DECISIÓN DE LA COMISIÓN

de 25 de noviembre de 1999

relativa a la medida que Alemania tiene previsto ejecutar en favor de la promoción de productos agrícolas de Mecklemburgo-Pomerania Occidental

[notificada con el número C(1999) 4227]

(El texto en lengua alemana es el único auténtico)

(2000/132/CE)

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea y, en particular, el párrafo primero del apartado 2 de su artículo 88,

Después de haber emplazado a los interesados para que presenten sus observaciones, de conformidad con el citado artículo [1],

Considerando lo siguiente:

I. **PROCEDIMIENTO**

(1) Por carta de 24 de diciembre de 1997, Alemania notificó a la Comisión una medida de concesión de ayuda para la promoción de productos agrícolas. Mediante cartas de 20 de mayo de 1998, 17 de septiembre de 1998 y 17 de febrero de 1999 se proporcionó información complementaria a la Comisión.

(2) Teniendo en cuenta que la ayuda afectaba tanto a productos de la pesca como a productos agrícolas, se dividió el expediente: por una parte la ayuda estatal N 22/A/98 (actualmente C 23/99), relativa a productos agrícolas, y por otra la ayuda estatal N 22/B/98, relativa a productos de la pesca. La ayuda 22/B/98 fue aprobada por la Comisión mediante la carta SG(98) D/4799 de 15 de junio de 1998. La presente Decisión se refiere únicamente a la ayuda N 22/A/98 (actualmente C 23/99).

(3) Mediante carta de 3 de mayo de 1999, la Comisión informó a Alemania de su decisión de incoar el procedimiento previsto en el apartado 2 del artículo 88 del Tratado con respecto a esta medida.

(4) La decisión de la Comisión de incoar el procedimiento se publicó en el *Diario Oficial de las Comunidades Europeas* [2]. La Comisión invitó a los interesados a presentar sus observaciones sobre la medida en cuestión.

(5) Las autoridades alemanas presentaron sus observaciones mediante carta de 8 de septiembre de 1999. La Comisión no ha recibido observaciones de terceros interesados.

II. **DESCRIPCIÓN**

(6) El objeto de la medida es apoyar la evolución hacia una producción más orientada hacia el mercado en el sector agrario de Mecklemburgo-Pomerania Occidental. En especial las pequeñas y medianas empresas tienen dificultades para adaptar su proceso productivo y para organizar la comercialización; por esta razón, el Estado federado de Mecklemburgo-Pomerania Occidental desea disminuir el umbral para iniciar actividades de comercialización y fomentar el desarrollo de habilidades comerciales entre los empresarios agrarios de esta zona.

(7) La medida subvenciona actividades de promoción y medidas que mejoren las posibilidades de comercialización en general. En concreto se conceden subvenciones para:

— organización del concurso de restauración «Essen und Trinken in M-V»,

— desarrollo de campañas de promoción,

— participación en ferias y exposiciones,

— creación de etiquetas y marcas de calidad,

— participación en seminarios y grupos de trabajo sobre promoción de ventas,

— investigaciones de mercado,

— actividades de promoción y actividades de apoyo a las ventas (publicidad),

— creación y mantenimiento de una etiqueta regional,

— folletos y publicaciones.

(8) Los destinatarios son asociaciones de productores y empresas activas en la transformación y comercialización de productos agrarios, organizaciones de apoyo a la promoción de ventas y asociaciones agrarias. Según la notificación original, los beneficiarios han de tener su sede en Mecklemburgo-Pomerania Occidental para poder optar a la ayuda, que consiste en una subvención directa. Se reembolsa un máximo del 50 % de los costes subvencionables (60 % si el receptor es una pequeña o mediana empresa), aunque el importe máximo que puede concederse en forma de subvención es de 150 000 marcos alemanes. La medida tendrá vigencia entre 1999 y 2002.

(9) La ayuda comprende varias medidas que pueden dividirse entre «ayudas blandas» y ayudas de promoción. En la Decisión por la que se iniciaba el procedimiento de conformidad con el apartado 2 del artículo 88 del Tratado, la Comisión afirmaba que no formulaba objeciones en lo que respecta a ayudas blandas, lo que afectaba a la participación en ferias o exposiciones y en seminarios y grupos de trabajo sobre promoción de ventas, desarrollo de campañas de promoción y de etiquetas y marcas de calidad, así como la investigación de mercado.

