



REPUBLIKA HRVATSKA
MINISTARSTVO POLJOPRIVREDE

NACIONALNI PROGRAM POMOĆI SEKTORU VINA
2014. - 2018.

HRVATSKA

IZMJENE

ožujak, 2015.

Sadržaj

A. OPIS PREDLOŽENIH MJERA I NJIHOVI KOLIČINSKI CILJEVI	1
1. Jedinstveno plaćanje (Single Payment Scheme)	1
2. (i) Promidžba na tržištima trećih zemalja.....	2
2.1. Opis predložene mjere i ciljevi	2
2.1.1. Predložene promotivne aktivnosti	2
2.1.2. Tržišta trećih zemalja.....	3
2.1.3. Korisnici potpore	4
2.1.4. Preduvjeti	4
2.1.5. Potpora – intenzitet potpore i iznosi	5
2.1.6. Selekcija.....	5
2.1.7. Plaćanja unaprijed.....	5
2.1.8. Neprihvatljivi troškovi.....	5
2.1.9. Razgraničenje	6
2.1.10. Kontrole	6
2.2. Količinski ciljevi.....	6
2.3. Državna potpora.....	6
(ii) Promidžba unutar država članica	6
3. (i) Restrukturiranje i konverzija vinograda	7
3.1. Opis predložene mjere i ciljevi	7
3.1.1. Predložene aktivnosti.....	7
3.1.2. Korisnici potpore	8
3.1.3. Preduvjeti	8
3.1.4. Potpora – intenzitet potpore i iznosi	8
3.1.5. Upravljanje financijama.....	10
3.1.6. Neprihvatljive aktivnosti	10
3.1.7. Razgraničenje	10
3.1.8. Kontrole	10
3.2. Količinski ciljevi	11
3.3. Državna potpora.....	11
(ii) Ponovna sadnja vinograda iz zdravstvenih ili fitosanitarnih razloga.....	11
4. Zelena berba.....	11
5. Zajednički fondovi.....	11
6. Osiguranje berbe	11
7. Investicije u vinarije i marketing vina	11
7.1. Opis predložene mjere i ciljevi	11
7.1.1. Prihvatljive investicije	12
7.1.2. Korisnici potpore	14
7.1.3. Preduvjeti.....	14
7.1.4. Potpora – intenzitet potpore i iznosi	14
7.1.5. Upravljanje financijama.....	15
7.1.6. Neprihvatljive investicije.....	15
7.1.7. Razgraničenje	15
7.1.8. Kontrole	16
7.2. Količinski ciljevi.....	16
7.3. Državna potpora.....	16
8. Inovacije u sektoru vina	16
9. Destilacija sporednih proizvoda.....	16
B. REZULTATI ODRŽANIH KONZULTACIJA	17

C. PROCJENA OČEKIVANIH TEHNIČKIH, EKONOMSKIH, EKOLOŠKIH I SOCIJALNIH UTJECAJA	17
D. RASPORED PROVOĐENJA MJERA	21
E. FINANCIJSKA TABLICA.....	22
F. KRITERIJI I KOLIČINSKI POKAZATELJI USPJEŠNOSTI PROVOĐENJA MJERA.....	22
G. POPIS TIJELA NADLEŽNIH ZA PROVEDBU NACIONALNOG PROGRAMA	24

PRILOG I.
VINO CMO
ZAJEDNIČKA ORGANIZACIJA TRŽIŠTA VINA
PODNOŠENJE NACIONALNOG PROGRAMA POMOĆI
SEKTORU VINA ZA HRVATSKU

B. FINANCIJSKE GODINE 2014.-2018.

Država članica: HR

Razdoblje: 2013./2014. – 2018./2019.

Datum podnošenja: 1. ožujak 2015.

Broj izmjene: 2

Izmjena na zahtjev države članice

A. OPIS PREDLOŽENIH MJERA I NJIHOVI KOLIČINSKI CILJEVI

Sukladnost sa Smjernicama Opće uprave za poljoprivredu i ruralni razvoja

Nacionalni program pomoći sektoru vina za Hrvatsku je u skladu sa izrađenim Smjernicama za provedbu nacionalnih programa pomoći sektoru vina u skladu s Uredbama (EZ) br. 1234/2007 i (EZ) br. 555/2008, u svezi Promidžbe na tržištima trećih zemalja, Restrukturiranja i konverzije vinograda te Investicija.

Opći ciljevi

Vinogradarstvo i vinarstvo u Republici Hrvatskoj imaju dugu i bogatu tradiciju, štoviše u nekim područjima Hrvatske predstavljaju jedinu moguću granu poljoprivrede, koja je u prošlosti na ovim područjima značila život.

Proizvodnju vina u Republici Hrvatskoj danas možemo okarakterizirati kao proizvodnju koja ima tendenciju razvoja kvalitete,

Uzimajući u obzir činjenicu da postoji veliki broj malih proizvođača vina, starost vinograda, usitnjenost površina, tehnološko slabu opremljenost proizvođačkih kapaciteta te nedovoljna promocija i oglašavanje vina na domaćem, a posebno na tržištima trećih zemalja, Hrvatska kroz predložene mjere Nacionalnog programa vidi mogućnosti za razvoj svog vinskog sektora.

Opći ciljevi ovoga programa su povećanje proizvodnje kvalitetnih vina i povećanje konkurentnosti proizvođača kroz premještanje vinograda na područja koja osiguravaju kvalitetnije grožđe, kroz modernizaciju vinogradarskih tehnika, kroz nova ulaganja u infrastrukturu vinarija i prerađivačkih kapaciteta, a u cilju smanjenja troškova proizvodnje i uzimajući u obzir zahtjeve iz područja sigurnosti hrane i visokih ekoloških standarda u procesu proizvodnje.

Također jedan od općih ciljeva ovog programa je povećanje promocije i prodaje vina na tržištima trećih zemalja uz pokretanje glavnih marketinških kampanja na tim tržištima.

(1) Jedinstveno plaćanje (Single Payment Scheme) sukladno članku 103o

Uvršteno u program potpora: ne

(2) (i) Promidžba na tržištima trećih zemalja sukladno članku 103p

Uvršteno u program potpora: da

2.1. Opis predložene mjere i ciljevi

Osnovni cilj je povećanje promidžbe hrvatskih vina na tržištima trećih zemalja te povećanje prodaje hrvatskih vina na tim tržištima.

Ova mjera uključuje brojne promotivne aktivnosti u cilju pronalazjenja novih potrošača, povećanja imidža, prepoznatljivosti, prodaje i potrošnje hrvatskih vina sa zaštićenom oznakom izvornosti i vina sa oznakom sorte.

Promidžba vina na tržištima trećih zemalja obuhvaća sve aspekte sektora vina u Hrvatskoj (od obilježja vinorodnih područja Hrvatske, teroara, klime, sorata vinove loze, stilova vina te povezivanje vina s gastronomijom, vinskim turizmom itd.).

Također jedna od komponenti promotivnih aktivnosti je naglašavanje povezanosti tisućljetne tradicije hrvatskog vinarstva i primjena modernih vinogradarskih tehnika.

Promocija na tržištima trećih zemalja odnosi se na vina sa zaštićenom oznakom izvornosti, zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla i vina s naznakom sorte vinove loze proizvedena u Hrvatskoj.

Naglašavanje oznaka izvornosti vina i sorte vinove loze je osnova promotivnih aktivnosti.

2.1.1. Predložene promotivne aktivnosti:

Potpora za promidžbu vina na tržištima trećih zemalja odobrava se za sljedeće aktivnosti:

2.1.1.1. Objavljivanje reklama u medijima (tisak, televizija, radio, internet):

Potpora se daje za promotivne aktivnosti u medijima trećih zemalja kao što su reklame u tisku, objave događanja, reklame na televiziji, radiju i internetu. Prihvatljivi troškovi su troškovi nastali prilikom planiranja i promidžbe ovih mjera kao i troškovi oglašavanja.

2.1.1.2. Odnosi s javnošću, promidžba i marketing:

Potpora se daje za aktivnosti koje se odnose na:

- organiziranje **informativnih putovanja u Hrvatsku** za novinare i stručnjake u sektoru vina iz trećih zemalja (uvoznici, distributeri, sommelieri, predstavnici potrošača iz trećih zemalja itd.)

Prihvatljivi troškovi ove mjere su troškovi putovanja, troškovi smještaja i dnevnice u Hrvatskoj za novinare i stručnjake u sektoru vina iz trećih zemalja. Prihvatljivi troškovi su i troškovi ručkova i večera za novinare i stručnjake u sektoru vina. Također ulaze i troškovi zapošljavanja osoblja, troškovi najma prostora za održavanje prezentacija, troškovi nabave čaša i druge opreme povezane sa održavanjem tog događaja.

