# KOMMISSIONENS BESLUT

## av den 2 juni 2004

## om det statliga stöd som Italien, regionen Sicilien, planerar att bevilja för marknadsföring av och reklam för jordbruksprodukter

*[delgivet med nr K(2004) 1923]*

**(Endast den italienska texten är giltig)**

**(Text av betydelse för EES)**

(2007/54/EG)

EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION HAR FATTAT DETTA BESLUT

med beaktande av fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen, särskilt artikel 88.2 första stycket,

efter att i enlighet med nämnda artikel ([1]) ha gett berörda parter tillfälle att yttra sig, och med beaktande av dessa synpunkter,

och av följande skäl:

### I. FÖRFARANDE

(1) I enlighet med artikel 88.3 i EG-fördraget anmälde Italiens ständiga representation vid Europeiska unionen genom en skrivelse av den 2 september 1997, registrerad den 5 september 1997, artikel 6 i regionen Siciliens lag nr 27/1997 till kommissionen.

(2) Genom ett telex (VI/41836) av den 28 oktober 1997 uppmanade kommissionen de italienska myndigheterna att inkomma med kompletterande uppgifter om det stöd som planeras på grundval av artikel 6 i regional lag nr 27/1997.

(3) Genom en skrivelse av den 19 januari 1998 inkom de italienska myndigheterna med kompletterande uppgifter och meddelade att lagen hade trätt i kraft. Ärendet registrerades därför av registreringsenheten som ett icke anmält stöd med referensnummer NN 36/98, vilket meddelades Italien i en skrivelse av den 3 april 1998 (SG(98)D/32328). De italienska myndigheterna hade emellertid angivit att stöd på grundval av den aktuella lagen inte skulle komma att beviljas förrän ett positivt beslut fattats på grundval av artikel 88.3 i EG-fördraget.

(4) I ett telex av den 31 maj 2000 (VI/13937), vilket föregicks av en version på engelska i ett telex av den 14 april (2000/VI/10442), uppmanade kommissionen de italienska myndigheterna att skicka in uppgifter om de bestämmelser som ingår i regional lag nr 27/1997 och även skicka själva lagtexten.

(5) De italienska myndigheterna inkom med kompletterande uppgifter om artikel 5 i lagen genom en skrivelse av den 31 juli 2002, registrerad den 5 augusti 2002.

(6) I ett telex av den 22 oktober 2002 (AGR 024925) uppmanade kommissionen de italienska myndigheterna att förtydliga och förklara de kompletterande uppgifter som de italienska myndigheterna nyligen hade skickat in och även förtydliga och förklara de åtgärder som ingår i regional lag nr 27/1997. I samma skrivelse informerade kommissionen även de italienska myndigheterna om möjligheten att dra tillbaka anmälan på villkor att inga stödåtgärder enligt artikel 6 i regional lag nr 27/1997 eller enligt eventuella andra bestämmelser i lagen hade genomförts och på villkor att de italienska myndigheterna kunde garantera att inga stöd betalats ut eller skulle komma att betalas ut på grundval av den aktuella lagen.

(7) Då de italienska myndigheterna inte svarade på ovannämnda telex uppmanade kommissionen i ett telex av den 20 december 2002 (AGR 30657) myndigheterna att inkomma med de begärda uppgifterna inom en månad. Kommissionen angav vidare att i de fall då ett tillfredsställande svar inte inkommer inom tidsfristen förbehåller sig kommissionen rätten att besluta om ett föreläggande om att lämna upplysningar i enlighet med artikel 10.3 i rådets förordning (EG) nr 659/1999 av den 22 mars 1999 om tillämpningsföreskrifter för artikel 93 i EG-fördraget ([2]).

(8) I en skrivelse av den 10 juli 2003 (SG (2003) D/230470) underrättade kommissionen Italien om det beslut (K (2003) 2054 slutlig) som kommissionen fattade den 9 juli 2003 på grundval av artikel 10.3 i förordning (EG) nr 659/1999 om ett föreläggande för Italien att lämna upplysningar om artiklarna 6 och 4 i regional lag nr 27/1997.

(9) I föreläggandet uppmanade kommissionen Italien att inom 20 arbetsdagar från dagen för anmälan av beslutet inkomma med alla de handlingar, upplysningar och datumangivelser som behövdes för bedömningen av huruvida de stöd som föreskrivs i lagen hade beviljats och om de var förenliga med den gemensamma marknaden. I föreläggandet uppmanades Italien även att lämna ett antal andra uppgifter utöver de uppgifter som behövs för bedömningen av stödet.

([1]) EUT C 48, 24.2.2004, s. 2.

([2]) EGT L 83, 27.3.1999, s. 1. Förordningen ändrad genom 2003 års anslutningsakt.

(10) Kommissionen har inte fått något svar på föreläggandet och Italien har inte heller begärt någon förlängning av tidsfristen.

(11) I en skrivelse av den 17 december 2003 (SG(2003)D/233550) underrättade kommissionen de italienska myndigheterna om sitt beslut av den 16 december 2003 (K(2003) 4473 slutlig) om att inleda det förfarande som anges i artikel 88.2 i EG-fördraget avseende stödåtgärderna enligt artikel 4 (marknadsföring av sicilianska produkter) och artikel 6 (kooperativ, cantine sociali) i regional lag nr 27/1997.

