

НАЦРТ СТРАТЕГИЈА
ЗА ЛОЗАРСТВО И ВИНАРСТВО

Врз основа на член 5 став 1 од Законот за вино ("Службен весник на Република Македонија" бр. 69/04, 89/08) на предлог на Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство, Владата на Република Македонија на седницата одржана на ден _____ година, донесе

НАЦИОНАЛНА СТРАТЕГИЈА ЗА ЛОЗАРСТВО И ВИНАРСТВО

1. ПРЕГЛЕД НА ТЕКОВНАТА СОСТОЈБА

1.1. Улога на секторот

Грозјето е традиционална култура во Република Македонија. Во производствените области тоа претставува култура која го ангажира руралното население и е важна за производство на вино кое има големо извозно трговско значење. Лозарството е најважната стратешка индустрија во Република Македонија во областа на растителното производство, имајќи во предвид дека заедно со производството на вино придонесува со околу 17%-20% од земјоделскиот Бруто Домашен Производ. Виното е на првото место во извозот на пијалоци, и е вториот најважен производ, по тутунот, во однос на извозната вредност на земјоделските производи.

1.2. Лозарство

Денешната структура на земјоделските фарми во Република Македонија е создавана во периодот до 1990 година, при што оформената структура се карактеризира со повеќе мали приватни фарми (индивидуален сектор) кои опфаќаат 80% од целокупното земјоделско земјиште и ограничен број поголеми земјоделски фирми (приватизирани по 1990 година) кои обработуваат 20% од земјиштето. Покрај ова, во минатото површината на обработлива земја која можеше да ја поседува приватно лице беше ограничена. Ова ограничување заедно со постапката на наследување на земјата резултираше со висок степен на фрагментирање на приватните фарми.

Ваквата состојба е одразена и влијае и во лозарството и производството на вино. Во лозарството се вклучени околу 25.000 фарми. Од истите околу 70% се индивидуални стопанства и 30% се земјоделски фирми. Во моментот, просечната големина на парцелите е помеѓу 1.1 ха и 1.3 ха фрагментирани во неколку парцели со големина од 0.3-0.4 ха.

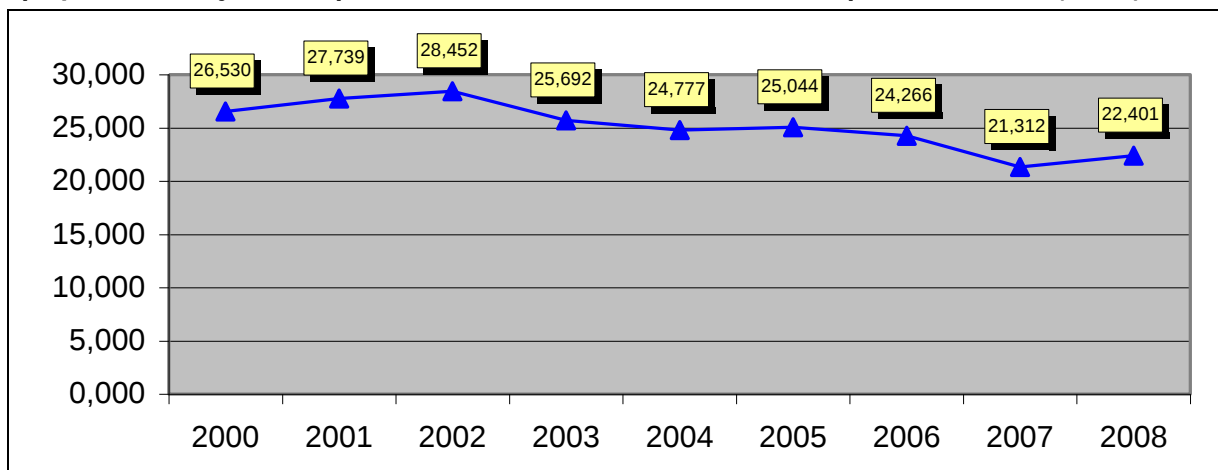
➤ Вкупни површини на лозови насади

Вкупната површина под лозови насади во Република Македонија во периодот од 2003 до 2007 година е намалена за околу 17% (од 25.692 ха во 2003 на 21.312 ха во 2007 година).

Спротивно на негативниот тренд на опаѓање на површините под лозови насади во последните неколку години, во 2008 година е забележан пораст на површината под лозови насади од 455 ха или 22.401 ха во споредба со 2007 година.

Ова е резултат на воведувањето на мерката за финансиската поддршка за подигање на нови лозови насади, која има за цел подобрување на старосната структура на лозовите насади.

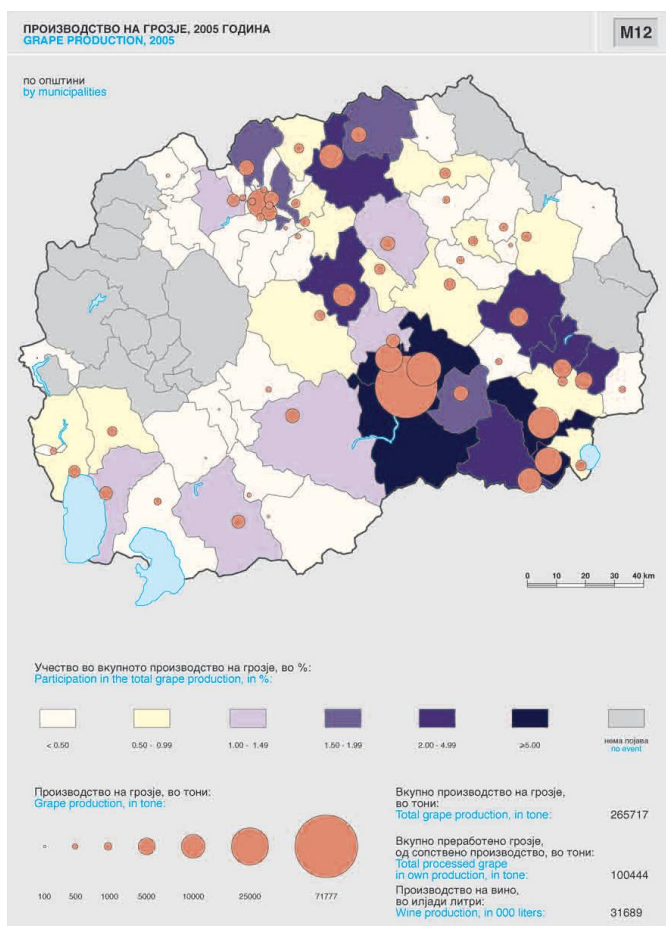
Графикон 1 - Вкупна површина под лозови насади во РМ во период 2000-2008 (во ха)



Извор: Државен завод за статистика

➤ Географска застапеност на лозовите насади

Во Република Македонија постои еден лозарски реон, кој географски може да се подели во три региони кои територијално одговараат на лозарските реони од поранешната територијална поделба на лозарските подрачја во Република Македонија.



Основното производство е во Вардарската долина, односно во Централниот регион (поранешен Повардарски лозарски реон) кое опфаќа околу 83% од вкупното производство, потоа Западниот регион (поранешен Пелагониско-Полошкиот лозарски реон) кој опфаќа 13% од производството и Источниот регион (поранешен Пчињско-Осоговски лозарски реон), кој опфаќа околу 4% од вкупното производство.

Трите региони се поделени во 16 под-региони (виногорја) кои се карактеризираат со различни производствени услови и различен интензитет на производство. Имено, тиквешкото виногорје е област на која отпаѓа најголемиот дел од производството на грозје и вино во РМ (околу 30%). По него, следат гевгелиско-валандовското виногорје, струмичко-радовишкото виногорје, скопското виногорје, велешкото виногорје.

➤ Структура на лозовите насади

Ефикасното искористување на земјоделско земјиште во Република Македонија е попречено од фрагментирањето во парцели, како резултат на претходните

ограничувања на површини кои може да се користат и поседуваат, обичаите за наследство, како и традицијата за неформалните релации на пазарот на земјиште.

Слабиот пазар на земјиште, кој не придонесе на консолидирањето/окупнувањето на фармите, како и слабиот економски пораст и недостаток на социјална безбедност, и понатаму го потхранува процесот на фрагментација и диверзификација на производството во мали парцели со цел да се спречат пазарните флукуации и да се задоволат потребите од храна.

Како резултат на ваквите состојби и долгиот временски период на мали инвестиции, лозовите насади во Република Македонија се со неповолна старосна структура. Околу 60% од лозовите насади се постари од 15 години, а 38% од вкупната површина под лозови насади е на крајот на својот продуктивен живот (табела 1). Истите треба приоритетно да бидат цел на инвестиција за нивно обновување (копачење/пресадување) со цел да се одржи производствениот (квантитативен и квалитативен) потенцијал.

Асортиманот на сортите на винско грозје е несоодветен во однос на квалитет, локација и привлекување на пазар, а сегашната застапеност на сортите на винско грозје често не е во согласност со правните акти за класификација на сортите на грозје кои во моментот се на сила. Покрај тоа, висок процент на лозови насади се лоцирани во т.н зони подложни на мразеви каде замрзнување на пупките е честа појава. Заменувањето на несоодветните сорти на грозје и на лозови насади од зоните подложни на мразеви на подобри локации ќе придонесе кон подобрување на квалитетот и постабилни приноси.

Табела 1 – Старосна структура на лозовите насади во Република Македонија

Старост (години)	% вкупна површина
< 5	8%
5 - 10	14%
10 - 15	17%
15 - 20	23%
20 - 25	18%
> 25	20%

Извор: Факултет за земјоделски науки и храна

Употребата на процесите базирани на механизација во производството на лозови насади е незначителна (моментно се користи механизација само за обработка на почвата и за заштита на виновата лоза). За ампело-технички мерки, бербa и сл. не се користи механизација. Постојните трактори и помошната опрема се технички и економски застарени, со чести расипувања и висока потрошувачка на гориво и масло. Оттука, потребно е обновување на механизацијата и специјализираната опрема која се користи при одгледување на винова лоза за да се намалат производствените трошоци.

Долгорочно, постоењето на мали и многу фрагментирани лозови насади, дури и со нивоа на производство со среден интензитет, не овозможува поинтензивна модернизација и механизација што резултира со пониска конкурентност. Спротивно на ова, во последниве неколку години, неколку компании кои дејствуваат во други економски сектори различни од земјоделството започнаа да инвестираат во лозовите насади и производството на вино. Како резултат на овие инвестиции, лозовите насади се значително обновени во некои од познатите области, посебно на погодните почви во Тиквешкото и Гевгелиско-валандовското виногорје. Во овие области е зголемено и производството на грозје и во индивидуалниот сектор.

Покрај структурните ограничувања кои се резултат на мали имоти и нивната дополнителна фрагментираност, во Република Македонија, проблем претставува и недостатокот на расадници (само 2 расадници во земјата за лозов саден материјал: Земјоделски институт - Скопје и приватна фирма). Поради ова, не се произведува доволно квалитетен и сертифициран расаден материјал кој во поголем дел се увезува од соседните земји (Србија) и други земји (особено меѓународни сорти). Од тие

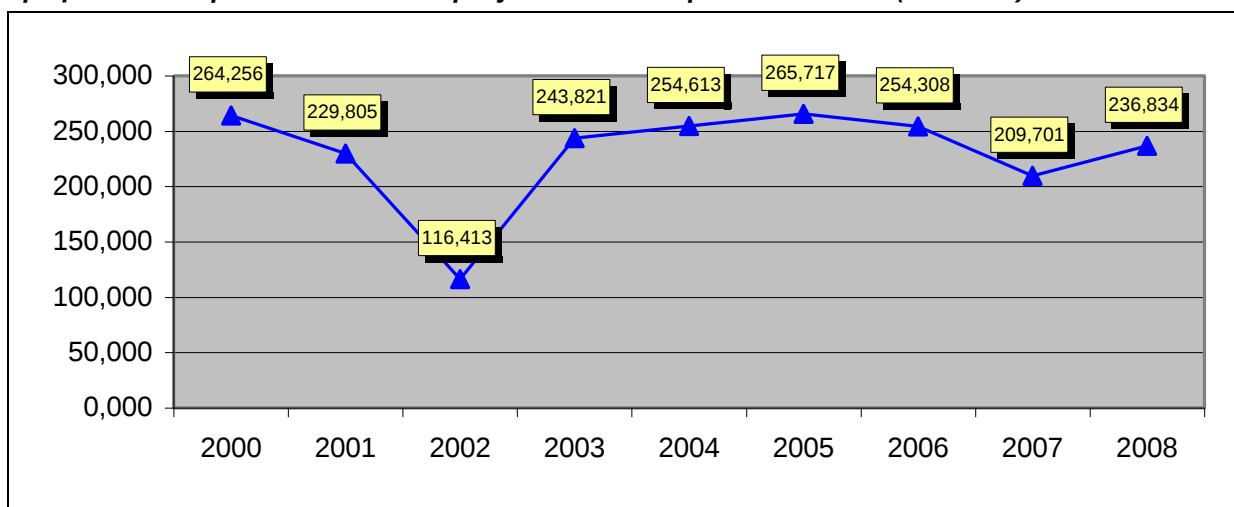
причини потребно е да се поддржи развојот на нови расадници во традиционалните региони за производство на сертифициран саден материјал за винова лоза, особено за автохтоните (станушина) и регионалните специфични сорти (вранец, кратошија, смедеревка, жилавка, жупљанка, пловдина, прокупец) и второстепено за меѓународно привлечните сорти (Merlot, Cabernet Sauvignon итн.).

