НАЦРТ СТРАТЕГИЈА
ЗА ЛОЗАРСТВО И ВИНАРСТВО

(2010 – 2015)

Вовед

Изготвувањето на Стратегијата за лозарство и винарство има за цел да даде: долгорочни цели и приоритети за развој на лозарството и винарството, потикнувачки мерки за развој на лозарството и винарството, насоки за планирање на маркетингот на македонското вино, како и насоки за утврдување на мерките за подршка во лозарството и винарството..

Оваа стратегија дава преглед на тековната состојба на винскиот сектор во Македонија, тековната состојба на винскиот сектор во светот, преглед на тековната политика на лозарство и винарство и дава насоки за утврдување на новите мерки за подршка во контекст на новите случувања. Националната Стратегија се донесува во период од пет години и тоа од 2010 до 2015 година. Сите анализи изготвени во Стратегијата беа презентирани и дискутирани со релевантните заинтересирани страни поради што беше организирана јавна расправа заради размена на мислења и уврдување на заедничките ставови со сите чинители на винскиот сектор.

Имајќи ги во предвид хиперпродукцијата на вино на глобално ниво, презаситеноста на пазарот со вино и глобалната финансиска криза кои негативно влијаат на пласманот на Македонското вино со оваа стратегија се предвидени мерки за надминување или ублажување на негативните последици од влијанието на светската економска криза. За таа цел е предвидено одвојување на средства за поддршка – субвенции, обезбедување на кредити со зголемен максимален лимит и со поволни каматни стапки, како и поддршка при изнаоѓање на надворешно-трговски партнери.

Во насока на подобра имплементација на Стратегијата и пратење на светските трендови, оваа стратегија ќе биде повторно разгледана во 2012 година.

1. ПРЕГЛЕД НА ТЕКОВНАТА СОСТОЈБА

1.1. Улога на секторот

Лозарството претставува важна стратешка индустриска гранка во Република Македонија од областа на растителното производство. Заедно со производството на вино придонесува со околу 17% - 20% од земјоделскиот Бруто Домашен Производ. Освен тоа, виното е на прво мето во однос на извозот на алкохолни пијалоци, а е на второ место веднаш по тутунот во однос на извозната вредност на земјоделските производи. Ова допринесува за остварување висок девизен прилив на средства.

1.2. Лозарство

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

Ваквата состојба од минатото има влијание во лозарството и производството на вино. Во пазарот се вклучени околу 25.000 фарми од областа на лозарството, од кои 70% се индивидуални стопанства и 30% се земјоделски фирми. Просечната површина на парцелите е помеѓу 1.1 ха и 1.3 ха фрагментирана во неколку парцели со површина од 0.3-0.4 ха.

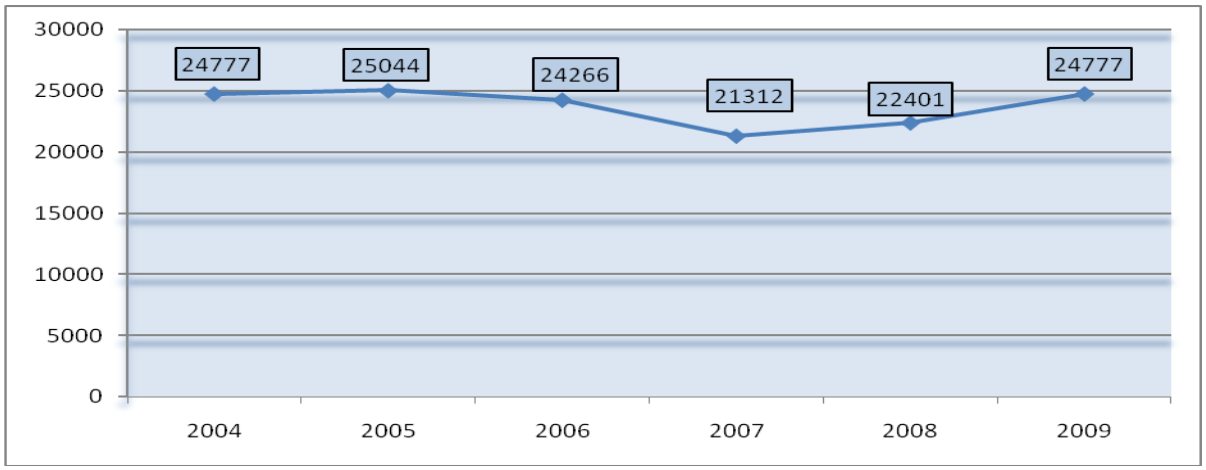
- **Вкупни површини на лозови насади**

Вкупната површина под лозови насади во Република Македонија во периодот од 2004 до 2007 година е намалена за околу 14% (од 24.777 ха во 2004 на 21.312 ха во 2007 година).

Спротивно на овој негативен тренд на опаѓање на површините под лозови насади (2004-2007), во 2008 година е забележан пораст од 1089 ха во однос на 2007 година. Ова зголемување на лозов насад продолжува и во 2009 година со 2.376 ха во однос на 2008 година што се должи на воведувањето на мерката за финансиската поддршка за подигање на нови лозови насади, а со цел подобрување на старосната и сортната структура на лозовите насади. Во последните шест години (2004-2009) површината под лозови насади во просек изнесува 23.762 ха.

Во графикон 1 е даден преглед на податоците за површина под лозови насади за периодот од 2004 до 2009 година.

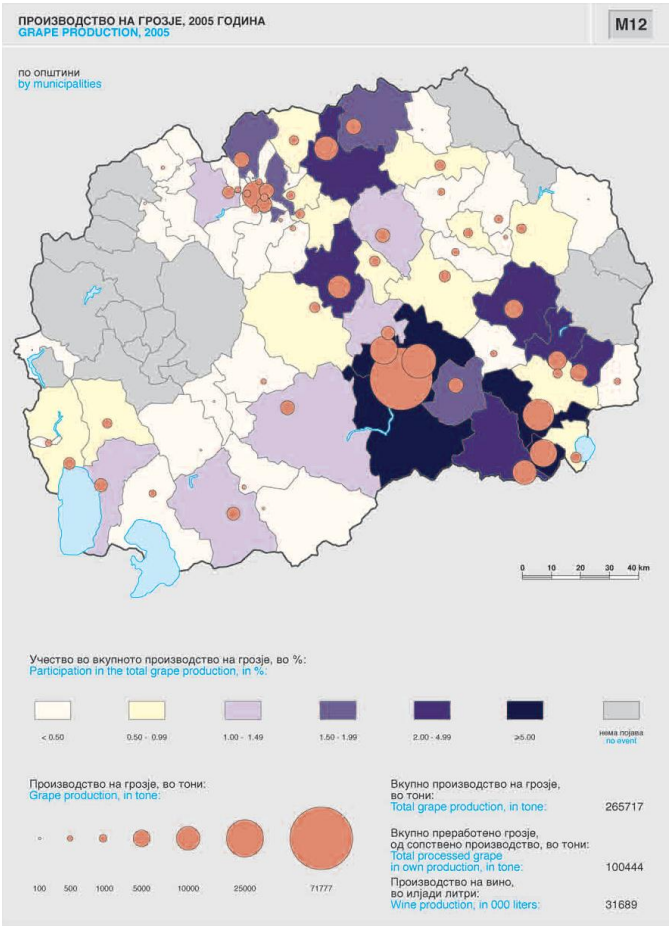
Графикон 1 - Вкупна површина под лозови насади во РМ во период 2004-2009 (во ха)



Извор: Државен завод за статистика

➢ **Географска застапеност на лозовите насади**

Во Република Македонија постои еден лозарски реон кој се совпаѓа со целата територија на Република Македонија. Името на географската област- на реонот е Македонија.