(12) Kommissionens beslut om att inleda förfarandet har offentliggjorts i *Europeiska unionens officiella tidning* ([3]). Kommissionen har uppmanat berörda parter att inkomma med sina synpunkter på stödet i fråga.

(13) I en skrivelse av den 10 februari 2004, registrerad den 13 februari 2004, begärde Italiens ständiga representation, för regionen Siciliens räkning, förlängning med 20 dagar av den tidsfrist för inlämning av uppgifter om artikel 4 (marknadsföring av sicilianska produkter) i regional lag nr 27/1997 som fastställs i kommissionens beslut K (2003) 4473 av den 16 december 2003. De italienska myndigheterna angav också att de hade för avsikt att dra tillbaka sin anmälan om stöd enligt artikel 6 (kooperativ, cantine sociali), då stödet, enligt skrivelsen, inte hade genomförts.

(14) I ett telex (AGR 05312) av den 23 februari 2004 bekräftade kommissionen att Italiens begäran om förlängning av tidsfristen hade godkänts med verkan från den 13 februari 2004.

(15) I en skrivelse av den 18 februari 2004, registrerad den 26 februari 2004, överlämnade Italiens ständiga representation en begäran om ytterligare förlängning av tidsfristen med 20 arbetsdagar.

(16) I en skrivelse av den 24 februari 2004, registrerad den 1 mars 2004, som bekräftades genom en skrivelse av den 12 mars 2004, registrerad den 17 mars 2004, informerade de italienska myndigheterna kommissionen om att de önskade dra tillbaka anmälan avseende stödåtgärden enligt artikel 6 (kooperativ, cantine sociali) i regional lag nr 27/1997, vilken enligt de italienska myndigheterna aldrig genomförts.

(17) Genom ett telex (AGR 07074) av den 11 mars 2004 underrättades de italienska myndigheterna om att tidsfristen för inlämning av upplysningar och kommentarer inte skulle komma att förlängas längre än till och med den 24 mars 2004, då beslutet om inledande av förfarandet hade offentliggjorts i *Europeiska unionens officiella tidning* den 24 februari 2004 och tidsfristen för berörda parters synpunkter också skulle komma att löpa ut den 24 mars 2004. I samma telex bekräftade kommissionen att den underrättats om tillbakadragandet av anmälan avseende artikel 6 (kooperativ, cantine sociali) i regional lag nr 27/1997.

(18) De italienska myndigheterna inkom med synpunkter avseende artikel 4 (marknadsföring av sicilianska produkter) i regional lag nr 27/1997 genom en skrivelse av den 15 mars 2004 (registrerad den 18 mars 2004).

(19) I likhet med beslutet om inledande av förfarandet ([4]) avser det här beslutet endast statligt stöd för jordbruksprodukter som förtecknas i bilaga I till fördraget enligt artikel 4 (marknadsföring av sicilianska produkter) i regional lag nr 27/1997 och som antingen har beviljats eller kommer att beviljas efter det att gemenskapens riktlinjer för statligt stöd till reklam för produkter som omfattas av bilaga I till EG-fördraget och vissa produkter som inte omfattas av bilaga I till fördraget ([5]) (nedan kallade ”riktlinjerna för statligt stöd till reklam”) trädde i kraft, dvs. efter den 1 januari 2002.

(20) Vidare finns ingen anledning att beskriva och bedöma de stödåtgärder som föreskrivs i artikel 6 (kooperativ, cantine sociali) i regional lag nr 27/1997, då anmälan av åtgärderna drogs tillbaka av Italien genom en skrivelse av den 24 februari 2004, registrerad den 1 mars 2004.

## II. DETALJERAD BESKRIVNING AV STÖDET

(21) Artikel 4 (marknadsföring av sicilianska produkter) innebär en ändring av artikel 17 i regional lag nr 14/1966 och i artikeltexten anges följande: ”1. Reklamkampanjer i enlighet med artikel 15 skall genomföras av den lokala myndigheten eller via utrikeshandelsinstitutet och specialiserade organ, eller av konsortier bestående av Ente fiera del Mediterraneo och Ente fiera di Messina eller dessa båda och en eller flera handelskamrar i regionen. Programmen kan löpa över tre år. 2. Reglerna för offentlig upphandling skall iakttas i de fall då reklamkampanjerna läggs ut på organ utanför den statliga och regionala förvaltningen, utom beträffande de konsortier som nämns i föregående punkt.”

(22) Trots att kommissionen vid flera tillfällen begärt upplysningar och trots det föreläggande att inkomma med upplysningar som ingick i kommissionens beslut av den 9 juli 2003, har de italienska myndigheterna inte inkommit med några upplysningar som skulle kunna motbevisa kommissionens misstanke om att det stöd som föreskrivs i artikel 4 utgör statligt stöd av det slag som avses i artikel 87.1 i EG-fördraget och de italienska myndigheterna har inte heller inkommit med några uppgifter som skulle kunna göra det möjligt att betrakta stödet som förenligt med den gemensamma marknaden. Det finns inte heller några uppgifter om huruvida stöd redan har beviljats eller inte.

([3]) Se fotnot 1.

([4]) Se punkterna 27, 28 och 29 i det beslut som offentliggjordes i EUT C 48, 24.2.2004, s. 2.

