ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

της 25ης Νοεμβρίου 1999

σχετικά με το μέτρο το οποίο η Γερμανία σχεδιάζει να εφαρμόσει για την προώθηση γεωργικών προϊόντων της περιφέρειας Mecklenburg-Vorpommern

[κοινοποιηθείσα υπό τον αριθμό E(1999) 4227]

(Το κείμενο στη γερμανική γλώσσα είναι το μόνο αυθεντικό)

(2000/132/ΕΚ)

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ,

Έχοντας υπόψη:

τη συνθήκη για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, και ιδίως το άρθρο 88 παράγραφος 2 πρώτο εδάφιο,

Αφού κάλεσε τους ενδιαφερόμενους να υποβάλουν τις παρατηρήσεις τους σύμφωνα με την εν λόγω διάταξη [1],

Εκτιμώντας τα ακόλουθα:

I. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

(1) Με επιστολή της 24ης Δεκεμβρίου 1997, η Γερμανία γνωστοποίησε στην Επιτροπή ένα μέτρο χορήγησης ενισχύσεων για την προώθηση γεωργικών προϊόντων. Κοινοποίησε στην Επιτροπή συμπληρωματικές πληροφορίες με επιστολές, με ημερομηνίες 20 Μαΐου και 17 Σεπτεμβρίου 1998 και 17 Φεβρουαρίου 1999.

(2) Δεδομένου ότι επρόκειτο για ενισχύσεις τόσο για αλιευτικά όσο και για γεωργικά προϊόντα, ο φάκελος χωρίστηκε σε δύο μέρη. Η κρατική ενίσχυση N 22/A/98 (τώρα C 23/99) αφορά την ενίσχυση που συνδέεται με γεωργικά προϊόντα και η κρατική ενίσχυση N 22/B/98 αφορούσε την ενίσχυση που συνδέεται με αλιευτικά προϊόντα. Η κρατική ενίσχυση N 22/B/98 εγκρίθηκε από την Επιτροπή με την επιστολή SG (98) D/4799 της 15ης Ιουνίου 1998. Η παρούσα απόφαση αφορά μόνον την κρατική ενίσχυση N 22/A/98 (τώρα C 23/99).

(3) Η Επιτροπή, με την επιστολή της, της 3ης Μαΐου 1999, ενημέρωσε τη Γερμανία για την απόφασή της να κινήσει έναντι του μέτρου αυτού τη διαδικασία που προβλέπεται από το άρθρο 88 παράγραφος 2 της συνθήκης.

(4) Η απόφαση της Επιτροπής να κινήσει τη διαδικασία δημοσιεύτηκε στην *Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων* [2]. Η Επιτροπή κάλεσε τα ενδιαφερόμενα μέρη να υποβάλουν τις παρατηρήσεις τους.

(5) Οι γερμανικές αρχές υπέβαλαν τις παρατηρήσεις τους με επιστολή της 8ης Σεπτεμβρίου 1999. Η Επιτροπή δεν έλαβε παρατηρήσεις εκ μέρους των ενδιαφερομένων.

II. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

(6) Το εν λόγω μέτρο αποσκοπεί στην προώθηση των εξελίξεων προς μια παραγωγική διαδικασία βασιζόμενη στην αγορά, στον γεωργικό τομέα της περιφέρειας Mecklenburg-Vorpommern, της Γερμανίας. Ειδικότερα, οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν δυσχέρειες στην προσαρμογή των παραγωγικών διαδικασιών τους και στην οργάνωση των δραστηριοτήτων εμπορίας. Συνεπώς, το Ομόσπονδο Κρατίδιο Mecklenburg-Vorpommern επιθυμεί να χαμηλώσει το κατώφλι για το ξεκίνημα δραστηριοτήτων εμπορίας και θέλει να προωθήσει την ανάπτυξη δεξιοτήτων εμπορίας μεταξύ των γεωργών-επιχειρηματιών της περιφέρειάς του.