Основното производство е лоцирано по течението на реката Вардар со следниве виногорја: Скопско, Велешко, Тиквешко и Гевгелиско-Валандовско виногорје кое опфаќа околу 83% од вкупното производство на грозје и вино. Останати виногорја во кои се врши производство на грозје и вино со околу 17% се следниве: Струмичко-Радовишко, Овчеполско, Кочанско-Виничко, Кумановско, Кратовско, Прилепско, Битолско и Охридско виногорје.

Во реонот Македонија има 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-валандовкото виногорје, струмичко-радовишкото виногорје, скопското виногорје, велешкото виногорје.

➢ **Структура на лозовите насади**

Ефикасното искористување на земјоделско земјиште во Република Македонија е попречено од неговото фрагментирањето во парцели, како резултат на претходните ограничувања на површини кои може да се користат и поседуваат, обичаите за наследство, како и традицијата за релациите на промет на земјиште (купопродажба).

Слабиот промет на земјиште, кој не придонесе на консолидирањето/окрупнувањето 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 флуктуации 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 неговиот квалитет, локацијата на производство и промовирање на пазар. 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 окцата 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 (моментално се користи механизација само за обработка на почвата и за заштита на виновата лоза). За ампело-технички мерки, берба 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, да се поефтини производството, да се подобри квалитетот и навреме да се обавуваат сите потребни мерки и операции во лозарството.

Долгорочно, постоењето на мали и фрагментирани парцели на лозови насади, дури и со производство со среден интензитет, не овозможува поинтензивна модернизација и механизација при што доведува до резултат да бидеме помалку конкурентни на пазарот. 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 индивидуланиот сектор.

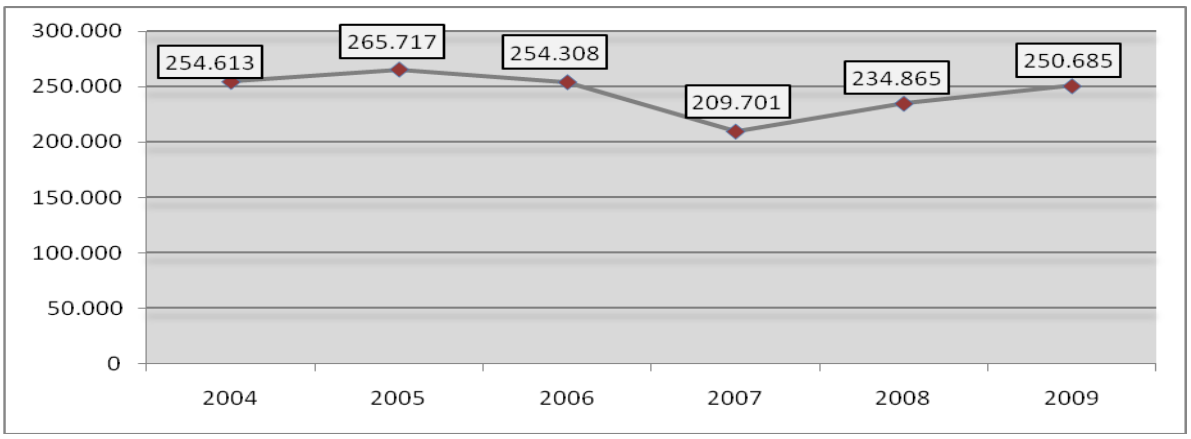
Покрај структурните ограничувања кои се резултат на мали имоти и нивната дополнителна фрагментираност, во Република Македонија, проблем претставува и недостатокот на расадници како и воспоставување на оперативна сертификациска шема за проозвдоство на здрав, висококвалитетен саден материјал согласно ЕППО стандардите.Поради ова во Македонија не се произведува сертифициран саден материјал.Исто така годишното производство на деклариран стандарден материјал е околку 50.000лозови калеми, бројка која не ги задоволува годишните потребиод саден материјал, така што окоу 1.000.000 лозови калеми се внесуваат од надвор. Затоа во поголем дел се увезува од соседните земји (Србија, Италија,Франција) и други земји (особено меѓународни сорти)..Од тие причини се поддржува имплементацијата на сертификациската шема во расадничкото производство како и 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.).

- **Производство на грозје (вклучено винско и трпезно)**

Вкупното производство на грозје во последните шест години (2004-2009) е релативно стабилно, со просечно производство од околу 245.000 тони на годишно ниво. Во 2008 година може да се забележи зголемување на производство на грозје кое

изнесува 234.865 тони, што е за околу 11% повеќе во однос на производство на грозје во 2007 година. Тој тренд на зголемување на производство на грозје продолжува и во 2009 година со количина од 250.658 тони што е за околу 7 % повеќе во однос на 2008 година.
Во графикон 2 е даден преглед на податоците за производство на грозје за периодот од 2004 до 2009 година

Графикон 2 – Производство на грозје во РМ во период 2004-2009 (во тони)



Извор: Државен завод за статистика

Просечно годишно производство во периодот 2004-2009 е околу 245.000 тони (250,685 тони во 2009 од кои околу 28% се трпезно грозје). Просечните приноси во истиот период се 9.7 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 86 официјално регистрирани винарски визби со вкупен капацитет од 2.165.447 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 4 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.

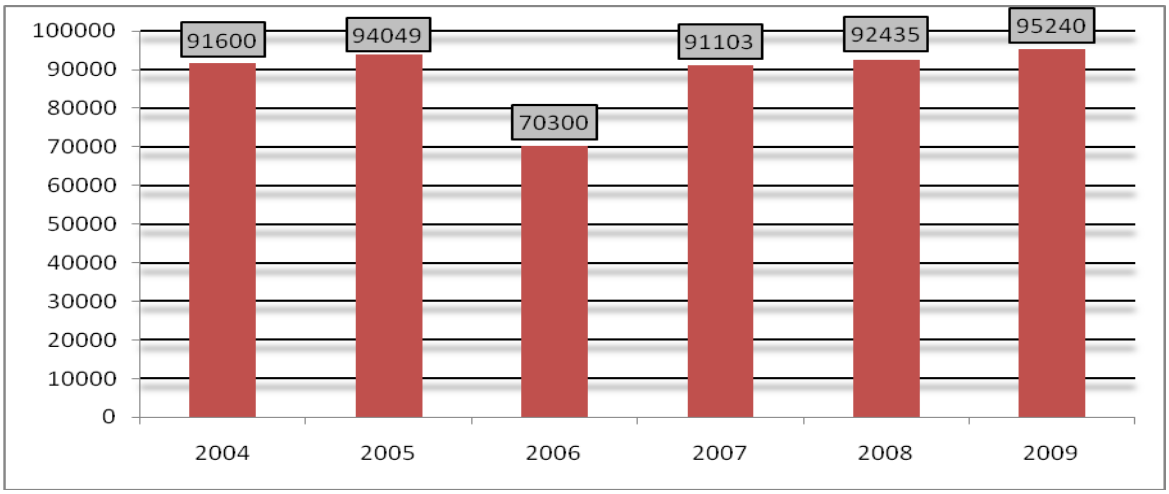
Во последните неколку години, бројот на новите винарски визби (главно производствени погони со мала и средна големина) е зголемен за речиси три пати пати споредено со 2003 година (само 28 регистрирани визби) Овие винарски визби се стремат кон концентрирање на производство на вино полнето во шишиња и 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.