[1] DO C 213 de 24.7.1999, p. 19.
[2] Véase la nota 1.

(10) Las ayudas a la promoción tienen que respetar la Comunicación de la Comisión sobre la participación estatal en la promoción de los productos agrícolas y pesqueros [1] y, si la promoción consiste en publicidad, el Encuadramiento de las ayudas nacionales para publicidad de productos agrarios y de determinados productos no incluido en el anexo II del Tratado CEE, con exclusión de los productos pesqueros [2].

(11) Una de las principales condiciones para las ayudas a la promoción es el respeto del artículo 28 del Tratado. Según el punto 2.3.1 del anexo de la mencionada Comunicación de 1986, existe el peligro de infringir el artículo 28 si se hace un hincapié indebido en el origen nacional del producto en las campañas de promoción, aunque se señala que «la identificación del país productor a través de palabras o símbolos podrá realizarse siempre que se mantenga un razonable equilibrio entre las referencias hechas, por un lado, a las cualidades y variedades del producto y, de otro lado, a su origen nacional. Las referencias al origen nacional deberán ser secundarias ante el mensaje principal comunicado a las consumidores a través de la campaña y no constituir el principal motivo por el que se recomienda a los consumidores comprar el producto».

(12) En anteriores Decisiones [3] la Comisión llegó a la conclusión de que la medida respetaba el artículo 28 del Tratado. No obstante, la Comisión reexaminó el material que las autoridades alemanas remitieron a título de ejemplo: consiste en una foto de productos agrícolas y dos indicaciones «Mecklemburgo-Pomerania Occidental» junto con las siguientes frases «*Hier schmeckt's*» (Aquí sabe bien), «*Bei uns kommt alles frisch auf den Tisch*» (Aquí todo es fresco) y un texto en el que se afirma que la bondad del suelo y el clima templado son las mejores condiciones para obtener una excelente cosecha de frutas, hortalizas y patatas. Prácticamente el único mensaje es que se trata de productos de Mecklemburgo-Pomerania Occidental. Por esta razón, la Comisión albergaba dudas acerca de la existencia de un equilibrio razonable entre las referencias a las cualidades y las variedades.

(13) Además, la ayuda se concede únicamente a empresas con sede en Mecklemburgo-Pomerania Occidental; el artículo 43 del Tratado prohíbe las restricciones a la libertad de establecimiento de ciudadanos de un Estado miembro en el territorio de otro Estado miembro, lo que es aplicable también a las restricciones a la libertad de establecimiento de agencias, filiales y sucursales por parte de ciudadanos de cualquier Estado miembro establecidos en el territorio de cualquier Estado miembro. Como ha dictaminado el Tribunal en varias ocasiones [4], esta prohibición se aplica no sólo a las normas específicas del desempeño de una profesión sino también a las normas relativas a los distintos mecanismos de ayuda que se ofrecen en el desempeño de una profesión. Por esta razón, la Comisión albergaba dudas acerca de la compatibilidad de la medida con los artículos 43 y 48 del Tratado.

III. **COMENTARIOS DE ALEMANIA**

(14) En su carta de 8 de septiembre de 1999, las autoridades alemanas afirmaron que no se destinarían subvenciones a la promoción del material remitido con la notificación y que se diseñarían otras campañas de promoción para que este aspecto de la medida resultara operativo. Se respetaría la Comunicación de la Comisión sobre la participación estatal en la promoción de los productos agrícolas y pesqueros y el Encuadramiento de las ayudas nacionales para publicidad de productos agrarios y de determinados productos no incluidos en el anexo II del Tratado CEE, con exclusión de los productos pesqueros, y se presentaría a la Comisión un informe anual sobre la aplicación concreta de la medida.

(15) Además, las autoridades alemanas indicaron que habían suprimido la condición de tener la sede en Mecklemburgo-Pomerania Occidental para poder acogerse a la medida.

(16) Por último, dichas autoridades mencionaban que el presupuesto total de la medida (ayudas estatales N 22/A/98 y N 22/B/98) había aumentado hasta 750 000 marcos alemanes anuales, de los que 230 000 se dedicaban a medidas que afectan a la pesca, ya aprobadas mediante la Decisión de la Comisión relativa a N 22/B/98, carta SG (98) D/4799.