(7) Με το μέτρο αυτό επιδοτούνται μέτρα και δραστηριότητες προώθησης, ώστε να βελτιώνονται γενικότερα οι δυνατότητες εμπορίας. Το μέτρο αυτό αφορά ειδικότερα επιδοτήσεις για:

— τη διοργάνωση του διαγωνισμού εστιατορίων «Essen und Trinken in M-V»,

— την ανάπτυξη ιδεών προώθησης των προϊόντων,

— τη συμμετοχή σε εμπορικές πανηγύρεις και εκθέσεις,

— την ανάπτυξη εμπορικών και ποιοτικών σημάτων,

— τη συμμετοχή σε σεμινάρια και εργαστήρια όσον αφορά την προώθηση των πωλήσεων,

— την έρευνα της αγοράς,

— δραστηριότητες προώθησης, και τις δραστηριότητες στήριξης των πωλήσεων (διαφημιστικές),

— την ανάπτυξη και διατήρηση ενός αναγνωριστικού σήματος της περιφέρειας,

— τη χρησιμοποίηση ενημερωτικών δελτίων και φυλλαδίων.

(8) Με το μέτρο αυτό παρέχεται στήριξη στις ενώσεις παραγωγών, σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην επεξεργασία και εμπορία γεωργικών προϊόντων, στις οργανώσεις που στηρίζουν την προώθηση των πωλήσεων και στις γεωργικές ενώσεις. Σύμφωνα με την αρχική κοινοποίηση, οι δικαιούχοι θα όφειλαν να έχουν την καταστατική έδρα τους στο Mecklenburg-Vorpommern, ώστε να είναι επιλέξιμοι για στήριξη. Η ενίσχυση παρέχεται υπό τη μορφή άμεσων επιχορηγήσεων. Τα κατ' ανώτατο όριο 50 % επιλέξιμα στοιχεία κόστους μπορούν να επιστρέφονται (60 % εφόσον ο δικαιούχος είναι μικρή ή μεσαία επιχείρηση). Εντούτοις, το ανώτατο όριο ποσού που μπορεί να χορηγείται ως επιδότηση είναι 150 000 γερμανικά μάρκα. Το μέτρο αυτό θα ισχύει κατά το χρονικό διάστημα 1999-2002.

(9) Η ενίσχυση αυτή συνίσταται σε μια σειρά μέτρων που είναι δυνατόν να χωριστούν σε «soft aids» (ενισχύσεις υπό ευνοϊκούς όρους) και σε ενισχύσεις προώθησης. Στην απόφασή της για την κίνηση της διαδικασίας του άρθρου 88, παράγραφος 2 της συνθήκης, η Επιτροπή δήλωσε ότι δεν είχε αντιρρήσεις ως προς το μέτρο αυτό, για το σκέλος που αφορούσε τις «soft aids» αυτές καθαυτές. Τούτο αφορούσε τη διοργάνωση του διαγωνισμού εστιατορίων, τη συμμετοχή σε εμπορικές πανηγύρεις και εκθέσεις, τη συμμετοχή σε σεμινάρια και εργαστήρια σχετικά με την προώθηση των πωλήσεων, την ανάπτυξη ιδεών προώθησης των προϊόντων, την ανάπτυξη εμπορικών και ποιοτικών σημάτων, και την έρευνα αγοράς.

[1] ΕΕ C 213 της 24.7.1999, σ. 19.
[2] Βλέπε υποσημείωση 1.

(10) Οι ενισχύσεις προώθησης πρέπει να είναι σύμφωνες με την ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με τη συμμετοχή του κράτους στην προώθηση των γεωργικών προϊόντων και των προϊόντων της αλιείας [1] και, αν η προώθηση γίνεται με τη μορφή διαφήμισης, με το πλαίσιο για τις εθνικές ενισχύσεις για διαφήμιση γεργικών προϊόντων και ορισμένων προϊόντων που δεν περιλαμβάνονται στο παράρτημα II της συνθήκης ΕΟΚ, με εξαίρεση τα αλιευτικά προϊόντα [2].

