



REPUBLIKA HRVATSKA
MINISTARSTVO POLJOPRIVREDE

NACIONALNI PROGRAM POMOĆI SEKTORU VINA
2014. - 2018.

HRVATSKA

lipanj, 2013.

Sadržaj

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

C. PROCJENA OČEKIVANIH TEHNIČKIH, EKONOMSKIH, EKOLOŠKIH I SOCIJALNIH UTJECAJA	16
D. RASPORED PROVOĐENJA MJERA.....	20
E. FINANCIJSKA TABLICA.....	21
F. KRITERIJI I KOLIČINSKI POKAZATELJI USPJEŠNOSTI PROVOĐENJA MJERA.....	21
G. POPIS TIJELA NADLEŽNIH ZA PROVEDBU NACIONALNOG PROGRAMA	23

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: 01. srpnja 2013.

A. OPIS PREDLOŽENIH MJERA I NJIHOVI KOLIČINSKI CILJEVI

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) 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 pronalaženja 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

Potpora 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

Potpora 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

Potpora 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:

- Makedonija, Crna Gora, Srbija, Albanija, Kosovo, Bosna i Hercegovina,
- Švicarska, Lihtenštajn
- Norveška
- Rusija, Ukrajina, Kazahstan
- Japan
- Kina uklj. Hong Kong
- 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 zadruge 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:

Razina potpore 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 za mjere promidžbe 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 EU 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
- administrativni troškovi i troškovi osoblja korisnika (sukladno članku 13. Uredbe (EZ) br. 1290/2005);
- 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 na 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 (koje nisu dio 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 pronaći barem tri nova tržišta trećih zemalja.

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.

(3) 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 nacijepljivanje, 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, ravnjanje 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
- korisnici prava sadnje koji koriste mjeru zamjene sorte (a) i premještanja vinograda

3.1.3. Preduvjeti:

- fizičke osobe obveznici poreza na dohodak
- 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 mjere promidžbe će iznositi približno:

- EUR 6,0 milijuna u 2014.
- EUR 6,0 milijuna u 2015.
- EUR 6,0 milijuna u 2016.
- EUR 5,4 milijuna u 2017.
- EUR 5,4 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	50 % ukupno prihvatljivih troškova, ali ne više od (max. EUR 10.000/ha)

	- na nagibima - na strminama	(max. EUR 18.000/ha) (max. EUR 24.000/ha)
5.	Postavljanje i izmjena armature u novom (restrukturiranom 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 jedna aktivnost ili sve aktivnosti obuhvaćene u zahtjevu provedene i da je izvršena kontrola na terenu, prema provedbenim procedurama Agencije za plaćanje.

Potpore za određenu aktivnost ili za sve aktivnosti obuhvaćene u zahtjevu može se platiti unaprijed prije provedbe bilo koje aktivnosti, 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 avansa.

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 vjetrova
- 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 potpora iz ruralnog razvoja u dijelu aktivnosti koje se odnose na Nacionalni program potpora 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 krčenja vinograda u obuhvatu (najmanje 50-75%) i do **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.

(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.

Potpota se odnosi na ulaganja u proizvodnju ili marketing vina te na razvoj novih proizvoda, procesa i tehnologija.

Potpota 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 arhitekte i inženjere, konzultacijske naknade, studije o izvedivosti, stjecanje prava na patente i licence

Potpota za razvoj novih proizvoda, procesa i tehnologija u proizvodnji vina uključuje pripremne radnje, kao što su razvoj dizajna, proizvoda, procesa ili tehnologija, testiranja, materijalne i/ili nematerijalne investicije koje se odnose na njih, a prije korištenja novo razvijenih proizvoda, procesa ili tehnologija. Potpora uključuje i strojeve ili opremu te programe potrebne za uvođenje modernih i inovativnih tehnologija (u koju spadaju i konzultacijske naknade) te razvoj novih proizvoda ili procesa i tehnika u cilju poboljšanja prerade grožđa, proizvodnje vina i čuvanja vina.

7.1.1. Prihvatljive investicije su:

7.1.1.2. 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, krovište, 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 arhitekte i inženjere, konzultacijske naknade, studije o izvedivosti, stjecanje prava na patente i licence.