Покрај производството на вино од грозје може да се произведува: сок од грозје, концентрирана шира и шира.

- **Производство и карактеристики на вино**

Во последните шест години (2004-2009) просечно годишното производство на вино изнесува околу 90 милиони литри (Графикон 3). Најмало годишно производство на вино се забележува во 2006 година и изнесува 70.300 hl. Трендот на производство на вино покажува постојани зголемувања во последниве три години (2007 – 2009), каде во 2009 година е забележано најголемо производство на вино и изнесува 95.240 hl.

Графикон 3 – Производство на вино во РМ во период 2004-2009



Извор: Државен завод за статистика

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 однесуваат на оваа зона. Основна карактеристика на оваа зона е дека винатa 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 овоштие 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. 50/10), кој е во согласност со Регулатива од ЕУ за заедничката организација на пазарот (ЗОП) за вино (479/08).

Основни цели на законот се заштитата на интересите на производителите на винско грозје и вино и потрошувачите на вино, подобрување на квалитетот на виното и другите производи од винско грозје и добро функционирање на внатрешниот и надворешниот пазар на винско грозје и вино.

Законот за вино уредува планирање и управување со производствениот потенцијал за производство на винско грозје, производство на вино, пазарот и прометот со вино, класификација на вината, производството, описот, означувањето и заштита на виното и означување и заштита на вината со географски назив. Дополнително со Секторот за лозарство, винарство и овоштарство ,директно одговорна служба за имплементирање на одредбите од Законот за вино е Државниот инспекторат за земјоделство при Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство.

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.

Следниве правилници произлегуваат од Законот за виното (Службен весник на РМ бр. 50/10):

- Правилник за формата, содржината и начинот на одржувањето и функционирањето на Нациналниот регистар на лозови насади и за начинот на пресметување на површините насадени со лозови насади,
- Правилник за за формата, содржината и начинот на поднесување на пријавите за упис во Националниот регистар на лозови насади,

Правилник за формата и содржината на пријавата и начинот на пријавување на промените во националниот регистар на лозови насади

- Правилник за за формата, содржината и начинот на поднесување на пријавите за количините произведени од последната берба на грозје,
- Правилник за формата, содржината и начинот на поднесување на пријавите за количините на купено и продадено грозје од последната берба,
- Листа на одобрени енолошки средства што се употребуваат во производството на вино,
- Правилник за начинот на примена на енолошки средства, нивните карактеристики, како и максималните одобрени количини на енолошки средства и постапки,

- Правилник за формата, содржината и начинот на поднесување на пријавите за количините на вино произведени од тековната винска година и од предтходните вински години,
- Правилник за референтните методи на анализа за утврдување на хемискиот состав на виното,
- Правилник за класификација на сортите на грозје за производство на вино за секоја лозарска област за производство на вино,
- Правилник за поблиските услови во поглед на просториите и опремата за производство на вино,
- Правилник за начинот за пријавување во регистарот на производители на вино, како и формата, содржината и начинот на водење на регистарот на производители на вино,
- Правилник за начинот и постапката за земање и чување на мостри заради издавање на решение за ставање во промет,
- Правилник за формата и содржината на образецот на барањето за земање на мостри заради добивање на решение за ставање на виното во промет,
- Правилник за основните параметри кои се предмет на физичко-хемиската анализа на виното, како и поблиските услови во однос на просториите и опремата кои треба да ги исполнуваат овластени лабаратории,
- Правилник за висината и начинот на наплата на трошоците за вршење на физико-хемиската анализа заради добивање на решение за ставање на виното во промет,
- Правилник за формата, содржината и начинот на поднесување на пријавите за количините на увезената шира и вино,
- Правилник за формата, содржината и начинот на водење на влезните и излезни регистри,
- Правилник за формата, содржината и начинот на употреба на податоците на етикетата на производите од грозје и вино,
- Правилник за постапката и рокот за земање на мостри за проверка на резултатите од мерењето на шекерните единици на грозјето за производство на вино,
- Правилник за формата и содржината на образецот и начинот на поднесување на барањето за добивање на одобрение за садење,
- Правилник за форма и содржината на одобрението за садење.

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

Исто така, откупот на винско грозје за производство на вино како начинот на функционирање на социјално-економските партнери од областа на винарството и лозарството е уредено во Законот за земјоделство и рурален развој (Сл.весник бр. бр49/10)

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 обрвска 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 338,000hl се однесуваат на наливно вино и 61.000hl на вино во шишиња) за 2009 година. Во однос на исполнувањето на квотата за вино во шишиња, во 2009 година, искористеноста на квотата за извоз на вино во шишиња изнесува 9,8%, додека извозената количина на наливно вино е за 21% повеке од дозволената квота за извоз.
Од друга страна, Република Македонија и доделува на ЕУ преференцијална бесцаринска квота од 3.000 хектолитри со годишно зголемување од 300 хектолитри.

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).

Поради зголемениот обем на активности, одделението за лозарство и винарство кое постоеше во рамките на Секторот за земјоделство, прерасна во Сектор за лозарство и винарство и овоштарство.

Промената е направена со цел зголемување на можностите и капацитетите на МЗШВ при имплементација на предвидените планови и програми за подобрување на состојбата во винскиот сектор. Секторот брои три одделенија и тоа: одделение за лозарство и лозов катастар, одделение за винарство и одделение за овоштарство.

Секторотза лозарство и винарство 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, изготвува Решенија за ставање на вино во промет и Решенија за упис во регистарот на производители на вино, води Регистар на производители на вино, води евиденција за производните капацитети на винарските визби, подготвува законски и други општи правни акти од областа на лозарството и винарството, го води и одржува Националниот регистар на лозови насади, го изработува делот од Програмата за финасиска подршка 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 Секторот 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 подазаконските прописи од областа на лозарството и винарството, врши инспекциски надзор над ставањето на виното во промет (на домашниот и странските пазари), зема една мостра на вино во четири примероци заради утврдување на квалитетот на виното, изготвува записник, врши надзор при примената на енолошки средства и постапки, води евиденција за производството на грозје и вино, етикетирање на виното,

внатрешниот промет на грозје и вино, производство и заштита на вина со географски назив,увоз и извоз на грозје и вино, водат контрола на влезните и излезните регистри за вино, води евиденција и контрола врз ископачувањето на лозови насади, реализацијата на одобренијата 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 објектите и деловните простории во кои се произведува, доработува, преработува, негува и чува вино 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 имаа овластена Лабораторијата за вршење на енолошки испитувања и физичко-хемиски анализи на виното.