(11) Μια από τις κυριότερες προϋποθέσεις για την έγκριση των ενισχύσεων προώθησης είναι να συμβιβάζονται με το άρθρο 28 τη συνθήκης. Σύμφωνα με το σημείο 2.3.1 του παραρτήματος της προαναφερόμενης ανακοίνωσης της Επιτροπής του 1986, υπάρχει κίνδυνος παραβίασης του άρθρου 28 εφόσον «... δίνεται υπερβολική έμφαση στην εθνική καταγωγή του προϊόντος στα πλαίσια... εκστρατειών προώθησης.... είναι δυνατόν να δηλώνεται η χώρα παραγωγής με λέξεις ή σύμβολα, υπό την προϋπόθεση ότι υπάρχει εύλογη ισορροπία μεταξύ της αναφοράς που γίνεται, αφενός, στα χαρακτηριστικά και στις ποικιλίες του προϊόντος και, αφετέρου, στην εθνική του καταγωγή. Η αναφορά στην εθνική καταγωγή πρέπει να είναι δευτερεύουσα σε σχέση με το κύριο μήνυμα που απευθύνεται στους καταναλωτές μέσω της εκστρατείας και να μην αποτελεί τον κύριο λόγο για τον οποίο δίνεται συμβουλή στους καταναλωτές να αγοράσουν το προϊόν.»

(12) Σε προγενέστερες αποφάσεις της [3] η Επιτροπή κατέληξε στο συμπέρασμα ότι το μέτρο αυτό όντως συμμορφωνόταν με το άρθρο 28 της συνθήκης. Εντούτοις, η Επιτροπή επανεξέτασε το υλικό που της είχαν αποστείλει οι γερμανικές αρχές ως παράδειγμα. Το υλικό αυτό συνίσταται σε μια φωτογραφία γεωργικών προϊόντων, λίγες γραμμές κειμένου και δύο σήματα «Mecklenburg-Vorpommern». Οι γραμμές κειμένου αναφέρουν «Hier schmeckt's» (Εδώ η καλή γεύση), «Bei uns kommt alles frisch auf den Tisch» (Όλα είναι φρέσκα στο τραπέζι μας), και ένα κείμενο που αναφέρει ότι το καλό έδαφος και το εύκρατο κλίμα αποτελούν τις άριστες συνθήκες για μια πλούσια εσοδεία οπωροκηπευτικών και γεωμήλων. Φαινόταν ότι μάλλον δεν υπήρχε κανένα άλλο μήνυμα πέρα από το γεγονός ότι τα προϊόντα ήταν καταγωγής Mecklenburg-Vorpommern. Συνεπώς, η Επιτροπή διατηρούσε αμφιβολίες ως προς την ύπαρξη εύλογης ισορροπίας ανάμεσα στις διάφορες αναφορές που γίνονταν ανάμεσα στις ποικιλίες και τις ποιότητες.

(13) Περαιτέρω, το μέτρο θα παρείχε ενισχύσεις σε επιχειρήσεις που είχαν καταστατική έδρα μόνο στο κρατίδιο Mecklenburg-Vorpommern. Σύμφωνα με το άρθρο 43 της συνθήκης, οι περιορισμοί της ελευθερίας εγκαταστάσεως των υπηκόων ενός κράτους μέλους στην επικράτεια άλλου κράτους μέλους απαγορεύονται. Η απαγόρευση αυτή εκτείνεται επίσης στους περιορισμούς για την ίδρυση πρακτορείων, υποκαταστημάτων ή θυγατρικών εταιρειών από τους υπηκόους ενός κράτους μέλους που είναι εγκατεστημένοι στην επικράτεια άλλου κράτους μέλους.

Όπως αποφάνθηκε σε αρκετές περιπτώσεις το Δικαστήριο [4], η εν λόγω απαγόρευση δεν αναφέρεται μόνο στους συγκεκριμένους κανόνες που αφορούν την επιδίωξη κάποιας απασχόλησης, αλλά επίσης στους κανόνες που αφορούν τις διάφορες γενικής φύσεως διευκολύνσεις για την ανάληψη και την άσκηση της σχετικής δραστηριότητας. Συνεπώς, η Επιτροπή διατηρούσε αμφιβολίες σχετικά με το συμβιβάσιμο του μέτρου με το άρθρο 43 και το άρθρο 48 της συνθήκης.

III. ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΓΕΡΜΑΝΙΑΣ

(14) Στην επιστολή τους, της 8ης Σεπτεμβρίου 1999, οι γερμανικές αρχές ανέφεραν ότι το υλικό προώθησης που είχε κατατεθεί με την κοινοποίηση δεν επρόκειτο να χρησιμοποιηθεί βάσει του μέτρου αυτού. Άλλες νέες ιδέες προώθησης επρόκειτο να σχεδιαστούν, ώστε αυτό το μέρος του μέτρου να γίνει λειτουργικό. Επίσης ότι θα τηρούνται οι όροι και προϋποθέσεις τέτοιων δραστηριοτήτων προώθησης όπως αναφέρονται στην ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με την συμμετοχή του κράτους στην προώθηση των γεωργικών προϊόντων και των προϊόντων αλιείας και στο πλαίσιο για τις εθνικές ενισχύσεις για διαφήμιση γεωργικών προϊόντων και ορισμένων προϊόντων που δεν περιλαμβάνονται στο παράρτημα II της συνθήκης ΕΟΚ, με εξαίρεση τα αλιευτικά προϊόντα. Κάθε χρόνο θα υποβάλλεται στην Επιτροπή μια έκθεση με τα στοιχεία σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο τίθεται σε λειτουργία το μέτρο αυτό.

(15) Περαιτέρω, οι γερμανικές αρχές ανέφεραν ότι είχαν διαγράψει την προϋπόθεση να υπάρχει καταστατική έδρα στο κρατίδιο Mecklenburg-Vorpommern, ώστε να γίνεται ο δικαιούχος επιλέξιμος προς στήριξη από το μέτρο αυτό.

(16) Τέλος, οι γερμανικές αρχές ανέφεραν ότι ο προϋπολογισμός για το σύνολο του μέτρου (κρατικές ενισχύσεις N 22/A/98 και N 22/B/98) είχε αυξηθεί σε ποσό 750 000 γερμανικών μάρκων κατ' έτος. Από τον προϋπολογισμό αυτό, τα 230 000 γερμανικά μάρκα κατ' έτος θα αφιερώνονται σε μέτρα που αφορούν την αλιεία, καθώς ένας τέτοιος προϋπολογισμός είχε εγκριθεί για την αλιεία με την απόφαση της Επιτροπής που αφορούσε την ενίσχυση N 22/B/98, επιστολή SG (98) D/4799.

IV. ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΜΕΤΡΟΥ

(17) Βάσει του άρθρου 87 παράγραφος 1 της συνθήκης, ενισχύσεις που χορηγούνται υπό οποιαδήποτε μορφή από τα κράτη ή με κρατικούς πόρους και που νοθεύουν ή απειλούν να νοθεύσουν τον ανταγωνισμό διά της ευνοϊκής μεταχειρίσεως ορισμένων επιχειρήσεων ή ορισμένων κλάδων παραγωγής είναι ασυμβίβαστες με την κοινή αγορά, κατά το μέτρο που επηρεάζουν τις μεταξύ κρατών μελών συναλλαγές.

(18) Το μέτρο αυτό χορηγεί ενισχύσεις για την προώθηση των γεωργικών προϊόντων, προερχόμενες από κρατικούς πόρους, σε περιορισμένη ομάδα δικαιούχων, οι οποίοι δραστηριοποιούνται στην εμπορία και επεξεργασία προϊόντων τα οποία αποτελούν αντικείμενο συναλλαγών εντός της Κοινότητας. Συνεπώς, το μέτρο αυτό πρόδηλα αφορά κρατική ενίσχυση κατά την έννοια του άρθρου 87 παράγραφος 1 της συνθήκης. Οι γερμανικές αρχές δεν αμφισβήτησαν το γεγονός αυτό.

[1] ΕΕ C 272 της 28.10.1986.
[2] ΕΕ C 302 της 12.11.1987.
[3] Βλέπε NN 27/97, οδηγία για τις προωθήσεις προϊόντων, και N 22/B/98, προώθηση των αλιευτικών προϊόντων του κρατιδίου Mecklenburg-Vorpommern.
[4] Βλέπε υπόθεση 305/87, Επιτροπή κατά Ελληνικής Δημοκρατίας, Συλλογή ΔΕΚ 1989, σ. 1461.

Άρθρο 87 παράγραφος 3 στοιχείο γ) της συνθήκης

(19) Οι ενισχύσεις για την προώθηση της αναπτύξεως ορισμένων οικονομικών δραστηριοτήτων ή οικονομικών περιοχών δύνανται να θεωρηθούν από την Επιτροπή ότι συμβιβάζονται με την κοινή αγορά, δυνάμει του άρθρου 87 παράγραφος 3 στοιχείο γ) της συνθήκης, εφόσον δεν αλλοιώνουν τους όρους των συναλλαγών κατά τρόπο που θα αντέκειτο προς το κοινό συμφέρον.