([5]) EGT C 252, 12.9.2001, s. 5.

(23) I sitt beslut att inleda det förfarande som avses i artikel 88.2 i EG-fördraget konstaterade kommissionen att det i den aktuella fasen av förfarandet och i avsaknad av uppgifter från de italienska myndigheterna inte var möjligt att avgöra om artikel 4 i regional lag nr 27/1997 avsåg nytt statligt stöd eller ändringar av statligt stöd för marknadsföring av och reklam för jordbruksprodukter som förtecknas i bilaga I till fördraget.

(24) Vidare uttryckte kommissionen tvivel angående stödåtgärdernas förenlighet med den gemensamma marknaden, eftersom kommissionen i avsaknad av uppgifter från de italienska myndigheterna inte kunde avgöra om de åtgärder som skulle finansieras genom artikel 4 var förenliga eller inte med de gällande bestämmelserna på området, dvs. riktlinjerna för statligt stöd till reklam.

(25) Mot bakgrund av de genomförandebestämmelser för programmen och marknadsförings- och reklamkampanjerna som anges i artikel 4 och som beskrivs ovan i skäl 21 uttryckte kommissionen dessutom tvivel om huruvida stödåtgärderna skulle komma att genomföras i enlighet med gemenskapens regler för offentlig upphandling. Särskilt det faktum att de organ som genomför kampanjerna var avsedda att väljas ut direkt fick kommissionen att betvivla att det skulle komma att ingås skriftliga avtal med ekonomiska villkor mellan den upphandlande myndigheten och de utvalda tjänsteleverantörerna och att de strikta villkoren i domstolens dom i *Teckal*-målet ([6]) skulle komma att iakttas. Utifrån hypotesen att villkoren inte skulle komma att iakttas betvivlade kommissionen vidare att urvalet av mellanhänder skulle komma att ske i enlighet med de tillämpliga bestämmelserna i rådets direktiv 92/50/EEG ([7]), och därmed inte heller i enlighet med de principer som fastställs i fördraget, särskilt principen om likabehandling och principen om insyn, genom vilka den offentlighet som krävs av domstolen kan garanteras ([8]).

## III. SYNPUNKTER FRÅN BERÖRDA PARTER

(26) Kommissionen har inte mottagit några synpunkter från berörda parter.

## IV. KOMMENTARER FRÅN ITALIEN

(27) Italien inkom, på regionen Siciliens vägnar, med kommentarer på det aktuella stödet genom en skrivelse av den 15 mars 2004, registrerad den 18 mars 2004.

(28) I skrivelsen kommenterar de italienska myndigheterna artikel 4 och bekräftar tillbakadragandet av anmälan beträffande artikel 6 i regional lag nr 27/1997.

(29) De italienska myndigheterna påpekar bland annat att man aldrig tillämpat den ändring av artikel 17 i regional lag 14/1966 som införs genom artikel 4 (marknadsföring av sicilianska produkter) och som avser reklamkampanjer som genomförs av konsortier bestående av Ente fiera del Mediterraneo och Ente fiera di Messina eller dessa båda tillsammans med en eller flera handelskamrar i regionen, då de aktuella konsortierna aldrig bildats.

(30) Enligt de uppgifter som tillhandahållits genomförs reklamkampanjerna av den lokala myndigheten eller via utrikeshandelsinstitutet (enligt standardavtal under perioderna 1993–1998 och 2001–2003 och under 1999 enligt avtal mellan Ministero delle attività produttive och regionerna). Ansökningar om finansiering av projekt lämnas in årligen och de ansvariga myndigheterna gör urvalet och ser till att projekten ges de förutsättningar som krävs för att de skall kunna genomföras i enlighet med gällande bestämmelser och marknadsprinciperna, utom i de fall då det finns avtal om ensamrätt med organisatörerna.

(31) Den lokala myndighetens behörighetsområde omfattar inte endast jordbrukets livsmedelsindustri, utan även andra sektorer som hantverkssektorn, förlagssektorn och textilsektorn. Inom den aktuella sektorn finansieras följande verksamheter upp till 100 % med statliga medel:

a) Deltagande i mässor och utställningar i Italien och i utlandet, dvs. kostnader för platshyra, utrustning av stånd, vatten- och elförsörjning, upptagning i mäss- och utställningskataloger, reklam, tolkning, transport och försäkringar.

b) Organisation av internationella workshops i Italien och i utlandet, dvs. kostnader för organisation och genomförande av workshops som lokalhyra, utrustning, mötesplanering, tolkning och reklam.

c) Reklam via media (press, radio, TV och affischering).

(32) Stödmottagare för de utgifter som avses i punkt a och b är företagssammanslutningar och företag som är registrerade vid handelskamrarna på Sicilien. Stödmottagarna väljs ut genom en årlig ansökningsomgång och urvalet görs på grundval av kriterier som fastställts i förväg och offentliggjorts i regionen Siciliens officiella tidning. På grundval av det fjärde skälet i kommissionens förordning (EG) nr 69/2001 av den 12 januari 2001 om tillämpningen av artiklarna 87 och 88 i EG-fördraget på stöd av mindre betydelse ([9]) bör de stöd som avses i punkt a och b inte betraktas som exportstöd, utan bör från och med 2002 betraktas som stöd av mindre betydelse. När det gäller jordbrukets livsmedelsindustri bör de aktuella stöden mot

([6]) Domstolens dom av den 18 november 1999 i mål C-107/98, Teckal Srl mot Comune di Viano och Azienda Gas-Acqua Consorziale (AGAC) di Reggio Emilia, REG 1999, s. I-8121.

