DÉCISION DE LA COMMISSION

du 25 novembre 1999

concernant la mesure que l'Allemagne envisage de mettre à exécution pour la promotion des produits agricoles du Mecklembourg-Poméranie-Occidentale

[notifiée sous le numéro C(1999) 4227]

(Le texte en langue allemande est le seul faisant foi.)

(2000/132/CE)

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté européenne, et notamment son article 88, paragraphe 2, premier alinéa,

après avoir invité les intéressés à présenter leurs observations conformément auxdites dispositions [1],

considérant ce qui suit:

I. PROCÉDURE

(1) Par lettre du 24 décembre 1997, l'Allemagne a notifié à la Commission une mesure d'aide en faveur de la promotion des produits agricoles. Elle a fourni à la Commission d'autres informations par lettres des 20 mai 1998, 17 septembre 1998 et 17 février 1999.

(2) Étant donné que la mesure couvrait à la fois des aides aux produits de la pêche et des aides aux produits agricoles, le dossier a été scindé. L'aide d'État N 22/A/98 (devenue C 23/99) était l'aide aux produits agricoles; l'aide d'État N 22/B/98 était l'aide aux produits de la pêche. L'aide d'État N 22/B/98 a été approuvée par la Commission par lettre SG(98) D/4799 du 15 juin 1998. La présente décision ne concerne que l'aide d'État N 22/A/98 (devenue C 23/99).

(3) Par lettre du 3 mai 1999, la Commission a informé l'Allemagne qu'elle avait décidé d'entamer la procédure prévue à l'article 88, paragraphe 2, du traité pour ladite mesure.

(4) La décision de la Commission d'entamer la procédure a été publiée au *Journal officiel des Communautés européennes* [2]. La Commission a invité les intéressés à soumettre leurs observations.

(5) Les autorités allemandes ont présenté leurs observations par lettre du 8 septembre 1999. La Commission n'a pas reçu d'observations des intéressés.

II. DESCRIPTION

(6) La mesure vise à promouvoir une évolution vers un processus de production fondé sur le marché dans le secteur agricole du Mecklembourg-Poméranie-Occidentale en Allemagne. Les petites et moyennes entreprises ont des difficultés particulières à adapter leur processus de production et à organiser leurs activités de commercialisation. C'est pourquoi le *Land* de Mecklembourg-Poméranie-Occidentale veut abaisser le seuil de lancement des activités de commercialisation et favoriser l'acquisition de capacités de commercialisation parmi les exploitants agricoles de la région.

(7) La mesure vise à subventionner les activités de promotion et les mesures destinées à améliorer les possibilités de commercialisation en général. Elle concerne notamment les subventions en faveur:

— de l'organisation du concours «Essen und Trinken in Mecklenburg-Vorpommern» entre restaurants,

— de l'élaboration de concepts de promotion,

— de la participation à des foires commerciales,

— de la création de labels de qualité et de marques,

— de la participation à des séminaires et des ateliers consacrés à la promotion des ventes,

— de la recherche sur le marché,

— des activités de promotion et des activités de soutien des ventes (publicité),

— de la création et de la mise à jour d'un label régional,

— de l'utilisation de brochures et de dépliants.

(8) La mesure prévoit l'octroi d'aides à des groupements de producteurs, à des entreprises actives dans la transformation et la commercialisation des produits agricoles, à des organisations de soutien de la promotion des ventes et à des associations agricoles. D'après la notification originale de la mesure, les bénéficiaires devaient avoir un siège officiel dans le Mecklembourg-Poméranie-Occidentale pour avoir droit à l'aide. Celle-ci est accordée sous forme d'aides directes. Un taux maximal de 50 % des coûts éligibles est remboursable (60 % si le bénéficiaire est une entreprise petite ou moyenne). Toutefois, le montant maximal qui peut être accordé en tant que subvention est de 150 000 marks allemands. La mesure sera applicable au cours de la période 1999-2002.

(9) L'aide comprend plusieurs mesures, parmi lesquelles on distingue des «aides légères» et des aides à la promotion. Dans la décision d'entamer la procédure prévue à l'article 88, paragraphe 2, du traité, la Commission a déclaré ne pas avoir d'objections à la mesure lorsqu'elle concerne des aides légères. Il s'agissait de l'organisation du concours entre restaurants, de la participation à des foires commerciales, de la participation à des séminaires et ateliers sur la promotion des ventes, de l'élaboration de concepts promotionnels, de la création de labels de qualité et de marques et de la recherche sur le marché.

[1] JO C 213 du 24.7.1999, p. 19.
[2] Voir note 1 de bas de page.