- **promidžba imidža** Hrvatske održavanjem tzv. „Tjedna hrvatskih vina“, vinskih manifestacija, degustacija za trgovce i potrošače, ručkova ili večera za potrošače.

Prihvatljivi troškovi ove mjere su troškovi putovanja, troškovi smještaja i dnevnice za sudionike, kao i troškovi zapošljavanja osoblja, troškovi najma prostora za održavanje prezentacija, troškovi nabave čaša i druge opreme povezane sa održavanjem tog događaja. Isto tako prihvatljivi troškovi su oni povezani sa nabavom hrane i vina (npr. catering) te prijevoz vina i ostale opreme.

- **promotivne prodaje**

Prihvatljivi troškovi su oni nastali u izradi i distribuciji promotivnih materijala, prijevoda teksta, te troškovi nastali za održavanje prezentacija i kušanja vina (troškovi zapošljavanja osoblja, nabave čaša, nabave hrane i vina, prijevoza vina i ostale opreme).

- aktivnosti koje se odnose na **odnose s javnošću**, pressice, druge aktivnosti vezane za odnose sa javnošću i troškovi PR agencija

Prihvatljivi troškovi su opći troškovi nastali kod angažiranja PR agencija za usluge oglašavanja.

2.1.1.3. Izrada promotivnih materijala za tržišta trećih zemalja

Potpota se daje za izradu i distribuciju promotivnih materijala koji su namijenjeni za tržišta trećih zemalja (brošure, promotivni letci, poster, DVD-i itd.), prijevoda tekstova, troškovi slanja promotivnih materijala poštom.

2.1.1.4. Sudjelovanje na međunarodnim sajmovima i drugim međunarodnim događanjima na tržištima trećih zemalja

Potpota se daje korisnicima za sudjelovanje na promotivnim događanjima na tržištima trećih zemalja kao što su sajmovi, godišnje degustacije, degustacije za novinare, stručnjake iz sektora vina i potrošače. Prihvatljivi troškovi su oni koji uključuju troškove putovanja, troškove smještaja i dnevnice, naknade za troškove sudjelovanja na promotivnim događanjima, troškove zapošljavanja osoblja, troškove najma prezentacijskog prostora, troškovi nabave potrebne opreme (čaše i druga oprema povezana sa održavanjem određenog događanja, uključujući oglašavanje), troškovi nabave ekrana i drugih uređaja za promicanje prodaje, troškovi prijevoza vina i druge opreme, troškovi kupnje vina i hrane. Prihvatljive su i direktno naplative aktivnosti nastale od strane inozemnih predstavništva Hrvatske gospodarske komore ili drugih predstavništva koji djeluju na inozemnim tržištima.

2.1.1.5. Provođenje istraživanja tržišta trećih zemalja

Potpota se daje za troškove nastale prilikom izrade istraživačkih studija o novim tržištima trećih zemalja u cilju proširenja tržišta te izrade studija o procjeni rezultata promotivne mjere.

2.1.2. Tržišta trećih zemalja:

- bivša jugoslavenska Republika Makedonija, Crna Gora, Srbija, Albanija, Kosovo, Bosna i Hercegovina,
- Švicarska, Lihtenštajn
- Norveška
- Rusija, Ukrajina, Kazahstan
- Japan
- Kina uklj. Hong Kong, Singapur
- SAD
- Kanada
- Meksiko, Brazil
- Australija
- Koreja, Indija, Tajland, Malezija, Indonezija

2.1.3. Korisnici potpore:

Unutar ove mjere korisnici mogu biti:

- proizvođači vina (fizičke ili pravne osobe) upisani u Vinogradarski registar
- javna tijela utemeljena zakonom koja predstavljaju proizvođače vina, osim korisnika Državnog proračuna
- udruge proizvođača vina, zadružni savezi (čije su članice barem tri zadruga koje se bave proizvodnjom vina)

2.1.4. Preduvjeti:

- proizvodi namijenjeni direktnoj potrošnji, za koje postoji mogućnost izvoza ili otvaranja potencijalnih novih poslovnica u ciljanim trećim zemljama te koja imaju visoku dodanu vrijednost;
- programi kojima se planiraju promotivne aktivnosti moraju imati opći karakter, ne mogu biti namijenjeni isključivo za pojedini proizvod, robnu marku ili za samo jednog proizvođača;
- kod vina koja nose zemljopisnu oznaku, izvornost proizvoda mora biti dio informacije ili promotivne aktivnosti;
- akcije za koje se prima potpora moraju biti jasno definirane, uključujući i specificiranje koji bi se proizvodi mogli uzeti u obzir, marketinške akcije i procijenjeni troškovi
- potpora za promidžbu na tržištima trećih zemalja po jednom petogodišnjem programu može po jednom korisniku za određenu treću zemlju trajati najduže tri godine i može se produžiti jednom i to za razdoblje na najviše dvije godine, tako da može trajati najviše pet godina
- informacije i/ili promotivne poruke trebaju se bazirati na unutarnjoj kvaliteti vina i biti u skladu sa zakonodavstvom treće zemlje kojoj su namijenjene
- proizvođači vina (fizičke ili pravne osobe) moraju biti upisani u Vinogradarski registar i godišnje proizvoditi više od 10.000 litara vina (prema izjavi o proizvodnji)
- udruge proizvođača vina i zadružni savezi čiji proizvođači (članovi) moraju imati ukupnu godišnju proizvodnju veću od 25.000 litara vina (prema izjavama o proizvodnji)
- korisnici moraju imati dovoljno kapaciteta kako bi se mogli suočiti sa specifičnim zahtjevima u trgovini s trećim zemljama te moraju imati resurse koji mogu osigurati učinkovito provođenje mjere. Potrebno je provjeriti da li, u pogledu kvalitete i količine, postoji dovoljno proizvoda kojima bi mogli dugoročno odgovarati na potražnju tržišta i nakon promotivnih akcija. Korisnici moraju imati adekvatne financijske i administrativne kapacitete kako bi se osigurala učinkovita provedba planiranih mjera
- podnositelji zahtjeva trebaju ponuditi informacije kao dokaz da njihove tvrtke imaju adekvatne financijske i administrativne kapacitete. Također, trebaju dokazati da imaju dovoljnu proizvodnju u pogledu kvalitete i količina kako bi mogli dugoročno odgovarati na potražnju tržišta i nakon promotivnih akcija
- kao dokaz financijske i ekonomske sposobnosti može poslužiti kratak opis ekonomske aktivnosti tvrtke i bilanca ili izvod iz bilance
- prednost se daje mikro, malim i srednjim tvrtkama i kolektivnim trgovačkim nazivima
- vrijednost projekta mora biti u skladu s godišnjim prometom podnositelja
- sve stranke koje imaju pravo na potporu za provođenje promotivnih mjera i koje žele dobiti potporu moraju podnijeti odgovarajući plan Agenciji za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju (u daljnjem tekstu: Agencija za plaćanja)

2.1.5. Potpora – intenzitet potpore i iznosi

Doprinos Europske unije iznosi do 50% ukupno prihvatljivih troškova i isplaćuje se za svaku godinu trajanja provedbe (unazad) po odobravanju prihvatljivosti troškova.

Isti korisnik u okviru vremenskog razdoblja trajanja ovog Nacionalnog programa u okviru ovih mjera može tražiti potporu u više navrata, a dozvoljeno je najviše pet prihvatljivih ulaganja po mjeri za istog korisnika tijekom trajanja programa.

Ukupna visina sredstava iz Europske unije za mjeru Promidžba na tržištima trećih zemalja će iznositi približno:

- EUR 1,0 milijuna u 2014.
- EUR 1,0 milijuna u 2015.
- EUR 1,0 milijuna u 2016.
- EUR 0,9 milijuna u 2017.
- EUR 0,9 milijuna u 2018.

Ukupno prihvatljivi troškovi po projektu su **EUR 200.000**

Minimalni iznos potpore po projektu je **EUR 3.000 od ukupno prihvatljivog troška**

Maksimalni iznos potpore po projektu je **EUR 160.000 od ukupno prihvatljivog troška** (od toga **EUR 100.000** iz sredstava Europske unije i **EUR 60.000** iz sredstava Državnog proračuna Republike Hrvatske)

2.1.6. Selekcija:

Nakon ocjene projekta, biraju se oni projekti koji nude najbolju vrijednost za novac (najbolji odnos cijene i kvalitete) i prednost se daje mikro, malim i srednjim tvrtkama, novim korisnicima koji do sada nisu primili potporu i onima koji ciljaju na nove treće zemlje za koje nisu primili potporu.

2.1.7. Plaćanja unaprijed:

U slučaju plaćanja unaprijed, korisnik mora uložiti jamstvo (bankovnu garanciju).