Производителите на грозје дополнително се соочуваат и со неколку проблеми поврзани со управувањето. Тие тешко добиваат кредит, или влијаат на набавката на сировини (што ја намалува употребата на агро-хемиски средства), применувањето на контролата на цените на грозјето, и обезбедување на навремени исплати за нивните испораки, особено од страна на поголемите преработувачки капацитети. Продажбата на грозје на винарските визби генерално не е регулирана со посебно договорени предуслови или кооперативни договори (краткорочни или долгорочни) и затоа преовладува ривалство (конкуренција кај винарските визби) и нелојална конкуренција (кај одгледувачите на грозје).

➤ Производство на грозје

Со исклучок на 2002 година, како резултат на измрзнување, вкупното производство на грозје (Графикон 2) во текот на последните 10 години е релативно стабилно, со производство од околу 250.000 тони на годишно ниво. Забележително е намалување на производството за околу 11% во 2008 година во однос на 2000. Во 2008 година вкупното производство на грозје изнесуваше 236.834 тони, што е за околу 12% повеќе во однос на вкупното производство на грозје во 2007 година.

Графикон 2 – Производство на грозје во РМ во период 2000-2008 (во тони)



Извор: Државен завод за статистика

Просечно годишно производство во периодот 2000-2008 е околу 230,607 тони (236,834 тони во 2008 од кои околу 28% се трпезно грозје). Просечните приноси во истиот период се 9.2 тони/ха, и во последните години тие покажуваат растечки тренд главно како резултат на поволните климатски услови.

Структурата на винските сорти е различна. И покрај климатските карактеристики на Република Македонија кои повеќе одговараат за производство на црвени сорти винско грозје, белото винско грозје во Република Македонија е застапено на над 50% од површините. Најзастапени вински сорти на грозје се локалните сорти: Вранец (50% од вкупното производство на црвено грозје) и Кратошија, како придружна сорта на Вранец, додека од белите сорти грозје на Смедеревката припаѓаат 60% од вкупното производство на бело грозје. Во последните години забележителен е и трендот на зголемување на површините под лозови насади со меѓународните сорти како Cabernet Sauvignon, Merlot, Black Burgundy за црвени вина и Rizling, Chardonnay и Sauvignon за бели вина.

1.3. Винарство

➤ Број, големина и географска дистрибуција на производни капацитети

Производството на вино во Македонија се одвива во 80 официјално регистрирани винарски визби со вкупен капацитет од 2.222.647 хл. што е за два пати повеќе од вкупното производство на вино (50% искористеност на вкупни капацитети). Вкупниот капацитет за налевање во шишиња изнесува околу 650.000 хл годишно што е недоволно да го покрие целокупното производство на вино во земјата. Иако со недоволен капацитет, капацитетите за налевање на вино во шишиња остануваат неискористени бидејќи најголем дел од виното се пласира како наливно.

Географската застапеност на винарски визби е идентична со застапеноста на лозови насади, при што најголемиот број визби се лоцирани во централниот регион по долината на Вардар, особено во Скопското, Тиквешкото и Гевгелиско-Валандовското виногорје.

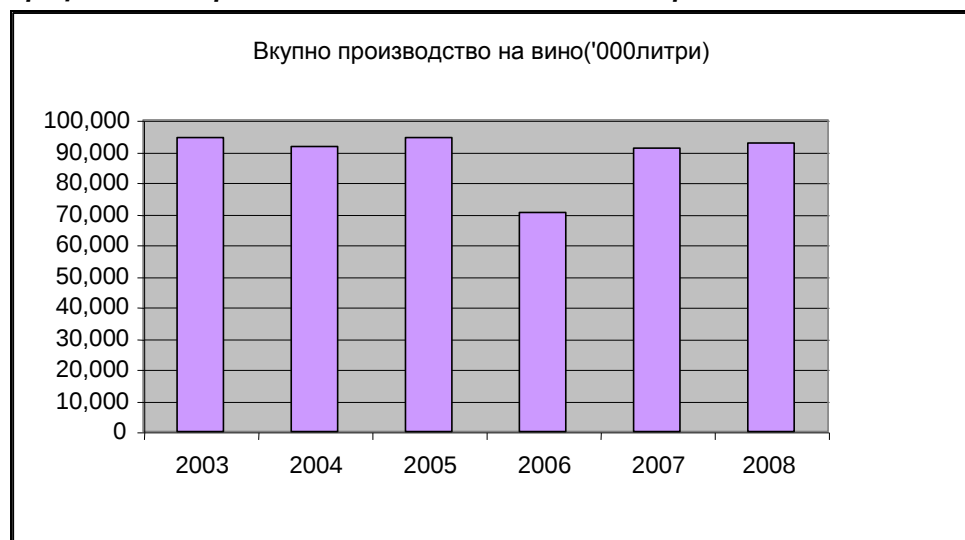
Најголемиот дел од регистрираните винарски визби (90%) се со капацитет меѓу до 50,000 хл, 5 се со капацитет меѓу 51,000 и 150,000хл и 3 со капацитет од 151,000 до 500,000 хл. Капацитетот на винарските визби за производство на црвено вино (60%) е поголем отколку за бело вино (40%) поради фактот што сортите на бело вино (кои преовладуваат) вообичаено се користат повеќе за производство на ракија.

Во последните неколку години, бројот на новите винарски визби (главно производствени погони со мала и средна големина) е зголемен за речиси три пати пати споредено со 2003 година (само 28 регистрирани визби), што претставува интересен тренд со оглед на тоа дека севкупната површина на лозови насади бележи постојано намалување. Овие винарски визби се стремат кон концентрирање на производство на вино полнето во шишиња и висококвалитетни вина, преку строга контрола на избор на сорти, управување со лозови насади и берба, транспорт и практики за испорака. Покрај тоа тие инвестираат и во софистицирана опрема за доработка и преработка, полнење во шишиња и маркетинг технологии и се конкурентни на домашните како и на странските пазари.

➤ Производство и карактеристики на вино

Просечното годишно производство на вино изнесува околу 90 милиони литри (Графикон 3). Сепак трендот на производство на вино покажува постојани зголемувања и намалувања и значително се разликува од година во година.

Графикон 3 – Производство на вино во РМ во период 2003-2008



Според климатските карактеристики и класификација на ЕУ, Република Македонија се смета како III-C-b зона за одгледување винова лоза и ги усвои енолошките правила кои се однеусваат на оваа зона. Основна карактеристика на оваа зона е дека вината може да имаат ацидификација, но не да се збогатуваат, што кореспондира со законодавство и сегашна пракса на производство на вино во земјата.

Белите вина се карактеризираат со слаба киселост, живост и немаат карактеристики на “terroir”, додека црвените вина се воглавно со темна рубин-црвена боја, со мирис на црвено и шумско овошtie и полна структура.

2. ПРАВНА И ИНСТИТУЦИОНАЛНА РАМКА ВО ОБЛАСТА

2.1. Правна рамка

Правната рамка во македонскиот вински сектор е дефинирана со Законот за виното (Службен весник на РМ бр. 69/04 и 89/08), кој беше изработен и усогласен со Регулативата на ЕЗ за заедничката организација на пазарот (ЗОП) за вино (1493/99).

Основни цели на законот се заштитата на интересите на производителите и потрошувачите, доброто функционирање на пазарот на вино, како и унапредувањето на квалитетот на производите од грозје и вино и прилагодувањето на ресурсите според потребите на пазарот. Законот за виното, меѓу другото, ги уредува: производството и прометот на грозје и вино и други производи од грозје и вино; националниот регистар на лозови насади; правата и обврските на правните и физичките лица кои произведуваат и тргуваат со вино, како и описот, ознаката, обележувањето, презентацијата и заштитата на виното.

За следење и правилна алокација на производниот потенцијал и гарантирање на географското потекло на виното, Законот за виното воведува задолжителна евиденција на површините под лозови насади и произведените количини преку националниот регистар на лозови насади и систем на задолжителни декларации. Националниот регистар на лозови насади, со кој управува Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство, содржи: детални мапи на површините засадени со лозови насади; податоци за парцелите (површина, сопственост, климатско-почвени карактеристики) и сортите на грозје, како и идентификациски и регистарски број на производителите за секоја парцела поединечно. Овие податоци овозможуваат детална и комплетна слика за производството на вино низ целата територија, откривање на евентуалните измами и полесно администрирање со финансиската поддршка во лозарството и винарството.

Законот за виното целосно ги превзема енолошките средства и постапки кои се применуваат во Европската унија за лозарската зона III-C-b, како и правилата за етикетирање кои се усогласени со истите на ниво на ЕУ и се пропишани како задолжителни и за домашниот пазар и за странскиот пазар.

Покрај Законот за виното (Службен весник на РМ бр. 69/04 и 89/08) во примена се и следниве правилници кои прилегуваат од законот:

- Правилник за методите за делумна дехидратација на ширата и енолошките средства и постапки кои се применуваат во производството на вино (Службен весник на РМ бр. 38/2006)
- Правилник за методите на анализа за утврдување на хемискиот состав на вината и методот за употреба на рефрактометар (Службен весник на РМ бр. 38/2006)
- Правилник за класификација на сорти на грозје за производство на вино (Службен весник на РМ бр. 6/2007)
- Правилник за формата, содржината, димензиите и другите податоци на етикетата на виното (Службен весник на РМ бр. 97/2007)
- Правилник за условите кои треба да ги исполнуваат лабораториите овластени за вршење на енолошки испитувања и анализи во поглед на просториите и опремата (Службен весник на РМ бр. 97/2007)
- Правилник за условите во поглед на просториите и опремата за производство на вино (Службен весник на РМ бр. 97/2007)
- Правилник за доставување на комињето и винскиот талог за дестилација или за производство на оцет (Службен весник на РМ бр. 14/2008)
- Правилник за содржината и формата на придружниот документ за производи од грозје и вино и содржината и формата на влезните и излезните регистри за производи од грозје и вино (Службен весник на РМ бр. 117/2008)

- Правилник за утврдување на географските области насадени со винова лоза за заштита на географското потекло на виното во Република Македонија, листата на заштитени имиња на вина обележани со географска ознака и правилата во врска со обележувањето на нивните производни области (Службен весник на РМ бр. 134/2008)
- Правилник за содржината на образецот, формата и начинот на поднесување на пријавите за берба на грозје, производство на шира и вино и залихи на шира и вино (Службен весник на РМ бр. 140/2008)
- Правилник за содржината, формата и начинот на пријавување за упис во националниот регистар на лозови насади (Службен весник на РМ бр. 140/2008)
- Правилник за формата, содржината и начинот на поднесување на пријавите за регистрација во регистарот на производители на вино (Службен весник на РМ бр. 140/2008)
- Правилник за изменување и дополнување на правилникот за содржината и формата на придружниот документ за производи од грозје и вино и содржината и формата на влезните и излезни регистри за производи од грозје и вино (Службен весник на РМ бр. 40/2009).

Овие правилници ги дополнуваат одредбите од Законот за виното уредувајќи одредени технички аспекти.

Во меѓувреме, по донесувањето на Законот за виното (Службен весник на РМ бр. 69/04 и 89/08), во рамките на ЕУ кон средината на 2006 година започна процесот на реформа на заедничката организација на пазарот (ЗОП) за вино што ја наметна потребата за измена на законската регулатива од оваа област во Република Македонија, односно потребата за донесување на нов закон за виното од следниве причини:

1. Усогласување со новата Регулотива на ЕУ за ЗОП на вино 479/2008,
2. Воведување на соодветна законска основа заради донесување на подзаконски акти кои се усогласени со имплементирачките регулативи кои произлегуваат од Регулотивата за ЗОП на вино,
3. Регулирање на одредени области за кои во досегашната примена на Законот за вино беше констатирано дека се правно нерегулирани или несоодветно регулирани.