7.1.1.3. 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, kupажiranje, 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 (remuage Vins), disgorgement 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 na namještaj, rashladnu jedinicu, sudopere, slavine, šankovi, 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

Potpota uključuje i opće troškove vezane uz izdatke za kupnju ili zakup novih strojeva i opreme, uključujući i računalne programe, kao što su naknade za arhitekte 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 obveznici poreza na dohodak
- mikro, mala, srednja i velika poduzeća do 750 zaposlenih ili s prometom manjim od 200 milijuna €.

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

Ukupno financiranje za mjeru Investicije će iznositi približno:

- EUR 4,9 milijuna u 2014.
- EUR 4,9 milijuna u 2015.
- EUR 4,9 milijuna u 2016.
- EUR 4,5 milijuna u 2017.
- EUR 4,5 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 €

7.1.5. Upravljanje financijama:

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

Potpore za određenu aktivnost ili za sve aktivnosti obuhvaćene u zahtjevu može se platiti unaprijed.

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

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 potpora iz ruralnog razvoja u dijelu aktivnosti koje se odnose na Nacionalni program potpora unutar zajedničke organizacije tržišta (wine CMO).

Agencija za plaćanja prema akreditiranim procedurama osigurati 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 do **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) 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, zatim u zemlje Europske unije, a samo mali dio (oko 10 %) izvozi u treće zemlje. 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 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, njegovoj tradiciji proizvodnje vina i vrhunskom piću. Također, hrvatska vina će se povezati s turizmom, znanosti i umjetnošću, a poseban naglasak staviti će se na pozitivne učinke vina na zdravlje. 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.

Restrukturiranje i konverzija vinograda:

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

Korisnici mogu odabrati jednu ili više operacija od ponuđene tri mjere:

- promjena sorte,
 - relokacija (premještanje) vinograda i
 - poboljšanje vinogradarskih tehnika
- koje najviše odgovaraju uvjetima tržišta te ih međusobno kombinirati.

Poduzete mjere moraju podrazumijevati značajne promjene u vinogradu odnosno strukturalne promjene vinograda.

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. Više stope potpore mogu se dati za osnivanje vinograda u sklopu konsolidacije zemljišta.

Relokacija (premještanje) vinograda: potpora se daje za premještanje vinograda u područja koja osiguravaju bolju kvalitetu grožđa, te na padine (obronke) 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 te osigurava visoku kvalitetu grožđa.

Poboljšanje vinogradarskih tehnika: kako je u posljednje vrijeme došlo do razvoja novih tehnika u gospodarenju vinogradu, 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

Izgradnja terasa (bez zidova): predstavlja zaštitu vinograda od erozije. Potpora se može dati za podizanje terasa na postojećem vinogradu, izgradnju terase prilikom premještanja vinograda te popravak postojećih terasa ili za rušenje dotrajalih terasa.

Izgradnja zidanih terasa (suhozidi, betonski zidovi): potpora se može dati za podizanje zidanih terasa na postojećem vinogradu te popravak postojećih zidanih terasa. U cilju lakšeg pristupanja vinogradima i smanjenja troškova rada koristi se tehnika povezana sa promjenom nagiba odnosno razine vinograda.

Izgradnja antierozijski postrojenja (drenaža): zaštićuje vinograd od erozije i omogućuje bolji protok vode bez njezinog prekomjernog zadržavanja u vinogradu.

Izgradnja i promjena potporne strukture (stupova)

Instaliranje ili poboljšanje sustava navodnjavanja: omogućava siguran rast mladih vinograda, siguran prinos, 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. Korištenje novih tehnologija i strojeva biti će ekološki prihvatljivije.

Ulaganja se odnose na proizvodnju ili marketing vina te na razvoj novih proizvoda, procesa i tehnologija.

Ulaganje u proizvodnju ili marketing vina podijeljeno je u 4 potkategorije:

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 rentabilnost proizvodnje. S povećanjem rentabilnosti i smanjenjem troškova u proizvodnji povećala bi se i konkurentnost proizvođača. Prihvatljiva ulaganja bila bi u izgradnju podruma te u infrastrukturu podruma. Zatim, kupnja ili zakup novih strojeva i opreme, računalnih programa koji se koriste u preradi grožđa i proizvodnji vina od grožđa do punjenja vina u boce i etiketiranje vina.

