KOMISIJAS LĒMUMS

(2004. gada 2. jūnijs)

attiecībā uz valsts atbalstu, ko Itālija (Sicīlijas reģions) paredzējusi piešķirt lauksaimniecības produktu tirdzniecības veicināšanai un reklāmai

(izziņots ar dokumenta numuru K(2004) 1923)

(Autentisks ir tikai teksts itāļu valodā)

(Dokuments attiecas uz EEZ)

(2007/54/EK)

EIROPAS KOPIENU KOMISIJA,

ņemot vērā Eiropas Kopienas dibināšanas līgumu, un jo īpaši tā 88. panta 2. punkta pirmo daļu,

pēc tam, kad ieinteresētās personas aicinātas iesniegt savus apsvērumus saskaņā ar minēto pantu [1], un ņemot vērā iesniegtos apsvērumus,

tā kā:

I. PROCEDŪRA

(1) Ar vēstuli, kas datēta ar 1997. gada 2. septembri un reģistrēta 1997. gada 5. septembrī, Itālijas pastāvīgā pārstāvniecība Eiropas Savienībā saskaņā ar EK Līguma 88. panta 3. punktu paziņoja Komisijai par 6. pantu Sicīlijas reģiona 1997. gada Reģionālajā Likumā Nr. 27.

(2) Ar teleksu VI/41836, kas datēts ar 1997. gada 28. oktobri, Komisijas dienesti aicināja atbildīgās iestādes sniegt paskaidrojumus attiecībā uz palīdzību, ko paredz 1997. gada Reģionālā Likuma Nr. 27 6. pants.

(3) Ar vēstuli, kas datēta ar 1998. gada 19. janvāri, atbildīgās iestādes iesniedza papildu informāciju un paziņoja, ka likums jau ir stājies spēkā. Tāpēc paziņojums tika pārsūtīts uz nepaziņoto atbalstu reģistru ar numuru NN 36/98; Itāliju par to informēja ar 1989. gada 3. aprīļa vēstuli SG (98)D/32328. Tomēr atbildīgās iestādes arī skaidri norādīja, ka ar likumu paredzētās subsīdijas netiks piešķirtas pirms procedūras, kas paredzēta Līguma 88. panta 3. punktā, labvēlīga atrisinājuma.

(4) Ar teleksu VI/13937, kas datēts ar 2000. gada 31. maiju (pirms tā bija versija angļu valodā ar teleksu 2000/VI/10442, kas datēts ar 14. aprīli), Komisijas dienesti aicināja atbildīgās iestādes sniegt skaidrojumus attiecībā uz Reģionālā Likuma Nr. 27/1997 noteikumiem un iesniegt minētā likuma teksta kopiju.

(5) Ar vēstuli, kas datēta ar 2002. gada 31. jūliju un reģistrēta 2002. gada 5. augustā, atbildīgās iestādes iesniedza papildu informāciju par Likuma 5. pantu.

(6) Ar teleksu AGR 024925, kas datēts ar 2002. gada 22. oktobri, Komisijas dienesti aicināja atbildīgās iestādes sniegt paskaidrojumus un izskaidrot nesen iesniegto papildu informāciju, kā arī Reģionālajā Likumā 27/1997 paredzētos pasākumus. Tajā pašā vēstulē Komisijas dienesti atbildīgajām iestādēm norādīja uz iespēju atsaukt attiecīgo paziņojumu, gadījumā, ja saskaņā ar 1997. gada Reģionālā Likuma Nr. 27 6. pantu un, iespējams, saskaņā ar citiem šā likuma noteikumiem paredzētais atbalsts vēl nav sniegts un ja atbildīgās iestādes var garantēt, ka minētā likuma ietvaros nav sniegts un netiks sniegts atbalsts.

(7) Nesaņēmuši atbildi uz iepriekšminēto teleksu, Komisijas dienesti ar teleksu AGR 30657, kas datēts ar 2002. gada 20. decembri, nosūtīja Itālijas varas iestādēm lūgumu, kurā tie aicināja mēneša laikā sniegt pieprasīto informāciju, precizējot, ka, ja līdz attiecīgajam laikam nebūs sniegtas apmierinošas atbildes uz visiem uzdotajiem jautājumiem, Komisijas dienesti patur sev tiesības ierosināt Komisijai izdot rīkojumu attiecībā uz informācijas sniegšanu saskaņā ar 10. panta 3 punktu Padomes Regulā (EK) Nr. 659/1999 (1999. gada 22. marts), kas skaidro EK Līguma 93. panta piemērošanas kārtību [2].

(8) Ar 2003. gada 10. jūlija vēstuli, kas iereģistrēta kā SG (2003) D/230470, Komisija paziņoja Itālijai savu lēmumu par rīkojumu sniegt informāciju par Reģionālā Likuma Nr. 27/1997 6. pantu un 4. pantu; lēmums pieņemts 2003. gada 9. jūlijā (K(2003) 2054 galīgais), pamatojoties uz Regulas (EK) Nr. 659/1999 10. panta 3. punktu.

(9) Ar šo pašu rīkojumu sniegt informāciju Komisija lūdza Itālijai 20 darba dienu laikā pēc tās lēmuma paziņojuma iesniegt visus nepieciešamos dokumentus, informāciju un datus, lai tā varētu konstatēt, vai likumā paredzētais atbalsts ir piešķirts un vai tas ir savienojams ar kopējo tirgu. Papildus uzaicinājumam Itālijai vajadzības gadījumā sniegt arī citu informāciju, kas var būt noderīga iepriekšminēto pasākumu novērtēšanā, rīkojumā tika norādīta arī virkne citas informācijas, kas Itālijai ir jāsniedz.

[1] OV C 48, 24.2.2004., 2. lpp.

[2] OV L 83, 27.3.1999., 1. lpp. Regulā grozījumi izdarīti ar 2003. gada Pievienošanās aktu.

(10) Komisijas dienesti nav saņēmuši nekādu atbildi uz minēto rīkojumu, ne arī lūgumu pagarināt termiņu, līdz kuram vajadzēja būt iesniegtai atbildei.

(11) Ar 2003. gada 17. decembra vēstuli (SG(2003)D/233550) Komisija informēja Itālijas varas iestādes par savu lēmumu K(2003) 4473, kas datēts ar 2003. gada 16. decembri, ar kuru tā uzsāk ES līguma 88. panta 2. punktā paredzēto procedūru, kas attiecas uz atbalsta pasākumiem, kas minēti reģionālā Likuma Nr. 27/1997 4. pantā (Sicīlijas produktu propaganda) un 6. pantā (Kooperatīvi, firmu vīna pagrabi).