Од овие причини, веше е започната постапката на донесување на новиот Закон за вино, заснован на новиот пакет на мерки и регулативи согласно последната реформа на ЗОП за вино во рамките на ЕУ.

Предвидено е новиот закон за вино да биде усвоен заклучно со март 2010 година.

Од меѓународен аспект најбитен акт кој ја засега областа на лозарство и винарство е секако Дополнителниот протокол за вино помеѓу ЕУ и Република Македонија, кој е составен дел од, и е донесен врз основа на член 27 став 4 од Спогодбата за стабилизација и асоцијација - ССА (*Дополнителен протокол за адаптација на трговските аспекти од спогодбата за стабилизација и асоцијација помеѓу Република Македонија, од една страна и Европски заедници и нејзините земји членки, од друга страна, со резултатот од преговорите помеѓу договорните страни за воспоставување взаемни повластици за некои вина, взаемно признавање, заштита и контрола на имињата на вината и взаемно признавање, заштита и контрола на имињата на алкохолни и ароматизирани пијалоци*).

Покрај општата правна обврска и политичка заложба да го усвои целокупното право на Европската унија, кои произлегуваат од апликацијата за пристапување на Република Македонија во Европската унија, како и од Националната програма за усвојување на правото на ЕУ (НПАА), со Дополнителниот протокол за вино, меѓудругото, Република Македонија ја превзеде обврска да го усвои европското законодавство од областите за производство на грозје и вино.

Најбитниот аспект на Дополнителниот протокол за вино, секако е уредувањето на трговијата со вино помеѓу ЕУ и Република Македонија и воведувањето на безцарински квоти во трговијата со вино. После неколку серии на преговори за поголема либерализација на трговијата со земјоделско-прехранбени и производи од рибарството помеѓу РМ и ЕУ (врз основа на членовите 29 и 35 од ССА, а како резултат на проширувањето на ЕУ во изминатиот временски период), безцаринската квота за извоз на вино од Република Македонија во ЕУ достигна 399,000hl (од кои 344,000hl се однесуваат на наливно вино и 55.000hl на вино во шишиња) за 2008 година (Табела 2)

Табела 2 – Безцаринска квота за извоз на вино од РМ во ЕУ и реализација (2008 год.)

Година	Тарифен код	Опис	Квота (hl)	Извезена количина (hl)	Вредност на извозот (во €)	Искористеност на квотата (%)
2008	Ex 2204 10	вино во шишиња	55.000	9.000	1.204.908	16,4%
	Ex 2204 21					
	Ex 2204 29	наливно вино	344.000	390.648	13.711.203	113.6%

Извор: Државен завод за статистика

Обработка: Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство

2.2. Институционалната рамка

Главен орган со надлежности во македонскиот вински сектор, одговорен за спроведувањето на Законот за виното, како и за креирање и спроведување на политиките во секторот е Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство (МЗШВ).

Имено, **Одделението за лозарство и винарство** во рамки на Секторот за земјоделство при МЗШВ ја организира, насочува и врши работата од областа на лозарството и винарството, подготвува анализи, стручни мислења и информации од областа на лозарството и винарството, подготвува законски и други општи правни акти од областа на лозарството и винарството, го води и одржува Националниот регистар на лозови насади, учествува во Државната комисија за дегустација на вино, го изработува делот од Програмата за финасиска поддршка на земјоделството од областа на лозарството и винарството и го следи нејзиното реализирање и остварува контакти со другите органи на управата и со претставниците на лозаро-винската индустрија заради размена на информации и искуства.

Работата на одделението за лозарство и винарство е поддржана од страна на **подрачните единици на МЗШВ**. Подрачните единици, во зависност од застапеноста на лозарското и винарското производство во нивна област на надлежност, извршуваат различни функции во винскиот сектор, по обем и суштина.

Државниот инспекторат за земјоделство, покрај другите свои општи надлежности, врши надзор и контрола над спроведувањето на законите и подзаконските прописи од областа на лозарството и винарството, врши инспекциски надзор над ставањето на виното во промет (на домашниот и странските пазари), води евиденција и контрола врз ископачувањето на лозови насади, реализацијата на одобреноста за садење, следливоста, декларација на берба, залихи и друго, донесува првостепени решенија т.е. поднесува барања за поведување на прекршочна постапка и пријави за кривични дела, за повреди на одредбите од законите и нивните прописи, врши увид на лице место и зема мостри за утврдување на квалитетните својства на виното итн.

Покрај горенаведените, од управите и органите во состав на МЗШВ, надлежности во областа на лозарство и винарство имаат и **Управата за семе и саден материјал** и **Државната фитосанитарна лабораторија**.

Покрај МЗШВ и органите во негов состав, свои јавни овластувања во македонскиот вински сектор имаат и Државната комисија за дегустација на вино и Лабораторијата за вршење на енолошки испитувања и анализи на виното.

Државната комисија за дегустација на вино е составена од пет члена, односно претставници од Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство, стручни и научни установи и производителите на вино. Членовите на Државната комисија за дегустација на вино ги именува и разрешува министерот за земјоделство, шумарство и водостопанство. Основна активност на Државната комисија за дегустација на вино е органолептичкото оценување на вината кои се произведуваат во Република Македонија.

Функцијата на **лабораторија за вршење на енолошки испитувања и анализи на виното** ја врши лабораторијата на Одделението за лозарство и винарство во рамки на Институтот за земјоделство. Оваа лабораторија е единствена која е овластена од страна на министерот за земјоделство, шумарство и водостопанство да врши енолошки испитувања и анализи на виното, меѓутоа, дури и оваа единствена овластена лабораторија за вино сепак не е акредитирана.

Делокругот на работа на **Советодавниот одбор за лозарство и винарство** се состои во дефинирање и остварување на политиката во областа на лозарството и винарството. Советодавниот одбор е составен од најмалку 15 члена, именувани од страна на министерот за земјоделство, шумарство и водостопанство, претставници од Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство, здруженија на производители на грозје и вино, винарските визби, Министерството за економија и научните и стручни установи. Основната функција на советодавниот одбор како транспарентно консултативно тело на винарската индустрија е да овозможи учество на државниот и на приватниот сектор во креирање на стратегијата на винскиот сектор, изнаоѓање на функционални решенија за сите прашања од областа на виното, да предлага ажурирање на правната рамка и да ја координира општата промоција на македонското вино на меѓународно ниво.

Во рамките на областа на лозарство и винарство делуваат и поголем број други агенции и институција со различни улоги во рамките на секторот.

Агенцијата за финансиска поддршка во земјоделството и руралниот развој – АФПЗРР е самостоен орган на државната управа со својство на правно лице, основана врз основа на Законот за основање на Агенција за финансиска поддршка во земјоделството и руралниот развој (Службен весник на РМ бр 72/2007). Основната надлежност на АФПЗРР е имплементација на финансиската поддршка, односно исплата, следење и административна и контрола на самото место на исплатите од националните програми за развој на земјоделството и руралниот развој, како и на мерките од прет-пристапната помош на ЕУ наменети за рурален развој (ИПАРД).

Основно јавно овластено тело за обезбедување на советодавни услуги во земјоделството е **Агенцијата за поддршка на развојот на земјоделството (АПРЗ)** која, како примарна активност, обезбедува советодавни услуги на фармерите во целата земја. Структурата на АПРЗ е дизајнирана на три нивоа на управувања: Управа, регионални/подрачни центри и работни единици. Седиштето на Агенцијата за поддршка на развојот на земјоделството (АПРЗ) се наоѓа во Битола и координира 6 регионални центри и 30 работни одделенија низ земјата.

Системот за земјоделско високо образование вклучува шест образовни институции, од кои три се поврзани со областа на лозарство и винарство: **Факултет за земјоделски науки и храна во Скопје**, Факултет за ветеринарно здравство во Скопје, **Факултет за биотехнички науки во Битола**, **Земјоделски факултет – Штип**, Факултет за шумарство во Скопје и Центарот за политехнички студии на Тетовскиот државен универзитет. Врз основа пак на Законот за научно истражување, земјоделското јавно истражување и технолошките развојни активности се во надлежност и се финансирани од страна на Министерството за образование и наука. Македонскиот истражувачки систем во пошироката област на земјоделските науки се

состои од шест јавни научни истражувачки институти од кои само **Институт за земјоделство - Скопје**, има надлежности во областа на производство на грозје и вино.

2.3. Преглед на политиката на поддршка во областа

Поддршката во областа на лозарството и винарството се спроведува врз основа на поголем број законски прописи (Закон за земјоделство и рурален развој, Закон за Владата на РМ, Закон за извршување на буџет) и е дефинирана во рамките на годишните програми за развој на земјоделството и руралниот развој, и тоа, во Програмата за финансиска поддршка на земјоделството за 2009 година и Програмата за финансиска поддршка на руралниот развој во 2009 година.

Програмата за финансиска поддршка на земјоделството за 2009 година предвидува мерки за поддршка кои се целосно финансирани од страна на буџетот на Република Македонија, додека Програмата за финансиска поддршка на руралниот развој во 2009 година предвидува мерки на поддршка на инвестиции кои се финансирани од страна на буџетот на Република Македонија со најмногу 50% од вкупниот трошок за направената инвестиција.

За целите на интензивирање на развојот на лозарството и винарството преку овие програми и имајќи ги во предвид традиционалниот карактер на грозјето и виното како земјоделски производи за кој постојат добри производствени услови, како и можноста за конкурентностна регионалните и Европските пазари, конкретни чекори се превземени следниве мерки.

➤ Програма за финансиска поддршка во земјоделството за 2009 година

Во Програмата за финансиска поддршка во земјоделството за 2009 година предвидени се следниве мерки во областа на лозарството:

- финансиска поддршка за подигнати нови површини под лозови насади (во висина од 140.000 ден./ха подигнат насад)
- финансиска поддршка за површини под лозови насади (во висина од 7.500 ден./ха)
- финансиска поддршка за произведено и предадено грозје во регистрирани домашни винарски визби (во висина од 2,5 ден./кг. предадено грозје), и
- финансиска поддршка за домашно производство на лозов калем (во висина од 15 ден./калем)

Освен тоа од Програмата за финансиска поддршка на земјоделството за 2009 година предвидена е дополнителна финансиска поддршка од 7.500 денари во органско лозарско производство и финансиска поддршка за стручна контрола и сертификација во висина од 50% од трошоците за добиен сертификат издаден од овластено тело во 2009 година.

➤ Програма за финансиска поддршка на руралниот развој за 2009 година

Во Годишната програма за финансиска поддршка на руралниот развој за 2009 година во областа на лозарството и винарството предвидени се мерки за ко-финансирање (во висина од 50% од направениот трошок) на реализираните инвестиции за:

- модернизација на лозарството (која вклучува инвестиции за набавка на трактори, приклучна механизација, опрема за наводнување и др.), и
- доработка, преработка, складирање, пакување и маркетинг на земјоделски производи (во оваа мерка предвидени се средства за набавка на опрема за прием и складирање на сировина, подготовка за преработка и преработка, пакување и складирање на готов производ, вклучително и опрема за утврдување и контрола на квалитетот на производите и оперативни трошоци за инсталација и монтажа на набавената опрема за производство на вино, освен опрема за стабилизација и финализација).

3. ПАЗАР И ТРГОВИЈА СО ВИНО

3.1. Домашен пазар

Тешко е да се процени големината на домашниот пазар. Сепак, доколку се обработат податоците од Државниот завод за статистика, околу 85.500 hl се конзумираат во рамките на Република Македонија, што претставува околу 9% од вкупното производство.

Домашната потрошувачка на вино во РМ е релативно ниска и во 2007 година изнесувала 7,3 литри годишно по жител. Сепак, потрошувачката на вино по глава на жител ја надминува оваа бројка доколку се земе предвид потрошувачката на вино во туристичките капацитети и ресторани, вклучително и конзумирањето на домашно произведено вино т.н. неофицијално производство, потрошувачката на вино по глава на жител се проценува на околу 15 литри по жител годишно.

Со ова релативно ниско ниво на потрошувачка на вино во споредба со европските земји, македонскиот пазар за вино не е атрактивен за големите европски производители. Од овие причини и покрај тоа што македонскиот пазар за вино е релативно отворен, не постои сериозна опасност од загрозување на истиот како резултат на увоз на вино во Република Македонија.