([7]) EGT L 209, 24.7.1992, s. 1. Direktivet senast ändrat genom 2003 års anslutningsakt.

([8]) Domstolens dom av den 7 december 2000 i mål C-324/98, Telaustria Verlags GmbH och Telefonadress GmbH mot Telekom Austria AG, REG 2000, s. I-10745.

([9]) EGT L 10, 13.1.2001, s. 30.

bakgrund av riktlinjerna för statligt stöd till reklam, kunna betraktas som mjukt stöd för organisation av tävlingar, utställningar och mässor av det slag som avses i punkt 14.1 i gemenskapens riktlinjer för statligt stöd till jordbruksektorn ([10]). I den regionala lagen anges visserligen inte att stödet inte får överskrida det högsta tillåtna beloppet på 100 000 euro per stödmottagare och treårsperiod, men de enskilda stöden för deltagande i mässor och utställningar är avsedda att vara avsevärt lägre.

(33) Beträffande reklam via media anger de italienska myndigheterna att varken de reklamkampanjer som genomförs i Italien eller de reklamkampanjer som genomförs i gemenskapen avser produkter från något specifikt företag, utan det är fråga om allmän reklam, utan specifika uppgifter om ursprung, inte ens när det är fråga om produkter som är typiska för regionen. När det gäller reklam för jordbrukets livsmedelsindustri handlar det budskap som förmedlas till konsumenterna om en produkt eller en grupp av produkter, men det hänvisas inte särskilt till specifika producenter i regionen. Reklamen är generisk, konsumenterna uppmanas inte att köpa en viss produkt på grund av dess regionala ursprung och det är inte heller fråga om negativ reklam som drabbar produkter från andra medlemsstater. Reklamen strider således inte mot artikel 28 i EG-fördraget.

(34) De italienska myndigheternas kommentarer avser marknadsförings- och reklamkampanjer både i gemenskapen och i tredje land, då det är samma villkor som gäller och dessa iakttas.

## V. BEDÖMNING AV STÖDET

(35) Enligt artikel 87.1 i EG-fördraget är stöd som ges av en medlemsstat eller med hjälp av statliga medel, av vilket slag det än är, som snedvrider eller hotar att snedvrida konkurrensen genom att gynna vissa företag eller viss produktion, oförenligt med den gemensamma marknaden i den utsträckning det påverkar handeln mellan medlemsstaterna.

(36) Den aktuella åtgärden innebär att stöd som finansieras med regionala offentliga medel beviljas enskilda jordbruksföretag på Sicilien, vilket ger dessa en otvetydig ekonomisk och finansiell fördel i förhållande till andra företag som inte får stöd. Domstolens rättspraxis säger att om ett statligt finansiellt stöd förstärker ett företags ställning i förhållande till andra konkurrerande innebär det en möjlig snedvridning av konkurrensen i förhållande till företag som inte får sådant stöd ([11]).

([10]) EGT C 28, 1.2.2000, s. 2. Rättad i EGT C 232, 12.8.2000, s. 17.

([11]) Domstolens dom av den 17 september 1980 i mål C-730/79,. Philip Morris Holland BV mot Europeiska gemenskapernas kommission, Rec. 1980, s. 2671, punkterna 11 och 12.

(37) Åtgärden påverkar handeln mellan medlemsstaterna, särskilt med tanke på att Italiens handel med jordbruksprodukter i gemenskapen är mycket omfattande, vilket framgår av följande tabell ([12]) som visar det sammanlagda värdet av importen och exporten av jordbruksprodukter mellan Italien och resten av EU under perioden 1997–2001 ([13]). Det bör noteras att Sicilien är en av de viktigaste jordbruksregionerna i Italien.

| | Alla jordbruksprodukter | |
|---|---|---|
| | (miljoner ecu/euro) | (miljoner ecu/euro) |
| | Export | Import |
| 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) Det bör dessutom påpekas att ett stöd till ett företag, enligt domstolen, kan vara sådant att det påverkar handeln mellan medlemsstaterna i negativ riktning och snedvrider konkurrensen om företaget konkurrerar med produkter som kommer från andra medlemsstater, även om företaget inte självt exporterar sina produkter. När en medlemsstat ger ett företag stöd kan detta leda till att den inhemska produktionen faktiskt förblir oförändrad eller ökar, vilket medför minskade möjligheter för andra medlemsstaters företag att exportera sina produkter till denna medlemsstats marknad. Sådant stöd påverkar således handeln mellan medlemsstaterna och snedvrider konkurrensen ([14]).

(39) Kommissionen konstaterar därför att den aktuella åtgärden omfattas av förbudet i artikel 87.1 i fördraget. De italienska myndigheterna har inte invänt mot detta.

(40) I artikel 87.2 och 87.3 anges vilka undantag som gäller för förbudet i artikel 87.1.

(41) I det aktuella förfarandet är de undantag som anges i artikel 87.2 a–c uppenbarligen inte tillämpliga på grund av

([12]) *Källa:* Eurostat.