2.1.8. Neprihvatljivi troškovi:

- sredstva izdvojena za buduće gubitke ili dugovanja;
- troškovi javnog prijevoza ili troškovi korištenja taksi službe koji su pokriveni dnevnicom;
- bankovni troškovi, bankovne kamate i premije osiguranja;
- troškovi gubitka na tečaju valute;
- troškovi koji su već bili uvršteni u prvi projekt (izrada web stranica, TV/radio spotovi, audio-vizualni materijal, studije o tržištu);
- troškovi koji nisu dio projekta;
- izrada i razvoj zaštitnog znaka.

2.1.9. Razgraničenje:

Kako bi se izbjegao rizik dvostrukog financiranja projekta iz drugih izvora financiranja, potpora se ne daje za aktivnosti koje su dobile potporu sukladno članku 20 (c) (iii) Uredbe (EZ) br. 3/2008 i Uredbe (EZ) br. 1698/2005.

Potrebno je provjeriti da podnositelji zahtjeva nisu podnijeli zahtjev za istu aktivnost unutar Uredbi br. 3/2008 i 1698/2005.

Agencija za plaćanja prema akreditiranim procedurama osigurat će udovoljavanju ovog uvjeta.

2.1.10. Kontrole:

Agencija za plaćanja treba osigurati između 20 i 25 % korisnika koji će biti subjekti kontrole na terenu (on the spot check). Agencija za plaćanja će prema akreditiranim procedurama osigurati udovoljavanju uvjeta da je uzorak reprezentativan.

Kontrola ne terenu u mjeri promocija obavljat će se u sjedištu korisnika na dostavljenim računima i dokaznoj dokumentaciji (fotografije, zapisi itd.).

2.2. Količinski ciljevi:

Tijekom zadnjih deset godina izvoz vina u Republici Hrvatskoj pokazuje tendenciju pada u pogledu količina (volumena), dok u pogledu vrijednosti ima tendenciju laganog rasta, sa oscilacijama u pojedinim godinama. Razlog tome je činjenica da se izvozi mala količina vina, ali visoke kvalitete, koja imaju veću vrijednost.

Od 2004. godine vanjskotrgovinska bilanca je negativna (u 2007. i 2008. godini bila je oko -13 milijuna USD).

Izvoz u 2011. godini je bio 14 milijuna USD, dok je uvoz bio oko 22 milijuna USD. Prema tim podacima, vanjskotrgovinska bilanca bila je -7,7 milijuna USD.

Hrvatska izvozi svoja vina najviše u zemlje bivše Jugoslavije (Bosna i Hercegovina), zatim u zemlje Europske unije i samo mali dio (oko 10 %) u treće zemlje, osim zemalja bivše Jugoslavije.

Provedbom mjere Promidžba na tržištima trećih zemalja, cilj je povećati izvoz na ciljana tržišta trećih zemalja za oko 25 % u ovom petogodišnjem razdoblju te na barem tri tržišta trećih zemalja, spomenutih u točki 2.1.2., osigurati stabilan izvoz iz godine u godinu, odnosno kontinuiran rast izvoza.

Izvoz vina u treće zemlje	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
%	100	105	110	115	120	125
<i>t</i>	1540	1620	1700	1780	1850	1930
<i>hl</i>	15.400	16.200	17.200	17.800	18.500	19.300

2.3. Državna potpora:

Za ovu mjeru predviđena je državna potpora do 30 % ukupno prihvatljivih troškova.

(2) (ii) Promidžba unutar država članica sukladno članku 45 (1) (a) Uredbe (EU) br. 1308/2013

Uvršteno u program potpora: ne

(3) (i) Restrukturiranje i konverzija vinograda sukladno članku 103q

Uvršteno u program potpora: da

3.1. Opis predložene mjere i ciljevi

Glavni cilj ove mjere je povećanje konkurentnosti proizvođača vina kroz modernizaciju vinogradarskih tehnika, promicanje visoko kvalitetnih vinograda i proizvodnje vina prema potrebama i preferencijama potrošača.

Potpora za restrukturiranje i konverziju vinograda može se odobriti za aktivnosti unutar jedne ili više slijedećih operacija:

- zamjena sorte (uključujući i cijepljenje),
- premještanje vinograda i
- poboljšavanje vinogradarskih tehnika

Pojedine operacije mogu se provoditi samostalno ili u kombinacijama ovih triju mjera, koje moraju dovesti do krajnjeg cilja projekta odnosno do strukturne promjene u vinogradu, a projektne aktivnosti se trebaju obavljati kronološkim logičkim redoslijedom.

3.1.1. Predložene aktivnosti:

3.1.1.1. Aktivnosti vezane uz zamjenu sorte(a) i premještanje vinograda:

- aktivnosti vezane za restrukturiranje vinograda - krčenje zemljišta, uklanjanje stupova, žica, kolaca, sakupljanje i prijevoz dijelova vinove loze, korijenja i drugih biljnih ostataka
- aktivnosti vezane za pripremu tla novog (restrukturiranog) vinograda – analize tla, čišćenje tla od kamenja, rigolanje, duboko oranje, oranje, tanjuranje i ripanje, zamjena vulkanskog tla, usitnjavanje kamenitog sloja tla, planiranje/ravnanje tla za vinograd, dezinfekcija, organska i mineralna gnojidba
- aktivnosti vezane za sadnju ili cijepljenje novog (restrukturiranog) vinograda - planiranje sadnje, sadnja sadnica vinove loze (uključuje rad, sadnice, materijale i druge ulazne troškove), cijepljenje i/ili nacjepljivanje, postavljanje i izmjena armature (potporne strukture) novog (restrukturiranog) vinograda, kupnju materijala (oprema za fiksaciju, stupovi, cijepovi vinove loze, čelične žice, željezne žice, kuke, zatezači),

Također, kako bi se izbjegla preopterećenost pojedinih trsova sa smanjenjem prostora između trsova, prihvatljiva aktivnost može biti i promjena gustoće, ali samo ukoliko se odnosi na važne promjene samog vinograda (smanjenje prostora između trsova kako bi se izbjegla preopterećenost pojedinog trsa) i predstavlja strukturne promjene u vinogradu.

Kako bi se povećala lisna površina, prihvatljiva aktivnost može biti i promjena potporne strukture, podizanjem potporne strukture na barem četiri žice.

Sadnja vinograda na nagnutim terenima i na strminama smanjuje rizik od oštećenja od mraza i potiče rast visoko kvalitetnog grožđa kako rezultat intenzivne sunčeve svjetlosti. Iz tog razloga, na nagnutim terenima (nagib 16%-26%) i strminama (nagib >26%) daje se veći iznos potpore.

3.1.1.2. Aktivnosti prihvatljive u okviru poboljšanja vinogradarskih tehnika upravljanja vinogradom:

- aktivnosti vezane uz promjenu nagiba/razine vinograda - promjene nagiba terena, ravnanje tla i transformaciju i uspostavljanje vinograda koja omogućuje izravan pristup traktorom
- aktivnosti vezane uz izgradnju antierozijskih postrojenja (drenaža) u vinogradu - kanali za zadržavanje i protok vode brazdama i/ili kolektori, podzemni odvodi
- aktivnosti vezane za izgradnju terasa i zidova - terasiranje, uspostavljanje, rekonstrukcija ili rušenje terasa, sa ili bez suhozida, izgradnja ili rekonstrukcija zidova, uključujući i potrebne temelje
- aktivnosti povezane s tehničkim instalacijama u novom (restrukturiranom) vinogradu - postavljanje i izmjena armature (potporna struktura) novog (restrukturiranog) vinograda
- aktivnosti vezane za instaliranje ili poboljšanje sustava navodnjavanja

Prilikom sadnje novih vinograda, mogu se koristiti samo preporučene sorte (sukladno Pravilniku o Nacionalnoj listi priznatih kultivara).

3.1.2. Korisnici potpore:

Unutar ove mjere korisnici mogu biti:

- proizvođači (fizičke ili pravne osobe) upisani u Vinogradarski registar

3.1.3. Preduvjeti:

- fizičke osobe moraju biti obveznici poreza na dohodak/poreza na dobit
- prihvatljive površine su vinogradi evidentirani u Vinogradarskom registru (Agencija za plaćanja prema akreditiranim procedurama osigurati će udovoljavanju ovog uvjeta)

3.1.4. Potpora – intenzitet potpore i iznosi:

Postoje dva oblika potpore za restrukturiranje i konverziju vinograda:

- naknada proizvođačima za gubitak dohotka
- doprinos troškovima restrukturiranja i konverzije vinograda

3.1.4.1. Naknada proizvođačima za gubitak dohotka

Naknada proizvođačima za gubitak dohotka može pokriti do 100 % relevantnih gubitaka i to:

- naknada proizvođačima za gubitak dohotka u financijskom obliku odobrit će se u slučajevima kada su bili obvezni premjestiti vinograd na razini prosječnog trogodišnjeg uroda proizvođača u visini do 50 % od prosječne vrijednosti grožđa u zadnje tri godine ovisno o regijama

3.1.4.2. Doprinos troškovima restrukturiranja i konverzije vinograda

Razina potpore iznosi do 50 % ukupno prihvatljivih troškova (maksimalni iznos/ha).