(12) Komisijas lēmums par procedūras uzsākšanu ir publicēts *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī* ([3]). Komisija ir aicinājusi ieinteresētās personas iesniegt savus apsvērumus šajā sakarā.

(13) Ar vēstuli, kas datēta ar 2004. gada 10. februāri un reģistrēta 2004. gada 13. februārī, Itālijas pastāvīgā pārstāvniecība Eiropas Savienībā Sicīlijas reģiona vārdā lūdza Komisiju pagarināt termiņu par 20 darba dienām, lai sniegtu informāciju, ko Komisija pieprasīja ar 2003. gada 16. decembra lēmumu K(2003) 4473 galīgais, attiecībā uz Reģionālā Likuma Nr. 27/1997 4. pantu (Sicīlijas produktu propaganda). Tāpat Itālijas varas iestādes paziņoja par savu nolūku atsaukt paziņojumu par atbalstu, kas paredzēts saskaņā ar 6. pantu (Kooperatīvi, firmu vīna pagrabi), kurš, kā norādīts vēstulē, nebija īstenots.

(14) Ar 2004. gada 23. februāra teleksu AGR 05312 Komisijas dienesti apstiprināja, ka Itālijas lūgtais pagarinājums ir akceptēts un stājas spēkā 2004. gada 13. februārī.

(15) Ar vēstuli, kas datēta ar 2004. gada 18. februāri un reģistrēta 2004. gada 26. februārī, Itālijas pastāvīgā pārstāvniecība attiecībā uz šo pašu atbalstu iesniedza lūgumu pagarināt termiņu vēl par 20 darba dienām.

(16) Ar vēstuli, kas datēta ar 2004. gada 24. februāri un reģistrēta 2004. gada 1. martā, pēc tam apstiprināta ar vēstuli, kas datēta ar 2004. gada 12. martu un reģistrēta 2004. gada 17. martā, Itālijas varas iestādes informēja Komisiju par paziņojuma atsaukšanu attiecībā uz atbalstu, kas paredzēts Reģionālā Likuma Nr. 27/1997 6. pantā (Kooperatīvi, firmu vīna pagrabi), kurš, kā norādīts vēstulēs, nebija un netiks īstenots.

(17) Ar 2004. gada 11. marta teleksu AGR 07074 Itālijas varas iestādes tika informētas par faktu, ka netiks piešķirti citi pagarinājuma termiņi attiecībā uz informācijas un/vai apsvērumu iesniegšanu, kas ilgāki par 2004. gada 24. martu, jo Komisijas lēmums par procedūras uzsākšanu bija publicēts 2004. gada 24. februāra *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī,* un beigu termiņš apsvērumu iesniegšanai no trešo personu puses bija paredzēts šajā datumā. Šajā pašā teleksā Komisijas dienesti pieņēma zināšanai paziņojuma atsaukumu attiecībā uz Reģionālā Likuma Nr. 27/1997 6. pantu (Kooperatīvi, firmu vīna pagrabi).

([3]) Sk. 1. zemsvītras piezīmi.

(18) Komisija saņēma piezīmes no Itālijas varas iestādēm attiecībā uz Reģionālā Likuma Nr. 27/1997 4. pantu (Sicīlijas produktu propaganda) un 6. pantu (Kooperatīvi, firmu vīna pagrabi) ar vēstuli, kas datēta ar 2004. gada 15. martu (reģistrēta 2004. gada 18. martā).

(19) Saskaņā ar lēmumu par procedūras uzsākšanu ([4]) šis lēmums attiecas tikai uz valsts atbalstu, kas saskaņā ar Reģionālā Likuma Nr. 27/1997 4. pantu (Sicīlijas produktu propaganda) paredzēts lauksaimniecības produktiem, kuri ir minēti Līguma I pielikumā; atbalsts, kas var būt jau piešķirts un var tikt piešķirts pēc tam, kad stājušās spēkā *Kopienas vadlīnijas, ko piemēro valsts atbalstam to produktu reklāmai, kas ietverti Līguma I pielikumā, kā arī attiecībā uz noteiktiem produktiem, kuri nav ietverti minētajā pielikumā* ([5]), (še turpmāk "reklāmas vadlīnijas"), proti, sākot ar 2002. gada 1. janvāri.

(20) Ņemot vērā, ka Itālija ar vēstuli, kas datēta ar 2004. gada 24. februāri un reģistrēta 2004. gada 1. martā atsauca paziņojumu attiecībā uz Reģionālā Likuma Nr. 27/1997 6. pantu (Kooperatīvi, firmu vīna pagrabi), vairs nav pamata aprakstīt un vērtēt atbalsta pasākumus, kas paredzēti minētajā 6. pantā.

II. ATBALSTA PASĀKUMA DETALIZĒTS APRAKSTS

(21) 4. pants (Sicīlijas produktu propaganda) groza Reģionālā Likuma Nr. 14/1966 17. pantu un ir formulēts sekojoši: "1) Reklāmas kampaņas tieši īsteno Reģionālā ministrija vai tās tiek īstenotas ar Ārējās tirdzniecības institūta starpniecību, ar specializētu organizāciju starpniecību, vai arī ar konsorciju starpniecību, ko izveidojusi Vidusjūras tirdzniecības organizācija un Mesīnas tirdzniecības organizācija vai kas izveidoti no šīm organizācijām un vienas vai vairākām Reģiona tirdzniecības palātām, par pamatu ņemot 15. pantā norādītās programmas. Minētās programmas var būt trīsgadīgas. 2) Ar izņēmumu attiecībā uz iepriekšējā punktā minētajiem konsorcijiem, ja programmu izpilde tiek uzticēta pie valsts vai reģionālās administrācijas nepiederošām organizācijām, jārīkojas saskaņā ar noteikumiem, kas paredzēti attiecībā uz valsts pārvaldes pakalpojumu uzticēšanu".

(22) Neraugoties uz atkārtotajiem Komisijas dienestu pieprasījumiem un Komisijas izdoto rīkojumu par informācijas sniegšanu, kas pieņemts 2003. gada 9. jūlija lēmumā, Itālijas varas iestādes nav sniegušas informāciju, kas ļauj Komisijai kliedēt šaubas par to, ka 4. pants varētu paredzēt valsts atbalstu EK Līguma 87. panta 1. punkta nozīmē, un ja šis ir attiecīgais gadījums, lai novērtētu, vai šo atbalstu būtu iespējams uzskatīt par savienojamu ar kopējo tirgu. Turklāt nebija iespējams noskaidrot, vai attiecīgais atbalsts jau ir piešķirts.

([4]) Sk. OV C 48, 24.2.2004., 2. lpp. publicētā lēmuma 27., 28. un 29. punktu.