IV. **EVALUACIÓN DE LA MEDIDA**

(17) De conformidad con el apartado 1 del artículo 87 del Tratado, son incompatibles con el mercado común, en la medida en que afecten a los intercambios comerciales entre Estados miembros, las ayudas otorgadas por los Estados o mediante fondos estatales, bajo cualquier forma, que falseen o amenacen falsear la competencia, favoreciendo a determinadas empresas o producciones.

(18) La medida concede ayudas para la promoción de productos agrícolas, procedente de recursos públicos, a un grupo restringido de beneficiarios que se dedican a la comercialización y transformación de productos que son objeto de comercio en la Comunidad. Por esta razón, la medida es manifiestamente una ayuda estatal en el sentido del apartado 1 del artículo 87 del Tratado. Las autoridades alemanas no han rebatido esta afirmación.

[1] DO C 272 de 28.10.1986.
[2] DO C 302 de 12.11.1987.
[3] NN 27/97 (Directiva sobre la promoción) y N 22/B/98 (promoción de productos de la pesca en Mecklemburgo-Pomerania Occidental).
[4] Asunto 305/87, Comisión contra República Helénica (Recopilación 1989, p. 1461).

Letra c) del apartado 3 del artículo 87 del Tratado

(19) La Comisión podrá considerar compatibles con el Tratado las ayudas destinadas a facilitar el desarrollo de determinadas actividades o de determinadas regiones económicas, siempre que no alteren las condiciones de los intercambios en forma contraria al interés común.

Ayudas blandas

(20) Tal como se afirma en la descripción de la medida, la Comisión no formulaba objeciones contra las medidas que podían considerarse ayudas blandas. La Comisión no pudo aprobar este aspecto de la medida debido a las objeciones en lo que respecta a los criterios para optar a las mismas, a saber, el requisito de tener la sede en Mecklemburgo-Pomerania Occidental; al haber suprimido las autoridades alemanas este requisito, la Comisión no formula objeciones a la concesión de esta ayuda, puesto que respeta las condiciones de la excepción de la letra c) del apartado 3 del artículo 87.

Ayudas para promoción y publicidad

(21) El desarrollo y mantenimiento de una etiqueta regional debe evaluarse como actividad de promoción, a la que se aplica la Comunicación de la Comisión sobre la participación estatal en la promoción de los productos agrícolas y pesqueros, y, en la medida en que también se trate de publicidad, el Encuadramiento de las ayudas nacionales para publicidad de productos agrarios y de determinados productos no incluidos en el anexo II del Tratado CEE, con exclusión de los productos pesqueros.

(22) La Comunicación y el Encuadramiento citados también son aplicables cuando se analizan las actividades de promoción, las actividades de apoyo a las ventas y la utilización de folletos.

(23) La Comunicación y el Encuadramiento destacan que la ayuda para la promoción no puede considerarse compatible con el mercado común si la promoción del material infringe el artículo 28 del Tratado. Además, el Encuadramiento prohíbe la ayuda para la publicidad de empresas concretas y fija la condición de que la publicidad debe relacionarse al menos con una de las categorías siguientes:

— producciones agrarias excedentarias,

— producciones nuevas o sustituciones no excedentarias,

— desarrollo de determinadas regiones,

— desarrollo de pequeñas y medianas empresas,

— publicidad de productos de elevada calidad y de alimentación sana.

Por último, la intensidad de las ayudas que se concedan de conformidad con el citado Encuadramiento no debe superar el 50 % de los costes subvencionables.

(24) La Comisión inició el procedimiento establecido en el apartado 2 del artículo 88 del Tratado puesto que albergaba dudas acerca de que el material de promoción presentado fuera compatible con el artículo 28 del Tratado. No obstante, mediante carta de 8 de septiembre de 1999 las autoridades alemanas afirmaron que dicho material no recibiría ninguna subvención al amparo de la medida y que se diseñarían otras campañas de promoción para que este aspecto de la medida resultara operativo. Se respetarían la Comunicación de la Comisión sobre la participación estatal en la promoción de los productos agrícolas y pesqueros y el Encuadramiento de las ayudas nacionales para publicidad de productos agrarios y de determinados productos no incluidos en el anexo II del Tratado CEE, con exclusión de los productos pesqueros y se presentaría a la Comisión un informe anual sobre la aplicación concreta de la medida. Por consiguiente, la Comisión considera actualmente que la medida respeta el artículo 28 del Tratado.

(25) Las autoridades alemanas han garantizado que no se concederán ayudas destinadas a promocionar una empresa concreta.