(10) Les aides à la promotion doivent remplir les conditions fixées dans la communication de la Commission concernant des actions des États visant à promouvoir les produits agricoles et les produits de la pêche [1] et, si la promotion revêt la forme d'une publicité, dans l'encadrement des aides nationales à la publicité des produits agricoles et de certains produits ne relevant pas de l'annexe II du traité CEE, mais à l'exclusion des produits de la pêche [2].

(11) L'une des principales conditions aux aides à la promotion est le respect de l'article 28 du traité. D'après le point 2.3.1 de l'annexe à la communication précitée de la Commission de 1986, il existe un risque de violation de l'article 28 si «... une importance excessive est accordée à l'origine nationale du produit dans les campagnes publicitaires... L'identification du pays producteur par un mot ou un symbole est autorisée sous réserve qu'un équilibre raisonnable entre les références, d'une part, aux qualités et variétés du produit et, d'autre part, à son origine nationale soit respecté. Les références à l'origine nationale doivent être secondaires par rapport au message principal transmis aux consommateurs par la campagne et ne pas constituer la raison principale incitant les consommateurs à acheter le produit».

(12) Dans des décisions antérieures [3], la Commission a conclu que la mesure n'était pas conforme à l'article 28 du traité. Toutefois, elle a réexaminé le matériel que les autorités allemandes lui avait adressé à titre d'exemple. Il s'agit d'une image de produits agricoles, d'un texte de quelques lignes et de deux signes «Mecklembourg-Poméranie-Occidentale». Le texte dit: «Hier schmeckt's» (Ici, on mange bien); «Bei uns kommt alles frisch auf den Tisch» (Chez nous, tout ce qui est servi est frais). Un autre texte précise qu'un bon sol et un climat tempéré sont les meilleures conditions pour une récolte abondante en fruits, légumes et pommes de terre. Il semble qu'il n'y avait pratiquement pas d'autre message, sinon que les produits provenaient du Mecklembourg-Poméranie-Occidentale. C'est pourquoi la Commission doute qu'un équilibre raisonnable soit garanti entre les références aux qualités et aux variétés.

(13) De plus, la mesure n'accorderait des aides qu'à des entreprises ayant un siège officiel dans le Mecklembourg-Poméranie-Occidentale. D'après l'article 43 du traité, les restrictions à la liberté d'établissement de ressortissants d'un État membre sur le territoire d'un autre État membre sont interdites. Cette interdiction couvre également les restrictions à la liberté d'établissement d'agences, de succursales ou de filiales par des ressortissants d'un État membre établi sur le territoire d'un autre État membre.

Comme la Cour l'a déclaré à plusieurs occasions [4], cette interdiction ne concerne pas seulement les règles spécifiques à l'exercice d'une activité, mais aussi celles relatives aux différentes facilités générales qui sont utiles à l'exercice de cette activité. C'est pourquoi la Commission doutait de la compatibilité de la mesure avec les articles 43 et 48 du traité.

III. OBSERVATIONS DE L'ALLEMAGNE

(14) Dans leur lettre du 8 septembre 1999, les autorités allemandes précisaient que le matériel de promotion qui accompagnait la notification ne serait pas subventionné dans le cadre de la mesure. De nouveaux concepts de promotion seront élaborés pour rendre cette partie de la mesure opérationnelle. Les règles et conditions applicables à ces activités de promotion qui figurent dans la communication de la Commission concernant des actions des États visant à promouvoir les produits agricoles et les produits de la pêche et dans l'encadrement des aides nationales à la publicité des produits agricoles et de certains produits ne relevant pas de l'annexe II du traité CEE, mais à l'exclusion des produits de la pêche seront respectées. Un rapport donnant des informations sur la manière dont la mesure est rendue opérationnelle sera adressé chaque année à la Commission.

(15) De plus, les autorités allemandes ont indiqué qu'elles avaient supprimé la condition d'avoir un siège officiel dans le Mecklembourg-Poméranie-Occidentale pour avoir droit à une aide au titre de la mesure.

(16) Enfin, les autorités allemandes ont indiqué que le budget total de la mesure (aides d'État N 22/A/98 et N 22/B/98) avait été porté à 750 000 marks allemands par an. Sur ce budget, 230 000 marks allemands par an seront affectés à des mesures concernant la pêche, puisque ce budget a été approuvé pour la pêche par la décision de la Commission concernant l'aide N 22/B/98, notifiée par la lettre SG(98) D/4799.