3.2. Извоз на грозје

Извозот на грозје во последните неколку години покажува тренд на зголемување (Табела 3).

Извозот на трпезно грозје е релативно стабилен во изминатите 6 години, со благ тренд на пораст, и со просечна количина на извезено трпезно грозје од околу 12.500 тони на годишно ниво за периодот 2003-2008.

Извозот на винско грозје во истиот временски период се движи по висока нагорна линија. Во 2003 година биле извезени околу 6.223 тони винско грозје, додека во 2007 година извозот на винско грозје драстично е зголемен и изнесува 33.620 тони. Просечна количина на извезено винско грозје за периодот 2003-2008 изнесува 18.500 тони на годишно ниво.

Табела3: Вкупни количини на извезено трпезно и винско грозје (2003-2008 година)

Година	Трпезно грозје (тони)	Винско грозје (тони)	Вкупно (тони)	Вкупна вредност (000 Евра)
2003	10.587	6.223	16.811	3.153
2004	9.821	12.471	22.292	4.149
2005	15.648	22.354	38.002	7.704
2006	12.453	19.007	31.460	6.938
2007	12.629	33.620	46.250	11.079
2008	13.471	16.987	30.458	9.425

Извор: Државен завод за статистика

Ваквите движења и трендови, иако ги подобруваат изгледите на македонските производители на грозје, претставуваат потенцијална закана за винарските визби, кои би можеле да се соочат со потешкотии во обезбедување доволни количини грозје за производство на вино. Понатаму, ова јасно претставува негативен тренд за целиот македонски вински сектор бидејќи укажува на губење на додадена вредност.

3.3. Извоз на вино

Во однос на вредноста на целокупниот извоз на земјоделски производи, виното го зазема второто место после тутунот. Имајќи го ова во предвид, трговската политика во Република Македонија е во насока на обезбедување на што поголем број на пазари за безцарински извоз на македонското вино.

➤ Трговски аранжмани за вино

Најзначаен пазар за пласман на македонското вино е секако Европската Унија, каде извозот на вино е утврден со Дополнителниот протокол за вино меѓу Република Македонија и Европската Унија, кој е составен дел на Спогодбата за стабилизација и асоцијација. Согласно Протоколот, Република Македонија со Европската Унија има договорено безцаринска извозна квота во количина од 399.000хл (од што за 2008 година, 344.000хл се за извоз на наливно вино, а 55.000хл за извоз на вино во шишиња). Договорениот дел од квотата кој се однесува на наливно вино, секоја година во целост се реализира, дури и се надминува, додека квотата која се однесува на извоз во шишиња се користи само делумно и тоа околу 16%.

Од големо значење за извозот на вино е и Договорот ЦЕФТА 2006, со кој е договорен безцарински извоз на македонското вино во Република Србија, Босна и Херцеговина, Република Албанија, Црна Гора и Република Косово, додека за извоз во Република Хрватска е договорена безцаринска квота во количина од 67.500хл. Ваквиот договор позитивно влијае на извозот на македонско вино, особено за виното во шишиња, во земјите членки на ЦЕФТА, пред се во Република Србија и Република Хрватска.

Со Договорот за слободна трговија меѓу Република Македонија и Украина за извоз на македонското вино договорена е безцаринска квота во количина од 400.000хл, но и по неколку години имплементација на овој Договор, нема никаква искористеност на оваа квота.

➤ Извоз на вино од Република Македонија

Виното после тутунот е втор најзначаен извозен земјоделско-прехранбен производ и во вкупниот извоз на земјоделско-прехранбени производи учествува со околу 11%. Извозот на вино од година во година се зголемува (Табела 4). Во 2005 година во споредба со 2004 извозот е зголемен за 15,5%, во 2006 година во споредба со 2005 е зголемен за 26,1%, во 2007 година во споредба со 2006 е зголемен за 12,1%. Во 2008 година во споредба со 2007, извозот на вино бележи драстично намалување од 24,1%. Согласно информациите добиени од винарските визби и иницијалните анализи на министерството, ова се должи пред се на залихите на вино кои се во винарските визби задржани за производство на квалитетно вино во шишиња, кое треба одреден период да одлежи, а од друга страна и заради светската економска криза и драстично намалената побарувачка на вино на светските пазари.

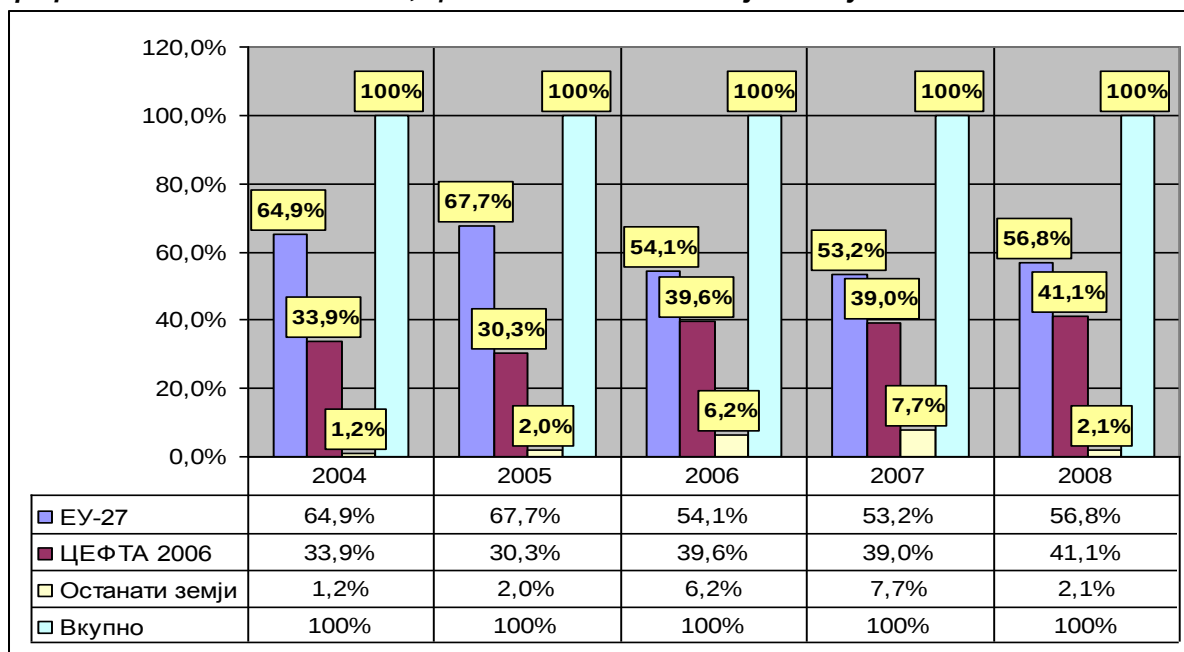
Табела 4: Вкупен извоз на вино за периодот 2004 - 2008 година

Вкупен извоз на вино (во шишиња + наливно)								
Година	Европска Унија - 27		ЦЕФТА 2006		Останати		ВКУПНО	
	Количина во хл	Вредност во 1000€	Количина во хл	Вредност во 1000€	Количина во хл	Вредност во 1000€	Количина во хл	Вредност во 1000€
2004	368.442	13.821	192.203	11.647	6.940	622	567.585	26.090
2005	444.061	15.450	198.682	12.488	13.153	1.013	655.896	28.951
2006	447.667	14.898	327.587	18.820	51.564	1.846	826.818	35.564
2007	493.451	17.019	361.618	23.724	71.765	2.825	926.834	43.568
2008	399.648	14.916	288.737	23.218	14.987	1.037	703.373	39.171

Извор: Државен завод за статистика

Обработка: Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство

Графикон 4: Учество на ЕУ-27, ЦЕФТА и останати земји во вкупниот извоз на вино



Најголемиот дел од извезеното вино (приближно 85%), се извезува како наливно вино, додека околу 15% од извезеното вино се извезуваат како вино во шишиња.

Табела 5: Извоз на наливно вино за периодот 2004 – 2008 година

Извоз на наливно вино								
Година	Европска Унија - 27		ЦЕФТА 2006		Останати		ВКУПНО	
	Количина во хл	Вредност во 1000€	Количина во хл	Вредност во 1000€	Количина во хл	Вредност во 1000€	Количина во хл	Вредност во 1000€
2004	354.669	12.752	153.913	6.470	3.227	141	511.809	19.363
2005	434.020	14.470	158.530	7.080	7.469	341	600.019	21.892
2006	436.741	13.836	263.868	10.994	46.012	1.125	746.621	25.956
2007	484.547	15.947	283.407	13.422	63.470	1.959	831.424	31.328
2008	390.648	13.711	197.153	10.976	10.194	492	597.995	25.179

Извор: Државен завод за статистика

Обработка: Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство

Табела 6: Извоз на вино во шишиња за периодот 2004 – 2008 година

Извоз на вино во шишиња								
Година	Европска Унија - 27		ЦЕФТА 2006		Останати		ВКУПНО	
	Количина во хл	Вредност во 1000€	Количина во хл	Вредност во 1000€	Количина во хл	Вредност во 1000€	Количина во хл	Вредност во 1000€
2004	13.773	1.069	38.289	5.176	3.714	481	55.776	6.727
2005	10.041	1.003	40.152	5.409	5.684	647	55.877	7.059
2006	10.926	1.062	63.718	7.826	5.553	721	80.197	9.608
2007	8.904	1.072	78.211	10.302	8.295	866	95.410	12.240
2008	9.000	1.205	91.585	12.242	4.890	678	105.378	13.992

Извор: Државен завод за статистика

Обработка: Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство

Европската Унија е најзначаен пазар за извоз на македонското наливно вино и во зависност од годината, извозот на наливно вино во ЕУ се движи во рамките од 60% до 72% од вкупниот извоз на наливно вино.

Во однос на виното во шишиња, земјите членки на ЦЕФТА се најзначаен пазар за извоз на виното во шишиња, на кои, во зависност од годината, отпаѓа од 70% до 85% од вкупниот извоз на вино во шишиња.

➤ Извоз на вино по земји

Најзначаен пазар за извоз на македонското вино е Европската Унија, која учествува со околу 56% во вкупниот извоз на вино.

Во рамките на Европската Унија, најзначајна земја членка за извоз на вино е Германија, која учествува со приближно 90% од вкупниот извоз на вино во Европската Унија. Останати земји членки во кои извозот на македонско вино е со значителен обем се Чешка, Словенија и Бугарија (Табела 7). Покрај ова, забележителен е и минимален извоз на вино уште во некои други земји членки на Европската унија, но истиот во моментот сеуште е занемарлив.

Табела 7: Најзначајни земји од ЕУ за извоз на вино од Р. Македонија (2006 – 2008 година)

Извоз на Вино од Р. Македонија во Европската Унија - 27			2006		2007		2008	
Земја	Тарифен број	Опис	Количина во ХЛ	Вредност во 1000€	Количина во ХЛ	Вредност во 1000€	Количина во ХЛ	Вредност во 1000€
Германија	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	3.313	342,6	2.255	266,1	3.291	379,3
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	346.841	10.746,2	382.812	12.138,7	363.590	12.851,5
	Вино вкупно		350.154	11.088,8	385.067	12.404,8	366.881	13.230,8
Бугарија	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	1.639	47,3	379	38,8	360	91,1
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	56.184	1.894,2	73.653	2.814,7	3.235	133,0
	Вино вкупно		57.823	1.941,5	74.032	2.853,4	3.596	224,1
Чешка	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	618	71,9	468	48,1	643	65,2
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	25.628	861,0	18.176	554,4	20.031	569,3
	Вино вкупно		26.246	932,8	18.644	602,5	20.674	634,5
Словенија	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	3.993	357,3	4.043	378,1	2.977	301,0
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	4.914	221,2	6.370	281,5	1.360	64,6
	Вино вкупно		8.908	578,5	10.413	659,6	4.336	365,6
Полска	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	544	119,5	154	63,2	510	131,4
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	1.737	55,1	1.721	65,4	749	29,0
	Вино вкупно		2.281	174,6	1.875	128,6	1.259	160,4
Вкупно извоз на вино во Европска Унија - 27	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	10.926	1.061,6	8.904	1.071,9	9.000	1.204,9
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	436.741	13.836,2	484.547	15.946,7	390.648	13.711,2
	Вино вкупно		447.667	14.897,8	493.451	17.018,6	399.648	14.916,1

Извор: Државен завод за статистика

Обработка: Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство

Втора најзначајна дестинација за извоз на македонското вино се земјите членки на ЦЕФТА, од кои Република Србија со учество од околу 27% од вкупниот извоз на вино и Република Хрватска со учество од околу 13% од вкупниот извоз на вино (Табела 8).