Ukupna visina sredstava za mjeru Restrukturiranje i konverzija vinograda će iznositi približno:

- EUR 2,0 milijuna u 2014.
- EUR 3,0 milijuna u 2015.
- EUR 3,0 milijuna u 2016.
- EUR 4,4 milijuna u 2017.
- EUR 4,4 milijuna u 2018.

Iznos predviđene potpore za pojedine aktivnosti*:

	Aktivnosti	Potpore/ha
1.	Zamjena (konverzija) sorte (a) i premještanje vinograda - bez nagiba - konverzija vinograda na nagibima - konverzija vinograda na strminama	50 % ukupno prihvatljivih troškova, ali ne više od (max. EUR 16.000/ha) (max. EUR 18.000/ha) (max. EUR 22.000/ha)
2.	Promjena nagiba/razine vinograda (ravnanje tla) - bez nagiba - na nagibima - na strminama	50 % ukupno prihvatljivih troškova, ali ne više od (max. EUR 6.600/ha) (max. EUR 9.400/ha) (max. EUR 12.500/ha)
3.	Izgradnja antierozijskih postrojenja - bez nagiba - na nagibima - na strminama	50 % ukupno prihvatljivih troškova, ali ne više od (max. EUR 2.300/ha) (max. EUR 3.900/ha) (max. EUR 5.200/ha)
4.	Izgradnja terasa i zidova - bez nagiba - na nagibima - na strminama	50 % ukupno prihvatljivih troškova, ali ne više od (max. EUR 10.000/ha) (max. EUR 18.000/ha) (max. EUR 24.000/ha)
5.	Postavljanje i izmjena armature u novom (restruktuiranom vinogradu) - bez nagiba - na nagibima - na strminama	50 % ukupno prihvatljivih troškova, ali ne više od (max. EUR 5.000/ha) (max. EUR 7.200/ha) (max. EUR 9.400/ha)
6.	Navodnjavanje - bez nagiba - na nagibima - na strminama	50 % ukupno prihvatljivih troškova, ali ne više od (max. EUR 2.700/ha) (max. EUR 3.700/ha) (max. EUR 4.800/ha)

* na temelju kalkulacija Poljoprivredne savjetodavne službe

Iznos potpore je preračunat i donesen u skladu sa stvarnim troškovima.

Ukupno prihvatljivi troškovi po projektu su **EUR 1.500.000**

Minimalni iznos potpore po projektu je **EUR 5.000 od ukupno prihvatljivog troška**

Maksimalni iznos potpore po projektu je **EUR 750.000 od ukupno prihvatljivog troška**

3.1.5. Upravljanje financijama:

Potpore se isplaćuje nakon što se utvrdi da su aktivnosti obuhvaćene u zahtjevu za potporu provedene i da je izvršena kontrola na terenu, prema provedbenim procedurama Agencije za plaćanje.

Potpore za aktivnosti obuhvaćene u zahtjevu za potporu može se platiti unaprijed prije nego što je bilo koja aktivnost provedena, pod uvjetom da je provedba aktivnosti započela i da je korisnik uložio jamstvo. Predmetne aktivnosti moraju se provesti do kraja druge vinske godine od plaćanja predujma.

3.1.6. Neprihvatljive aktivnosti:

- Jednostavna zamjena sukladno članku 6. Uredbe (EZ) br. 555/2008 ili svakodnevni poslovi u vinogradu, budući da je cilj ove mjere poboljšanje u smislu prilagodbe zahtjevima tržišta i povećanje konkurentnosti
- Zaštita od štete od divljači:
 - izgradnja ograda
 - aktivna zaštita koja uključuje zvučne repelente
- Zaštita od ptica:
 - pokrivanje redova u vinogradu sa zaštitnim mrežama za grožđe
 - razni uređaji za plašenje ptica
 - aktivna zaštita koja uključuje zvučne repelente
- Zaštita od tuče pokrivanjem redova sa zaštitnim mrežama za grožđe
- Izgradnja vjetrobrana ili zidova za zaštitu od vjetra
- Izgradnja putova u vinogradu ili onih koji vode do vinograda
- Izgradnja dizala

3.1.7. Razgraničenje:

Kako bi se izbjegao rizik dvostrukog financiranja projekta iz drugih izvora financiranja, proizvođači vina su isključeni iz potpore iz ruralnog razvoja u dijelu aktivnosti koje se odnose na Nacionalni program potpore unutar zajedničke organizacije tržišta (wine CMO).

Aktivnosti vezane za instaliranje ili poboljšanje sustava navodnjavanja u vinogradu nisu prihvatljive mjere u ruralnom razvoju.

Agencija za plaćanja prema akreditiranim procedurama osigurat će udovoljavanju ovog uvjeta.

3.1.8. Kontrole:

Agencija za plaćanja će sukladno akreditiranim procedurama osigurati kontrolu na terenu prije izvršenja aktivnosti između 50 i 75 % zahtjeva i **100% nakon** realizacije mjere, a prije plaćanja. U slučaju plaćanja unaprijed, koja su obuhvaćena jamstvom, sustavne kontrole na terenu su ograničene na jednu kontrolu na terenu prije plaćanja zadnje rate. Jamstvo može biti pušteno naknadno.

3.2. Količinski ciljevi:

U modernom vinogradarstvu postoji rastući trend sadnje visoko kvalitetnih sorata sa naglaskom na autohtone sorte i premještanje vinograda na područja koja daju bolju kvalitetu grožđa (na nagibima), gdje se nastoji sačuvati tipičan vinogradarski krajolik koji će također doprinijeti razvoju vinskog turizma. Iz tog razloga, predviđa se da bi ukupna površina svih restrukturiranih i konvertiranih vinograda u petogodišnjem programu bila oko 3.000 ha.

	Površina (ha)	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
1.	Zamjena (konverzija) sorte (a) i premještanje vinograda	150,00	350,00	400,00	300,00	250,00
2.	Promjena nagiba/razine vinograda (ravnanje tla)	25,00	40,00	45,00	35,00	30,00
3.	Izgradnja antierozijskih postrojenja	5,00	25,00	35,00	15,00	10,00
4.	Izgradnja terasa i zidova	10,00	25,00	30,00	20,00	15,00
5.	Postavljanje i izmjena armature u novom (restrukturiranom vinogradu)	100,00	250,00	300,00	200,00	150,00
6.	Navodnjavanje	20,00	40,00	65,00	35,00	25,00

3.3. Državna potpora:

Nije predviđena državna potpora za ovu mjeru.

(3) (ii) Ponovna sadnja vinograda iz zdravstvenih ili fitosanitarnih razloga sukladno članku 46(3) (c) Uredbe (EU) br. 1308/2013

Uvršteno u program potpora: ne

(4) Zelena berba sukladno članku 103r

Uvršteno u program potpora: ne

(5) Zajednički fondovi sukladno članku 103s

Uvršteno u program potpora: ne

(6) Osiguranje berbe sukladno članku 103t

Uvršteno u program potpora: ne

(7) Investicije u vinarije i marketing vina sukladno članku 103u

Uvršteno u program potpora: da

7.1. Opis predložene mjere i ciljevi

Potpota se može odobriti za materijalna i nematerijalna ulaganja u objekte za preradu, infrastrukturu vinarije i marketing vina s ciljem poboljšanja ukupne učinkovitosti.

Potpora se odnosi na ulaganja u proizvodnju ili marketing vina.