(26) El mencionado Encuadramiento afirma que la publicidad debe relacionarse al menos con una de las categorías siguientes:

— producciones agrarias excedentarias,

— producciones nuevas o sustituciones no excedentarias,

— desarrollo de determinadas regiones,

— desarrollo de pequeñas y medianas empresas,

— publicidad de productos de elevada calidad y de alimentación sana.

La medida está destinada al desarrollo de la agricultura en Mecklemburgo-Pomerania Occidental; la mayoría de los beneficiarios serán pequeñas o medianas empresas. La medida se propone promocionar las ventas de productos agrícolas en los que existe un excedente considerable. Por consiguiente, la Comisión considera que se cumple esta condición.

(27) El Encuadramiento de las ayudas nacionales para publicidad de productos agrarios y de determinados productos no incluidos en el anexo II del Tratado CEE, con exclusión de los productos pesqueros establece que los beneficiarios de la ayuda para publicidad deberán soportar al menos el 50 % de los costes. No obstante, el punto 4.3 del encuadramiento permite aumentar este porcentaje máximo de ayuda directiva (50 %) particularmente en el caso de productos procedentes de pequeñas y medianas empresas.

(28) El proyecto notificado concede una ayuda máxima del 50 % pero establece una excepción para pequeñas y medianas empresas, a las que se les subvenciona el 60 % de los costes.

(29) La intensidad básica de la ayuda respeta el Encuadramiento. En casos similares, la Comisión ha aprobado ayudas para publicidad destinadas a pequeñas y medianas empresas con una intensidad del 60 % o incluso el 75 % (N 703/95, N 624/95 y NN 27/97). En consecuencia, la Comisión considera que se respeta esta condición.

Respeto de los artículos 43 y 48

(30) Tal como se ha mencionado, la Comisión inició el procedimiento establecido en el apartado 2 del artículo 88 del Tratado al valorar que el requisito de disponer de sede en Mecklemburgo-Pomerania Occidental para poder optar a la ayuda podría ser una infracción al artículo 43 y al artículo 48 del Tratado.

(31) Por último, mediante carta de 8 de septiembre de 1999, las autoridades alemanas indicaron que habían suprimido la condición de disponer de sede en Mecklemburgo-Pomerania Occidental para poder optar a la ayuda. En consecuencia, la Comisión considera que la ayuda respeta los artículos 43 y 48 del Tratado.

Presupuesto aumentado

(32) Por último, en su carta de 8 de septiembre de 1999 las autoridades alemanas indicaron que tenían previsto aumentar el presupuesto de la medida de 230 000 a 750 000 marcos alemanes anuales.

(33) El aumento del presupuesto no altera la evaluación de la Comisión puesto que la intensidad se mantiene.

V. **CONCLUSIÓN**

(34) Tras las modificaciones de la medida efectuadas por las autoridades alemanas, la Comisión considera que la medida respeta la práctica de la Comisión en lo que se refiere a las ayudas blandas y los criterios fijados en la Comunicación de la Comisión sobre la participación estatal en la promoción de los productos agrícolas y pesqueros y el Encuadramiento de las ayudas nacionales para publicidad de productos agrarios y de determinados productos no incluidos en el anexo II del Tratado CEE, con exclusión de los productos pesqueros.

(35) Por consiguiente, la Comisión considera que el proyecto notificado es una medida que facilita el desarrollo de determinadas actividades económicas, sin que esta ayuda afecte a las condiciones de competencia de manera contraria al interés común, con arreglo a lo establecido en la letra c) del apartado 3 del artículo 87.

HA ADOPTADO LA PRESENTE DECISIÓN:

Artículo 1

La medida que Alemania tiene previsto ejecutar para la promoción de productos agrícolas, alimentarios, forestales y pesqueros (Richtlinien für die Gewährung von Zuwendungen des Landes zur Förderung des Absatzes und zur Verbesserung der Marktposition land-, ernährungs-, forst-, und fischwirtschaftliche Erzeugnisse), originalmente notificada mediante carta de 24 de diciembre de 1997, es compatible con el mercado común con arreglo a lo dispuesto en la letra c) del apartado 3 del artículo 87 del Tratado.

Por tanto, se autoriza la ejecución de esta medida.

Artículo 2

El destinatario de la presente Decisión será la República Federal de Alemania.

Hecho en Bruselas, el 25 de noviembre de 1999.

Por la Comisión

Franz FISCHLER

Miembro de la Comisión