IV. APPRÉCIATION DE LA MESURE

(17) Au titre de l'article 87, paragraphe 1, du traité, toute aide accordée par un État membre ou sur des ressources de l'État, sous quelque forme que ce soit, qui entraîne ou menace d'entraîner des distorsions de concurrence en favorisant certaines entreprises ou la production de certaines marchandises est incompatible avec le marché commun, dans la mesure où elle affecte les échanges entre les États membres.

(18) La mesure prévoit l'octroi d'aides à la promotion des produits agricoles sur des ressources de l'État en faveur d'un groupe limité de bénéficiaires actifs dans la transformation et la commercialisation des produits qui sont vendus dans la Communauté. C'est pourquoi il s'agit manifestement d'une aide d'État au sens de l'article 87, paragraphe 1, du traité. Les autorités allemandes n'ont pas contesté ce point.

[1] JO C 272 du 28.10.1986.
[2] JO C 302 du 12.11.1987.
[3] Voir NN 27/97 (directive sur la promotion) et N 22/B/98 (promotion des produits de la pêche dans le Mecklembourg-Poméranie-Occidentale).
[4] Voir affaire 305/87, Commission contre République hellénique, Recueil 1989, p. 1461.

Article 87, paragraphe 3, point c), du traité

(19) La Commission peut considérer qu'une aide destinée à faciliter le développement de certaines activités économiques ou de certains secteurs économiques est compatible avec le marché commun au titre de l'article 87, paragraphe 3, point c), du traité si cette aide n'a pas d'incidence sur les conditions de commercialisation qui soit contraire à l'intérêt commun.

Aides légères

(20) Comme indiqué dans la description de la mesure, la Commission n'avait pas d'objections aux mesures pouvant être considérées comme des aides légères. Elle n'a pas pu approuver cette partie de la mesure en raison des objections aux critères d'éligibilité, notamment l'exigence d'avoir un siège officiel dans le Mecklembourg-Poméranie-Occidentale. Les autorités allemandes ayant maintenant supprimé cette exigence, la Commission n'a pas d'objections à l'octroi de cette aide puisqu'elle remplit les conditions de la dérogation prévue à l'article 87, paragraphe 3, point c), du traité.

Aides à la promotion et à la publicité

(21) La création et la mise à jour d'un label régional doivent être évaluées comme des activités de promotion qui relèvent de la communication de la Commission concernant des actions des États visant à promouvoir les produits agricoles et les produits de la pêche (1986) et aussi, puisque cette promotion se présente aussi sous forme de publicité, de l'encadrement des aides nationales à la publicité des produits agricoles et de certains produits ne relevant pas de l'annexe II du traité CEE, mais à l'exclusion des produits de la pêche.

(22) La communication et l'encadrement précités s'appliquent tout autant à l'examen des activités de promotion qu'à l'examen des activités de soutien des ventes et de l'utilisation de brochures et dépliants.

(23) La communication et l'encadrement soulignent le fait que l'aide à la promotion ne peut pas être considérée comme compatible avec le marché commun si le matériel de promotion ne respecte pas l'article 28 du traité. De plus, l'encadrement interdit l'aide à la publicité en faveur de firmes particulières et prévoit comme condition que la publicité doit porter au moins sur l'une des catégories suivantes:

— les produits agricoles excédentaires,

— les produits nouveaux ou de remplacement qui ne sont pas encore excédentaires,

— le développement de certaines régions,

— le développement des petites et moyennes entreprises, ou

— la publicité en faveur des produits de qualité supérieure et des produits de régime.

Enfin, les aides accordées au titre de l'encadrement précité ne doivent pas dépasser 50 % des coûts éligibles.

(24) La Commission a entamé la procédure prévue à l'article 88, paragraphe 2, du traité, car elle doutait de la compatibilité du matériel de promotion présenté avec l'article 28 dudit traité. Toutefois, dans leur lettre du 8 septembre 1999, les autorités allemandes ont déclaré que le matériel de promotion qui accompagnait la notification ne serait pas subventionné dans le cadre de la mesure. De nouveaux concepts de promotion seront élaborés pour rendre opérationnelle cette partie de la mesure. Les règles et conditions applicables à ces activités de promotion qui sont énoncées dans la communication de la Commission concernant des actions des États visant à promouvoir les produits agricoles et les produits de la pêche et dans l'encadrement des aides nationales à la publicité des produits agricoles et de certains produits ne relevant pas de l'annexe II du traité CEE, mais à l'exclusion des produits de la pêche seront respectées. Un rapport indiquant comment la mesure sera rendue opérationnelle sera soumis chaque année à la Commission. C'est pourquoi celle-ci considère maintenant que la mesure est conforme à l'article 28 du traité.