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 физичко-хемиски анализи на виното, меѓутоа, дури и оваа единствена овластена лабораторија за вино сеуште не е акредитирана.

Агенцијата за финансиска подршка 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 подршка, 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 поширокота 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). Типот на интервенција на политиката преку кои се реализира поддршката во лозарството и винарството се :

1. Мерки на земјоделска пазарно-ценовна политика особено преку мерките на директни плаќања,
2. Мерки за рурален развој, преку кофиниансирање на приватни инвестициони вложувања (од националната програма за рурален развој и за национално кофинансирање на ИПАРД програмата)
3. Мерки за зголемување на понудата на поволни кредити наменети за поддрчка на инвестиции и
4. Капитални инфраструктурни инвестиции во земјоделството (во руралната и пазарната инфрастуктура)

Мерките за директни плаќања се реализираат преку програмата за финансиска поддршка на земјоделството и предвидуваат мерки за поддршка кои се целосно финансирани од страна на буџетот на Република Македонија, додека мерките за рурален развој се реализираат преку Програмата за финансиска поддршка на руралниот развој. Мерките за рурален развој и ИПАРД програмата 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.

Цели и видови на подршки

Финансиска поддршка во земјоделството за 2010 година

Во Програмата за финансиска поддршка во земјоделството за 2010 година предвидени се следниве мерки:

- финансиска поддршка за подигнати нови површини под лозови насади со минимална површина од 0,2ха (во висина од 140.000 ден./ха подигнат насад)
- финансиска поддршка по површини за одржување на постоечки лозови насади на минимум 0,2ха површина.(во висина од 40.000 ден./ха)
- финансиска поддршка за производство на домашен лозов калем од регистрирани производители(во висина од 15 ден./калем).

Напомена: бидејќи финансиската поддршка за произведено и продадено грозје во регистрирани домашни визби) не ги даде очекуваните резултати во насока на продлабочување на соработката и интегрирање на пазарните субјекти од примарното производство на грозје и преработката во вино и не придонесе за подобрување на состојбата во лозарството и винарството, Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство, на барање на производителите на винско грозје, во програмата за финансиската подршка за 2010 година средствата од мерката: Финансиска поддршка за произведено и продадено грозје во регистрирани домашни винарски визби ги пренамени за мерката: Финансиска поддршка за површини под лозови насади со зголемување на висина на подршка од 40.000ден/ха.

Со ова ќе се овозможи корисници на средствата од оваа мерка да бидат не само производителите кои ќе го продадат грозјето на домашните винарски визби, туку и останатите производители на винско грозје.

Исто така во рамките на оваа програма предвидени се мерки од областа на органското производство односно предвидена е дополнителна финасиска поддршка од 30% за сертифицирано лозарско производство или производство во преод.Исто така предвидена е и поддршка за преработка на оргнаски производи (органско вино) и поддршка за продажба ба органски производи(органско вино).

Во програмата за финасиска поддршка спаѓаат и трета група на мерки односно: поддршка на извршување на педолшка анализа за проценка на биохемсикиот состав на почвата со цел правилна употреба на биохемиски средства,
посебни мерки кои опфаќаат поддршка на научно истражувачки апликативни проекти, организација и учество на саеми и манифестации, промоција и маркетинг,
еднократен надомест на трошоци за регистрација на земјоделци за пензиско и инвалидско осигурување и
осигурување на земјоделско произвдство со висина од 60% од вредноста на осигурителната полиса

Преглед на мерките од програмата за финансиска поддршка во лозарството

Година	Финансиска поддршка за произведено и продадено грозје во регистрирани домашни винарски визби		Финансиска поддршка за површини под лозови насади		Финансиска поддршка за подигање нови површини под лозови насади			Финасиска поддршка за домашно производство на лозов калем	
	висина на поддршка ден/кг	вкупно реализирани средства	висина на поддршка ден/ха	вкупно реализирани средства	висина на поддршка ден/ха	вкупно реализирани средства	подигнати лозови насади ха	висина на поддршката (ден./садница)	вкупно реализирани средства
2003					30.000	3.290.100	110		
2004					45.000	11.345.855			
2005					45.000	24.855.217	552		
2006					32.000	21.472.000	671		
2007					85.000	18.726.289	230		
2008	2	282.121.980			120.000	65.035.588	542	15	
2009	2,5	236.302.700	7.500	96.364.322	140.000	78.959.722	741	15	90.000
Вкупно									

Програма за финансиска поддршка на руралниот развој за 2010 година

Во годишната програма за финансиска поддршка на руралниот развој за 2010 во областа на лозарството предвидена е мерка/инвестиција за модернизација на лозарствотоВо оваа мерка предвидени се средства за Инвестиции за модернизација на лозарството која вклучува прифатливи трошоци за инвестиции за набавка на трактори, набавка на опрема и приклучна механизација за припремана почва , за садење ,за берење, за пакување и складирање, набавка на генератори и агрегати за обезбедување на енергија за работа на компјутери за контрола на наводнување , набавка на елементи за конструкција на заштитни објекти за сместување на опрема и мехснизација и др.

Оваа мерка има за цел ко-финансирање на инвестиции во насока на зголемување на конкурентностапреку воведување на нови технологии и модернизација на производството на винското грозје.

Програма за користење на средствата од инструментот за претпристапна помош за рурален развој на Европската Унија (ИПАРД) за период 2007-2013

Во рамките на ИПАРД програмата во делот на лозарството и винарството предвидени се две мерки кои имаат за цел ко-финансирање на инвестиции во насока на зголемување на конкурентноста и надградба или воспоставување на стандарди за производство применливи во ЕУ.

Според оваа Програма, мерка 101 за Инвестиции на земјоделските стопанства со цел нивно преструктуирање и надградба за достигнување на стандардите на ЕУ предвидени се средства за ***обновување на постоечките лозови насади.*** Мерката 103 за инвестиции за преработка и маркетинг на земјоделските и рибните производи за нивно преструктуирање и надградба за достигнување на стандардите на ЕУ предвидува средства за ***инвестиции за набавка на опрема за подобрување на квалитетот на виното.***

3. ПАЗАР И ТРГОВИЈА СО ВИНО

3.1. Домашен пазар

Врз основа на проценката на податоците од Државниот завод за статистика, околу 85.500 hl се консумираат 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

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

Извозот на трпезно грозје е релативно стабилен во изминатите шест години, со благ тренд на пораст, и со просечна количина на извезено трпезно грозје од околу 12.800 тони на годишно ниво за периодот 2004-2009.

Во 2004 година биле извезени околу 12.471 тони винско грозје, додека во 2007 година извозот на винско грозје е драстично зголемен и изнесува 33.620 тони. Просечната количина на извезено винско грозје за периодот 2004-2009 изнесува 19.300 тони на годишно ниво.

Вкупната количина за извоз на трпезно и винско грозје заедно за периодот од 2004 до 2009 година во просек изнесува 32.100 тони

Табела3: Вкупни количини на извезено трпезно и винско грозје (2004-2009 година)

Година	Трпезно грозје (тони)	Винско грозје (тони)	Вкупно (тони)	Вкупна вредност (000 Евра)
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**
2009	**12.817**	**11.281**	**24.098**	**6.810**

Извор: Државен завод за статистика

3.4. 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 2009 година, 338.000хл се за извоз на наливно вино, а 61.000хл 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%. Извозот на вино во 2009 е скоро на исто ниво како во 2008 година. Во 2009 година во споредба со 2008 година, извозот на вино бележи зголемување за околу 10,5%. 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 стана и заради светската економска криза и драстично намалената побарувачка на вино на светските пазари.