Kontrola kvalitete: potpora se daje za izgradnju laboratorija za kontrolu kakvoće ili za kupnju ili leasing novih strojeva i opreme, uključujući i računalne programe za kontrolu kakvoće proizvoda i prerade, sustava kakvoće i sljedivosti, te sukladnosti sa standardima sigurnosti hrane. 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: ulaganje u prodajne i prezentacijske objekte omogućava proizvođačima vina izravnu prodaju na njihovim gospodarstvima, koja predstavlja vrlo važan prodajni kanal u Hrvatskoj. Potpora se daje za izgradnju ili modernizaciju prodajnih i prezentacijskih objekata (vinoteke, prostorije za prezentiranje vina, prostorije za prodaju vina, nepokretni maloprodajni objekti izvan gospodarstva, prodajne točke na gospodarstvu - izravna prodaja). Potpora se daje za izgradnju i održavanje skladišta, logističkih centara i komercijalnih ureda. Nadalje, potpora se daje za kupnju novih strojeva i opreme, uključujući računalne programe i to kod izgradnje, renoviranja, modernizacije ili opremanje infrastrukture prodajnih i prezentacijskih objekata, te za nabavu namještaja, hladnjaka, opreme za šankove, opreme za pranje suđa, kompjuterske opreme. U sklopu marketinga vina potpora se daje za opremanje skladišta, logističkog centra, komercijalnih ureda te za opremu za logistiku i marketing vina i nabavu kompjutera i računalnih programa za primjenu informacijske i komunikacijske tehnologije i e-prodaje.

Ulaganja u vinarsko gospodarstvo: potpora se daje za izgradnju ili rekonstrukciju zgrada ili infrastrukture, a u cilju njihove prenamjene u prostorije za proizvodnju vina. Potpora se daje za iskopavanje, izradu temelja, asfaltiranje, uređenje interijera (zidovi, vrata i prozori, ličenje, pločice itd.), izolaciju, uvođenje klima uređaja itd. Nadalje, prihvatljiva su ulaganja u izgradnju, leasing ili modernizaciju zgrada ili pomoćnih objekata za skladištenje, držanje vina ili marketing, za podrumne iznad ili ispod razine zemlje. Isto tako potpora se daje za osnovne radove u infrastrukturi. Nadalje, nabava ili leasing za opremanje ureda, za nabavu kompjutera i programa u okviru upravljanja, organizacije i kontrole poduzeća, kompjuterske opreme i određenih programa u cilju razvoja informacijskih i komunikacijskih mreža. Prihvatljiva su ulaganja koja se odnose na spajanje više gospodarstava ili širenje gospodarstva (strojevi, oprema, kompjuteri i programi za logistiku, preradu i marketing).

Ulaganja u razvoj novih proizvoda, procesa i tehnologija

Kako bi se proizvođači vina prilagodili novim zahtjevima tržišta, prihvatljiva ulaganja su ona u razvoj novih proizvoda, procesa i tehnologija. U pogledu razvoja novih proizvoda, prihvatljiva su ulaganja u pripremne radnje (razvoj novih metoda, procesa ili tehnologija, materijalna ili nematerijalna ulaganja povezani s time), zatim ulaganja u strojeve ili opremu te programe u okviru uvođenja modernih i inovativnih tehnologija, razvoj novih kvalitetnih proizvoda, te novih procesa i tehnika u cilju poboljšanja kvalitete prerade grožđa, proizvodnje vina i skladištenja.

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 turistička potrošnja vina 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.