([13]) Enligt domstolens rättspraxis är det villkor som gäller påverkan på handeln uppfyllt om det stödmottagande företaget utövar en ekonomisk verksamhet som är föremål för handel mellan medlemsstaterna. Det faktum att stödet förstärker företagets position i förhållande till konkurrerande företag inom handeln mellan medlemsstaterna är tillräckligt för att stödet skall anses påverka handeln i fråga. När det gäller statligt stöd inom jordbrukssektorn har en rättspraxis etablerats som säger att det faktum att ett stöd sammantaget uppgår till ett relativt ringa belopp och att det fördelas på många jordbrukare inte utesluter att handeln inom gemenskapen och konkurrensen kan påverkas. Se domstolens dom av den 19 september 2002 i mål C-113/00, Konungariket Spanien mot Europeiska kommissionen, REG 2002, s. I-7601, punkterna 30–36 och 54–56, samt domstolens dom av den 19 september 2002 i mål C-114/00, Konungariket Spanien mot Europeiska kommissionen, REG 2002, s. I-7657, punkterna 46–52 och 68–69.

([14]) Domstolens dom av den 13 juli 1988 i mål 102/87, Frankrike mot Europeiska kommissionen, Rec. 1988, s. 4067.

stödets art och syfte. De italienska myndigheterna har inte heller åberopat artikel 87.2 a–c.

(42) Inte heller artikel 87.3 a i fördraget kan tillämpas eftersom stöden inte är avsedda att främja utvecklingen i regioner där levnadsstandarden är onormalt låg eller där det råder allvarlig brist på sysselsättning. De italienska myndigheterna har dessutom inte åberopat artikel 87.3 a.

(43) Samma sak gäller för artikel 87.3 b eftersom stödet i fråga inte är avsett att främja genomförandet av viktiga projekt av gemensamt europeiskt intresse och inte heller att avhjälpa en allvarlig störning i Italiens ekonomi. De italienska myndigheterna har dessutom inte åberopat artikel 87.3 b.

(44) Vidare är de aktuella stödåtgärderna inte avsedda som stöd för att främja kultur eller för att bevara kulturarvet enligt artikel 87.3 d och de italienska myndigheterna har inte åberopat den artikeln.

(45) Med tanke på stödets art och syfte är det endast undantaget i artikel 87.3 c i fördraget som eventuellt kan tillämpas.

**Tillämpliga bestämmelser**

(46) Möjligheten till undantag enligt skäl 45 måste bedömas mot bakgrund av bestämmelserna för statligt stöd till marknadsföring och reklam inom jordbrukssektorn, dvs. riktlinjerna för statligt stöd till reklam ([15]).

(47) Enligt punkt 7.1 i riktlinjerna för statligt stöd till reklam skall kommissionen tillämpa riktlinjerna på nya statliga stöd, och även på anmälningar från medlemsstaterna som är under behandling, med verkan från och med den 1 januari 2002. Olagligt stöd i den mening som avses i artikel 1 f i förordning (EG) nr 659/1999 kommer att bedömas enligt de regler och riktlinjer som gällde då stödet beviljades.

(48) I enlighet med beslutet om inledande av förfarandet, i vilket kommissionen uttrycker tvivel om stödets förenlighet med gällande bestämmelser för denna typ av stöd ([16]), avser det här beslutet endast statliga stöd för marknadsföring av och reklam för jordbruksprodukter som förtecknas i bilaga I till fördraget, som antingen har beviljats eller kommer att beviljas efter den 1 januari 2002.

([15]) Se fotnot 5.

([16]) Se punkt 27, 28 och 29 i det beslut som offentliggjordes i EUT C 48, 24.2.2004, s. 2.

(49) När det gäller stöd till marknadsföring anges i punkt 8 i riktlinjerna för statligt stöd till reklam att marknadsföring i form av spridning till allmänheten av vetenskapliga rön, anordnande av eller deltagande i mässor, utställningar eller liknande PR-arrangemang, samt marknadsanalyser och marknadsundersökningar inte skall betraktas som reklam. Statligt stöd till sådana marknadsföringsåtgärder i vidare bemärkelse omfattas av punkterna 13 och 14 i gemenskapens riktlinjer för statligt stöd till jordbrukssektorn ([17]). Eftersom det i anmälan inte anges att stödåtgärderna endast skulle avse små och medelstora företag är det i det aktuella förfarandet inte möjligt att tillämpa kommissionens förordning (EG) nr 1/2004 av den 23 december 2003 om tillämpningen av artiklarna 87 och 88 i EG-fördraget på statligt stöd till små och medelstora företag som är verksamma inom produktion, bearbetning och saluföring av jordbruksprodukter ([18]).

(50) När det gäller stöd till reklam anges i punkt 7 i riktlinjerna att med reklam skall avses inte bara alla åtgärder via media (press, radio, TV eller affischering) som är avsedda att få konsumenterna att köpa en viss produkt, utan även alla andra åtgärder som är avsedda att få ekonomiska aktörer eller konsumenter att köpa en viss produkt och alla former av direktreklam med samma syfte, även reklamkampanjer på försäljningsställen.