Potpora za proizvodnju ili marketing proizvoda uključuje:

- a) izgradnju ili akviziciju, leasing ili poboljšanje nepokretne imovine;
- b) kupnju ili zakup novih strojeva i opreme, uključujući računalne programe;
- c) opće troškove vezane uz izdatke iz točaka (Aa) i (Ab), kao što su naknade za arhitekta i inženjere, konzultacijske naknade, studije o izvedivosti, stjecanje prava na patente i licence

7.1.1. Prihvatljive investicije su:

7.1.1.1. Izgradnja ili akvizicija, leasing ili poboljšanje nepokretne imovine:

1. Proizvodnja vina (od prijema grožđa do punjenje vina u boce i etiketiranja vina u podrumu)
 - regulacija temperature (rashlađivanje prostora, hladne sobe),
 - infrastruktura podruma - cjevovodi, cijevi, razne mreže (kisik, dušik, voda, SO₂, itd.), pomoćna oprema, automatski sistemi, struja, izgradnja
2. Kontrola kvalitete
 - izgradnja/opremanje laboratorija za kontrolu kvalitete proizvoda od grožđa i vina (izgradnja analitičkog laboratorija, uključujući za organska vina)
3. Marketing vina i proizvoda od grožđa i vina
 - izgradnja prezentacijskih i prodajnih objekata - vinoteke, izložbeni prostori, prodajni prostori, maloprodajne točke izvan gospodarstva na teritoriju Republike Hrvatske, prodajne točke na gospodarstvu, ali izvan proizvodnih jedinica – izravna prodaja u koju ulaze opskrba vozila, mobilni štandovi,
 - troškovi uspostave skladišta, logističkih centara i poslovnih ureda unutar Republike Hrvatske i u drugim državama članicama (izgradnja, održavanje zgrada)
4. Ulaganja povezana s gospodarstvom u cjelini:
 - izgradnja/kupnja/iznajmljivanje zgrade, popratnih objekata radi njihove pretvorbe u vinarska postrojenja - iskopavanje, temelji, popločavanje, uređenja interijera (zidovi, vrata i prozori, slike, pločice, okviri, itd.), vodovod, struja, unutarnje i vanjsko uređivanje, krovnište, izolacija, klima-uređaj; zgrade i popratni objekti za preradu, skladištenje, čuvanje ili marketing vina; podruma iznad i ispod razine tla; osnovni infrastrukturni radovi (struja, mehaničke i hidraulične instalacije, zaštitne mjere protiv požara, troškovi klima-uređaja i ventilacije na mjestu proizvodnje vina i ostale opreme, specijalne instalacije i sustavi za zaštitu okoliša, smanjenje onečišćenje i uštedu energije, te sustavi sigurnosti i higijene)

Potpora uključuje i opće troškove vezane uz izdatke za izgradnju, ili akviziciju, leasing ili poboljšanje nepokretne imovine, kao što su naknade za arhitekta i inženjere, konzultacijske naknade, studije o izvedivosti, stjecanje prava na patente i licence.

7.1.1.2. Kupnja ili zakup novih strojeva i opreme, uključujući i računalne programe:

1. Proizvodnja vina (od prijema grožđa do punjenja vina u boce i etiketiranje)
 - **strojevi/oprema za preradu grožđa** (pokretna tehnička oprema za transport te prijem i preradu grožđa; oprema za mjerenje i analizu grožđa; muljača, drobilica; strojevi i

oprema za sortiranje, preša; groždani drener (égouttoir); pumpa za kominu; prijenosnik (conveyor)

- **fermentacija/vinifikacija**

- oprema za **fermentaciju masulja** – oprema za tretiranje grožđa, spremnici za fermentaciju (drvo ili metal), tankovi za fermentaciju/pomoćni tankovi za vinifikaciju, posebni fermentacijski tankovi za proizvodnju crvenih vina sa opremom za potapanje komine; mikro-oksidacijska oprema

- oprema za **kontrolu fermentacije** – mjerne komponente, tehnologija za kontrolu fermentacije, instaliranje, cjevovodi (kod uvođenja spremnika i/ili instaliranja rashladnih stanica), oprema za odvajanje vina od vinskog taloga

- **oprema za filtraciju, sedimentaciju, bistrenje** (filteri, zemljani filteri, oprema za taloženje i bistrenje mošta i vina (centrifugiranje), oprema za stabilizaciju vina tartaratima, ekstrakcija komine, oprema za prijenos (conveying) komine i vinskog taloga, pokretna tehnička oprema u proizvodnji vina

- **kontrola temperature** - hladnjaci, hlađenje, oprema za kontrolu temperature u fermentaciji ili proizvodnji i skladištenju vina)

- **kretanje i tretiranje vina u podrumu** - strojevi i oprema uključujući računalne programe koji se koriste u okviru prijevoza ili logistike sirovina i proizvoda unutar podruma ili skladišta kao što su pumpe, pumpe za prijenos, posude i spremnici za rukovanje vinima, viličari, košare i žiro palete za rukovanje bocama

- **oprema za skladištenje, kupažiranje, čuvanje i starenje vina** - bareli, tankovi za proizvodnju vina i njegovo skladištenje i starenje napravljeni od drva, betona, čelika, inoxa, plastike, obnova postrojenja za skladištenje vina, na primjer obnova tankova kroz unutarnje oblaganje epoksidom ili nehrđajućim čelikom, samodrenažni tankovi, termo-regulirane kace, prijenosni čelični tankovi za starenje i odležavanje vina, plastične posude, oprema za skladištenje i čuvanje vina)

- **tehnologija za proizvodnju pjenušavih vina** - proizvodnja, skladištenje, punjenje i čuvanje (strojevi/oprema za proizvodnju, skladištenje, punjenje i čuvanje pjenušavog vina; oprema za trešenje vina, sustav za uklanjanje kvasaca

- **punjenje, etiketiranje i pakiranje** - oprema za punjenje/etiketiranje/držanje/pakiranje, strojevi za čepljenje boca, pokretna oprema za punjenje i držanje, dupli tankovi

- **programi za upravljanje podrumom** - računala i njihovi programi za poboljšanje kvalitete u prijevozu i preradi grožđa, proizvodnji vina i preradi i skladištenju sirovina i proizvoda, računalna oprema i pripadajući programi usmjereni na kontrolu tehnoloških opreme za preradu, skladištenje i rukovanje proizvodom, računalni programi za upravljanje podrumu

- **gospodarenje otpadnim vodama** - strojevi i oprema za gospodarenje vodama u podrumu,

- **podrumska infrastruktura** - kompresori, električni transformatori, generatori

2. Kontrola kvalitete

- **kontrola kvalitete proizvoda i prerade** - strojevi, oprema i programi koji se koriste za kontrolu kvalitete materijala, proizvoda i okolišnih uvjeta proizvodnje i konzervacije

- oprema namijenjena za **uvođenje dobrovoljne kontrole kvalitete, certificiranja ili sljedivosti**, uključujući ekološka vina

- **sukladnost sa standardima sigurnosti hrane** - uspostavljanje sustava za uvođenje ili održavanje standarda sigurnosti hrane i proizvodnja javnih standarda (IFS, BRC, ISO 22 000, HACCP), uključujući konzultantske usluge, certificiranje i reviziju sustava

3. Marketing vina i proizvoda od grožđa i vina

- **prezentacijski i prodajni objekti** (stjecanje/izgradnja/obnova/modernizacija/opremanje infrastrukture objekata za prodaju i prezentaciju vina - vinoteke, izložbeni prostori, prodajni prostori, maloprodajne točke izvan gospodarstva na teritoriju Republike Hrvatske, prodajne točke na gospodarstvu, ali izvan proizvodnih jedinica – izravna prodaja; materijalna ulaganja koja uključuju namještaj, rashladnu jedinicu, sudopere, slavine, šankove, računalnu opremu
- **troškovi za uspostavu skladišta, logističkih centara, poslovnih ureda** - troškovi za uspostavu logističkih centara i poslovnih ureda unutar Republike Hrvatske i u drugim državama članicama kao što su strojevi, uredski materijal, namještaj i informatička oprema
- **oprema za logistiku i marketing vina** - stvaranje/razvoj/adaptacija logističkih platformi (pojednostavljenje i poboljšanje organizacije transportnog lanca na domaćem i inozemnom tržištu), poboljšanje/racionalizacija marketinških postrojenja i kanala, strojevi, tehnološka postrojenja, oprema uključujući programe koji se koriste u okviru distribucije, logistike i marketinga proizvoda
- **računala i programi, internet platforme, e – trgovina** za primjenu informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT) i elektronske trgovine (e-commerce)

4. Ulaganja povezana s gospodarstvom u cjelini:

- **opremanje ureda**
- strojevi, oprema, uključujući računala i programe koji se koriste u okviru **sustava upravljanja, organizacije i kontrole u poduzeću**, računalna oprema i pripadajući programi usmjereni na razvoj informacijskih i komunikacijskih mreža
- **spajanje/proširenje gospodarstva, jačanje suradnje između poduzeća** - strojevi, oprema, uključujući računala i programe za logistiku, obradu i marketing

Potpore uključuje i opće troškove vezane uz izdatke za kupnju ili zakup novih strojeva i opreme, uključujući i računalne programe, kao što su naknade za arhitekta i inženjere, konzultacijske naknade, studije o izvedivosti, stjecanje prava na patente i licence.