([5]) OV C 252, 12.9.2001., 5. lpp.

(23) Savā lēmumā par Līguma 88. panta 2. punktā paredzētās procedūras uzsākšanu attiecībā uz minēto pasākumu Komisija konstatēja, ka šajā procedūras posmā bez informācijas no Itālijas varas iestāžu puses tā nezina, vai Reģionālā Likuma Nr. 27/1997 4. pants paredz valsts atbalsta ieviešanu vai tā izmaiņas attiecībā uz Līguma I pielikumā minēto lauksaimniecības produktu tirdzniecības veicināšanu un/vai reklāmu.

(24) Turklāt Komisija izteica šaubas attiecībā uz atbalsta pasākumu atbilstību kopējam tirgum, jo bez atbildēm no Itālijas varas iestāžu puses Komisijai nebija skaidrs, vai finansējamie pasākumi saskaņā ar likuma 4. pantu bija atbilstīgi noteikumiem, kas piemērojami šāda veida atbalstam, vai noteikumiem, kas noteikti *Kopienas vadlīnijās par atbalstu reklāmai*.

(25) Turklāt, ņemot vērā izmaiņas 4. pantā minēto reklāmas programmu un produktu tirdzniecības veicināšanas kampaņu īstenošanā, kas aprakstītas iepriekš 21. apsvērumā, Komisija apšaubīja, vai tur paredzētais valsts atbalsts, kas paredzēts šajā gadījumā, varētu būt īstenots saskaņā ar Kopienas noteikumiem valsts pasūtījuma jomā. Kas attiecas uz organizāciju un iestāžu, kam uzdots veikt reklāmas kampaņas, tiešo izvēli, Komisija šaubījās, vai starp līgumslēdzējām varas iestādēm un iepriekš izvēlētiem pakalpojumu sniedzējiem uz godīga pamata varēja tikt noslēgts reģistrējams līgums un vai šajā gadījumā varēja tikt izpildīti *Teckal* spriedumā ([6]) fiksētie stingrie noteikumi. Pieļaujot, ka šie nosacījumi netika ievēroti, Komisija šaubījās, vai starpnieku izvēle ir notikusi saskaņā ar noteikumiem, kas jāpiemēro attiecībā uz Padomes Direktīvu 92/50/EEK ([7]), un sekojot principiem, kas noteikti Līgumā, jo īpaši tiem, kas attiecas uz vienlīdzīgu attieksmi un caurskatāmību, garantējot "pietiekamu publicitātes pakāpi", kā to prasa tiesa ([8]).

III. TREŠO PERSONU APSVĒRUMI

(26) Komisija nav saņēmusi apsvērumus no trešām personām.

IV. ITĀLIJAS APSVĒRUMI

(27) Komisija saņēma Itālijas apsvērumus Sicīlijas reģiona vārdā ar vēstuli, kas datēta ar 2004. gada 15. martu un reģistrēta 2004. gada 18. martā.

(28) Vēstulē Itālijas varas iestādes apstiprināja paziņojuma atsaukšanu attiecībā uz reģionālā Likuma Nr. 27/1997 6. pantu un iesniedza savus apsvērumus attiecībā uz 4. pantu.

(29) Jo īpaši Itālijas varas iestādes norādīja, ka 4. panta (Sicīlijas produktu propaganda) ieviestie grozījumi Reģionālā Likuma Nr. 14/1966 17. pantā attiecībā uz reklāmas kampaņām, ko veic konsorciji, ko izveidojusi Vidusjūras tirdzniecības organizācija vai Mesīnas tirdzniecības organizācija vai kas izveidoti no šīm organizācijām un vienas vai vairākām Reģiona tirdzniecības palātām, nav tikuši piemēroti, jo minētie konsorciji nekad nav tikuši izveidoti.

(30) Saskaņā ar iesniegto informāciju reklāmas programmas tieši īsteno Reģionālā ministrija vai tās tiek īstenotas ar Ārējās tirdzniecības institūta starpniecību (nolīgumi slēgti 1993.–1998. gadā un 1999.–2001.–2003. gadā vienošanos kontekstā starp Ražošanas ministriju un reģioniem). Atbildīgie darbinieki izvēlas projektus, kuri ik gadu tiek piedāvāti finansēšanai, un gādā par to īstenošanai nepieciešamo pakalpojumu nodrošināšanu saskaņā ar attiecīgajiem spēkā esošajiem noteikumiem, ievērojot tirgus normas, izņemot gadījumus, kad ar organizatoriem pastāv līgumi par izņēmuma tiesībām.

(31) Reģionālās ministrijas kompetences attiecas ne tikai uz lauksaimniecības un pārtikas sektoru, bet arī uz citiem sektoriem (amatniecība, izdevēju darbība, tekstilrūpniecības sektors utt.). Attiecībā uz aplūkojamo sektoru, aktivitātes, kas tiek 100 % finansētas no valsts fondiem, ir šādas:

a) piedalīšanās izstādēs un gadatirgos Itālijā un ārzemēs: izmaksas, kas tieši nepieciešamas izstādes platības nomai, stenda ierīkošanai, ūdens un elektrisko pieslēgumu veikšanai, iekļaušanai oficiālajā pasākuma katalogā, ar to saistītajai reklāmai, tulku nodrošināšanai, transportam un apdrošināšanai;

b) starptautisku semināru organizēšana Itālijā un ārzemēs: nepieciešamās izmaksas tikšanos organizēšanai un norisei (telpu īre, iekārtošana, tulku pakalpojumi, reklāma, utt.);

c) reklāma ar plašsaziņas līdzekļu starpniecību (prese, plakāti, radio, televīzija).

(32) Finansējuma saņēmēji par a) un b) punktā uzskaitītajām izmaksām ir uzņēmumu konsorciji un Sicīlijas tirdzniecības palātā regulāri reģistrētie uzņēmumi. Saņēmēju izvēle notiek, balstoties uz dalības pieteikumiem, kas iesniegti pēc ikgadēja publiska paziņojuma publicēšanas, un pamatojoties uz iepriekš noteiktiem atlases parametriem, kas ir publicēti Sicīlijas reģiona Oficiālajā vēstnesī. Saskaņā ar 4. apsvērumu Komisijas 2001. gada 12. janvāra Regulā Nr. 69/2001 par EK Līguma 87. un 88. panta piemērošanu *de minimis* atbalstam ([9]), atbalsts, kas minēts a) un b) punktā, neietilpst eksporta atbalstā un kopš 2002. gada tam tiek piemērots minimālais atbalsts. Lauksaimniecības un pārti-

([6]) Tiesas spriedums, datēts ar 1999. gada 18. novembri, lietā C-107/98, Teckal Srl pret Comune di Viano and Azienda Gas-Acqua Consorziale (AGAC) di Reggio Emilia [1999] ECR I-8121.