**Stöd till marknadsföring**

(51) På grundval av de tillgängliga uppgifterna kan slutsatsen dras att de stöd till deltagande i mässor och workshops i och utanför gemenskapen som beskrivs i skäl 31 a–b och skäl 32 i det här beslutet endast kan betraktas som stöd till marknadsföring på villkor att de beskrivna verksamheterna inte innehåller åtgärder med vilka syftet är att få ekonomiska aktörer eller konsumenter att köpa en viss produkt eller åtgärder i form av direktreklam med samma syfte. Enligt punkt 7 i riktlinjerna skall åtgärder med vilka syftet är att få ekonomiska aktörer eller konsumenter att köpa en viss produkt eller åtgärder i form av direktreklam med samma syfte betraktas som stöd till reklam.

(52) Om de aktuella stöden till deltagande i mässor och workshops i och utanför gemenskapen betraktas som stöd till marknadsföring enligt avsnitt 13 och 14 i riktlinjerna för statligt stöd till jordbrukssektorn får de beviljas upp till 100 %, men får inte överskrida 100 000 euro per stödmottagare och treårsperiod. I de fall det är fråga om företag som omfattas av definitionen av små och medelstora företag enligt kommissionens förordning (EG) nr 70/2001 av den 12 januari 2001 om tillämpningen av artiklarna 87 och 88 i EG-fördraget på statligt stöd till små

([17]) Se fotnot 9.

([18]) EUT L 1, 3.1.2004, s. 1.

och medelstora företag ([19]) får beloppet överskridas, dock högst med 50 % av de stödberättigande utgifterna. Vid beräkningen av stödbeloppet betraktas tjänstemottagaren som stödmottagare. Av de italienska myndigheternas kommentarer framgår att stödet till marknadsföringsåtgärder inte överskrider den högsta tillåtna stödnivån, varför stödet kan anses förenligt med gällande bestämmelser på området ([20]).

(53) Enligt avsnitt 14 i riktlinjerna bör den aktuella typen av stöd, för att motverka snedvridningar av konkurrensen, i princip finnas tillgängligt för alla stödberättigade personer inom det berörda området på objektivt definierade villkor. På grundval av de upplysningar som lämnats av de italienska myndigheterna, vilka återges i skäl 32 i det här beslutet, kan konstateras att det villkoret är uppfyllt ([21]). Stöd som är begränsat till identifierade grupper för att endast gynna deras medlemmar kan inte anses främja utvecklingen av sektorn som helhet utan måste betraktas som driftstöd. När det är producentgrupper eller andra jordbruksorganisationer för ömsesidigt stöd som svarar för tillhandahållandet av sådana tjänster skall tjänsterna vara tillgängliga för alla jordbrukare. I sådana fall bör eventuella bidrag till den berörda gruppens eller organisationens administrativa kostnader begränsas till kostnaderna för tillhandahållandet av tjänsten.

**Stöd till reklam**

(54) I den mån det ingår åtgärder med vilka syftet är att få ekonomiska aktörer eller konsumenter att köpa en viss produkt eller åtgärder i form av direktreklam med samma syfte (som reklam på inköpsställen och reklam som riktar sig till jordbrukets bearbetningsindustri, parti- eller detaljhandeln, restauranger, hotell och andra cateringföretag) skall det stöd till deltagande i mässor och workshops som beskrivs ovan bedömas på grundval av de gällande reglerna för statligt stöd till reklam, vilket även gäller de åtgärder i form av reklamkampanjer via medierna (press, radio, TV eller affischering) som beskrivs i skäl 31 c och skäl 33 i det här beslutet.

(55) Enligt riktlinjerna för stöd till reklam skall producenter och aktörer normalt själva stå för reklamkostnaderna som en del av sin normala ekonomiska verksamhet.

(56) Stöd till reklam för jordbruksprodukter skall därför inte betraktas som driftsstöd utan som förenligt med den gemensamma marknaden enligt artikel 87.3 c i EG-fördraget. Stödet får inte påverka handeln i en omfattning som strider mot det gemensamma intresset (negativt kriterium) utan skall underlätta utveckling av vissa näringsverksamheter eller vissa regioner (positivt kriterium). Statligt stöd skall dessutom iaktta gemenskapens internationella åtaganden som, när det gäller jordbruk, anges i WTO-avtalet om jordbruk från 1994.

(57) För att uppfylla de negativa kriterier som anges i artikel 3.1 i riktlinjerna statligt stöd till reklam får stödet inte avse reklamkampanjer som strider mot artikel 28 i EG-fördraget (avsnitt 3.1.1), reklamkampanjer som strider mot sekundärrätten (avsnitt 3.1.2) eller reklamkampanjer för särskilda företag (avsnitt 3.1.3). Om genomförandet av statligt finansierade reklamkampanjer anförtros åt privata företag för att utesluta möjligheten av stöd till de företag som genomför kampanjerna, skall det under alla omständigheter säkerställas att valet av det berörda privata företaget har baserats på marknadsprinciper på ett icke diskriminerande sätt, vid behov med användning av anbudsförfaranden som är förenliga med gemenskapsrätten och särskilt med rättspraxis ([22]). Dessutom skall det göras så mycket reklam att det är tillräckligt för att öppna tjänstemarknaden för konkurrens och för att kontrollera att förmedlingen av anbud sker på ett oberoende sätt.