Табела 8: Најзначајни земји за извоз на вино од Р. Македонија (2006 – 2008 година)

Извоз на Вино од Република Македонија вкупно во Цел свет			2006		2007		2008	
Земја	Тарифен број	Опис	Количина во ХЛ	Вредност во 1000€	Количина во ХЛ	Вредност во 1000€	Количина во ХЛ	Вредност во 1000€
Европска Унија - 27	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	10.926	1.061,6	8.904	1.071,9	9.000	1.204,9
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	436.741	13.836,2	484.547	15.946,7	390.648	13.711,2
	Вино вкупно		447.667	14.897,8	493.451	17.018,6	399.648	14.916,1
Србија	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	45.828	4.632,1	54.668	6.519,6	69.776	8.427,0
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	177.301	6.501,0	195.580	7.919,4	121.708	5.608,1
	Вино вкупно		223.128	11.133,0	250.248	14.439,1	191.484	14.035,1
Хрватска	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	13.395	2.422,8	15.692	2.578,6	14.674	2.668,6
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	85.492	4.437,6	83.663	5.294,9	74.067	5.273,4
	Вино вкупно		98.887	6.860,3	99.355	7.873,4	88.742	7.942,0
Русија	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	3.274	217,6	6.181	463,8	3.095	243,2
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	41.826	944,7	42.386	930,7	245	11,1
	Вино вкупно		45.100	1.162,3	48.567	1.394,5	3.341	254,4
Босна и Херцеговина	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	3.204	526,5	4.514	713,7	3.433	594,5
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	268	24,5	1.293	92,6	435	50,2
	Вино вкупно		3.472	551,0	5.808	806,4	3.868	644,7
Вкупно Извоз на вино во Цел свет	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	80.197	9.607,7	95.410	12.240,0	105.378	13.992,1
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	746.621	25.956,0	831.424	31.327,6	597.995	25.179,0
	Вино вкупно		826.818	35.563,8	926.834	43.567,5	703.373	39.171,1

Извор: Државен завод за статистика

Обработка: Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство

Покрај споменатите земји кои претставуваат најзначајни дестинации за пласман на македонското вино, би требало да се споменат и уште неколку земји во кои во изминатите години се извезени одредени мали количини на вино, но претставуваат интересни пазари кои во иднина треба да са земат во предвид како можни потенцијални пазари за пласман на македонското вино.

Такви се Соединетите Американски Држави (САД), каде во 2006 година се извезени околу 1000хл вино во шишиња, а во 2007 и 2008 година и покрај намалениот извоз на вино во шишиња, извезени се по околу 14.000хл, односно 7.500хл наливно вино. Исто така како интересен пазар кој би требал да се земе во предвид за извоз на вино во шишиња е Јапонија, каде што годишно се извезуваат по околу 470хл вино во шишиња и Канада каде годишни се извезуваат по околу 400хл вино во шишиња.

4. SWOT АНАЛИЗА НА ОБЛАСТА

Во рамките на анализите на предностите, слабите страни, можностите и заканите на секторот направени од страна на МЗШВ, утврдено беше следново.

4.1. SWOT Анализа – производство на грозје

Производство на грозје	
Предности	- Искуство и долга традиција во производството на грозје и вино - Поволни климатски услови за производство на грозје лоцирани во главните области за одгледување вино; - Докажан квалитет на македонските вина на регионалните пазари и добро установена продажба во соседните земји и земјите од регионот - Стабилни приноси на грозје за вино во последните 10 години: околу 260.000 тони - Значаен локален пазар и туризам поврзан со потрошувачка;
Слабости	- Над 61% од лозовите насади се постари од 15 години - Асортиманот на вински сорти грозје е несоодветен во однос на квалитетот и пазарната атрактивност - Висок процент на лозови насади страда од често замрзнување на пупките поради несоодветната лоцираност - Високи цени за засадување и одржување по хектар за првите три години - Застарена пракса во одгледувањето како и застарена техничка опрема - Продажбата на грозје во винариите не се регулира со долгорочни договори и затоа се јавува ривалство (конкуренција меѓу винариите во врска со грозјето) и преовладува нелојална конкуренција (на страната на одгледувачите на грозје - Фрагментираност на лозовите парцели (просечна големина на насад – 1,1 ха; просечна големина на працела 0,36 ха) - Цената на грозјето се одредува само според содржината на шеќер - Набавката на винови лози за садење е несоодветна во смисла на фитосанитарни барања и во смисла на сорти;
Можности	- Зголемено користење на модерна пракса за винарство; - Регистер на лозовите насади е воспоставен и се прошириува на ниво на целата држава. - Развој на безбеден калемарски сектор и/или процедурите за увоз за калемени материјали директно ќе ги подобри лозовите насади - Домашната политика е во интерес на воведување квалитетни сорти на винови лози во именуваните области - Законодавството се хармонизира со ЕУ <i>Acquis</i> - Зголемена интеграција на производители, зголемен број и потенцијал на задруженијата на производители на грозје и задруги;
Закани	- Неповолна возрастна структура на лозовите насади и опаѓачки тренд во полето на лозови насади која најверојатно ќе продолжи, затоа што нови засадувања и заменувања се вкупно околу 2% годишно. - Широка примена на несертифициран саден материјал - Голем број на мали производители кои не се доволно спремни за меѓународни пазари – големи производствени цени и отсуство на конкурентност

4.2. SWOT Анализа – производство на вино

Индустија за вино	
Предности	- Долга традиција во правење вино искористувајќи ги климатските и географските повоности. - Лозовите насади се погодни за одгледување на меѓународно реномирани сорти на грозје (Cabernet, Chardonnay, итн...). - Македонија има “автохтони” сорти (станушина) и добра регионална репутација за квалитет на вино; - Зголемен број на винарии: 28 во 2003 – 80 во 2009 - Создадено е Здружение за производители на вино (МакВино). 11 компании имаат усвоено HACCP стандарди. 70% од вкупното производство се извезува. - Македонија има договор за слободна трговија со ЕУ како и со други земји кои не се членки на ЕУ.
Слабости	- Винскиот извоз главно се врши во форма на наливно вино (92%) 3 винарски визби контролираат над 80% од извозот на вино. - Недостаток на модерна опрема за филтрирање, стабилизирање, налевање во шишиња и етикетање. - Недостаток на хоризонтална интеграција на производителите на вино - Нема разлика во цените меѓу квалитетот на грозје (проценката е само врз основа на ниво на шеќер). - Туризмот во винарскиот регион се планира само за Тиквешкиот регион, но инфраструктурата мора да се подобри. - Недостатокот на интеграција на лозови насади ја успори имплементацијата на HACCP. - Недостаок од познавање на маркетинг/продажба и злоупотребување на колективен бренд и приватен бренд.
Можности	- Домашниот пазар е недоволно развиен, и во иднина може да апсорбира поголема количина на квалитетни вина - За да се разликува винскиот сектор со маркетинг праксата, развој на автохтони и регионални сорти и осовременување на технологиите за производство на вино - Зголемување на флаширано вино за домашниот пазар и пазарите на извоз. - Се развива туризмот во винскиот регион (Тиквешки вински пат). - Националното законодавство се усогласува со ЕУ <i>Acquis</i>
Закани	- Увоз на квалитетни вина од соседните и меѓународните пазари со конкурентни цени - Увоз на шишиња и тапи (нема локално производство) - Моменталното законодавство за македонски систем на квалитет и хиерархија на вино можат да создадат конфузија меѓу странските купувачи на вино - Винариите кои не се во согласност со Законот за безбедност на храна ќе се затворат а со тоа ќе се повлијае врз пазарот - Зголемена конкуренција на светско ниво на вина со висок квалитет, организиран маркетинг и ниски трошоци на производство

5. СТРАТЕШКА РАМКА

5.1. Стратешка цел

Зајакнување на конкурентноста на македонскиот лозарски и винарски сектор и на интегрираните регионални пазари на Европската Унија и југоисточна Европа.

5.2. Стратешки приоритети и цели

Во функција на реализација на генералната стратешка цел утврдени се следните стратешки приоритети:

- 1. РЕСТРУКТУРИРАЊЕ И МОДЕРНИЗАЦИЈА НА СЕКТОРОТ*
- 2. ИНТЕГРАЦИЈА НА ЧИНИТЕЛИТЕ ВО СЕКТОРОТ*
- 3. ПОДОБРУВАЊЕ НА КВАЛИТЕТОТ НА ГРОЗЈЕ И ВИНО, И*
- 4. ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ПРЕПОЗНАТЛИВОСТА НА МАКЕДОНСКОТО ВИНО НА НАДВОРЕШНИТЕ ПАЗАРИ*

Во оваа насока, во рамките на стратешките приоритети, утврдени се неколку групи на мерки (области на интервенција на политиката) со соодветни мерки и активности за нивна реализација во областа на лозарството и производството на вино. Реализацијата на предвидените мерки и активности ќе допринесе во реализација на следниве цели:

- Надминување на неповолната старосна и сортна структура на лозовите насади и постепено надминување на големината на земјишните парцели,
- Модернизација на производните капацитети и технологии во секторот,
- Хоризонтална и вертикална интеграција на чинителите во секторот и основно регулирање на односите на пазарот на грозје и вино,
- Подобрување на квалитетот на грозје и вино,
- Зачувување на пазарното учество на традиционалните пазари и зголемување на извозот на другите пазари пред се со вино во шишиња и промовирање на препознатливоста на македонското вино на надворешните пазари како “Вина од Македонија”.

1. РЕСТРУКТУРИРАЊЕ И МОДЕРНИЗАЦИЈА НА СЕКТОРОТ

Мерките и активностите во рамките на овој приоритет имаат за цел да го помогнат и забрзаат структурното прилагодување на домашниот потенцијал за производство на грозје и вино во насока на зголемување и оптимизирање на производниот потенцијал, како и осовременување на факторите за производство и воведување на нови производни практики.

Имено, врз основа на анализите во рамките на стратегијата следниве фактори се утврдени како недостатоци, пречки и потенцијални области кои ќе се надминат или подобрат во рамките на оваа приоритетна област:

- неповолна структура на лозарските фарми од аспект на нивната големина (просечната големина на парцелите е помеѓу 1.1 ха и 1.3 ха фрагментирани во неколку парцели со големина од 0.3-0.4 ха);
- неповолна старосна структура на лозовите насади (60% од лозовите насади се постари од 15 години, а 38% од вкупната површина под лозови насади е на крајот на својот продуктивен живот);
- несоодветен асортиман на сортите на винско грозје во однос на квалитет и атрактивност за пазарот;
- несоодветен асортиман на сортите винско грозје во однос на нивната локација (согласно анализите на министерството, над 5.000 ха под лозови насади се лоцирани во т.н зони подложни на мразеви);

- застареност на земјоделската механизација и останатите фактори на производство на винско грозје;
- застарена технологија за производство на вино;
- инертност на индустријата кон современите движења во производство на вино.

Од овие причини во рамките на приоритетната област издвоени се следниве приоритетни цели:

- 1.1. Обновување на лозови насади**
- 1.2. Окрупнување и реструктурирање на лозови насади**
- 1.3. Модернизација и воведување на нови технологии во примарното производство и производството на вино**
- 1.4. Кредитна политика**

2. ИНТЕГРАЦИЈА НА ЧИНТЕЛИТЕ ВО СЕКТОРОТ

Во рамките на овој приоритет, мерките и активностите се насочени кон стабилизирање на пазарните механизми и релации кои постојат помеѓу основните чинители во рамките на секторот лозарство и винарство (примарните производители, трговците и откупувачите и винарските визби).

Неповолните и неизбалансираните структурни состојби на страната на понудата и побарувачката во однос на бројот на субјектите, нивната големина и организираност креираат хронична состојба на:

- годишни флуктуации во понудата и побарувачката на грозје или на одредени видови на грозје и појава на вишоци или недостатоци на грозје,
- непостоење на договорни односи или непочитување на истите,
- необјавување на откупните цени и количини,
- ненавремена исплата на откупеното грозје,
- нерамноправна положба на чинителите на пазарот во однос на дефинирање на цените и откупните услови која во најголем дел е во интерес на винарските визби,
- недоволна преговарачка моќ на индивидуалните земјоделски производители,
- нерегулиран статус на откупувачите и посредниците помеѓу лозарите и винарските визби,
- индивидуален и недоволно осмислен настап на винарските визби во освојување на надворешните пазари.