([7]) OV L 209, 24.7.1992., 1. lpp. Direktīvā jaunākie grozījumi izdarīti ar 2003. gada Pievienošanās aktu.

([8]) Tiesas spriedums, datēts ar 2000. gada 7. decembri, lietā C-324/98, Teleaustria Verlags GmbH un Telefonadress GmbH pret Telekom Austria AGTeleaustria [2000] ECR I-10745.

([9]) OV L 10, 13.1.2001., 30. lpp.

kas sektorā, ja atsaucamies uz reklāmas vadlīnijām, attiecīgais atbalsts var tikt pielīdzināts "fleksiblajam" atbalstam, ko regulē 14.1. sadaļa Kopienu vadlīnijās valsts atbalstam lauksaimniecības sektorā ([10]) un kas attiecināmas uz "konkursu, izstāžu un gadatirgu organizēšanu". Turklāt, neraugoties uz faktu, ka Reģionālais Likums skaidri nepiemin maksimālo summu 100 000 euro apmērā uz saņēmēju triju gadu laikā, piešķirtais atbalsts katram uzņēmumam par piedalīšanos gadatirgū vai seminārā, noturas krietni zem šī līmeņa.

(33) Kas attiecas uz reklāmu ar plašsaziņas līdzekļu starpniecību, Itālijas varas iestādes precizēja, ka veiktās reklāmas kampaņas gan valsts, gan Kopienas teritorijā konkrētā veidā neattiecas uz viena konkrēta uzņēmuma vai uzņēmumu grupas produktiem, bet reklamē produktus vispārīgā veidā, lai ar tiem iepazīstinātu, neuzsverot izcelsmi, arī tad, ja runa ir par tipiskiem reģiona produktiem. Attiecībā uz reklāmas kampaņām lauksaimniecības un pārtikas sektorā, patērētājiem nodotais vēstījums attiecas uz produktu vai produktu grupu, nesasaistot to ar ražošanas uzņēmumiem reģionā. Reklāma ir vispārēja, tā neaicina iegādāties produktus tikai tāpēc, ka tiem ir reģionāla izcelsme, un nevar tikt uzskatīta par negatīvu reklāmu attiecībā uz citu dalībvalstu produktiem. Tādējādi nepastāv neatbilstība Līguma 28. pantam.

(34) Itālijas varas iestāžu iesniegtie apsvērumi attiecas gan uz Eiropas Kopienā, gan trešās valstīs veiktajām tirdzniecības veicināšanas un reklāmas iniciatīvām, tāpēc līdz ar to ir ņemti vērā tie paši kritēriji.

V. ATBALSTA NOVĒRTĒJUMS

(35) Saskaņā ar Līguma 87. panta 1. punktu ar kopējo tirgu, ciktāl tas skar tirdzniecību starp dalībvalstīm, nav savienojams jebkāda veida atbalsts, ko piešķir valsts vai kas piešķirts valsts līdzekļu veidā, kas kropļo vai var kropļot konkurenci, atbalstot atsevišķus uzņēmumus vai atsevišķus produkcijas veidus.

(36) Minētais pasākums paredz atbalsta piešķiršanu specifiskiem lauksaimniecības uzņēmumiem Sicīlijā, pateicoties reģionālajiem valsts resursiem; tādējādi šie uzņēmumi neapšaubāmi gūs labumu no ekonomiskām un finansiālām priekšrocībām, kas tiem nepienākas, tai pašā laikā pastāvot citiem uzņēmumiem, kas tās nevar izmantot. Saskaņā ar Eiropas Kopienu Tiesas praksi, uzņēmums, kura konkurences pozīcijas tiek uzlabotas, pateicoties valsts atbalstam, parasti kropļo konkurenci attiecībā uz konkurējošiem uzņēmumiem, kuri nesaņem valsts atbalstu ([11]).

([10]) OV C 28, 1.2.2000., 2. lpp. Labots ar OV C 232, 12.8.2000., 17. lpp.

([11]) Tiesas spriedums, datēts ar 1980. gada 17. septembri, C-730/79, Philip Morris Holland BV pret Eiropas Kopienu Komisiju [1980] ECR 2671, 11. un 12. punkts.

(37) Pasākums ietekmē tirdzniecību starp dalībvalstīm, jo lauksaimniecības produktu tirdzniecība starp Eiropas Savienības valstīm ir ievērojama, kā tas redzams arī tabulā ([12]), kurā parādīta kopējā vērtība lauksaimniecības produktu importā un eksportā starp Itāliju un Kopienu laikposmā no 1997. līdz 2001. gadam ([13]). Nevar neievērot, ka starp Itālijas reģioniem Sicīlija ir viena no lielākajām lauksaimniecības produktu ražotājām.

	Visa lauksaimniecība	
	Miljoni ECU-EUR	Miljoni ECU-EUR
	Eksports	Imports
1997.	9 459	15 370
1998.	9 997	15 645
1999.	10 666	15 938
2000.	10 939	16 804
2001.	11 467	16 681

(38) Turpinot izklāstīt apsvērumus, ir jāatceras, ka Tiesa ir paziņojusi, ka atbalsts uzņēmumam var kropļot tirdzniecību starp dalībvalstīm un konkurenci, ja šis pats uzņēmums, pats nebūdams eksportētājs, konkurē ar produktiem, kas nākuši no citām dalībvalstīm. Kad kāda dalībvalsts piešķir subsīdijas kādam uzņēmumam, iekšējais ražošanas apjoms tā rezultātā var stabilizēties vai palielināties, kā rezultātā samazinās citu dalībvalstu uzņēmumu iespējas eksportēt savus produktus šīs dalībvalsts tirgū. Tādējādi šāds atbalsts kaitē tirdzniecībai starp dalībvalstīm un kropļo konkurenci ([14]).

(39) Komisija tādējādi secina, ka uz aplūkojamo pasākumu attiecas aizliegums, saskaņā ar Līguma 87. panta 1. punktu, ko Itālijas varas iestādes nekad nav apstrīdējušas.

(40) Aizliegums, kas minēts Līguma 87. panta 1. punktā, ietver izņēmumus, kas paredzēti tā paša 87. panta 2. un 3. punktā.

(41) 87. panta 2. punkta a), b) un c) apakšpunktā uzskaitītie izņēmumi nepārprotami nav piemērojami, ņemot vērā attiecīgā atbalsta raksturu un tā mērķus. Patiesībā Itālijas

([12]) Avots: Eurostat.