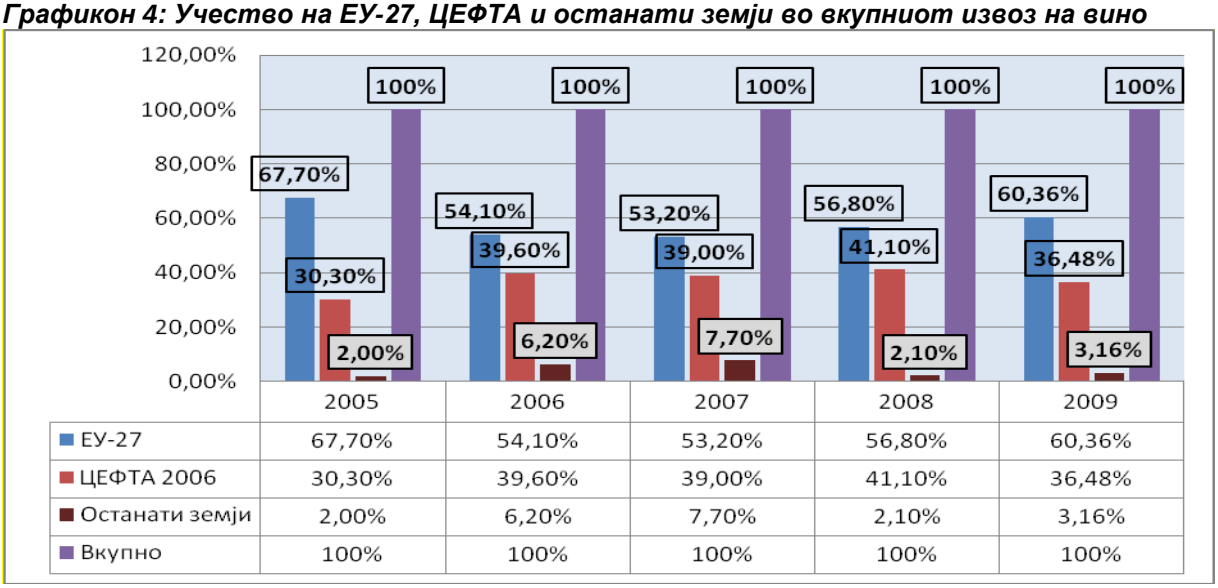
Табела 4: Вкупен извоз на вино за периодот 2004 - 2009 година

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**
2009	415.115	16.256	250.922	20.591	21.648	1.506	**687.685**	**38.353**

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 – 2009 година

Извоз на наливно вино								
	Европска Унија - 27		**ЦЕФТА 2006**		**Останати**		**ВКУПНО**	
Година	**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**
2009	409.124	15.315	179.428	10.236	18.194	999	**606.746**	**26.550**

Извор: Државен завод за статистика
Обработка: Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство

Табела 6: Извоз на вино во шишиња за периодот 2004 – 2009 година

Извоз на вино во шишиња								
	Европска Унија - 27		**ЦЕФТА 2006**		**Останати**		**ВКУПНО**	
Година	**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**
2009	5.991	941	71.496	10.356	3.453	507	**80.940**	**11.803**

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 моментов сеуште е занемарлив.

Табела 7: Најзначајни земји од ЕУ за извоз на вино од Р. Македонија (2006 – 2009 година)

Извоз на Вино од Р. Македонија во Европската Унија - 27			**2006**		**2007**		**2008**		**2009**	
Земја	**Тарифен број**	**Опис**	**Количина во ХЛ**	**Вредност во 1000€**	**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	343	2.255	266	3.291	379	1.500	234
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	346.841	10.746	382.812	12.139	363.590	12.852	395.083	14.728
	Вино вкупно		**350.154**	**11.089**	**385.067**	**12.405**	**366.881**	**13.231**	**396.583**	**14.963**
Бугарија	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	1.639	47	379	39	360	91	365	78
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	56.184	1.894	73.653	2.815	3.235	133	0,00	0
	Вино вкупно		**57.823**	**1.942**	**74.032**	**2.853**	**3.596**	**224**	**365**	**78**
Чешка	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	618	72	468	48	643	65	396	43
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	25.628	861	18.176	554	20.031	569	12,201	464
	Вино вкупно		**26.246**	**933**	**18.644**	**603**	**20.674**	**635**	**12,597**	**507**
Словенија	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	3.993	357	4.043	378	2.977	301	2,716	302
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	4.914	221	6.370	281	1.360	65	515	23
	Вино вкупно		**8.908**	**579**	**10.413**	**659**	**4.336**	**366**	**3,231**	**325**
Полска	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	544	119	154	63	510	131	186,3	47

	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	1.737	55	1.721	65	749	29	336	40
	Вино вкупно		**2.281**	**175**	**1.875**	**129**	**1.259**	**160**	**523**	**87**
Вкупно извоз на вино во Европска Унија - 27	**2204 21**	**Вино од свежо грозје - во шишиња**	**10.926**	**1.062**	**8.904**	**1.072**	**9.000**	**1.205**	**5.991**	**941**
	2204 29	**Вино од свежо грозје - наливно**	**436.741**	**13.836**	**484.547**	**15.947**	**390.648**	**13.711**	**409.125**	**15.316**
	Вино вкупно		**447.667**	**14.898**	**493.451**	**17.019**	**399.648**	**14.916**	**415.116**	**16.257**

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 – 2009 година)

Извоз на Вино од Република Македонија вкупно во Цел свет			**2006**		**2007**		**2008**		**2009**	
Земја	**Тарифен број**	**Опис**	**Количина во ХЛ**	**Вредност во 1000€**	**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	1.062	8.904	1.072	9.000	1.205	**5.991**	**941**
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	436.741	13.836	484.547	15.947	390.648	13.711	**409.125**	**15.316**
	Вино вкупно		**447.667**	**14.898**	**493.451**	**17.019**	**399.648**	**14.916**	**415.116**	**16.257**
Србија	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	45.828	4.632	54.668	6.519	69.776	8.427	54.775	7.192
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	177.301	6.501	195.580	7.919	121.708	5.608	105.207	4.736
	Вино вкупно		**223.128**	**11.133**	**250.248**	**14.439**	**191.484**	**14.035**	**159.982**	**11.928**
Хрватска	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	13.395	2.423	15.692	2.579	14.674	2.669	11.061	2.135
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	85.492	4.438	83.663	5.295	74.067	5.273	71.331	5.309
	Вино вкупно		**98.887**	**6.860**	**99.355**	**7.873**	**88.742**	**7.942**	**82.392**	**7.444**
Русија	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	3.274	218	6.181	464	3.095	243	2.232	215
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	41.826	945	42.386	931	245	11	0,00	0
	Вино вкупно		**45.100**	**1.162**	**48.567**	**1.395**	**3.341**	**254**	**2.232**	**215**
Босна и Херцеговина	2204 21	Вино од свежо грозје - во шишиња	3.204	527	4.514	714	3.433	595	2.677	531
	2204 29	Вино од свежо грозје - наливно	268	25	1.293	93	435	50	1.961	130
	Вино вкупно		**3.472**	**551**	**5.808**	**806**	**3.868**	**645**	**4.638**	**661**
Вкупно Извоз на вино во Цел свет	**2204 21**	**Вино од свежо грозје - во шишиња**	**80.197**	**9.608**	**95.410**	**12.240**	**105.378**	**13.992**	**80.940**	**11.803**
	2204 29	**Вино од свежо грозје - наливно**	**746.621**	**25.956**	**831.424**	**31.328**	**597.995**	**25.179**	**606.747**	**26.551**
	Вино вкупно		**826.818**	**35.564**	**926.834**	**43.568**	**703.373**	**39.171**	**687.686**	**38.354**