7.1.2. Korisnici potpore:

Unutar ove mjere korisnici mogu biti:

- proizvođači (fizičke ili pravne osobe) upisani u Vinogradarski registar

7.1.3. Preduvjeti:

- fizičke osobe moraju biti obveznici poreza na dohodak/poreza na dobit mikro, mala, srednja poduzeća koja imaju do 250 zaposlenih i promet do 50 milijuna EUR i/ili ukupnu godišnju bilancu do 43 milijuna EUR;
- poduzeća koja imaju manje od 750 zaposlenih ili promet manji od 200 milijuna EUR;
- poduzeća koja imaju 750 ili više zaposlenih ili promet od 200 milijuna EUR i više

7.1.4. Potpora – intenzitet potpore i iznosi:

Razina potpore:

- za mikro, mala i srednja poduzeća maksimalna potpora iznosi 50 % prihvatljivih troškova

- za poduzeća s manje od 750 zaposlenih ili prometom manjim od 200 milijuna € potpora iznosi 25 % prihvatljivih troškova
- za poduzeća s više od 750 zaposlenih ili prometom većim od 200 milijuna € potpora iznosi 24% prihvatljivih troškova

Ukupno financiranje za mjeru Investicije u vinarije i marketing vina će iznositi približno:

- EUR 8,9 milijuna u 2014.
- EUR 7,9 milijuna u 2015.
- EUR 7,9 milijuna u 2016.
- EUR 5,5 milijuna u 2017.
- EUR 5,5 milijuna u 2018.

Ukupno prihvatljivi troškovi po projektu su **EUR 3.000.000**

Minimalni iznos potpore po projektu je **EUR 5.000 od ukupno prihvatljivog troška**

Maksimalni iznos potpore po projektu je:

- EUR 1.500.000 **od ukupno prihvatljivog troška** za mikro, mala i srednja poduzeća
- EUR 750.000 **od ukupno prihvatljivog troška** za poduzeća s manje od 750 zaposlenih ili prometom manjim od 200 milijuna €
- EUR 550.000 od ukupno prihvatljivog troška za poduzeća s više od 750 zaposlenih ili prometom većim od 200 milijuna €

7.1.5. Upravljanje financijama:

Potpore se isplaćuje nakon što se utvrdi da su aktivnosti obuhvaćene u zahtjevu za potporu provedene i da je izvršena kontrola na terenu.

Potpore za aktivnosti obuhvaćene u zahtjevu za potporu može se platiti unaprijed.

Iznos predujma ne smije premašiti 20 % javne potpore za investiciju, a njegova uplata podliježe ulaganjem bankovne garancije ili jednakog jamstva koja odgovara protuvrijednosti od 110 % iznosa predujma.

Međutim, u slučaju investicija za koja je individualna odluka o dodjeli potpora donesena u financijskim godinama 2013., 2014. ili 2015. iznos predujma može se povećati do 50 % javne potpore u vezi s tom investicijom. U tom slučaju, ukupan iznos predujma, koji je dan za provedbu određene aktivnosti, mora se potrošiti u roku od dvije od plaćanja predujma.

7.1.6. Neprihvatljive investicije:

Jednostavne zamjene opreme koje predstavljaju zamjenu postojeće opreme bez poboljšanja tehnologije proizvodnje, troškovi redovitog održavanja opreme, zgrada i postrojenja nisu prihvatljive aktivnosti u ovom Programu.

7.1.7. Razgraničenje:

Kako bi se izbjegao rizik dvostrukog financiranja projekta iz drugih izvora financiranja, proizvođači vina su isključeni iz potpore iz ruralnog razvoja u dijelu aktivnosti koje se odnose na Nacionalni program potpore unutar zajedničke organizacije tržišta (wine CMO).

Agencija za plaćanja prema akreditiranim procedurama osigurat će udovoljavanju ovog uvjeta.

7.1.8. Kontrole:

Agencija za plaćanja će sukladno akreditiranim procedurama osigurati između 50 i 75% korisnika koji će biti subjekti kontrole na terenu (on the spot check) i **100% nakon** realizacije mjere, a prije plaćanja.

7.2. Količinski ciljevi:

Obzirom na rastuću konkurentnost u sektoru vina u svijetu, postoji potreba za povećanjem konkurentnosti hrvatskih vina. Povećanje konkurentnosti zahtijeva nove investicije u proizvodnju i marketing vina, obzirom na tehničku slabu opremljenost vinarija i zastarjelost tehnologije.

Ove investicije će imati značajan utjecaj na poboljšanje kvalitete vina i na povećanje učinkovitosti proizvodnje, a samim time i na smanjenje cijene krajnjeg proizvoda, što povećava konkurentnost proizvođača vina. Također, očekuje se i poboljšana kvaliteta krajnjeg proizvoda. Korištenje novih tehnologija i strojeva će biti ekološki prihvatljivije.

	Očekivani broj korisnika	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
1.	Izgradnja ili akvizicija, ili poboljšanje nepokretne imovine	20	40	65	35	25
2.	Kupnja ili zakup novih strojeva i opreme	25	45	55	40	35

7.3. Državna potpora:

Nije predviđena državna potpora za ovu mjeru.

(8) Inovacije u sektoru vina sukladno članku 51. Uredbe (EU) br. 1308/2013

Uvršteno u program potpore: ne

(9) Destilacija sporednih proizvoda sukladno članku 103v

Uvršteno u program potpore: ne

B. REZULTATI ODRŽANIH KONZULTACIJA

Osnove Nacionalnog programa izradila je Uprava poljoprivrede i prehrambene industrije Ministarstva poljoprivrede u suradnji sa predstavnicima vinarskog sektora.

Ministarstvo poljoprivrede u suradnji sa Hrvatskom gospodarskom komorom, Sektorom za poljoprivredu, prehrambenu industriju i šumarstvo, održalo je četiri radionice na kojima je predstavljen okvirni prijedlog Nacionalnog programa i na kojima su proizvođačima podijeljene ankete kako bi se izjasnili o mjerama koje smatraju najzanimljivijim:

- 21. studenoga 2012. - Hrvatska gospodarska komora, Osijek
- 27. studenoga 2012. - Hrvatska gospodarska komora, Split
- 04. prosinca 2012. - Hrvatska gospodarska komora, Pula
- 18. prosinca 2012. - Hrvatska gospodarska komora, Krapina

Ministarstvo poljoprivrede osnovalo je Povjerenstvo za izradu Nacionalnog programa za sektor vina za razdoblje od 2014. do 2018. godine. Povjerenstvo je sastavljeno od predstavnika Ministarstva poljoprivrede, Agencije za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju, Hrvatskog centra za poljoprivredu, hranu i selo (Zavod za vinogradarstvo i vinarstvo), Hrvatske gospodarske komore i predstavnika Udruženja vinarstva pri HGK. Održane su tri sjednice na kojima je dogovoreno prijedlog nacionalnog programa.

C. PROCJENA OČEKIVANIH TEHNIČKIH, EKONOMSKIH, EKOLOŠKIH I SOCIJALNIH UTJECAJA

Promidžba na tržištima trećih zemalja:

Izvoz vina u Republici Hrvatskoj količinski ima tendenciju pada u zadnjih desetak godina, dok vrijednosno, u zadnjih desetak godina, ima tendenciju laganog rasta uz određene oscilacije u pojedinim godinama. Razlog tome je izvoz malih količina kvalitetnih vina, koja imaju veću vrijednost. Hrvatska najviše izvozi svoja vina u zemlje bivše Jugoslavije (Bosna i Hercegovina), zatim u zemlje Europske unije, a samo mali dio (oko 10 %) izvozi u treće zemlje (koje nisu dio bivše Jugoslavije). Obzirom na navedene činjenice, cilj ove mjere je jačanje imidža, prepoznatljivosti, prodaje i potrošnje hrvatskih vina te povećanju izvoza na tržištima trećih zemalja, na kojima je Hrvatska neprepoznatljiva.

Brandiranje Hrvatske kao zemlje očuvane prirode i bogate, stoljećima stare tradicije u proizvodnji vina te brandiranje pojedinih autohtonih sorata vina, preduvjet su uspješne promocije hrvatskog vina i podizanja svjesnosti o hrvatskim vinima na tržištima trećih zemalja. Koristeći sofisticirane marketinške alate, zadaća je stvoriti “hrvatsku priču” o vinu, odnosno učiniti kupovinu i konzumaciju vina zaokruženim iskustvom o zemlji, njenom narodu te tradiciji proizvodnje vrhunskih vina. Također, vrlo je važno hrvatska vina povezati s turizmom, gastronomijom, znanostu i umjetnošću. Ujedno, jedna od sastavnica promotivnih mjera je i naglašavanje veze stoljetne hrvatske vinogradarske tradicije te primjena modernih tehnika u vinarstvu.

Promotivne mjere na tržištima trećih zemalja za koje se daje potpora nesumnjivo vode do porasta potencijalne prodaje i jača opću financijsku situaciju vinarskih gospodarstava. Promidžba hrvatskih vina i Hrvatske kao zemlje sa stoljetnom tradicijom proizvodnje vina, svakako vodi do značajnog utjecaja na dobit u ekonomskom i socijalnom smislu.

Restrukturiranje i konverzija vinograda:

U proteklih nekoliko godina došlo je do razvoja novih tehnika upravljanja vinogradom. U modernom vinogradarstvu postoji rastući trend sadnje visoko kvalitetnih sorata sa naglaskom na autohtone sorte i premještanje vinograda na područja koja daju bolju kvalitetu grožđa (na nagibima), gdje se nastoji sačuvati tipičan vinogradarski krajolik koji će također doprinijeti razvoju vinskog turizma.