([13]) Saskaņā ar Tiesas pastāvīgo praksi, tirdzniecības izkropļojums rodas, tiklīdz atbalstu saņēmušais uzņēmums veic saimniecisko darbību tirdzniecībā starp dalībvalstīm. Fakts, ka atbalsts nostiprina minētā uzņēmuma stāvokli, salīdzinājumā ar tā konkurentiem, ja tirdzniecība notiek Kopienas teritorijā, pats par sevi liek domāt, ka tirdzniecība ir izkropļota. Kas attiecas uz valsts atbalstu lauksaimniecības sektorā, tagad ir pastāvīga tiesas prakse, ka noteikts atbalsts ietekmē tirdzniecību starp Eiropas Kopienas valstīm un konkurenci arī tad, ja piešķirtais atbalsts ir relatīvi mazs un ir sadalīts vairākiem uzņēmējiem. Sk. Tiesas spriedums, datēts ar 2002. gada 19. septembri, lietā C-113/00, Spānijas Karaliste pret Eiropas Kopienu Komisiju, [2002] ECR I-7601, 30. līdz 36. un 54. līdz 56. punkts; Tiesas spriedums, datēts ar 2002. gada 19. septembri, lietā C-114/00, Spānijas Karaliste pret Eiropas Kopienu Komisiju, [2002] ECR I-7657, 46. līdz 52. un 68. līdz 69. punkts.

([14]) Tiesas spriedums, datēts ar 1998. gada 13. jūliju, lietā 102/87 Francijas Republika pret Eiropas Kopienu Komisiju, [1988] ECR 4067.

varas iestādes nav atsaukušās uz 87. panta 2. punkta a), b) un c) apakšpunkta piemērošanu.

(42) Arī 87. panta 3. punkta a) apakšpunkts nav piemērojams šajā gadījumā, jo atbalsts nav paredzēts ekonomiskās attīstības veicināšanai reģionos, kuros ir ļoti zems dzīves līmenis vai arī liels bezdarbs. Turklāt Itālija nav atsaukusies uz 87. panta 3. punkta a) apakšpunkta piemērošanu.

(43) 87. panta 3. punkta b) apakšpunkts arī nav piemērojams attiecīgajam atbalstam, jo tas nav paredzēts nozīmīga projekta, kas ir svarīgs kopējām Eiropas interesēm, realizācijas veicināšanai, kā arī neparedz palīdzības pasākumus nopietnu traucējumu novēršanai Itālijas ekonomikā. Turklāt Itālija nav atsaukusies uz 87. panta 3. punkta b) apakšpunkta piemērošanu.

(44) Šis atbalsts nav ne paredzēts, ne piemērots, lai īstenotu kultūras veicināšanas un mantojuma saglabāšanas mērķus, kas minēti 87. panta 3. punkta d) apakšpunktā, uz kuru Itālija nav arī atsaukusies.

(45) Ņemot vērā attiecīgā atbalsta raksturu un tā mērķus, vienīgais piemērojamais izņēmums ir EK Līguma 87. panta 3. punkta c) apakšpunktā paredzētais.

Piemērojamie noteikumi

(46) 45. apsvērumā minētā izņēmuma piemērojamība ir jāvērtē saskaņā ar noteikumiem, kuri attiecas uz valsts atbalsta piešķiršanu lauksaimniecības produktu tirdzniecības veicināšanai un reklāmai, vai arī saskaņā ar noteikumiem reklāmas vadlīnijās ([15]).

(47) Saskaņā ar reklāmas vadlīniju 7.1. sadaļas noteikumiem Komisija šīs pamatnostādnes piemēros sākot ar 2002. gada 1. janvāri jaunajam valsts atbalstam, tai skaitā arī atbalstam, kura paziņošana ir sagatavošanas posmā. Saskaņā ar Regulas (EK) Nr. 659/1999 1. panta f) punktu nelikumīgs atbalsts, tiks vērtēts saskaņā ar noteikumiem un vadlīnijām, kas ir spēkā dienā, kad šis atbalsts ir piešķirts.

(48) Saskaņā ar lēmumu par procedūras uzsākšanu, kurā Komisija izteica šaubas attiecībā uz aplūkojamo pasākumu atbilstību noteikumiem, kas pašlaik piemērojami šā veida atbalstam ([16]), šis lēmums attiecas tikai uz atbalstu, kas ir piešķirts, un uz atbalstu, kas tiks piešķirts no 2002. gada 1. janvāra Līguma I pielikumā minēto lauksaimniecības produktu tirdzniecības veicināšanai un reklāmai.

(49) Attiecībā uz atbalstu reklāmai, reklāmas vadlīniju 8. punktā ir noteikts, ka reklāmas jēdzienā neietilpst tādas reklāmas darbības kā zinātniska rakstura informācijas izplatīšana, gadatirgu un izstāžu organizēšana vai piedalīšanās līdzīgos pasākumos, kā arī piedalīšanās tamlīdzīgās iniciatīvās sabiedrisko attiecību jomā, tai skaitā viedokļu aptauju un tirgus pētījumu veikšanā. Valsts atbalstu reklāmas pasākumiem plašā nozīmē regulē 13. un 14. sadaļa Kopienas vadlīnijās par valsts atbalstu lauksaimniecības sektorā ([17]). Paziņojumā nav precizēts, vai attiecīgais atbalsts tiek piešķirts tikai maziem vai vidējiem uzņēmumiem, kas attiecīgi izslēdz iespēju piemērot Komisijas 2003. gada 23. decembra Regulu (EK) Nr. 1/2004 par EK Līguma 87. un 88. panta piemērošanu valsts atbalstam mazajiem un vidējiem uzņēmumiem, kuri darbojas lauksaimniecības produktu ražošanas, pārstrādes un tirdzniecības sektorā ([18]).

(50) Attiecībā uz atbalstu reklāmai, reklāmas vadlīniju 7. punktā ir noteikts, ka jēdziens "reklāma" neattiecas tikai un vienīgi uz darbībām, kas tiek veiktas ar plašsaziņas līdzekļu (proti, preses, radio, televīzijas vai sludinājumu) starpniecību ar nolūku pārliecināt patērētājus iegādāties noteikto produktu; šis jēdziens ietver arī jebkuras citas darbības, kuru mērķis ir pārliecināt uzņēmumus vai patērētājus iegādāties noteiktu produktu, kā arī dažāda veida informatīvā materiāla izplatīšanu patērētājiem tajā pašā nolūkā, tai skaitā veicot patērētāju uzmanību piesaistošus reklāmas pasākumus tirdzniecības punktos.