Potpora 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))	siječanj srpanj	srpanj	srpanj	srpanj	srpanj	
Ugovaranje (sklapanje ugovora/donošenje odluka koje imaju snagu ugovora)	svibanj listopad	listopad	listopad	listopad	listopad	
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	
Praćenje i ex post kontrola*	Tijekom godine sukladno procjeni rizika					
*Isplate sredstava i praćenje programa odvijati će se i u godinama nakon 2019. ovisno o potpisanim ugovorima s korisnicima mjere (3 godine uz mogućnost produljenja za +2 godine)						
2. Restrukturiranje i konverzija vinograda						
Objava natječaja (zaprimanje prijava, administrativnu obradu prijava, kontrolu na terenu (ukoliko je potrebno), odobravanje prijava))	siječanj srpanj	siječanj srpanj	siječanj srpanj	siječanj srpanj	siječanj	
Ugovaranje (sklapanje ugovora/donošenje odluka koje imaju snagu ugovora)	svibanj listopad	svibanj listopad	svibanj listopad	svibanj listopad	svibanj	
Isplate * (zaprimanje zahtjeva za isplatu nakon realizacije projekta, administrativnu obradu zahtjeva za isplatu, kontrola na licu mjesta (on-the-spot check))		rujan	rujan	rujan	rujan	
Praćenje i ex post kontrola *	Tijekom godine sukladno procjeni rizika					
*Isplate sredstava i praćenje programa odvijati će se i u godinama nakon 2019. ovisno o završetku programa, sukladno potpisanim ugovorima s korisnicima mjere						
3. Investicije u vinarije						
Objava natječaja (zaprimanje prijava, administrativnu obradu prijava, kontrolu na terenu (ukoliko je potrebno), odobravanje prijava))	travanj	travanj	travanj	travanj	travanj	
Ugovaranje (sklapanje ugovora/donošenje odluka koje imaju snagu ugovora)	rujan	rujan	rujan	rujan	rujan	
Isplate * (zaprimanje zahtjeva za isplatu nakon realizacije projekta, administrativnu obradu zahtjeva za isplatu, kontrola na licu mjesta (on-the-spot check))		veljača	veljača	veljača	veljača	

Praćenje i ex post kontrola *	Tijekom godine sukladno procjeni rizika
* Isplate sredstava i praćenje programa odvijati će se i u godinama nakon 2019. ovisno o završetku programa, sukladno potpisanim ugovorima s korisnicima mjere	

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 uzet će se broj hektara restrukturiranih i konvertiranih vinograda. 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. Cilj ove mjere je povećati izvoz u određene treće zemlje za oko 25 % u petogodišnjem razdoblju.

Količinski pokazatelji uspješnosti provođenja mjera:

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

Razina praćenja/ procjene	Ciljevi	Odgovarajući pokazatelji	Vrsta pokazatelja	Ciljana vrijednost 2014-2018
Restrukturiranje i konverzija vinograda	Povećati konkurentnost proizvođača vina	izlazni podaci	ukupni broj restruktuiranih i konvertiranih vinograda	3.000 ha
		ulazni podaci	ukupan broj projekata	720
		ulazni podaci	ukupan broj uključenih proizvođača	850
a) Zamjena sorte	Sadnja visoko kvalitetnih sorata sukladno potrebama i preferencijama kupaca	izlazni podaci	zamjena sorte	1000 ha
		ulazni podaci	broj projekata	240
		ulazni podaci	broj uključenih proizvođača	280
b) Premještanje vinograda	Premještanje vinograda na pozicije koje jamče kvalitetnije grožde	izlazni podaci	premještenih vinograda	450 ha
		ulazni podaci	broj projekata	110
		ulazni podaci	broj uključenih proizvođača	130
c) Poboljšanje vinogradarskih tehnika	Modernizacija i poboljšanje vinogradarskih tehnika	izlazni podaci	vinograda s promjenom nagiba	175 ha
		izlazni podaci	vinograda s antierozijskim sustavima	90 ha
		izlazni podaci	vinograda s terasama ili zidovima	100 ha
		izlazni podaci	broj hektara sa izmjenom armature	1000 ha
		izlazni podaci	vinograda s navodnjavanjem	185 ha
		ulazni podaci	broj projekata	370
		ulazni podaci	ukupan broj uključenih proizvođača	440

Razina praćenja/ procjene	Ciljevi	Odgovarajući pokazatelji	Vrsta pokazatelja	Ciljana vrijednost 2014-2018
Investicije u vinarije i marketing vina	Povećati konkurentnost proizvođača vina	izlazni podaci	% udio kvalitetnih vina	> 75 %
		izlazni podaci	broj odobrenih programa	385
		ulazni podaci	broj uključenih proizvođača	220
	Poboljšati kvalitetu vina	izlazni podaci	% udio kvalitetnih vina	> 75 %
		izlazni podaci	broj odobrenih programa	185
		ulazni podaci	broj uključenih proizvođača	120
	Povećati učinkovitost proizvodnje	izlazni podaci	% udio kvalitetnih vina	> 75 %

		izlazni podaci	broj odobrenih programa	200
		ulazni podaci	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.

PRILOZI: Prilog II., Prilog VII. i Prilog VIII. Uredbe Komisije (EZ) br. 555/2008