Ενισχύσεις υπό ευνοϊκούς όρους («soft aid»)

(20) Όπως αναφέρεται στην περιγραφή του μέτρου, η επιτροπή δεν είχε αντιρρήσεις ως προς τα μέτρα που θα μπορούσαν να θεωρηθούν, αυτά καθαυτά, ως «soft aids». Η Επιτροπή δεν ήταν σε θέση να εγκρίνει αυτό το τμήμα του μέτρου εξαιτίας των αντιρρήσεων που διατυπώνει ως προς τα κριτήρια επιλεξιμότητας, και συγκεκριμένα την απαίτηση να διαθέτει ο δικαιούχος καταστατική έδρα στο κρατίδιο Mecklenburg-Vorpommern. Στο μέτρο που τώρα οι γερμανικές αρχές έχουν αποσύρει την απαίτηση αυτή, η Επιτροπή δεν εγείρει αντίρρηση ως προς τη χορήγηση αυτής της ενισχύσεως, καθώς πληρούνται οι όροι της παρεκκλίσεως του άρθρου 87 παράγραφος 3 στοιχείο γ).

Ενισχύσεις για προώθηση και διαφήμιση

(21) Η ανάπτυξη και η διατήρηση ενός περιφερειακού αναγνωριστικού σήματος πρέπει να εκτιμηθεί ως δραστηριότητα προώθησης για την οποία εφαρμόζεται η ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με τη συμμετοχή του κράτους στην προώθηση των γεωργικών προϊόντων και των προϊόντων αλιείας και, καθώς η προώθηση γίνεται επίσης υπό τη μορφή διαφήμισης, το πλαίσιο για τις εθνικές ενισχύσεις για διαφήμιση γεωργικών προϊόντων και ορισμένων προϊόντων που δεν περιλαμβάνονται στο παράρτημα II της συνθήκης ΕΟΚ, με εξαίρεση τα αλιευτικά προϊόντα.

(22) Η ανακοίνωση και το πλαίσιο που προαναφέρονται εφαρμόζονται εξίσου κατά την εξέταση των ενεργειών προώθησης, των ενεργειών στήριξης των πωλήσεων και της χρήσεως ενημερωτικών φυλλαδίων και δελτίων.

(23) Τόσο στην ανακοίνωση όσο και στο πλαίσιο, τονίζεται το γεγονός ότι οι ενισχύσεις για την προώθηση προϊόντων δεν μπορούν να θεωρηθούν συμβιβάσιμες με την κοινή αγορά εφόσον το υλικό της προώθησης παραβιάζει το άρθρο 28 της συνθήκης. Περαιτέρω, το πλαίσιο απαγορεύει τις ενισχύσεις για διαφήμιση αναφερόμενη σε συγκεκριμένες εταιρείες και θέτει ως όρο να αφορά η διαφήμιση τουλάχιστον μια από τις ακόλουθες κατηγορίες:

— πλεονάζοντα γεωργικά προϊόντα,

— νέα προϊόντα ή προϊόντα αντικατάστασης, που δεν είναι ακόμη πλεονάζοντα,

— την ανάπτυξη ορισμένων περιοχών,

— την ανάπτυξη μικρών ή μεσαίων επιχειρήσεων,

— ή τη διαφήμιση προϊόντων υψηλής ποιότητας και υγιεινής διατροφής.

Τέλος, η ένταση των ενισχύσεων που χορηγούνται βάσει του προαναφερομένου πλαισίου θα πρέπει να μην υπερβαίνει το 5 % του επιλέξιμου κόστους.