Glavni cilj ove mjere je povećanje konkurentnosti proizvođača vina kroz modernizaciju vinograda, promicanje nasada visoke kvalitete te proizvodnju vina sukladno preferencijama i potrebama kupaca.

Promjena sorte: ova mjera bi omogućila veću zastupljenost visoko kvalitetnog grožđa sa stabilnim prinosima odnosno proizvodnju kvalitetnih i autohtonih sorata vinove loze, što bi odgovaralo novim zahtjevima tržišta koje sve veću prednost daje kakvoći vina i autohtonosti.

Relokacija (premještanje) vinograda: potpora se daje za premještanje vinograda u područja koja osiguravaju bolju kvalitetu grožđa (na nagibima i strminama) pri čemu se teži očuvanju tipičnog vinogradarskog krajobraza koji će istovremeno doprinijeti razvoju vinskog turizma. Sadnja vinograda na nagibima i strminama smanjuje rizik od smrzavanja i magle, osigurava dobro cirkuliranje zraka te osigurava visoku kvalitetu grožđa kao rezultat intenzivne sunčeve svjetlosti.

Poboljšanje vinogradarskih tehnika: kako je u posljednje vrijeme došlo do razvoja novih tehnika u gospodarenju vinogradom, ova mjera omogućila bi vinogradarima uvođenje, odnosno poboljšanje postojećih vinogradarskih tehnika koje koriste.

U sklopu ove mjere prihvatljive operacije su slijedeće:

Promjena nagiba ili razine vinograda: ova aktivnost dovodi do znatnog poboljšana upravljanja u vinogradu, omogućuje lakši pristup u vinogradu.

Izgradnja antierozijskih postrojenja (drenaža): zaštita od erozije predstavlja važan zadatak u sektoru vinogradarstva, tako da pomoću ovih aktivnosti doprinose zaštiti vinograda od erozije i omogućuje bolji protok vode bez njezinog prekomjernog zadržavanja u vinogradu.

Izgradnja terasa i zidova: ove aktivnosti predstavljaju pogodan instrument zaštite vinograda od erozije i omogućuju proizvodnju visoko kvalitetnog grožđa. Zaštita od erozije predstavlja važan zadatak u sektoru vinogradarstva. Terasa i zidovi mogu se podizati u postojećem vinogradu ili prilikom premještanja vinograda. Također, postojeće oštećene terase i zidovi mogu se zamijeniti i rekonstruirati.

Potpora se daje za sadnju vinograda na izloženim nagibima ili strminama ili za povratak vinograda na takve lokacije, koje predstavljaju tipičan krajolik, pogotovo na dalmatinskim otocima i poluotocima (ZOI Dingač).

Izgradnja i promjena potporne strukture (stupova): u modernim tehnikama upravljanja, vinogradi su obično opremljeni odgovarajućim potpornim strukturama, koje olakšavaju rad u vinogradima te održavaju otpornost vinograda na nepovoljne vremenske uvjete.

Instaliranje ili poboljšanje sustava navodnjavanja: ove aktivnosti obuhvaćaju uspostavu stalnog, fiksnog sustava navodnjavanja u postojećim vinogradima ili u novom posađenom vinogradu. Postavljanje sustava za navodnjavanje omogućuje siguran rast tek posađenih vinograda, siguran prinos i zaštitu od šteta nastalih u razdobljima suše, što utječe na kvalitetu grožđa.

U pogledu ekoloških utjecaja treba istaknuti da korištenje ovih mjera u gospodarenju vinogradima uvelike smanjuje upotrebu pesticida u vinogradima, zahvaljujući zdravijim sadnicama vinove loze i smanjenju opterećenja po pojedinom trsu.

Investicije u vinarije i marketing vina:

Obzirom na sve jaču konkurenciju u sektoru vina, evidentna je potreba za povećanjem konkurentnosti hrvatskih vina. Povećanje konkurentnosti zahtjeva novi ciklus ulaganja u proizvodnju i trženje vina. Ulaganja su nužna u nove tehnologije proizvodnje vina, opremanje laboratorija te nabavu linija za punjenje, pakiranje i označavanje. Također sektor vinarstva se suočava s novim zahtjevima iz područja sigurnosti hrane i visokih ekoloških standarda u procesu proizvodnje. Ispunjavanje ovih zahtjeva povezano je s dodatnim ulaganjima odnosno dodatnim troškovima.

Ulaganja u proizvodne objekte će ubrzati rast tehničkih i tehnoloških razina proizvodnje vina. Ova ulaganja će imati značajan utjecaj na poboljšanje kvalitete vina i podizanje učinkovitosti proizvodnje. Također, očekuje se poboljšanje kvalitete konačnog proizvoda. Korištenje novih tehnologija i strojeva biti će ekološki prihvatljivije.

Ulaganja u proizvodnju: ova mjera bi omogućila rast na tehničkim i tehnološkim razinama proizvodnje što bi povećalo kvalitetu vina, a samim time bi se povećala profitabilnost proizvodnje. S povećanjem profitabilnosti i smanjenjem troškova u proizvodnji povećala bi se i konkurentnost proizvođača.

Kontrola kvalitete: ova mjera će omogućiti velikom broju vinara izgradnju laboratorija na njihovim gospodarstvima, a u cilju dobrovoljne kontrole kvalitete i standarda vlastitog vina. Nadalje, zbog sve većih zahtjeva koji se odnose na sigurnost hrane, veliki broj gospodarstva treba uspostaviti sustav koji će osigurati sukladnost sa standardima sigurnosti hrane. Upravo iz tog razloga treba dati potporu za takva ulaganja na vinarskim gospodarstvima.

Marketing: uzimajući u obzir da je izravna prodaja vrlo važan distribucijski kanal za hrvatska vina, potpora se daje za ulaganja u izgradnju ili poboljšanje i opremanje prodajnih i prezentacijskih objekata.

Ulaganja u vinarsko gospodarstvo: potpora se daje u cilju poboljšanja ukupnog upravljanja, organizacije i kontrola u poduzeću. Također je vrlo važno za poduzeća razvoj informacijskih i komunikacijskih mreža.

Socio-ekonomski utjecaj svih predviđenih mjera

U Republici Hrvatskoj veliki problem predstavlja usitnjenost vinograda (posebno u predjelu Dalmacije) te veliki broj malih proizvođača. Koristeći potporu iz ovih mjera osigurati će se opstanak i razvoj vinarskih gospodarstava te povećanje njihovog dohotka što će poboljšati njihovu ukupnu financijsku situaciju. Isto tako, indirektno će se osigurati opstanak i razvoj ruralnih područja u odnosu na dane mogućnosti otvaranja novih radnih mjesta, a time i povećati kvalitetu života i življenja.

Kroz mjere investicije u vinarije modernizirat će se postojeće vinarije što će povećati konkurentnost vinarskih gospodarstava.

Za Hrvatsku je od iznimne važnosti potrošnja vina kroz turizam kao i razvoj vinskog turizma. Naime, vinogradarsko-vinski sektor i turizam međusobno su vrlo usko povezani. S jedne

strane razvijeni turistički sektor doprinosi rastu potrošnje vina dok s druge strane razvoj vinskog turizma obogaćuje turističku ponudu.

Očuvanje tipičnog vinogradarskog krajobraza može obogatiti turističku ponudu i doprinijeti povećanoj potrošnji vina. Boljim povezivanjem turizma i vinarstva povećao bi se i “tihi izvoz” odnosno plasmana vina inozemnim potrošačima na domaćem tržištu koji je po pitanju distribucije proizvoda osjetno jeftiniji i učinkovitiji.

Potpota koja je predviđena kroz investicije u vinarije i marketing vina, omogućiti će jačanje gospodarstava koji direktno prodaju svoje proizvode, a koja često nisu uključena u turizam. S time u vezi, veći naglasak će se dati na posjećivanju vinskih cesti i uređenih vinarijama, koje će osim vina moći ponuditi i gastronomske užitke te uživanje u netaknutom ruralnom krajobrazu.

D. RASPORED PROVOĐENJA MJERA

Sve mjere početi će se provoditi odmah nakon završetka razdoblja za prigovor Europske komisije sukladno članku 103 k (2) Uredbe (EZ) br. 1234/2007.