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 Аменрикански 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, во 2009 година има зголемување на извозот на 15.000хл 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 добо 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 несодоветен во однос на квалитетот и пазарната атрактивност • Висок процент на лозови насади страда од често замрзнување на окцата поради несоодветната лоцираност • Високи цени за засадување и одржување по хектар за првите три години • Застарена пракса во одлгедувањето 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) • Набавката на лозов саден материјал 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 проширирува на ниво на целата држава. • Развој на безбеден калемарски сектор и/или процедурите за увоз за калемените 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 *Acquis* • Зголемена интеграција на производители, зголемен број и потенцијал на задруженијата на производители на грозје и задруги;
Закани	• Неповолна возрасна 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 лозов 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

Индустрија за вино	
Предности	• Долга традиција во правење вино искористувајќи ги климатските и географските поволности. • 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 – 86 во 2009 • Создадено е Здружение за производители на вино (МакВино). • Поголем број на винарски визби 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 етикетирање. • Недостаток на хоризонтална интеграција на производителите на вино • Туризмот во винарскиот регион се планира само за Тиквешкиот регион, но инфраструктурата мора да се подобри. • Недостаток 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 (Тиквешкиински пат). • Националнто законодавство се усогласува со ЕУ *Acquis*
Закани	• Увоз на квалитетни вина од соседните и меѓународните пазари со конкурентни цени • Увоз на шишиња и тапи (нема локално производство) • • Зголемена конкуренција на светско ниво на вина со висок квалитет, организиран маркетинг и ниски трошоци на производство • Хиперпродукција на вино на глобално ниво • Глобална финансиска криза која негативно влијае на пласманот на македонското вино

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 во областа на лозарството и производството на вино:

- 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“.

Во оваа насока, во рамките на стратешката цел и стратешките приоритети, утврдени се неколку групи на мерки (области на интервенција на политиката) со соодветни мерки и активности за нивна реализација.

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 современтите 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 заштита на земјоделското земјиште
1.3. Модернизација и воведување на нови технологии во примарното производство и производството на вино
1.4. Зголемена кредитна активност

2. ИНТЕГРАЦИЈА НА ЧИНИТЕЛИТЕ 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 неизбалансирани 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,
- индивидулаен 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 транспаретност 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 и винарски визби
2.2. Вертикална интеграција
2.3.

3. ПОДОБРУВАЊЕ НА КВАЛИТЕТОТ НА ГРОЗЈЕТО И ВИНОТО

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 македонската 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 најголемиот 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 оствареният приход на ниво на фарма, винарска визба и државата во целина. За таа цел, утврдени се следниве приоритетни цели:

3.1 Подобрување на квалитетот на винското грозје

3.2 Заштита на квалитетот на виното

3.3 Органско производство на грозје и вино

3.4 Зајакнување на контролата на квалитет

3.5 Зајакнување на системот на следливост

4. МАРКЕТИНГ НА МАКЕДОНСКОТО ВИНО

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 винаа кои доаѓаат од т.н. “Нов свет“ (Чиле, Аргентина и други Јужно-Американски 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 моментов се извезува највеќе наливно вино, но имајќи го во

предвид големиот број на население и разноликост на овие земји, постои можност, со добро осмислена 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 поволните 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 заедничка промоција на квалитетот на македонските вина на странски саеми и други манифестации од сличен карактер.

Покрај тоа, развојот на винскиот, руралниот и транзитниот 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. Зголемување на домашна потрошувачка на вино

4.2. Промоција на македонскто вино на надворешен пазар

4.3. Развој на туризмот

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. Подршка за подигнување на нови лозови насади

Образложение:	Мерката претставува континуитет на тековната мерка за подигнување на нови лозови насади (во рамките на Програмата за финансиска подршка на земјоделството)
Цел:	Зголемување на производниот потенцијал на лозовите насади, 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 3.2.1. и 1.1.4 и приоритетната цел 3.1, а истата е во функција и допринесува за остварување на приоритетната цел 3.2.

1.1.2. Одржување на површината на посотечките лозови насади

Образложение:	Мерката претставува континуитет на тековната мерка за одржување на постоечките лозови насади (во рамките на

Програмата за финансиска поддршка на земјоделството која ззапочна да се реализира од 2009 година)

Цел: Целта на оваа мерка е да се поддржат сите производители на грозје заради оджување на продуктивноста на лозовите насади

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

1.1.3. Реструктурирање на постоечките лозови насади

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 преструктуираат и надградуваат до стандардите на Заедницата и Мерка - Инвестиции во преработката и продажбата на земјоделски производи за преструктуирање 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 и тоа промена на сортен состав, промена на начин на одгледување, промена на систем за наводнување и набавка на специјализирана опрема за обработка на лозов насад.

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..

1.1.4. 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 3.2.1. и приоритетната цел 3.1, а истата е во функција и допринесува за остварување на приоритетната цел 3.2.

1.2. Окрупнување и заштита на земјоделското земјиште

Покрај мерките и активностите кои придонесуваат или се во функција на реализација на оваа приоритетна цел, во рамките на истата 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 VII. Државна помош, во рамките на Законот за земјоделство и рурален развој Сл.весник бр.49/10), 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.

1.3. 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 и подобрување на конкурентоста на лозарството

Образложение: Мерката претставува континуитет на тековните мерки од Програмата за финансиска подршка на руралниот развој (Мерка 1 – Инвестиции за подобрување на конкурентност и модернизација на земјоделските стопанства; 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),

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

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со мерката 1.1.3 (меѓусебно се надополнуваат), а истата е во функција и допринесува за остварување и на приоритетната цел 3.2.

1.4.Зголемена кредитна активност

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 1.1.3, 1.3.1и 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 подршка на микро, мали и средни претпријатија, која се реализира преку Македонската Банка за Подршка 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 1.1.3., 1.3.1 и 1.3.2, а истата е во функција и допринесува за остварување и на приоритетната цел 3.2.

2. ИНТЕГРАЦИЈА НА ЧИНИТЕЛИТЕ 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. Подршка на здружување на производители

Образложение: Мерката предвидува континуитет на сите тековни мерки кои во оваа насока се превземаат во рамките на МЗШВ (Национална програма за рурален развој), како и воведување на нови мерки за потикнување на заедничко организирање/здружување на примарните производители во согласност со новововедените правни норми (Закон за земјоделство и рурален развој, Сл.весник бр.49/10).