Atbalsts, kas paredzēts produktu tirdzniecības veicināšanai

(51) Spriežot pēc pieejamās informācijas, redzams, ka šī lēmuma 31. apsvēruma a) un b) apakšpunktā un 32. apsvērumā aprakstītais atbalsts, kas paredzēts dalībai gadatirgos un semināros Kopienā un ārpus tās, var tikt pilnībā pielīdzināts atbalstam, kas paredzēts produktu tirdzniecības veicināšanai, tikai tad, ja konkrētā rīcība neietver ne darbības ar nolūku pārliecināt uzņēmējus vai patērētājus iegādāties noteiktu produktu, ne ar šo pašu mērķi patērētājiem tieši izplatītu materiālu. Pamatojoties uz reklāmas vadlīniju 7. punktu, par atbalstu reklāmai tiek uzskatīts atbalsts, kas piešķirts darbībām, kuru nolūks ir pārliecināt uzņēmējus vai patērētājus iegādāties noteiktu produktu, un ar šo pašu mērķi patērētājiem tieši izplatītam materiālam.

(52) Ņemot vērā, ka pasākumi, kas paredzēti dalībai gadatirgos un semināros Kopienā un ārpus tās, patiesībā ir uzskatāmi par atbalstu reklāmai saskaņā ar 13. un 14. punktu Kopienas vadlīnijās valsts atbalstam lauksaimniecības sektorā, atbalstu var piešķirt līdz pat 100 % apmērā, tomēr tas nevar pārsniegt EUR 100 000 uz saņēmēju un uz trīs gadiem. Šo maksimālo summu drīkst pārsniegt gadījumā, kad atbalsts tiek piešķirts uzņēmumiem, kuri ietilpst mazo un vidējo uzņēmumu definīcijā, kas ietverta Komisijas 2001. gada 12. janvāra Regulā (EK) Nr 70/2001 par EK Līguma 87. un 88. panta piemērošanu, sniedzot valsts

([15]) Sk. 5. zemsvītras piezīmi.

([16]) Sk. OV C 48, 24.2.2004., 2. lpp. publicētā lēmuma 27., 28. un 29. punktu.

([17]) Sk. 9. zemsvītras piezīmi.

([18]) OV L 1, 3.1.2004., 1. lpp.

atbalstu maziem un vidējiem uzņēmumiem ([19]), ja vien tas nepārsniedz 50 % no attaisnotajām izmaksām. Lai aprēķinātu palīdzības kopsummu, par saņēmēju tiek uzskatīts pakalpojumu saņēmējs. Kā redzams no Itālijas varas iestāžu iesniegtajiem apsvērumiem, attiecīgie produktu tirdzniecības veicināšanas pasākumi ir finansēti, ievērojot minēto atbalsta maksimālo apjomu, un tādējādi tie ir atbilstīgi šajā jomā piemērotajiem noteikumiem. ([20]).

(53) Saskaņā ar 14. nodaļu Kopienas vadlīnijās valsts atbalstam lauksaimniecības sektorā, nepieciešamība izvairīties no konkurences kropļošanas pieprasa, lai visiem, kas ir tiesīgi saņemt atbalstu attiecīgajā zonā, ir iespējams saņemt šo atbalstu, pamatojoties uz objektīvi noteiktiem kritērijiem. Pamatojoties uz Itālijas sniegto un iepriekš šī lēmuma 32. apsvērumā izklāstīto informāciju, šis nosacījums ir izpildīts ([21]). Atbalsts, kas tiek piešķirts tikai noteiktām asociācijām un paredzēts tikai šo asociāciju dalībnieku atbalstam, nesekmē attiecīgā sektora attīstību kopumā un ir uzskatāms par atbalstu darbībai. Attiecīgi, ja šos pakalpojumus nodrošina ražotāju asociācijas vai citas lauksaimnieku savstarpējas palīdzības organizācijas, tiem ir jābūt pieejamiem visiem lauksaimniekiem. Līdzīgos gadījumos iespējamās iemaksas attiecīgās asociācijas vai organizācijas administratīvajās izmaksās, nedrīkst pārsniegt pakalpojuma sniegšanas izmaksas.

Atbalsts reklāmai

(54) Gadījumā, ja šajā atbalstā paredzētas arī darbības, kuru mērķis ir pārliecināt uzņēmumus vai patērētājus iegādāties noteiktu produktu, vai darbības, kas saistītas ar materiālu tiešu izplatīšanu patērētājiem (piemēram, reklāma tirdzniecības vietā vai reklāma, kas vērsta uz uzņēmumiem, kuri darbojas lauksaimniecības un pārtikas rūpniecībā, ir izplatītāji vairumtirdzniecībā vai mazumtirdzniecībā, restorāniem, viesnīcām un citiem atpūtas uzņēmumiem), augšminētie atbalsta pasākumi dalībai gadatirgos vai semināros ir jāvērtē saskaņā ar noteikumiem, kas piemērojami reklāmas atbalstam, tāpat kā reklāmas pasākumi, kas īstenoti ar plašsaziņas līdzekļu starpniecību (prese, sludinājumi, radio, televīzija), kuri ir aprakstīti šī lēmuma 31. apsvēruma c) apakšpunktā un 33. apsvērumā.

(55) Saskaņā ar reklāmas vadlīnijām, ar reklāmu saistītās izmaksas jāuzņemas tiem pašiem ražotājiem un uzņēmējiem, jo tā ir viņu saimnieciskās darbības neatņemama sastāvdaļa.

(56) Tāpēc, lai atbalsts reklāmai netiktu uzskatīts par atbalstu darbībai un lai tas tiktu uzskatīts par atbilstošu kopējam tirgum saskaņā ar Līguma 87. panta 3. punkta c) apakšpunktu, tas nedrīkst mainīt tirdzniecības noteikumus tādā veidā, ka tie nonāk pretrunā ar kopējām interesēm (negatīvie kritēriji), un tam ir jāveicina konkrētu darbību vai konkrētu ekonomikas reģionu attīstību (pozitīvie kritēriji). Turklāt valsts atbalstam jāievēro Kopienas starptautiskās saistības, kas attiecībā uz lauksaimniecības sektoru ir izklāstītas 1994. gada nolīgumā par lauksaimniecību OMC-GATT.

