- (11) Para evitar que os beneficiários que recorram à flexibilidade e decidam mudar o mercado-alvo sejam penalizados por não terem realizado a operação global inicialmente aprovada pela autoridade competente, é também necessário estabelecer uma exceção ao disposto no artigo 54.º, n.º 1, do Regulamento Delegado (UE) 2016/1149. Desta forma, garantir-se-á que as ações individuais, alteradas em conformidade com o presente regulamento, recebam o correspondente apoio, desde que sejam integralmente executadas e sujeitas aos controlos aplicáveis, estabelecidos no capítulo IV, secção 1, do Regulamento de Execução (UE) 2016/1150 da Comissão ⁽³⁾.
- (12) As duas medidas introduzidas pelo presente regulamento devem aplicar-se a todos os operadores já presentes num determinado mercado de um país terceiro, a fim de assegurar que recebem o mesmo apoio que os operadores recém-chegados com direito a beneficiar de uma taxa de contribuição da União mais elevada, até 60% das despesas elegíveis, em conformidade com o Regulamento de Execução (UE) 2020/132 da Comissão ⁽⁴⁾. Estas medidas devem aplicar-se igualmente a todas as operações de promoção do vinho ao abrigo do artigo 45.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (UE) n.º 1308/2013, independentemente da categoria específica de vinho promovida, dado que o regime de direitos de importação imposto pelos EUA afeta a reputação de todos os vinhos da União. Além disso, seria muito difícil separar, no âmbito de uma operação de promoção, as ações relativas aos vinhos tranquilos das relativas a outros vinhos, uma vez que as operações de promoção se destinam geralmente a promover uma gama completa de produtos e não apenas uma categoria específica. Muitas campanhas de promoção dizem respeito a todos os vinhos de uma região ou a uma grande variedade de vinhos vendidos por um determinado operador. Separar as ações relativas aos vinhos tranquilos das relativas a outros vinhos no âmbito de uma campanha de promoção representaria um encargo administrativo pesado e comprometeria os efeitos positivos da operação de promoção.
- (13) Por conseguinte, é necessário estabelecer exceções ao disposto no artigo 4.º, ao artigo 53.º, n.º 1, e no artigo 54.º, n.º 1, do Regulamento Delegado (UE) 2016/1149,

ADOTOU O PRESENTE REGULAMENTO:

Artigo 1.º

Categorias de produtos abrangidos

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

Artigo 2.º

Duração do apoio

A título de exceção ao disposto no artigo 4.º do Regulamento Delegado (UE) 2016/1149, e se os efeitos da operação o justificarem, a duração do apoio a um determinado beneficiário num país terceiro ou mercado de um país terceiro para a medida de promoção referida no artigo 45.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (UE) n.º 1308/2013 pode ser prorrogada para além do período de cinco anos estabelecido no artigo 4.º do Regulamento Delegado (UE) 2016/1149, mas não para além de 15 de outubro de 2023.

⁽³⁾ Regulamento de Execução (UE) 2016/1150 da Comissão, de 15 de abril de 2016, que estabelece as normas de execução do Regulamento (UE) n.º 1308/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho no que se refere aos programas de apoio nacionais ao setor vitivinícola (JO L 190 de 15.7.2016, p. 23).

⁽⁴⁾ 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 (JO L 27 de 31.1.2020, p. 20).

*Artigo 3.º***Alterações das operações aprovadas**

A título de exceção ao disposto no artigo 53.º, n.º 1, do Regulamento Delegado (UE) 2016/1149, os Estados-Membros podem permitir que os beneficiários de uma operação em curso ao abrigo da medida de promoção referida no artigo 45.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento (UE) n.º 1308/2013 apresentem, mediante notificação à autoridade competente, as alterações introduzidas no mercado de destino dessa operação, mesmo que essas alterações alterem o objetivo inicial da operação. Tais alterações não carecem da aprovação prévia da autoridade competente. Os beneficiários devem apresentar a notificação nos prazos fixados pelos Estados-Membros.

*Artigo 4.º***Apoio para ações individuais executadas**

A título de exceção ao disposto no artigo 54.º, n.º 1, do Regulamento Delegado (UE) 2016/1149, se uma alteração do mercado de destino de uma operação já aprovada tiver sido notificada à autoridade competente em conformidade com o artigo 3.º do presente regulamento, o apoio pago dirá respeito às ações individuais já executadas no âmbito dessa operação, caso essas ações tenham sido executadas na íntegra e tenham sido sujeitas a controlos administrativos e, se for caso disso, no local, em conformidade com o capítulo IV, secção 1, do Regulamento de Execução (UE) 2016/1150.

*Artigo 5.º***Entrada em vigor**

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

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