(24) Η Επιτροπή κίνησε τη διαδικασία του άρθρου 88 παράγραφος 2 της συνθήκης επειδή διατηρούσε αμφιβολίες σχετικά με το συμβιβάσιμο του υποβληθέντος υλικού για τις ενέργειες προώθησης με το άρθρο 28 της συνθήκης. Εντούτοις, στην επιστολή τους της 8ης Σεπτεμβρίου 1999, οι γερμανικές αρχές δήλωσαν ότι ιτο υλικό αυτό, το οποίο είχε υποβληθεί μαζί με την κοινοποίηση, δεν θα λάμβανε στήριξη βάσει του υπόψη μέτρου. Πρόκειται να σχεδιαστούν νέες ιδέες προώθησης, ώστε να γίνει λειτουργικό αυτό το μέρος του μέτρου. Επίσης ότι θα τηρηθούν οι κανόνες και οι προϋποθέσεις για τέτοιες ενέργειες προώθησης, όπως αναφέρονται στη ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με τη συμμετοχή του κράτους στην προώθηση των γεωργικών προϊόντων και των προϊόντων αλιείας και στο πλαίσιο για τις εθνικές ενισχύσεις για διαφήμιση γεωργικών προϊόντων και ορισμένων προϊόντων που δεν περιλαμβάνονται στο παράρτημα II της συνθήκης ΕΟΚ, με εξαίρεση τα αλιευτικά προϊόντα. Κάθε χρόνο θα υποβάλλεται στην Επιτροπή έκθεση που θα περιλαμβάνει στοιχεία σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο το μέτρο αυτό τίθεται σε λειτουργία. Συνεπώς, η Επιτροπή θεωρεί τώρα ότι το μέτρο αυτό συμμορφώνεται με το άρθρο 28 της συνθήκης.

(25) Οι γερμανικές αρχές έχουν εγγυηθεί ότι δεν θα δοθεί καμία ενίσχυση για την προώθηση συγκεκριμένης επιχείρησης.

(26) Το προαναφερόμενο πλαίσιο αναφέρει ότι η διαφήμιση η οποία επιδοτείται θα πρέπει να αφορά τουλάχιστον μια από τις ακόλουθες κατηγορίες:

— πλεονάζοντα γεωργικά προϊόντα,

— νέα προϊόντα ή προϊόντα αντικατάστασης, που δεν είναι ακόμη πλεονάζοντα,

— την ανάπτυξη ορισμένων περιοχών,

— την ανάπτυξη μικρών ή μεσαίων επιχειρήσεων,

— ή τη διαφήμιση προϊόντων υψηλής ποιότητας και υγιεινής διατροφής.

Στόχος του μέτρου είναι η ανάπτυξη της γεωργίας στην περιφέρεια MecklenburgVorpommern. Οι περισσότεροι από τους δικαιούχους θα είναι μικρές ή μεσαίες επιχειρήσεις. Το μέτρο αυτό αποσκοπεί στην προώθηση των πωλήσεων γεωργικών προϊόντων, εκ των οποίων πολλά είναι πλεονάζοντα. Συνεπώς, η Επιτροπή θεωρεί ότι πληρούται και ο όρος αυτός.

(27) Το πλαίσιο για τις εθνικές ενισχύσεις για διαφήμιση γεωργικών προϊόντων και ορισμένων προϊόντων που δεν περιλαμβάνονται στο παράρτημα II της συνθήκης ΕΟΚ, με εξαίρεση τα αλιευτικά προϊόντα, αναφέρει ότι οι δικαιούχοι της ενίσχυσης για διαφήμιση θα πρέπει να συνεισφέρουν τουλάχιστον το 50 % του κόστους. Εντούτοις, στο σημείο 4.3 του πλαισίου επιτρέπεται η δυνατότητα να αυξάνεται το προαναφερόμενο ανώτατο όριο απευθείας ενίσχυσης (όριο 50 %), ιδιαίτερα στην περίπτωση προϊόντων μικρών ή μεσαίων επιχειρήσεων.

(28) Το σχέδιο που κοινοποιήθηκε προβλέπει χορήγηση ενισχύσεων μέχρις ορίου 50 %), αλλά επίσης εξαίρεση για τις ενισχύσεις προς τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ). Στις ΜΜΕ μπορούν να χορηγούνται ενισχύσεις ύψους 60 % του επιλέξιμου κόστους.

(29) Η βασική ένταση των ενισχύσεων συμβιβάζεται με το προαναφερόμενο πλαίσιο. Σε παρόμοιες υποθέσεις, η Επιτροπή έχει εγκρίνει ενισχύσεις για διαφήμιση ΜΜΕ με ένταση ενισχύσεων 60 % ή ακόμη και 75 % (N 703/95, N 624/95 και NN 27/97). Συνεπώς, η Επιτροπή θεωρεί ότι πληρούται και αυτός ο όρος.