Цел: Зајакнување на влијанието и улогата на пазарот на индивидуалните земјоделски производители преку организирани форми на здружување за да се зајакне нивното влијание и улога на пазарот

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. Подршка на повисоки облици на здружување

Образложение: Мерки за подршка на формирање на повисоки облици на здружување на лозарите, на регионално и државно ниво. Мерката предвидува континуитет на сите тековни мерки кои во оваа насока се превземаат во рамките на МЗШВ (Програма за финансиска поддршка во земјоделството)

Цел: Стимулација или здружување заради воспоставување на партнерски однос со државата при воспоставување на правилата во лозарството и винарството, мерките и креирањето на политиката на лозарството и винарството, како и претставување на заедничките интереси на македонското винарстово и лозарство во странство.

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. Подршка 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 односно организирање на ниво на винарски визби заради воспоставување на партнерски однос на државата, координиран пласман на странски пазари и заедничко промовирање на македонското вино. 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 подршка (стимулирање) на вертикалното интегрирање во областа на лозарство и винарство, преку донесување на новиот Закон за вино (Службен весник бр.50/10) и соодветни програми за подршка 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. Регулирање 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 Законот за земјоделство и рурален развој Сл.весник бр.49/10),

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 приоритетната цел 3.1, а истата е во функција и допринесува за остварување на мерката 1.1.1 и приоритетната цел 3.2.

3. ПОДОБРУВАЊЕ НА КВАЛИТЕТОТ НА ВИНСКОТО ГРОЗЈЕ И ВИНОТО

3.1. Подобрување на квалитетот на винско грозје

За реализација на оваа приоритетна цел, покрај директното влијание кое го имаат мерките 3.2.1. и 1.1.4 (опишани погоре), предвидени се и следниве мерки и активности:

3.1.1. Уредување на областа за производство и 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 3.4.

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

Образложение: Мерката предвидува континуитет на тековната финансиска подршка наменета за производство на лозов калем (Програма за финансиска подршка 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 3.4..

3.2. Подобрување на квалитет на вино

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

3.2.1.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 (трпезни, регионални, вина со контролирано потекло и вина со контролирано и гарантирано потекло), 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 моментов 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 1.1.4 и приоритетната цел 3.1, а истата е во функција и допринесува за остварување на мерката 1.1.1 и приоритетната цел 3.2.

3.2.2. Заштита на квалитетот на вината со географско потекло или регистрација и добивање право на користење на географска ознака

Образложение:	Заштита и промоција на географски назив на вината.
Цел:	Цел на оваа активност е формално да се заштити географскиот назив на вината, со што се придонесува за зголемување на квалитетот и препознатливиста на виното.
Врска со други мерки и приоритети:	Мерката е непосредно поврзана со реализација на мерката 3.2.1 1.1.4.

3.2.3. Компензација на производни трошоци по заштитен производ

Образложение:	Заштита и промоција на географски назив на вината. .
Цел:	Целта на оваа активност е промовирање на вината со заштитен географски назив, со кои се зголемува додадената вредност, особено на надворешните пазари
Врска со други мерки и приоритети:	Мерката е непосредно поврзана со реализација на мерката 3.2.1 ,и 1.1.4.

3.2.4. Стимулирање на корисници на заштитен географски назив

Образложение:	Заштита и промоција на географски назив на вината.
Цел:	Целта на оваа активност е промовирање на вината со заштитен географски назив, со кои се зголемува додадената вредност, особено на надворешните пазари
Врска со други мерки и приоритети:	Мерката е непосредно поврзана со реализација на мерката 3.2.1 и 1.1.4

3.2.5. Запишување на меѓународен регистар за заштита на географскиот назив

Образложение:	Заштита и промоција на географски назив на вината.
Цел:	Целта на оваа акивност е да се поддржат винарските визби да ги регистрираат вината со географски назив во меѓународиот регистар (според Лисабонскиот договор) на оваа активност е да се забрза постапката за регистрирање и заштита на трговски марки и географски називи за вина и зајакнување на контролите. .

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со реализација на мерката 3.2.1 и 1.1.4

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

Образложение: Стимулирање на користење и воспоставување на приватни /колективни брендови.

Цел: Цел на оваа активност е да се забрза постапката за регистрирање и заштита на трговски марки и географски називи за вина и зајакнување на контролите. .

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

3.3. Органско производство

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

3.3.1.Потикнување на сертифицирано примарно производство или производство во преод (органско лозарско производство)

Образложение: Поголемо искористување на потенцијалите со кои располага Република Македонија за овој начин на производство.

Цел: Оваа активност има за цел подигање на националната свест за органско производство односно што поголемо искористување на можностите со кои располага РМ за производство на здрав производ со висок извозен потенцијал..

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со реализација на мерката 1.1.2.

3.3.2. Потикнување за преработка на органски производи (органско вино)

Образложение: Поголемо искористување на потенцијалите со кои располага Република Македонија за овој начин на производство.

Цел: Оваа активност има за цел подигање на националната свест за органско производство односно што поголемо искористување на можностите со кои располага РМ за производство на здрав производ со висок извозен потенцијал..

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со реализација на мерката 1.1.2.

3.3.3 Потикнување за продажба на органски производи (органско вино)

Образложение: Поголемо искористување на потенцијалите со кои располага Република Македонија за овој начин на производство.

Цел: Оваа активност има за цел подигање на националната свест за органско производство односно што поголемо искористување на можностите со кои располага РМ за производство на здрав производ со висок извозен потенцијал..

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со реализација на мерката 1.1.2.

3.4. Зајакнување на контролата на квалитет

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

3.4.1. Зајакнување на капцитетот 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 винарски визби.
Цел:	Воведување на систем за внатрешна 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.
Врска со други мерки и приоритети:	Мерката е поврзана со предвидените мерки во рамките на приоритетната цел 3.4

3.4.2.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 серификати од анализата на вино.
Цел:	Децентрализација и либерализација на услугите за контрола на квалитетот на грозјето и виното и достапност на истите во најголемите производни региони за грозје и вино.Тоа ќе придонесе и за намалување на трошоците на производителите.
Врска со други мерки и приоритети:	Мерката ќе има позитивно влијание и ќе придонесува кон реализација на приоритетната цел 3.4.

3.4.3.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 3.1.1. и 3.1.2, а влијае и кон реализацијата на мерката 1.1.1.

3.5. Зајакнување на системот на следливост

3.5.1.Национален регистар на 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.

3.5.2.Имплементирање на софтверот за регистарот на лозови насади и обука за користење на софтверот

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:	Завршување на софтверот за регистарот на лозови насади и обука на подрачните канцеларии за користење
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.

3.5.3. Развој на софтвер за декларација за берба, производство на вино, залихи на вино

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.

3.5.4. Прибирање на алфанумерички и графички податоци

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:	Целта на оваа активност е континуирано ажурирање на податоците
Врска со други	Мерката е во функција и придонесува за соодветна реализација на

мерки и приоритети:	мерките 1.1.1 и 1.2.1, а придонесува и кон реализацијата на мерките во рамките на приоритетната цел 3.2.