(57) Atbilstība negatīvajiem kritērijiem, saskaņā ar reklāmas vadlīniju 3.1. sadaļu, ir pakārtota nosacījumam, ka valsts atbalsts nav paredzēts reklāmas kampaņām, kas pārkāpj EK Līguma 28. pantu (3.1.1. sadaļa), vai kampaņām, kas ir pretrunā atvasinātajiem Kopienas tiesību aktiem (3.1.2. sadaļa), vai arī reklāmai attiecībā uz noteiktiem uzņēmumiem (3.1.3. sadaļa). Turklāt, ja no valsts līdzekļiem finansētu reklāmas darbību īstenošana tiek uzticēta privātiem uzņēmumiem, tad nolūkā izslēgt iespējamu atbalsta piešķiršanu tādiem uzņēmumiem tiek pieprasīts, lai attiecīgā privātā uzņēmuma izvēle notiek, ievērojot tirgus noteikumus, nediskriminējošā veidā, nepieciešamības gadījumā rīkojot piedāvājumu konkursu saskaņā ar Kopienas noteikumiem un Kopienas tiesu praksi ([22]), nodrošinot atbilstošu publicitāti šādām iniciatīvām, lai pakalpojumu tirgus ir atvērts konkurencei un lai būtu iespējams nodrošināt konkursa procedūras objektivitāti.

(58) Ņemot vērā sniegto informāciju, atbilstība kritērijiem, kas minēti 3.1.1. sadaļā (kampaņas, kas pārkāpj Līguma 28. pantu) un 3.1.3. sadaļā (reklāma attiecībā uz noteiktiem uzņēmumiem), ir nodrošināta gadījumos, kas attiecas uz šī lēmuma 30. punktā un 31. apsvēruma c) apakšpunktā un 33. apsvērumā aprakstītajiem reklāmas pasākumiem. Itālijas varas iestādes tomēr nav sniegušas nekādu informāciju attiecībā uz 3.1.2. sadaļā minētā kritērija (kampaņas, kas ir pretrunā ar atvasinātajiem Kopienas tiesību aktiem) izpildi.

(59) Saskaņā ar reklāmas vadlīniju 3.2. sadaļu, subsidētajai reklāmai jāatbilst ne tikai negatīvajiem kritērijiem, bet arī vismaz vienam pozitīvajam kritērijam, kas ļauj pierādīt, ka atbalsts efektīvi veicina noteiktas ekonomiskas aktivitātes vai noteiktus ekonomikas reģionus. Šis nosacījums tiek uzskatīts par izpildītu, ja subsidētā reklāma attiecas uz

([19]) OV L 10, 13.1.2001., 33. lpp. Regulā jaunākie grozījumi izdarīti ar Regulu (EK) Nr. 364/2004 (OV L 63, 28.2.2004., 22. lpp.).

([20]) Kas attiecas uz lauksaimniecības sektoru, atbalsts produktu tirdzniecības veicināšanai un reklāmai, kas īstenotas ārpus Kopienas, nav tieši paredzēts Kopienas vadlīnijās valsts atbalstam lauksaimniecības sektorā. Attiecīgi Komisijai ir pilnīga rīcības brīvība, lai uzsāktu tā novērtēšanu. Saskaņā ar Komisijas pastāvīgo praksi, ja aplūkojamie pasākumi atbilst attiecīgajiem noteikumiem par valsts atbalstu, kas piemērojams Kopienas teritorijā, tās var uzskatīt par atbilstošām kopējam tirgum. Skatīt, piemēram, Itālija/Toskāna, atbalsts N 656/02, atbalsts NN 150/02 (agrāk N 109/02) (Komisijas vēstule K(2003) 1747, 11.6.2003.) un atbalsts NN 44/03 (agrāk N 6/03) (Komisijas vēstule K(2003) 2534, 23.7.2003.).

([21]) Kā norādīts Komisijas lēmumā K(2002) 1768 galīgais, 7.5.2002. (atbalsts N 241/01 Itālija/Tirdzniecības palātas), Eiropas uzņēmuma dibināšana un tā reģistrācija vietējās kompetences tirdzniecības palātā nav pakļauta nekādiem tiesību vai faktiskiem ierobežojumiem. Skatīt arī atbalstu N 62/01 (Itālija/Pjemontas un Venēcijas Tirdzniecības Palātu savienība), Komisijas lēmums SG(2001)D/290914, 8.8.2001.

([22]) Lieta C-324/98 minēta iepriekš.

vienu no sekojošajām darbībām: lauksaimniecības produkcijas pārpalikumi, par maz izmantotas sugas vai šķirnes; jauna produkcija vai aizvietotāji, kas vēl nav pārpalikumā; augstas kvalitātes produkti, tai skaitā produkti, kuri iegūti ar ražošanas vai novākšanas metodēm, kas saudzē vidi, piemēram, ar bioloģisko ražošanas metodi iegūti produkti; noteiktu reģionu attīstība; mazo un vidējo uzņēmumu (MVU) attīstība, kas definēti Regulā (EK) Nr. 70/2001; projekti, kurus realizē organizācijas, kas oficiāli atzītas saskaņā ar Padomes 1999. gada 17. decembra Regulu (EK) Nr. 104/2000 par zivsaimniecības un akvakultūras produktu tirgu kopīgo organizāciju ([23]); projekti, ko kopīgi īsteno ražotāju organizācijas vai citas organizācijas zvejniecības sektorā, kuras ir atzinušas nacionālās varas iestādes.

(60) Attiecībā uz atbalstu reklāmai Itālijas varas iestāžu iesniegtajos apsvērumos nav teikts, vai attiecīgie reklāmas pasākumi atbilst vienam no iepriekš norādītajiem pozitīvajiem kritērijiem.

(61) Kas attiecas uz maksimālo valsts atbalsta summu lauksaimniecības produktu reklāmai, reklāmas vadlīniju 5. sadaļā noteikts, ka maksimālajā proporcijā tiešā palīdzība uz kopējā valsts budžeta rēķina nedrīkst pārsniegt sektoram piešķirto kopsummu uz vienu noteiktu reklāmas kampaņu. Tāpēc reklāmas subsīdiju gadījumā tiešās subsīdijas daļa nedrīkst pārsniegt 50 %, un sektora uzņēmumiem ir jāuzņemas izmaksas vismaz 50 % apmērā veicot brīvprātīgas iemaksas vai ar nodokļu saistību starpniecību vai obligātām iemaksām. Ņemot vērā dažu pozitīvo kritēriju nozīmi, kas minēti reklāmas vadlīniju 3.2. sadaļā, Komisija var atļaut, ka tiešā atbalsta maksimālā daļa sasniedz 75 % no izmaksām, ja reklāma attiecas uz to MVU produktiem, kas darbojas zonās, kas var pretendēt uz atbalstu saskaņā ar Līguma 87. panta 3. punkta a) apakšpunktu.

(62) No iesniegtās un iepriekš šī lēmuma 31. punktā minētās informācijas ir redzams, ka visi produktu tirdzniecības veicināšanas un reklāmas pasākumi, kas paredzēti attiecīgajam atbalstam ir 100 % finansēti ar valsts resursu starpniecību. Tātad nosacījums, saskaņā ar kuru 50 % (vai 25 %, atkarībā no gadījuma) finansējumam ir jānāk no attiecīgā sektora, nav izpildīts.