Како резултат, слободното функционирањето на пазарот е оневозможено особено во делот на недоволната конкуренција и недостаток или недоволна транспарентност на пазарните информации. Надминувањето на тековните недостатоци и овозможување на стабилизација и ефикасно делување на пазарот неопходно изискува интервенција од страна на државата особено во делот на основна регулацијата и уредување на пазарните односи, и поддршка на подобрувањето на хоризонталните и вертикалните интеграции помеѓу чинителите во секторот лозарство и винарство (примарните производители, трговците и откупувачите и винарските визби) и поставување на усогласени договорни односи.

За надминување на ваквите состојби, во рамките на приоритетната област, утврдени се следниве приоритетни цели:

- 2.1. Хоризонтална интеграција на примарни производители**
- 2.2. Хоризонтална интеграција на винарски визби**
- 2.3. Вертикална интеграција**

3. ПОДОБРУВАЊЕ НА КВАЛИТЕТОТ НА ГРОЗЈЕ И ВИНО

Во услови на релативна отвореност на меѓународниот пазар и зголемената конкурентност, особено од т.н. земји од новиот свет (Аргентина, Чиле, Јужна Африка, Австралија), единствен излез за “релативно малиот” македонскиот вински сектор претставува зголемувањето на квалитетот и атрактивноста на македонското вино, особено ако се има во предвид дека извозот на вино е клучниот елемент во одржување на развојниот баланс на македонскиот вински сектор.

Растечкиот тренд на девизен прилив од извоз на македонско вино покажува дека македонските винарска индустрија започнува да го надминува периодот на транзиција, се повеќе преориентирајќи се од производството од наливно вино со ниска цена, ограничен квалитет и речиси никаква препознатливост, кон производство на амбалажирано вино.

И покрај тоа што најгорливите проблем за производство на квалитетни вина во Република Македонија сеуште се структурни (застареност и несоодветен сортен состав на лозовите насади), за подобрување на квалитетните својства на македонските вина постои огромен простор за работа, особено во крајните фази на производство на вино, првенствено од аспект на користење на современи практики за финализација, почитување на стандардите за квалитет и воспоставување на современи системи за контрола на истиот.

Од овие причини, во рамките на оваа приоритетната област, мерките и активностите се насочени кон понатамошно подобрување на квалитетот на винското грозје и виното, во насока на зголемување на нивната конкурентност и зголемен и посоодветен пласман на меѓународните пазари, а со тоа и зголемување на остварениот приход на ниво на фарма, винарска визба и државата во целина. За таа цел, утврдени се следниве приоритетни цели:

3.1 Подобрување на сортен состав на лозови насади и квалитет на винско грозје

3.2 Подобрување на квалитет на вино

3.3 Зајакнување на контролата на квалитет

4. ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ПРЕПОЗНАТЛИВОСТА НА МАКЕДОНСКОТО ВИНО НА НАДВОРЕШНИТЕ ПАЗАРИ

Зголемувањето на препознатливоста и зајакнување на реномето на македонското вино на надворешните пазари е од особено значење имајќи во предвид дека винарството, а со тоа и лозарството, се извозно зависни гранки, во чии рамки над 70% од вкупното производство се извезува.

Во тој контекст, во рамките на стратегијата, предмет на анализа беа неколку извозни дестинации (традиционални и потенцијални) за македонското вино, со сите нивни карактеристики, досегашните воспоставени релации, како надворешните фактори кои имаат влијание на светскиот пазар на вино, пред се агресивниот настап на пазарите на вината кои доаѓаат од т.н. “Нов свет” (Чиле, Аргентина и други Јужно-Америјански земји, Јужна Африка, Нов Зеланд и Австралија).

Од аспект на препознатливоста и врз основа на анализата на пазарите утврдени се неколку потенцијални насоки на делување. Имено, **Република Германија** е најзначајна дестинација за извоз на македонското вино, со учество од околу 60% од вкупниот количински извоз на вино. Но сепак најголем дел од виното кое се извезува во Германија е наливно и во иднина треба да се посвети поголемо внимание на што по агресивна промоција за извоз на вино во шишиња. Слична е состојбата и во останатите земји членки на ЕУ (освен Словенија, каде покрај наливно, традиционално се извезуваше и сеуште се извезува вино во шишиња). Од друга страна, мошне значајни дестинации за извоз на вино се и земјите од регионот (пред се **Србија и Хрватска**), каде се извезуваат најголеми количини на вино во шишиња (околу 75% од вкупниот извоз на вино во шишиња), а како резултат на тоа, учество на овие земји во

вредноста на вкупниот извоз на вино е околу 55%. И покрај тоа што земјите од регионот се традиционални дестинации за извоз на македонското вино, треба да се има во предвид се поголемата конкуренција на овие пазари, како резултат од развојот на нивна домашна винска индустрија и увозот на вина од “Новиот свет”, изискува зајакната и континуирана промоција за задржување и зајакнување на препознатливоста на македонското вино кај потрошувачите од овие земји. Конечно, секако не смее да се занемари и освојувањето на нови пазари, од кои покрај останатите земји, особено треба да се имаат во предвид **Русија и Соединетите Американски Држави** (САД), каде во 2007 година е реализиран значаен извоз на вино. Во овие земји во моментот се извезува највеќе наливно вино, но имајќи го во предвид големиот број на население и разноликост на овие земји, постои можност, со добро обмислена промоција за одредени стратешки групи на потрошувачи во иднина да се оствари значително поголем извоз и на вино во шишиња.

Македонија ги има сите предуслови за зголемување на сопствената препознатливост на пазарот на вино во светски рамки, а преку тоа и дополнително да го подобри извозот и пласманот на македонско вино. Долгата традиција во производство на вино, исклучително повољните климатски фактори за одгледување на реномирани сорти грозје за производство на вино, но и потенцијалот за производство на квалитетни вина од автохтони и регионални сорти грозје (станушина и вранец), кои се непознати, а поради тоа и привлечни на веќе заситениот пазар, овозможуваат солидни предуслови за подобрување на имиџот на македонските вина. Фактот дека македонските вина веќе поседуваат одлично реноме кај потрошувачите во регионот само го потврдува потенцијалот за препознатливост кој истите го поседуваат.

Во тој контекст, потребно е зајакнување на генеричка промоција на македонското вино и Република Македонија, зајакнувајќи ги активности на комуницирање на предностите на Македонија како винска земја, едуцирање на новинари, познавачи на виното, застапеност во познати вински списанија, како и организирање на заеднички промоција на квалитетот на македонските вина на странски саеми и други манифестации од сличен карактер.

Покрај тоа, развојот на винскиот и руралниот туризам, кои секојдневно добиваат се поголема популарност на глобално ниво, одат во прилог на зголемувањето на препознатливоста на државата во светски рамки, особено доколку се земат во предвид и културното наследство и природниот потенцијал кои ги нуди Република Македонија.

Од овие причини, во рамките на оваа приоритетната област, особено внимание е посветено на реализација на следниве приоритетни цели:

4.1. Промотивни активности

4.2. Инвестиции кои придонесуваат кон препознатливоста

4.3. Развој на рурален и вински туризам

5.3. Мерки и активности

Во насока на остварување на претходнонаведените стратешки приоритети и цели предвидени се следните мерки и активности:

1. РЕСТРУКТУРИРАЊЕ И МОДЕРНИЗАЦИЈА НА СЕКТОРОТ

1.1. Обновување на лозови насади

За реализација на оваа приоритетна цел предвидени се следниве мерки и активности:

1.1.1. Поддршка за подигнување на нови лозови насади

Образложение: Мерката претставува континуитет на тековната мерка за подигнување на нови лозови насади (во рамките на Програмите за финансиска поддршка на земјоделството 2006-2009)

Цел: Зголемување на производниот потенцијал на лозовите насади (до

ниво на 35.000 ха), односно надминување на тековниот негативниот однос на ископачени стари лозови насади споредени со нови подигнати лозови насади

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со мерките 1.1.2 и 1.1.3 и приоритетната цел 3.1, а истата е во функција и допринесува за остварување на приоритетната цел 3.2.

1.1.2. Демаркација на производните области за винова лоза

Образложение: Реализација на демаркација / обележување на производни области за винова лоза од два аспекти: (а) разграничување на областите согласно нивниот потенцијал за производство на различни типови на вино од аспект на нивниот квалитет (врвно, квалитетно и регионално), и (б) разграничување на областите од аспект на нивните почвено-климатски карактеристики за производство на винова лоза (измрзнување, експозиција, наклон на теренот и сл.)

Цел: Реалокација на лозови насади кои во моментот се на несоодветни површини (првенствено од аспект на измрзнување) и точно обележување на производните области во насока на подобрување на квалитетот на виното.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со мерката и 1.1.3 и приоритетната цел 3.1, а истата е во функција и допринесува за остварување на мерката 1.1.1 и приоритетната цел 3.2.

1.1.3. Воспоставување на нова листа на препорачани и одобрени сорти

Образложение: Измени и дополнувања на Правилникот за класификација на сорти на грозје за производство на вино (Службен весник на РМ бр. 6/2007) врз основа на реализацијата на мерката 1.1.2.

Цел: Измените на тековниот правилник се во насока на негово подобрување, односно осовременување на листата на препорачани и одобрени сорти врз основа на демаркацијата / обележувањето на производните области (мерка 1.1.2.)

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со мерките 1.1.3 и приоритетната цел 3.1, а истата е во функција и допринесува за остварување на приоритетната цел 3.2.

1.2. Окрупнување и реструктурирање на лозови насади

Покрај мерките и активностите кои придонесуваат или се во функција на реализација на оваа приоритетна цел, во рамките на иста предвидени за реализација се и следниве мерки и активности:

1.2.1 Мерки за окрупнување на земјоделско земјиште и/или комасација на лозови насади

Образложение: Мерката претставува континуитет на сите тековни мерка во оваа насока кои се превземаат во рамките на МЗШВ, како и воведување на нова мерка за комасација на земјоделско земјиште (мерката е предвидена во рамките на Дел V. Државна помош, во рамките на новиот Закон за земјоделство и рурален развој – предвиден за донесување до крајот на 2009 година, како мерка на државна помош за окрупнување и заштита на земјоделско земјиште).

Цел: Окрупнување на лозовите насади, зголемување на просечната површина на лозовите насади на ниво на државата и намалување на расцепканоста на лозовите насади.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е поврзана со сите мерки од овој стратешки приоритет кои се насочени кон производството на винско грозје, а истата е непосредно поврзана и во голема мерка допринесува за остварување на приоритетната цел 1.3.

1.2.2. Мерки за реалокација и конверзија на лозови насади

Образложение: Воспоставување на стимулативни мерки за реалокација на лозови насади во насока на обезбедување на стабилно производство и приноси и подобрување на квалитетот на винското грозје.

Цел: Стимулација на производителите за реалокација и конверзија на површини/сортти кои се подложни на измрзнување и не се препорачани за соодветна област кон површини/сортти кои се препорачани (согласно мерките 1.1.2. и 1.1.3) и не се подложни на измрзнување.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со мерката и 1.1.3 и приоритетната цел 3.1, а истата е во функција и допринесува за остварување на мерката 1.1.1 и приоритетната цел 3.2.

1.3. Модернизација и воведување на нови технологии во примарното производство и производството на вино

Покрај мерките и активностите кои се непосредно поврзани, придонесуваат или се во функција на реализација на оваа приоритетна цел, во рамките на иста предвидени се следниве мерки и активности:

1.3.1. Инвестиции за модернизација на лозарството и производство, преработка и складирање на вино во рамките на Национална програма за рурален развој

Образложение: Мерката претставува континуитет на тековните мерки од Програмата за финансиска поддршка на руралниот развој (Мерка 1 – Инвестиции за подобрување на конкурентност и модернизација на земјоделските стопанства; и Мерка 2 – Инвестиции за доработка, преработка, складирање и маркетинг на земјоделски производи). Во рамките на Мерка 1, предвидени се инвестиции за модернизација на лозарството (набавка на трактори, опрема, приклучна механизација, како и воведување на модерни и ефикасни системи за наводнување), а во Мерка 2, инвестиции за набавка на опрема за прием на сировина, подготовка за преработка и преработка, производство и складирање на вино (освен опрема за стабилизација и финализација).

Цел: Ко-финансирање на инвестиции превземени во насока на зголемување на конкурентноста преку воведување на нови технологии и модернизација на производството на винско грозје и вино.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со мерката 1.3.2 (меѓусебно се надополнуваат), а истата е во функција и допринесува за остварување и на приоритетната цел 3.2.

