

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 gli operatori 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 prevedendo una deroga a talune disposizioni del regolamento di esecuzione (UE) 2016/1150 della Commissione ⁽²⁾.
- (8) L'articolo 2, paragrafo 1, del regolamento di esecuzione (UE) 2016/1150 stabilisce che le modifiche relative ai programmi di sostegno applicabili, di cui all'articolo 41, paragrafo 5, del regolamento (UE) n. 1308/2013, sono presentate non più di due volte per esercizio finanziario. Per consentire agli Stati membri di adattare rapidamente i rispettivi programmi di sostegno nazionali e garantire la certezza del diritto per l'attuazione di tali modifiche, è opportuno consentire che tali modifiche possano essere presentate più di due volte per esercizio finanziario. Gli Stati membri dovrebbero essere in grado di reagire rapidamente a queste circostanze eccezionali e presentare modifiche della misura di promozione non appena si ritenga necessario. Tale flessibilità consentirebbe agli Stati membri di ottimizzare le misure già in atto, di aumentare il numero di inviti a presentare proposte e di effettuare aggiustamenti più frequenti sulla base della situazione del mercato. Inoltre, in questo modo anche gli Stati membri che non hanno inserito la misura di promozione nel rispettivo programma nazionale di sostegno avranno la possibilità di farlo immediatamente al momento dell'entrata in vigore del presente regolamento senza dover attendere la prossima scadenza per la presentazione di modifiche. Grazie alla maggiore flessibilità della misura di promozione gli operatori, inclusi quelli che fanno il loro primo ingresso sul mercato, avranno maggiori possibilità di presentare domanda di sostegno alla promozione. Questo al fine di sostenere il settore vitivinicolo e garantire la flessibilità necessaria per trovare nuovi sbocchi sui mercati internazionali diversi da quello statunitense.
- (9) È pertanto necessario derogare all'articolo 2, paragrafo 1, del regolamento di esecuzione (UE) 2016/1150.
- (10) Le misure di cui al presente regolamento sono conformi al parere del comitato per l'organizzazione comune dei mercati agricoli,

⁽²⁾ 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).