Mjera	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
1. Promidžba vina na tržištima trećih zemalja					
Objava natječaja (zaprimanje prijava, administrativnu obradu prijava, kontrolu na terenu (ukoliko je potrebno), odobravanje prijava)	veljača travanj srpanj	srpanj	srpanj	srpanj	siječanj
Ugovaranje (sklapanje ugovora/donošenje odluka koje imaju snagu ugovora)	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano
Isplate * (zaprimanje zahtjeva za isplatu nakon realizacije projekta, administrativnu obradu zahtjeva za isplatu, kontrola na licu mjesta (on-the-spot check))	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano
Praćenje i ex post kontrola	Tijekom godine sukladno procjeni rizika				
*isplate sredstava prema planu završetka aktivnosti odobrenih projekata					
2. Restrukturiranje i konverzija vinograda					
Objava natječaja (zaprimanje prijava, administrativnu obradu prijava, kontrolu na terenu (ukoliko je potrebno), odobravanje prijava)	veljača srpanj	srpanj	srpanj	srpanj	siječanj
Ugovaranje (sklapanje ugovora/donošenje odluka koje imaju snagu ugovora)	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano
Isplate * (zaprimanje zahtjeva za isplatu nakon realizacije projekta, administrativnu obradu zahtjeva za isplatu, kontrola na licu mjesta (on-the-spot check))	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano
Praćenje i ex post kontrola *	Tijekom godine sukladno procjeni rizika				
* praćenje programa odvijati će se i u godinama nakon 2018. godine, a isplate sredstava prema planu završetka odobrenih projekata					
3. Investicije u vinarije					
Objava natječaja (zaprimanje prijava, administrativnu obradu prijava, kontrolu na terenu (ukoliko je potrebno), odobravanje prijava)	ožujak srpanj	srpanj	srpanj	srpanj	siječanj
Ugovaranje (sklapanje ugovora/donošenje odluka koje imaju snagu ugovora)	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano
Isplate * (zaprimanje zahtjeva za isplatu nakon realizacije projekta, administrativnu obradu zahtjeva za isplatu, kontrola na licu mjesta (on-the-spot check))	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano	kontinuirano
Praćenje i ex post kontrola *	Tijekom godine sukladno procjeni rizika				
* praćenje programa odvijati će se i u godinama nakon 2018. godine, a isplate sredstava prema planu završetka odobrenih projekata					

E. FINANCIJSKA TABLICA

Vidjeti priloge (Prilog II. i Prilog VII. Uredbe Komisije br. 555/2008).

F. KRITERIJI I KOLIČINSKI POKAZATELJI USPJEŠNOSTI PROVOĐENJA MJERA

Osnovni cilj mjere Restrukturiranje i konverzija vinograda te mjere Investicije u vinarije i marketing vina je dugoročno povećanje i osiguranje kvalitete proizvoda u sektoru vinarstva. Kako je teško odrediti količinske pokazatelje prilikom ocjenjivanja uspješnosti ovih dviju mjera, kao količinski pokazatelj u mjeri Restrukturiranje i konverzija vinograda uzet će se broj hektara restrukturiranih i konvertiranih vinograda (otprilike 600 ha godišnje).

Kako provedba ovih dviju mjera zahtjeva vlastita financijska sredstva, broj projekata sam po sebi može se smatrati kao kvalitativni pokazatelj uspješnosti ovih mjera.

U slučaju mjere Promidžba na tržištima trećih zemalja kao količinski pokazatelj uspješnosti ove mjere uzet će se izvoz hrvatskih vina (količinski i vrijednosno) u ciljne treće zemlje.

Količinski pokazatelji uspješnosti provođenja mjera:

Razina praćenja/ procjene	Ciljevi	Kriteriji	Vrsta pokazatelja	Ciljana vrijednost 2014-2018	
Promidžba na tržištima trećih zemalja	Povećati promidžbu i prodaju vina na tržištima trećih zemalja	Povećati udio izvoza na tržišta trećih zemalja	% udio u izvozu	> 25 %	
			ukupni broj hl prodanog vina	19300	
			ukupni broj odobrenih programa	25	
			ukupni broj uključenih zemalja s novog tržišta	9	
			ukupni broj podnositelja	12	
			ukupni broj uključenih proizvođača	140	
		Unaprijediti imidž i prepoznatljivost hrvatskih vina	ukupni broj novinara i stručnjaka koji sudjeluju na događanjima kao što su informativna putovanja i promocija imidža	220	
			ukupni broj događanja	75	
			ukupni broj podnositelja	12	
			ukupni broj uključenih proizvođača	140	

Razina praćenja/ procjene	Ciljevi	Kriteriji	Vrsta pokazatelja	Ciljana vrijednost 2014-2018	
Restrukturiranje i konverzija vinograda	Povećati konkurentnost proizvođača vina	visoko kvalitetne sorte, premještanje na kvalitetnije položaje, modernizacija i poboljšanje vinogradarskih tehnika	ukupni broj restrukturiranih i konvertiranih vinograda	3000 ha	
			ukupan broj projekata	720	
			ukupan broj uključenih proizvođača	850	
a) Zamjena sorte	Povećati konkurentnost proizvođača vina	Sadnja visoko kvalitetnih sorata sukladno potrebama i preferencijama kupaca	zamjena sorte	1000 ha	
			broj projekata	240	
			broj uključenih proizvođača	280	
b) Premještanje vinograda		Premještanje vinograda na pozicije koje jamče kvalitetnije grožđe	Premještanje vinograda na pozicije koje jamče kvalitetnije grožđe	premještenih vinograda	450 ha
				broj projekata	110
				broj uključenih proizvođača	130
c) Poboljšanje vinogradarskih tehnika	Modernizacija i poboljšanje vinogradarskih tehnika	Modernizacija i poboljšanje vinogradarskih tehnika	vinograda s promjenom nagiba	175 ha	
			vinograda s antierozijskim sustavima	90 ha	
			vinograda s terasama ili zidovima	100 ha	
			broj hektara sa izmjenom armature	1000 ha	
			vinograda s navodnjavanjem	185 ha	
			broj projekata	370	
			ukupan broj uključenih proizvođača	440	

Razina praćenja/ procjene	Ciljevi	Kriteriji	Vrsta pokazatelja	Ciljana vrijednost 2014-2018	
Investicije u vinarije i marketing vina	Povećati konkurentnost proizvođača vina	Poboljšati kvalitetu vina	% udio kvalitetnih vina	> 75 %	
			broj odobrenih programa	185	
			broj uključenih proizvođača	120	
		Povećati učinkovitost proizvodnje	Povećati učinkovitost proizvodnje	% udio kvalitetnih vina	> 75 %
				broj odobrenih programa	200
				broj uključenih proizvođača	100

G. POPIS TIJELA NADLEŽNIH ZA PROVEDBU NACIONALNOG PROGRAMA

Za provedbu ovih mjera nadležna je Agencija za plaćanja.

Agencija za plaćanje je nadležna za objavu natječaja, zaprimanje prijava, administrativnu obradu prijava, kontrolu na terenu (ukoliko je potrebno), odobravanje prijava, sklapanje ugovora/donošenje odluka koje imaju snagu ugovora, zaprimanje zahtjeva za isplatu nakon realizacije projekta od strane korisnika, administrativnu obradu zahtjeva za isplatu, kontrola na licu mjesta (on-the-spot check), dovršetak administrativne obrade prijave nakon izvršene kontrole, odobravanje isplate (donošenje odluke o isplati/odbijanju), obavljanje isplate, ex post kontrole.

Za osiguranje financijskih sredstava državne potpore, kao i za praćenje uspješnosti provedbe ovih mjera nadležno je Ministarstvo poljoprivrede.

Rok plaćanja u skladu s člankom 37. (b) (ii) Uredbe (EZ) br. 555/2008:

Za sve mjere, razumni rok plaćanja je onaj u kojem je isplata potpora obavljena u skladu s nizom rezultata pregleda nakon njihovog dolaska u Agenciju za plaćanja, istovremeno osiguravajući najbolje moguće iskorištenje resursa koje daje Europska unija za predmetnu financijsku godinu i gdje su ta sredstva dodijeljena u cilju što bolje uravnoteženosti između individualnih podnositelja zahtjeva za potporu i individualne mjere.

Nacionalni propisi za provedbu Nacionalnog programa mogu se naći na službenoj web-stranici Ministarstva poljoprivrede: <http://www.mps.hr> i na službenim stranicama Narodnih novina Republike Hrvatske: <http://narodne-novine.nn.hr>

Direktna poveznica:

- Pravilnik o provedbi mjere Promidžba na tržištima trećih zemalja iz Nacionalnog programa pomoći sektoru vina 2014. - 2018. (Narodne novine, br. [146/2013](#), [49/2014](#) i [85/2014](#))
- Pravilnik o provedbi mjere Restrukturiranje i konverzija vinograda iz Nacionalnog programa pomoći sektoru vina 2014. - 2018. (Narodne novine, broj [129/2014](#))
- Pravilnik o provedbi mjere Investicija u vinarije i marketing vina iz Nacionalnog programa pomoći sektoru vina 2014. - 2018. (Narodne novine, broj [129/2014](#))