1.3.2. Инвестиции во земјоделски стопанства и преработувачки капацитети за реструктурирање и надградба до стандардите на Заедницата во рамките на ИПАРД Програмата

Образложение: Реализација на мерките во рамките на 5-та компонента на Инструментот за предпристапна помош – ИПА (ИПАРД), односно реализација на инвестиции превземени во согласност со ИПАРД Програмата (Мерка - Инвестиции во земјоделските стопанства за да се реструктурираат и надградуваат до стандардите на Заедницата и Мерка - Инвестиции во преработката и продажбата на земјоделски производи за реструктурирање на активностите и нивно надградување до стандардите на Заедницата).

Цел: Ко-финансирање на инвестиции во насока на зголемување на конкурентноста и надградба или воспоставување на стандарди за

производство кои се применливи на ниво на ЕУ.

Врска со други мерки и приоритети:

Мерката е непосредно поврзана со мерката 1.3.1 (меѓусебно се надополнуваат), а истата е во функција и допринесува за остварување и на приоритетната цел 3.2..

1.4. Кредитна политика

За реализација на оваа приоритетна цел предвидени се следниве мерки и активности:

1.4.1. Земјоделски кредитен дисконтен фонд - ЗКДФ

Образложение: Континуитет на мерките за кредитирање на земјоделскиот сектор и зголемување на фондовите за кредитирање во рамките на Земјоделскиот Кредитен Дисконтен Фонд, со утврдување на приоритет за кредитирање на инвестициите во областа на лозарство-винарство кои се во согласност со одредбите од оваа стратегија.

Цел: Зголемена достапност на капитал и зголемен обем на нови инвестиции во насока на реализација на приоритетите за развој на лозарството и винарството во РМ

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана и е практичен предуслов за реализација на мерките 1.3.1, 1.3.2, а истата е во функција и допринесува за остварување и на приоритетната цел 3.2.

1.4.2. Останати кредитни линии

Образложение: Обезбедување на средства и воспоставување на нови кредитни линии (по принципот на кредитната линија од Европската Инвестициона Банка во висина од 100 милиони Евра, за поддршка на микро, мали и средни претпријатија, која се реализира преку Македонската Банка за Поддршка на Развојот и 9 деловни банки во РМ) со поволни услови за кредитирање (каматна стапка, рок на отплата и грејс период) и утврдување на приоритет за кредитирање на инвестициите во областа на лозарство-винарство кои се во согласност со одредбите од оваа стратегија.

Цел: Зголемена достапност на капитал и зголемен обем на нови инвестиции во насока на реализација на приоритетите за развој на лозарството и винарството во РМ

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана и е практичен предуслов за реализација на мерките 1.3.1, 1.3.2, а истата е во функција и допринесува за остварување и на приоритетната цел 3.2.

2. ИНТЕГРАЦИЈА НА ЧИНТЕЛИТЕ ВО СЕКТОРОТ

2.1. Хоризонтална интеграција на примарни производители и на винарски визби

За реализација на оваа приоритетна цел предвидени се следниве мерки и активности:

2.1.1. Поддршка на здружување на примарните производители

Образложение: Мерката предвидува континуитет на сите тековни мерки кои во оваа насока се превземаат во рамките на МЗШВ (Програма за финансиска поддршка на земјоделството), како и воведување на нови мерки за поттикнување на заедничко организирање/здружување на примарните производители во согласност со нововведените правни норми (Закон за земјоделство и рурален развој, декември 2009 година).

Цел: Зајакнување на влијанието и улогата на пазарот на индивидуалните земјоделски производители преку организирани форми на здружување.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е поврзана со мерката 2.1.2 од овој стратешки приоритет во насока на јакнење на позицијата и улогата на примарните производители на пазарот на грозје и вино, а истата е непосредно поврзана и во голема мерка допринесува за остварување на приоритетната цел 2.2.

2.1.2. Поддршка на повисоки облици на здружување на примарните производители

Образложение: Мерки за поддршка на формирање на повисоки облици на здружување на лозарите, на регионално и државно ниво.

Цел: Стимулација на лозарите или здруженијата/организациите на лозари за формирање на повисоки облици на здружување, кои би претставувале референтни тела кои ќе ги застапуваат интересите на лозарите, ќе ја зајакнуваат нивната позиција пред винарските визби и државата, ќе влијаат врз донесувањето и спроведувањето на правната рамка и ќе обезбедуваат промоција на грозјето со потекло од конкретен регион, обука на членовите и соодветна размена на информации.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е поврзана со мерката 2.1.1 од овој стратешки приоритет во насока на јакнење на позицијата и улогата на примарните производители на пазарот на грозје и вино, а истата е непосредно поврзана и во голема мерка допринесува за остварување на приоритетната цел 2.2.

2.1.3. Поддршка на здружување и интеграција на винарските визби

Образложение: Мерката е во насока на искористување за можностите и придобивките од здружувањето и заедничкиот настап на винарските визби, односно можностите кои во тој контекст се тековно достапни за винарските визби (мерка 3.2.6, 3.2.7) и мерките во рамките на приоритетната цел 4.1.

Цел: Здружување на ниво на винарски визби за заеднички настап на пазарите во насока на зголемен обем на извоз на квалитетно вино од РМ и промоција на квалитетот и препознатливоста на македонските вина.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е поврзана со дел од мерките во рамките на приоритетната цел 3.2, а во голема мерка придонесува за остварување на дел од мерките во рамките на приоритетната цел 4.1.

2.2. Вертикална интеграција

За реализација на оваа приоритетна цел предвидени се следниве мерки и активности:

2.2.1. Стимулирање / институционализација на вертикално поврзување во секторот

Образложение: Воспоставување на соодветна правна рамка (институционализација) и мерки за поддршка (стимулирање) на вертикалното интегрирање во областа на лозарство и винарство, преку донесување на новиот Закон за вино (декември 2009) и соодветни програми за поддршка врз основа на законот.

Цел: Зајакнување на вертикалното интегрирање во областа на лозарство и винарство за целите на регулирање и унапредување на пазарните односи во рамките на пазарот за винско грозје и вино, по принцип на меѓугранкови организации и/или кластерско

здружување во насока на размена на технологии и вештини и заеднички настап на пазарот.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е поврзана со сите мерки од овој стратешки приоритет.

2.2.2. Регулмирање на договорни односи меѓу примарни производители и винарски визби

Образложение: Воспоставување на правна рамка, без пореметување на пазарните законитости, за зајакнување на договорно-кооперантските односи помеѓу лозарите и винарските визби (договорни услови, краткорочни и среднорочни договори, исплати) и зајакнување на институционалната рамка за следење на реализацијата и почитувањето на обврските согласно договореното (преку Закон за вино и Закон за квалитет на земјоделско-прехранбени производи).

Цел: Воспоставување на правна рамка и зајакнување на пазарните врски помеѓу чинителите во секторот (лозари, трговци/откупувачи, винарски визби) за целите на стабилизација и унапредување на пазарот, како и соодветен арбитражен и санкциски режим за нејзина примена, покрај соодветните стимулации за производителите и преработувачите кои се придржуваат, го почитуваат и применуваат воспоставениот систем.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со мерката и 1.1.3 и приоритетната цел 3.1, а истата е во функција и допринесува за остварување на мерката 1.1.1 и приоритетната цел 3.2.

2.2.3. Воспоставување на соодветни процедури за работа на Советодавниот одбор за лозарство и винарство

Образложение: Воспоставување на транспарентна процедура, заснована на учеснички пристап на сите чинители во секторот, за работа на Советодавниот одбор за лозарство и винарство, како врвно тело за интеракција на институциите, земјоделците и бизнис заедницата.

Цел: Зајакнување на дијалогот на сите чинители во секторот и обезбедување на форум за размена и доставување на мислење во креирањето и спроведувањето на политиките за уредување, развој и унапредување на секторот.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со сите мерки во рамките на стратешкиот приоритет 2.

3. ПОДОБРУВАЊЕ НА КВАЛИТЕТОТ НА ВИНСКОТО ГРОЗЈЕ И ВИНОТО

3.1. Подобрување на сортен состав на лозови насади и квалитет на винско грозје

За реализација на оваа приоритетна цел, покрај директното влијание кое го имаат мерките 1.1.2 и 1.1.3 (описани погоре), предвидени се и следниве мерки и активности:

3.1.1. Правилник за трговија со материјал за вегетативно размножување и производство на саден материјал од винова лоза

Образложение: Донесување на правен акт (Правилник) за воспоставување / подобрување на тековната правна рамка која ја уредува областа на производство и промет со саден материјал за производство на винова лоза.

Цел: Поддршка на развојот на нови расадници во традиционалните

региони за производство на сертифициран саден материјал за винова лоза, особено за автохтоните (станушина) и регионалните специфични сорти и воспоставување на систем за сертификација за производство на лозов саден.

Врска со други мерки и приоритети:

Мерката е непосредно поврзана со мерката 3.1.2., влијае кон реализација на приоритетната цел 1.1., а е зависна од соодветната реализација на мерките во рамките на приоритетна цел 3.3.

3.1.2. Стимулација на домашно производство и употреба на сертифициран лозов посадочен материјал

Образложение:

Мерката предвидува континуитет на тековната финансиска поддршка наменета за производствени на лозов калем (Програма за финансиска поддршка на земјоделството), како и мерки и активности за поттикнување и промоција на употреба на лозов посадочен материјал од домашно производство.

Цел:

Поддршка за производство на домашен сертифициран саден материјал од винова лоза и поттикнување на употреба на автохтони и регионално-специфични сорти, како и намалување на зависноста од саден материјал од увоз и на ризикот од интродукција на карантински болести и штетници преку увоз на саден материјал.

Врска со други мерки и приоритети:

Мерката е непосредно поврзана со мерката 3.1.1., влијае кон реализација на приоритетната цел 1.1., а е зависна од соодветната реализација на мерките во рамките на приоритетната цел 3.3.

3.2. Подобрување на квалитет на вино

За реализација на оваа приоритетна цел, покрај директното влијание кое го има мерката 1.1.2, предвидени се и следниве мерки и активности:

3.2.1. Зајакнување на капацитетот на винарските визби за контрола на квалитет

Образложение:

Подготовка на правен акт (Правилник) за воспоставување / подобрување на тековната правна рамка која ја уредува областа на контрола на квалитет на ниво на винарската визба.

Цел:

Воведување на систем за контрола на квалитет на ниво на винарска визба и пропишување на минимални услови и опрема за контрола на квалитет кои задолжително треба да ги поседуваат винарските визби во насока на подобрување на квалитетот на виното, како и мерки за финансиска поддршка за воведување на системи за контрола на квалитет над пропишаниот минимум.

Врска со други мерки и приоритети:

Мерката е поврзана со предвидените мерки во рамките на приоритетната цел 1.5 и 1.6, а е и во функција на реализација на приоритетната цел 3.3.

3.2.2. Правилник за изработка на елаборати за производство на вина со географска ознака

Образложение:

Донесување на правна рамка за начин и услови за изработка на елаборати за производство на вина со географска ознака (првенствено врвни и квалитетни вина).

Цел:

Воспоставување систем на заштита на квалитет на вината со географско потекло во согласност со скорешната реформа на заедничкото уредување на пазарот на вино во рамките на ЕУ.

Врска со други мерки и приоритети:

Мерката е непосредно поврзана со реализација на мерката 1.1.2, 1.1.3 и 3.2.6.

3.2.3. Правилник за работа на Комисија за органо-лептичко оценување на вино

Образложение: Донесување на правна рамка за работа на Комисијата за органо-лептичко оценување на виното (Комисија за дегустација).

Цел: Зајакнување на веродостојноста и довербата во работата на Комисијата преку утврдување на јасни правила во поглед на нејзиното основање, состав, функции, потребни квалификации на членовите и зголемување на транспарентноста на резултатите од работата на Комисијата.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката има влијание кон реализација на приоритетната цел 3.3.

3.2.4. Воспоставување на регионални лаборатории за контрола на квалитет на грозје и вино

Образложение: Помош за развој на регионални лаборатории (јавни, приватни, мешовити) за анализа на квалитетот на вино и грозје кои ќе бидат во состојба да обезбедат прецизни и веродостојни сертификати од анализата на вино.

Цел: Либерализација на услугите за контрола на квалитет на грозје и вино и достапност на истите во најголемите производни региони за грозје и вино.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката ќе има позитивно влијание кон реализација на мерката 2.3.2, а придонесува и кон реализацијата на приоритетната цел 3.3.

3.2.5. Воспоставување и заштита на национален бренд за регионално вино

Образложение: Воспоставување и заштита на македонски бренд (на пр. "Македонски Вранец") со дефинирање на услови за производство и квалитет на виното.