(63) Iepriekš minētie apsvērumi ļauj Komisijai secināt, ka atbalsts attiecīgajai reklāmai neatbilst kritērijiem, kas paredzēti reklāmas vadlīniju 3.1.2. sadaļā (kampaņas, kas ir pretrunā ar atvasinātajiem Kopienas tiesību aktiem), 3.2. sadaļā (pozitīvie kritēriji) un 5. sadaļā (valsts atbalsta maksimālais apjomi).

([23]) OV L 17, 21.1.2000., 22. lpp. Regulā grozījumi izdarīti ar 2003. gada Pievienošanās aktu.

(64) Tas pats secinājums attiecas uz pasākumiem, kas tiek īstenoti gan Kopienas teritorijā, gan ārpus tās. Ņemot vērā to, ka atbalsts ārpus Kopienas īstenotajai reklāmai nav tieši paredzēts Kopienas vadlīnijās valsts atbalstam lauksaimniecības sektorā, Komisijai ir pilnīga rīcības brīvība, lai uzsāktu tā vērtēšanu. Saskaņā ar Komisijas pastāvīgo praksi, ja pastāv atbilstība attiecīgajiem noteikumiem, kas attiecas uz valsts atbalstu, kas piemērojams visā Kopienas teritorijā, attiecīgos pasākumus var uzskatīt par atbilstošiem kopējo tirgu, un to finansējumu var atļaut līdz 80 % ([24]). Šajā gadījumā, kā redzams no iesniegtās informācijas un kā iepriekš ilustrēts šī lēmuma 31. un 33. apsvērumā, īstenotie pasākumi Kopienas teritorijā un ārpus tās ir vienādi, un piešķirtais atbalsts ir 100 % apmērā. Tātad šajā gadījumā nav ievēroti kritēriji, kas noteikti reklāmas vadlīniju 3.1.2. sadaļā (kampaņas, kas ir pretrunā ar atvasinātajiem Kopienas tiesību aktiem) un 3.2. sadaļā (pozitīvie kritēriji), nedz arī Komisijas ([25]) atļautā valsts atbalsta maksimālā summa. Attiecīgi arī aplūkojamās subsīdijas neatbilst kopējam tirgum.

(65) Šis lēmums attiecas tikai uz atbalsta pasākumiem lauksaimniecības sektorā Līguma I pielikumā minēto lauksaimniecības produktu tirdzniecības veicināšanai un reklāmai. Tas nepauž formālo Komisijas nostāju attiecībā uz pakalpojumu sniedzēju atlases atbilstību Kopienas noteikumiem publisko piedāvājumu konkursu jomā un uz attiecīgo tiesu praksi. Komisija patur sev tiesības padziļināti izpētīt jautājumu saskaņā ar publisko piedāvājumu konkursu jomu.

VI. SECINĀJUMI

(66) No iepriekš izteiktajiem apsvērumiem ir secināms, ka atbalsts reklāmai, ja tas atbilst 13. un 14. sadaļai Kopienas vadlīnijās valsts atbalstam lauksaimniecības sektorā, var tikt uzskatīts par atbilstošu kopējam tirgum saskaņā ar 87. panta 3. punkta c) apakšpunktu, ja tas paredzēts noteiktu saimniecisko darbību attīstības veicināšanai.

(67) Atbalsta pasākumi reklāmai, kas neatbilst EK Līguma I pielikumā minēto produktu, kā arī noteiktu minētajā pielikumā neietvertu produktu reklāmas vadlīniju noteikumiem, nav savienojami ar kopējo tirgu, un var tikt īstenoti tikai pēc tam, kad tie būs atbilstoši minētajiem noteikumiem.

(68) Summas, kas, iespējams, jau samaksātas tā atbalsta pasākumu reklāmai ietvaros, kas nav savienojams ar kopējo tirgu, ir jāsaņem atpakaļ no atbalsta saņēmējiem,

([24]) Sk., piemēram, Itālija/Toskāna, atbalsts N 656/02, atbalsts NN 150/02 (agrāk N 109/02) (Komisijas vēstule K(2003) 1747, 11.6.2003.) un atbalsts NN 44/03 (agrāk N 6/03) (Komisijas vēstule K(2003) 2534, 23.7.2003.).

([25]) Sk. 23. zemsvītras piezīmi.

IR PIEŅĒMUSI ŠO LĒMUMU:

1. pants

Itālijas paredzētais valsts atbalsts Līguma I pielikumā minēto lauksaimniecības produktu veicināšanai, piemērojot Sicīlijas reģiona Reģionālā Likuma Nr. 27/1997 4. pantu, ir savienojams ar kopējo tirgu.

Šā atbalsta īstenošana tātad ir atļauta.

2. pants

Itālijas paredzētais valsts atbalsts Līguma I pielikumā minēto lauksaimniecības produktu reklāmai, piemērojot Sicīlijas reģiona Reģionālā Likuma Nr. 27/1997 4. pantu, nav savienojams ar kopējo tirgu.

Minētā atbalsta īstenošana tātad nav atļauta.

3. pants

Itālija veic visus nepieciešamos pasākumus, lai no atbalsta saņēmējiem saņemtu atpakaļ 2. pantā norādītās summas, ja tās jau ir nelikumīgi nodotas to rīcībā.

Nelikumīgi piešķirto summu atgūšana tiek īstenota bez kavēšanās un saskaņā ar valsts tiesību aktiem, ar noteikumu, ka tie paredz minētā lēmuma tūlītēju un efektīvu izpildi. Atmaksājamais atbalsts ietver procentus, kas tiek rēķināti no datuma, kurā palīdzība ir pieejama saņēmējam(-iem), līdz atmaksāšanas datumam. Procenti tiek aprēķināti, pamatojoties uz bāzes likmi, kas tiek izmantota ekvivalento subsīdiju aprēķināšanā atbalstam reģionālā līmenī.

4. pants

Itālija groza valsts tiesību aktu noteikumus attiecībā uz atbalstu Līguma I pielikumā minēto lauksaimniecības produktu reklāmai tā, lai tie atbilstu EK Līguma I pielikumā minēto produktu, kā arī noteiktu minētajā pielikumā neietvertu produktu reklāmas vadlīniju noteikumiem attiecībā uz valsts atbalstu.

5. pants

Divu mēnešu laikā pēc šī lēmuma paziņošanas Itālija informē Komisiju par veiktajiem pasākumiem.

6. pants

Šis lēmums ir adresēts Itālijas Republikai.

Briselē, 2004. gada 2. jūnijā.

Komisijas vārdā –

Komisijas loceklis

Franz FISCHLER