Το συμβιβάσιμο με τα άρθρα 3 και 48

(30) Όπως αναφέρεται ανωτέρω, η Επιτροπή κίνησε τη διαδικασία του άρθρου 88 παράγραφος 2 της συνθήκης ΕΚ επειδή φαινόταν ότι ο όρος να υπάρχει καταστατική έδρα στην περιφέρεια Mecklenburg-Vorpommern ώστε να είναι επιλέξιμη επιχείρηση για στήριξη, ότι θα αποτελούσε παραβίαση του άρθρου 43 και 48 της συνθήκης.

(31) Στην επιστολή τους της 8ης Σεπτεμβρίου 1999, οι γερμανικές αρχές ανέφεραν ότι είχαν διαγράψει τον όρο να υπάρχει καταστατική έδρα στην περιφέρεια Mecklenburgh-Vorpommern, κατά τρόπο ώστε να γίνει η στήριξη επιλέξιμη βάσει του μέτρου. Συνεπώς, η Επιτροπή θεωρεί ότι το μέτρο αυτό συμμορφώνεται με τα άρθρα 43 και 48 της συνθήκης.

Αυξημένος προϋπολογισμός

(32) Τέλος, στην επιστολή τους της 8ης Σεπτεμβρίου 1999, οι γερμανικές αρχές δήλωσαν ότι σχεδίαζαν να αυξήσουν τον προϋπολογισμό του μέτρου αυτού από 230 000 σε 750 000 γερμανικά μάρκα κατ' έτος.

(33) Η αύξηση όμως του προϋπολογισμού δεν αλλοιώνει την εκ μέρους της Επιτροπής αξιολόγηση του μέτρου, καθώς οι εντάσεις ενισχύσεων παραμένουν οι ίδιες.

V. **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ**

(34) Μετά τις τροποποιήσεις του μέτρου αυτού εκ μέρους των γερμανικών αρχών, η Επιτροπή θεωρεί ότι το μέτρο συνάδει με την πρακτική της Επιτροπής όσον αφορά τις ενισχύσεις με ευνοϊκούς όρους ή, ότι συνάδει με τη ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με τη συμμετοχή του κράτους στην προώθηση των γεωργικών προϊόντων και των προϊόντων αλιείας και το πλαίσιο για τις εθνικές ενισχύσεις για διαφήμιση γεωργικών προϊόντων και ορισμένων προϊόντων που δεν περιλαμβάνονται στο παράρτημα II της συνθήκης ΕΟΚ, με εξαίρεση τα αλιευτικά προϊόντα.

(35) Κατά συνέπεια, η Επιτροπή θεωρεί ότι το κοινοποιηθέν σχέδιο αποτελεί μέτρο που διευκολύνει την ανάπτυξη ορισμένων οικονομικών δραστηριοτήτων, εφόσον τέτοιες ενισχύσεις δεν αλλοιώνουν τους όρους των συναλλαγών κατά τρόπο που θα αντέκειτο προς το κοινό συμφέρον όπως ορίζεται στο άρθρο 87 παράγραφος 3 στοιχείο γ).

ΕΞΕΔΩΣΕ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΠΟΦΑΣΗ:

Άρθρο 1

Το μέτρο που η Γερμανία προτίθεται να θέσει σε εφαρμογή, όσον αφορά την προώθηση προϊόντων γεωργίας, βιομηχανίας τροφίμων, δασοκομίας και αλιείας — δηλαδή το Richtlinien für die Gewährung von Zuwendungen des Landes zur Förderung des Absatzes und zur Verbesserung der Marktposition land-, ernährungs-, forst-, und fischwirtschafliche Erzeugnisse, που αρχικά κοινοποιήθηκε με επιστολή της 24ης Δεκεμβρίου 1997 — είναι συμβιβάσιμο με την κοινή αγορά κατά την έννοια του άρθρου 87 παράγραφος 3 στοιχείο γ) της συνθήκης.

Κατά συνέπεια, επιτρέπεται η θέση σε εφαρμογή αυτού του μέτρου.

Άρθρο 2

Η παρούσα απόφαση απευθύνεται στην Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας.

Βρυξέλλες, 25 Νοεμβρίου 1999.

Για την Επιτροπή

Franz FISCHLER

Μέλος της Επιτροπής