(58) Utifrån de uppgifter som de italienska myndigheterna lämnat förefaller de kriterier som anges i avsnitt 3.1.1 (reklamkampanjer som strider mot artikel 28 i EG-fördraget) och i avsnitt 3.1.3 (reklamkampanjer för särskilda företag) vara uppfyllda när det gäller de reklamåtgärder som beskrivs i skälen 30, 31 c och 33 i det här beslutet. De italienska myndigheterna har däremot inte lämnat några uppgifter som skulle kunna styrka att även kriteriet i avsnitt 3.1.2 (reklamkampanjer som strider mot sekundärrätten) är uppfyllt.

(59) Utöver de negativa kriterierna i avsnitt 3.2 i riktlinjerna för stöd till reklam skall reklamkampanjer som beviljas stöd uppfylla minst ett av de positiva kriterierna, som syftar till att visa att stödet underlättar utvecklingen av vissa näringsverksamheter eller vissa regioner. Ett positivt kriterium anses uppfyllt om den reklam som får stöd avser

([19]) EGT L 10, 13.1.2001, s. 33. Förordningen senast ändrad genom förordning (EG) nr 364/2004 (EUT L 63, 28.2.2004, s. 22).

([20]) Åtgärder för marknadsföring och reklam inom jordbrukssektorn som genomförs utanför gemenskapen behandlas inte särskilt i riktlinjerna för statligt stöd till jordbrukssektorn. Det innebär att kommissionen har viss handlingsfrihet i bedömningen. Enligt kommissionens praxis kan sådana åtgärder, om de är förenliga med de bestämmelser för statligt stöd som gäller inom gemenskapens territorium, betraktas som förenliga med den gemensamma marknaden (se t.ex. Italien/Toscana stöd N 656/02, stöd NN 150/02 (ex N 109/02) (kommissionens skrivelse K(2003) 1747 av den 11.6.2003) och stöd NN 44/03 (ex N 6/03) (kommissionens skrivelse K(2003) 2534 av den 23.7.2003.

([21]) I kommissionens beslut K(2002) 1768 slutligt av den 7.5.2002 (stöd N 241/01 Italien/Handelskamrar) anges att inga faktiska eller juridiska begränsningar gäller för gemenskapsföretags etablering och registrering vid lokala handelskamrar. Se även stöd N 62/01 (Italien/Handelskammarföreningarna i Piemonte och Venetien) kommissionens beslut SG(2001) D/290914 av den 8.8.2001.

([22]) Mål C-324/98, citerat ovan.

något av följande: jordbruksprodukter som det finns överskott av eller underutnyttjade arter, nya produkter eller ersättningsprodukter som ännu inte produceras i överskott, högkvalitativa produkter, inklusive produkter som framställs eller erhålls med hjälp av miljövänliga produktions- eller fångstmetoder, som produkter från ekologiskt jordbruk, utveckling av vissa regioner, utveckling av små och medelstora företag enligt definitionen i förordning (EG) nr 70/2001, projekt som genomförs av organisationer som är officiellt erkända enligt rådets förordning (EG) nr 104/2000 av den 17 december 1999 om den gemensamma organisationen av marknaden för fiskeri- och vattenbruksprodukter ([23]), och projekt som genomförs gemensamt av producentorganisationer eller av andra organisationer inom fiskesektorn och som erkänts av nationella myndigheter.

(60) De uppgifter som de italienska myndigheterna lämnat innehåller inget som tyder på att de aktuella reklamåtgärderna uppfyller något av de positiva kriterierna.

(61) Beträffande det högsta tillåtna stödbeloppet för reklam för jordbruksprodukter anges i avsnitt 5 i riktlinjerna för statligt stöd till reklam att direkt stöd från en allmän statlig budget som regel inte får överskrida det belopp som sektorn själv har avsatt till en viss reklamkampanj. I fall av stöd till reklam bör sålunda graden av direkt stöd inte överskrida 50 % och företag inom branschen måste bidra med minst 50 % av kostnaden, antingen genom frivilliga bidrag eller genom uttag av skatteliknande avgifter eller obligatoriska avgifter. Kommissionen får, för att ta hänsyn till de positiva kriterier som anges i avsnitt 3.2 i riktlinjerna för statligt stöd till reklam, tillåta att det ovan angivna taket för direkt stöd höjs till 75 % av kostnaderna om det är fråga om reklam för produkter som producerats av små och medelstora företag i stödberättigade områden enligt artikel 87.3 a i EG-fördraget.

(62) Av de uppgifter som de italienska myndigheterna lämnat och som återges i skäl 31 i det här beslutet framgår att marknadsförings- och reklamåtgärderna inom stödordningen finansieras till 100 % med statliga medel. Villkoret att 50 % (eller 25 % i vissa fall) av finansieringen skall komma från sektorn är således inte uppfyllt.

(63) Kommissionen måste därför dra slutsatsen att de aktuella stöden till reklam inte uppfyller villkoren i avsnitt 3.1.2 (reklamkampanjer som strider mot sekundärrätten), avsnitt 3.2 (positiva kriterier) och avsnitt 5 (högsta tillåtna stödbelopp) i riktlinjerna för statligt stöd till reklam.