3.5.5 Пилот проект за дооформување на базата на регистарот на 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:	Целта на оваа активност е дооформување на базата на регистарот на лозови насади преку прибирање на податоци со консултација со фармери и графичко обележување на парцелите под лозови насади..
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. МАРКЕТИНГ НА МАКЕДОНСКО ВИНО

4.1. Зголемување на домашна потрошувачка на вино

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. Спроведување 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. Подршка на домашни вински манифестации

Образложение:	Подршка 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	Мерката е непосредно поврзана со сите мерки во рамките на

мерки и приоритети: приоритетната цел 4.1.

4.1.3. Кампања за потрошувачка на вино

Образложение: Заштита и промоција на автентичниот имиџ на македонското вино

Цел: Зголемување на потрошувачката на вино во Македонија,со цел потенцирање на квалитетот на домашното вино, а со тоа и поттикнување на сега ниската потрошувачка на вино која изнасува само 8 литри годишно по жител, наспроти 64-те литри по жител во Франција.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со сите мерки во рамките на приоритетната цел 4.1. и со мерката 4.3.

4.2. Зголемување на потрошувачката на вино на надворешен пазар

4.2.1. Подршка за учество на реномирани меѓународни саемски манифестации

Образложение: Подршка 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 реномирани 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 и во корелација со мерките 4.2.3. и 4.2.4. и 4.1.1.

4.2.2. 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 винарстото 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 и 4.2.

4.2.3.Градење на институционален капацитет за промоција на вино

Образложение: Формирање на Агенција за промоција на извозот, 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 мерката 4.2.

4.2.4.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 непосредно поврзана со сите мерки во рамките на приоритетната цел 4.2.

4.3. Развој на 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. Инвестиции за рурална инфраструктура (рурален туризам)

Образложение: Потикнување 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“.

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

4.3.2. Промотивни активности за развој на рурален туризам

Образложение: Потикнување 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: Оваа активност има за цел да помогне за изработка на промотивни материјали за рурален туризам, одбележување на културни и природни знаменитости,изградба на пешачки, велосипедски патеки, итн.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со мерката 4.3.1. и придонесува кон мерката 4.3.3.

4.3.3. Инвестици за реконструкција на објекти на земјоделско стопанство со намена за рурален туризам(вински туризам)

Образложение: Потикнување 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 4.3.4.

4.3.4. Транзитен туризам

Образложение: Зголемување на препознатливоста, автентичноста и традиционалноста на македонското вино

Цел: Целта на оваа активност е да се искористи фактот што коридорот 10 поминува низ вардарскиот регион каде што воглавно се лоцирани поголемиот дел од винарските визби.

Предвидено е по должината на автопатот да се постават инфо точки/знаци, соодветни патокази или билборди,на кој што ќе биде нагласено мотото “Македонија винска земја”.

Ова е со цел да се привлечат туриистите кои се движат по коридорот 10, да ги посетат винариите и да пробаат од македонската винска понуда.

Врска со други мерки и приоритети: Мерката е непосредно поврзана со мерката 4.3.1. и придонесува кон мерката 4.3.2.и 4.3.3.

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 заштита на земјоделско земјиште** **1.3. Модернизација и воведување на нови технологии во примарното производство и производството на вино** **1.4. Зголемена кредитна политика**	*1.1.1 Подигнување на нови лозови насади* *1.1.2. Одржување по површината на постоечките лозови насади* *1.1.3.Реструктурирање на постоечките лозови насади* *1.1.4. Нова листа на препорачани и одобрени сорти* *1.2.1. Окрупнување на земјоделско земјиште* *1.3.1.Инвестиции за модернизација и подобрување на конкурентноста на лозарството* *1.3.2.Инвестиции за набавка на опрема за подобрување на квалитетот на виното* *1.4.1. Земјоделски кредитен дисконтен фонд* *1.4.2. Останати кредитни линии*
ИНТЕГРАЦИЈА НА ЧИНИТЕЛИТЕ ВО СЕКТОРОТ	**2.1. Хоризонтална интеграција на примарни производители и на винарски визби** **2.2. Вертикална интеграција**	*2.1.1. Подршка на здружување на производители* *2.1.2. Подршка на повисики облици на здружување* *2.1.3. Подршка на здружување и интеграција на винарски визби* *2.2.1. Стимулирање / институционализација на вертикално поврзување во секторот* *2.2.2. Регулирање на договорни односи меѓу примарни производители и в. визби*
ПОДОБРУВАЊЕ НА КВАЛИТЕТОТ НА ГРОЗЈЕ И ВИНО	**3.1. Подобрување на квалитетот на винското грозје** **3.2. Заштита на квалитетот на виното** **3.3.Органско производство на грозје и вино** **3.4. Зајакнување на контрола на квалитетот на виното** **3.5.Зајакнување на системот на следливост**	*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. Демаркација на производни области* *3.2.2. Заштита на квалитетот на вината со географско потекло или регистрација и добивање право на користење на географска ознака)* *3.2.3. Компензација на производни трошоци по заштитен производ* *3.2.4. Стимулирање на корисници на заштитен географски назив* *3.2.5. Запишување во меѓународен регистер за заштита на географскиот назив* *Зајакнување на капацитетот на винарските визби за контрола на квалитет* *3.2.6. Потикнување на користење на брендови (колективни/приватни)* *3.3.1.Потикнување на сертифицирано примарно производство или производство*

		во преод (органско лозарско производство) *3.3.2. Потикнување за преработка на органски производи (органско вино)* *3.3.3. Потикнување за продажба на органски производи (органско вино)* *3.4.1.Зајакнување на капацитетот на винарските визби за контрола на квалитет* *3.4.2.Воспоставување на регионални лаборатории за контрола на квалитет на грозје и вино* *3.4.3. Зајакнување на контролата при производство, увоз и користење на посадочен материјал* *3.5.1. Национален регистар на лозови насади* *3.5.2.Имплементирање на софтверот за регистарот на лозови насади и обука* *3.5.3. Развој на софтвер за декларација за берба, производство на вино, залихи на вино за користење на софтверот* *3.5.4.Прибирање на алфанумерички и графички податоци* *3.5.5.Пилот проект за дооформување на базата на регистарот на лозови насади*
МАРКЕТИНГ НА МАКЕДОНСКО ВИНО	**4.1.Зголемување на домашна потрошувачка на вино** **4.2. Промоција на македонското вино на надворешен пазар** **4.3.Развој на туризам**	*4.1.1.Спроведување на кампања "Вина од Македонија / Wines of Macedonia"* *4.1.2. Подршка на домашни вински манифестации* *4.1.3. .Кампања за потрошувачка на вино* *4.2.1. Подршка за учество на реномирани меѓународни саемски манифестации* *4.2.2. Статии за РМ во реномирани меѓународни списанија и прфесионални списанија / брошури за меѓународна презентација* *4.2.3.Градење на институционален капацитет за промоција на вино* *4.2.4.Поттикнување на странски директни инвестиции и заеднички вложувања со инвеститори од земји кои се потенцијален пазар за македонското вино* *4.3.1. Инвестиции за рурална инфраструктура (рурален туризам)* *4.3.2.Прмотивни активности за развој на рурален туризам* *4.3.3. Инвестици за реконструкција на објекти на земјоделско стопанство со намена за рурален туризам(вински туризам)* *4.3.4.. Обележување на Коридор 10 (Македонија винска земја - транзитен туризам)*