Цел: Олеснување на заеднички настап на винарските визби на меѓународните пазарите, преку користење на брендот, во насока на зголемен обем на извоз на вино и промоција на квалитет и препознатливоста на македонските вина.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со мерката 3.2.6 и 4.1.1 и позитивно влијае кон реализација на приоритетната цел 2.2.

3.2.6. Поттикнување на користење на брендови (колективни/приватни)

Образложение: Воспоставување на правна рамка и систем за заштита на приватни брендови / трговски марки и стимулирање на користење и воспоставување на колективни брендови.

Цел: Зајакнување на системот на заштита во користењето на трговските марки во насока на заштита и промоција на квалитетот и препознатливоста на македонските вина.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со мерката 3.2.5 и 4.1.1.

3.3. Зајакнување на контролата на квалитет

За реализација на оваа приоритетна цел, покрај директното влијание кое го има мерката 3.2.3 и 3.2.4, предвидени се и следниве мерки и активности:

3.3.1. Зајакнување на контролата при производство, увоз и користење на посадочен материјал

Образложение: Зајакнување на мерките за контрола во овој сегмент и воспоставување на соодветни процедури во рамките на надлежните органи (првенствено Државниот инспекторат за земјоделство).

Цел: Поддршка за производство на домашен сертифициран саден материјал од винова лоза и поттикнување на негова употреба, намалување на зависноста од саден материјал од увоз и на ризикот од интродукција на карантински болести и штетници и неквалитетен и несертифициран саден материјал од увоз.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана и во корелација со мерките 3.1.3 и 3.1.4, а влијае и кон реализацијата на мерката 1.1.1.

3.3.2. Зајакнување на системот за следливост на производство на грозје и вино (Регистер лозови насади)

Образложение: Дооформување на Регистерот на лозови насади и негово инкорпорирање во Системот за идентификација на земјишни парцели во насока на следливост на примарното производство и дооформување на правната рамка за следливост на прометот со вино.

Цел: Понатамошно продлабочување на системот на следливост на производството на грозје и вино во насока на подобрување и гаранција на квалитетот на виното.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е во функција и придонесува за соодветна реализација на мерките 1.1.1 и 1.2.1, а придонесува и кон реализацијата на мерките во рамките на приоритетната цел 3.2.

4. ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ПРЕПОЗНАТЛИВОСТА НА МАКЕДОНСКОТО ВИНО НА НАДВОРЕШНИТЕ ПАЗАРИ

4.1. Промотивни активности

За реализација на оваа приоритетна цел, покрај директното влијание кое го имаат поголем број од претходно опишаните мерки, предвидени се и следниве мерки и активности:

4.1.1. Ангажман на професионална маркетиншка куќа за реализација на кампања “Вина од Македонија” / “Wines of Macedonia”

Образложение: Ангажман на професионална куќа за осмислување и реализација на маркетиншка кампања “Вина од Македонија / Wines of Macedonia” во функција на препознатливоста на македонските вина на меѓународните пазари.

Цел: Зачувување и зајакнување на препознатливоста на македонскиот вински сектор на традиционалните надворешни пазари (Србија, Хрватска, Германија), односно воспоставување на препознатливост и “пробивање” на потенцијалните пазари за македонско вино (Русија, САД, Обединето Кралство и др.).

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со сите мерки во рамките на приоритетната цел 4.1.

4.1.2. Поддршка за учество на реномирани меѓународни саемски манифестации

Образложение: Поддршка на настапот на винарскиот сектор на реномирани саемски манифестации со предимство на настап на здруженија и асоцијации на винарски визби.

Цел: Зајакнување на препознатливоста на македонскиот вински сектор на реомирани саемски манифестации во земји традиционални, но и земји потенцијални увозници на македонско вино (PROWEIN - Дизелдорф, Лондон - Меѓународен саем за вино, PRO DEXPO – Москва).

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со сите мерки во рамките на приоритетната цел 4.1. со оглед на тоа што сите предвидени мерки од оваа приоритетна цел ќе бидат во насока или директно ќе се реализираат во рамките на маркетиншката кампања.

4.1.3. Поддршка за промоција и презентација на македонското вино во странство

Образложение: Поддршка на промоција и презентации на македонските вина во странство.

Цел: Запознавање на странските потрошувачи со квалитетот на македонските вина и нивна зголемена препознатливост на надворешните пазари за целите на освојување на истите и зголемување на извозот на македонско вино..

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со сите мерки во рамките на приоритетната цел 4.1. со оглед на тоа што сите предвидени мерки од оваа приоритетна цел ќе бидат во насока или директно ќе се реализираат во рамките на маркетиншката кампања.

4.1.4. Поддршка на домашни вински манифестации

Образложение: Поддршка на домашни вински манифестации на државно, регионално, локално ниво кои придонесуваат кон заштита и промоција на автентичниот имиџ на производството на грозје и вино.

Цел: Зајакнување на препознатливоста, автентичноста и традиционалноста на македонскиот вински сектор преку зголемување на “интернационализацијата” на домашните вински манифестации.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со сите мерки во рамките на приоритетната цел 4.1.

4.1.5. Статии за РМ во реномирани меѓународни списанија и професионални списанија / брошури

Образложение: Подготовка на статии за винарството за промовирање на типичните карактеристики на македонските вина и списанија / брошури кои би се користеле при меѓународни настапи.

Цел: Поголема застапеност на статии за Македонија и винарството во РМ во реномирани светски списанија (Harpers, Decanter, Wine Spectator, Weinwirtschaft, Weinwel) и унифицирани списанија / брошури за меѓународни настани и дистрибуција преку конзуларно-дипломатските претставништва на РМ.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со сите мерки во рамките на приоритетната цел 4.1

4.1.6. Промоција на извоз

Образложение: Промоција на извозот во рамките на ингеренциите на Агенцијата за странски инвестиции и промоција на извозот на Република

Македонија, или друг институционален облик заснован на принципот на јавно-приватно партнерство, за промоција и подобрување на извозот на вино (или земјоделско-прехранбени производи).

Цел: Воспоставување на институционално тело со исклучива задача за промоција на извоз на земјоделско-прехранбени производи (или вино), преку кое, пред се, би се координирале сите активности кои во оваа насока ги превзема бизнис заедницата и државата.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со сите мерки во рамките на приоритетната цел 4.1

4.2. Инвестиции кои придонесуваат кон препознатливоста

За реализација на оваа приоритетна цел предвидени се и следниве мерки и активности:

4.2.1. Поттикнување на странски директни инвестиции и заеднички вложувања со инвеститори од земји кои се потенцијален пазар за македонското вино

Образложение: Мерки во насока на привлекување на странски директни инвестиции или заеднички вложувања со инвеститори од земји кои се потенцијален пазар за македонско вино.

Цел: Промоција на македонското вино преку пласман на истото од страна на инвеститорите.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е поврзана и има влијание кон мерката 3.2.7, а придонесува и кон реализацијата на мерките од приоритетната цел 4.3.

4.3. Развој на рурален и вински туризам

За реализација на оваа приоритетна цел, директното влијание имаат мерките од стратешката цел 1. и мерките од приоритетната цел 3.2., а предвидени се и следниве мерки и активности:

4.3.1. Рурален туризам

Образложение: Поттикнување на алтернативен извор на приходи на ниво на земјоделски стопанство и современ метод за промоција на традиционалното наследство и природните/културни богатства на државата.

Цел: Воспоставување на мерки за популаризација и промоција на руралниот туризам и можностите кој истиот ги нуди и воведување / вклучување на индивидуални лозари и “микро-производители” на вино во системот на “вински патишта”, односно картата на вински патишта во Македонија, односно винските патишта во регионот.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со мерката 4.3.2. и придонесува кон мерката 2.3.1.

4.3.2. Вински туризам

Образложение: Поттикнување на алтернативен извор на приходи на ниво на винарски визби и современ метод за промоција на традиционалното наследство и природните/културни богатства на државата.

Цел: Воспоставување на мерки за популаризација и промоција на винскиот туризам и можностите кој истиот ги нуди и континуитет на тековните напори за отворање на нови винарски визби во типични лозарски подрачја.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со мерката 4.3.1. и придонесува кон мерката 2.2.1 и 2.3.1.

4.3.3. Меѓугранково поврзување и иницијативи

Образложение: Воспоставување на формални и неформални врски (на ниво на стопански комори, здруженија и асоцијации) помеѓу сродни гранки (туризам, угостителството, занаетчиството, винарство) за остварување на заеднички и сродни цели.

Цел: Поттикнување на меѓугранково поврзување на туризмот, угостителството, занаетчиството и останати поврзани гранки со винарството и винарската индустрија во насока на заеднички настап и остварување на колективни придобивки од истиот.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со мерката во рамките на приоритетна цел 4.3.

Прилог 1- Матрица на мерки и активности во рамките на Стратегијата за унапредување на лозарството и винарството во РМ

ПРИОРИТЕТ	ЦЕЛ	АКТИВНОСТИ / МЕРКИ
РЕСТРУКТУРИРАЊЕ И МОДЕРНИЗАЦИЈА НА СЕКТОРОТ	1.1. Обновување на лозови насади 1.2. Окрупнување и/или реструктурирање на лозови насади 1.3. Модернизација и воведување на нови технологии во примарното производство и производството на вино 1.4. Кредитна политика	1.1.1. Поддршка за подигнување на нови лозови насади 1.1.2. Демаркација на производни области 1.1.3. Нова листа на препорачани и одобрени сорти 1.2.1. Окрупнување на земјоделско земјиште и/или комасација на лозови насади 1.2.2. Реалокација и конверзија на лозови насади 1.3.1. Национална програма за рурален развој 1.3.2. IPARD мерки 1.4.1. Земјоделски кредитен дисконтен фонд 1.4.2. Останати кредитни линии
ИНТЕГРАЦИЈА НА ЧИНТЕЛИТЕ ВО СЕКТОРОТ	2.1. Хоризонтална интеграција на примарни производители и на винарски визби 2.2. Вертикална интеграција	2.1.1. Поддршка на здружување на производители 2.1.2. Поддршка на повисоки облици на здружување 2.1.3. Поддршка на здружување на винарски визби 2.3.1. Стимулирање / институционализација на вертикално поврзување во секторот 2.3.2. Регулација на договорни односи меѓу примарни производители и в. визби 2.3.3. Воспоставување на соодветни процедури за работа на Советодавниот одбор за лозарство и винарство
ПОДОБРУВАЊЕ НА КВАЛИТЕТОТ НА ГРОЗЈЕ И ВИНО	3.1. Подобрување на сортен состав на лозови насади и квалитет на винско грозје 3.2. Подобрување на квалитет на вино 3.3. Зајакнување на контролата на квалитет	3.1.1. Правилник за производство и трговија со материјал за вегетативно размножување и производство на саден материјал од винова лоза 3.1.2. Стимулација на домашно производство на сертифициран лозов посадочен материјал 3.2.1. Зајакнување на капацитетот на винарските визби за контрола на квалитет 3.2.2. Правилник за изработка на елаборати за производство на вина со географска ознака 3.2.3. Правилник за работа на Комисија за органо-лептичко оценување на вино 3.2.4. Воспоставување на регионални лаборатории за контрола на квалитет на грозје и вино 3.2.5. Воспоставување и заштита на национален бренд за регионално вино 3.2.6. Поттикнување на користење на брендови (колективни/приватни) 3.3.1. Зајакнување на контролата при производство, увоз и користење на

		посадочен материјал 3.3.2. Зајакнување на системот за следливост на производство на грозје и вино (Регистер лозови насади)
ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ПРЕПОЗНАТЛИВОСТА НА МАКЕДОНСКОТО ВИНО НА НАДВОРЕШНИТЕ ПАЗАРИ	4.1. Промотивни активности 4.2. Инвестиции 4.3. Развој на рурален и вински туризам	4.1.1. Ангажман на професионална маркетиншка куќа за реализација на кампања “Вина од Македонија / Wines of Macedonia” 4.1.2. Поддршка за учество на реномирани меѓународни саемски манифестации 4.1.3. Поддршка за промоција и презентација на македонското вино во странство 4.1.4. Поддршка на домашни вински манифестации 4.1.5. Статии за РМ во реномирани меѓународни списанија и списанија / брошури за меѓународна презентација 4.1.6. Промоција на извозот на вино 4.2.1. Поттикнување на странски директни инвестиции и заеднички вложувања со инвеститори од земји кои се потенцијален пазар за македонското вино 4.3.1. Рурален туризам 4.3.2. Вински туризам 4.3.3. Меѓугранково поврзување и иницијативи