(64) Samma slutsats gäller för åtgärder som genomförs i gemenskapen och utanför gemenskapen. Då stöd till reklamkampanjer som genomförs utanför gemenskapen inte uttryckligen omfattas av riktlinjerna för statligt stöd till jordbrukssektorn har kommissionen en viss handlingsfrihet i bedömningen av sådana åtgärder. Enligt kommissionens praxis kan sådana åtgärder anses förenliga med den gemensamma marknaden och finansiering på upp till 80 % tillåtas om åtgärderna följer gällande bestämmelser för statligt stöd inom gemenskapen ([24]). I det aktuella ärendet framgår det av de uppgifter som de italienska myndigheterna lämnat och som återges i skälen 31 och 33 i det här beslutet att det är samma åtgärder som skall genomföras både i och utanför gemenskapen och att stödnivån är 100 %. Detta innebär att varken kriterierna i avsnitt 3.1.2 (reklamkampanjer som strider mot sekundärrätten) eller avsnitt 3.2 (positiva kriterier) i riktlinjerna för statligt stöd till reklam iakttas och inte heller de högsta tillåtna stödnivåerna för statligt stöd ([25]). Stöden är därför inte förenliga med den gemensamma marknaden.

(65) Föreliggande beslut avser bara statligt stöd inom jordbrukssektorn till marknadsföring av och reklam för jordbruksprodukter som förtecknas i bilaga I till fördraget. Beslutet är inte att betrakta som ett formellt ställningstagande från kommissionens sida när det gäller frågan om huruvida urvalet av tjänsteleverantörer är förenligt med gemenskapens lagstiftning och rättspraxis för offentlig upphandling. Kommissionen förbehåller sig rätten att göra en mer ingående bedömning i frågan mot bakgrund av bestämmelserna för offentlig upphandling.

## VI. SLUTSATS

(66) På grundval av ovanstående kan det konstateras att åtgärderna för statligt stöd för marknadsföring, på villkor att de följer avsnitt 13 och 14 i gemenskapens riktlinjer för statligt stöd till jordbrukssektorn, kan betraktas som förenliga med den gemensamma marknaden i den mening som avses i artikel 87.3 c, då det är fråga om stöd för att underlätta utvecklingen av vissa näringsverksamheter.

(67) Åtgärderna för statligt stöd till reklam följer inte gemenskapens riktlinjer för statligt stöd till reklam för produkter som omfattas av bilaga I till EG-fördraget och vissa produkter som inte omfattas av bilaga I till fördraget och är därför inte förenliga med den gemensamma marknaden och får endast genomföras på villkor att de ändras på ett sådant sätt att de följer riktlinjerna.

(68) Oförenligt stöd som eventuellt redan beviljats måste krävas åter från stödmottagarna.

([23]) EGT L 17, 21.1.2000, s. 22. Förordningen ändrad genom 2003 års anslutningsakt.

([24]) Se till exempel följande stödärenden: Italien/Toskana stöd N 656/02, stöd NN 150/02 (ex N 109/02) (kommissionens skrivelse K(2003) 1747 av den 11.6.2003) och stöd NN 44/03 (ex N 6/03) (kommissionens skrivelse K(2003) 2534 av den 23.7.2003).

([25]) Se fotnot 23.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

*Artikel 1*

Det statliga stöd inom jordbrukssektorn som Italien planerar genomföra till förmån för marknadsföring för jordbruksprodukter som förtecknas i bilaga I till fördraget på grundval av artikel 4 i regionen Siciliens lag nr 27/1997 är förenligt med den gemensamma marknaden.

Genomförandet av stödet godkänns följaktligen.

*Artikel 2*

Det statliga stöd inom jordbrukssektorn som Italien planerar genomföra till förmån för reklam för jordbruksprodukter som förtecknas i bilaga I till fördraget på grundval av artikel 4 i regionen Siciliens lag nr 27/1997 är oförenligt med den gemensamma marknaden.

Stödordningen får därför inte genomföras.

*Artikel 3*

Italien skall vidta alla åtgärder som är nödvändiga för att från stödmottagarna återkräva det stöd som avses i artikel 2 och som olagligen redan utbetalats till stödmottagarna.

Återkravet skall ske utan dröjsmål och i enlighet med förfarandena i nationell lagstiftning, förutsatt att dessa förfaranden gör det möjligt att omedelbart och effektivt verkställa detta beslut. Det stöd som skall återkrävas skall innefatta ränta som löper från den dag stödet stod till stödmottagarens förfogande till den dag det har återbetalats. Räntan skall beräknas på grundval av den referensränta som används vid beräkningen av bidragsekvivalenten inom ramen för regionalstöd.

*Artikel 4*

Italien skall ändra sina nationella bestämmelser avseende statligt stöd till reklam för jordbruksprodukter som förtecknas i bilaga I till fördraget så att stödet blir förenligt med gemenskapens riktlinjer för statligt stöd till reklam för produkter som omfattas av bilaga I till EG-fördraget och vissa produkter som inte omfattas av bilaga I till fördraget.

*Artikel 5*

Italien skall inom två månader från delgivningen av detta beslut underrätta kommissionen om vilka åtgärder som har vidtagits för att följa beslutet.

*Artikel 6*

Detta beslut riktar sig till Republiken Italien.

Utfärdat i Bryssel den 2 juni 2004.

*På kommissionens vägnar*

Franz FISCHLER

*Ledamot av kommissionen*