(25) Les autorités allemandes ont garanti qu'aucune aide ne serait accordée pour la promotion d'une firme particulière.

(26) L'encadrement précité stipule que la publicité qui est subventionnée doit concerner l'une des catégories suivantes:

— les produits agricoles excédentaires,

— les produits nouveaux ou de remplacement qui ne sont pas encore excédentaires,

— le développement de certaines régions,

— le développement des petites et moyennes entreprises,

— la publicité en faveur des produits de qualité supérieure et des produits de régime.

La mesure vise à développer l'agriculture dans le Mecklembourg-Poméranie-Occidentale. La plupart de ses bénéficiaires seront de petites ou moyennes entreprises. Elle vise à promouvoir les ventes de produits agricoles dont un très grand nombre sont excédentaires. C'est pourquoi la Commission considère que cette condition est remplie.

(27) L'encadrement des aides nationales à la publicité des produits agricoles et de certains produits ne relevant pas de l'annexe II du traité CEE, mais à l'exclusion des produits de la pêche stipule que les bénéficiaires de l'aide à la publicité doivent contribuer aux coûts à raison d'au moins 50 %. Toutefois, le point 4.3 de l'encadrement permet de relever le taux maximal d'aide directe précité (50 %), notamment pour les produits fabriqués par de petites ou moyennes entreprises.

(28) Le projet notifié prévoit une aide maximale de 50 %, mais il fait une exception pour les aides en faveur des petites et moyennes entreprises. Celles-ci peuvent bénéficier d'aides égales à 60 % des coûts éligibles.

(29) Le taux d'aide de base est conforme à l'encadrement précité. Dans des cas semblables, la Commission a approuvé des aides à la publicité en faveur de petites et moyennes entreprises à raison de 60 % ou même de 75 % (N 703/95, N 624/95 et NN 27/97). C'est pourquoi la Commission considère que cette condition est remplie.

Respect des articles 43 et 48

(30) Comme cela est indiqué ci-dessus, la Commission a entamé la procédure prévue à l'article 88, paragraphe 2, du traité, car il lui semblait que l'exigence d'avoir un siège officiel dans le Mecklembourg-Poméranie-Occidentale pour avoir droit à l'aide serait une infraction aux articles 43 et 48.

(31) Dans leur lettre du 8 septembre 1999, les autorités allemandes ont indiqué qu'elles avaient supprimé la condition d'avoir un siège officiel dans le même Mecklembourg-Poméranie-Occidentale pour avoir droit à l'aide au titre de la mesure. C'est pourquoi la Commission considère que la mesure est conforme aux articles 43 et 48 du traité.

Augmentation du budget

(32) Enfin, dans leur lettre du 8 septembre 1999, les autorités allemandes ont indiqué qu'elles prévoyaient de porter le budget en faveur de la mesure de 230 000 à 750 000 marks allemands par an.

(33) Toutefois, l'augmentation du budget ne change pas l'évaluation de la mesure par la Commission puisque les taux d'aide demeurent les mêmes.

V. **CONCLUSIONS**

(34) À la suite des modifications de la mesure par les autorités allemandes, la Commission considère que la mesure est conforme à la pratique de la Commission en matière d'aides légères ou conforme à la communication de la Commission concernant des actions des États visant à promouvoir les produits agricoles et les produits de la pêche et à l'encadrement des aides nationales à la publicité des produits agricoles et de certains produits ne relevant pas de l'annexe II du traité CEE, mais à l'exclusion des produits de la pêche.

(35) C'est pourquoi la Commission considère que le projet notifié est une mesure qui facilite le développement de certaines activités économiques lorsque l'aide considérée n'a pas d'incidence préjudiciable aux conditions de commercialisation de façon contraire à l'intérêt commun, comme l'exige l'article 87, paragraphe 3, point c), du traité,

A ARRÊTÉ LA PRÉSENTE DÉCISION:

Article premier

La mesure que l'Allemagne envisage de mettre à exécution pour la promotion des produits agricoles, alimentaires, forestiers et des produits de la pêche — *Richtlinien für die Gewährung von Zuwendungen des Landes zur Förderung des Absatzes und zur Verbesserung der Marktposition land-, ernährungs-, forst-, und fischwirtschaftliche Erzeugnisse*, notifiée à l'origine par lettre du 24 décembre 1997, est compatible avec le marché commun au sens de l'article 87, paragraphe 3, point c), du traité.

La mise en œuvre de la mesure est donc autorisée.

Article 2

La République fédérale d'Allemagne est destinataire de la présente décision.

Fait à Bruxelles, le 25 novembre 1999.

Par la Commission

Franz FISCHLER

Membre de la Commission