DECIZII

DECIZIA COMISIEI

din 20 iulie 2010

privind taxa parafiscală de promovare a vinului aplicată de Portugalia C 43/04 (ex NN 38/03)

[notificată cu numărul C(2010) 4891]

(Numai textul în limba portugheză este autentic)

(2011/6/UE)

COMISIA EUROPEANĂ,

având în vedere Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene (TFUE) [1], în special articolul 108 alineatul (2), primul paragraf,

invitând părțile interesate să își prezinte observațiile, în conformitate cu dispoziția menționată anterior [2],

întrucât:

I. PROCEDURA

(1) În urma unei plângeri, Comisia Europeană a solicitat autorităților portugheze, prin adresa din 20 ianuarie 2003, informații cu privire la o taxă parafiscală de promovare a vinului, aplicată de către Institutul Viei și Vinului, și cu privire la măsurile finanțate din produsul acestei impuneri.

(2) Reprezentanța Permanentă a Portugaliei pe lângă Uniunea Europeană a răspuns Comisiei prin adresa din 14 martie 2003. Răspunzând întrebărilor formulate de către serviciile Comisiei prin mesajele fax din 14 mai și 22 decembrie 2003, au fost transmise informații suplimentare prin adresele din 4 august și 2 septembrie 2003 și din 24 februarie și 15 iulie 2004.

(3) Deoarece măsura în cauză este pusă în aplicare din anul 1995 fără a avea autorizația prealabilă a Comisiei, a fost înscrisă în registrul ajutoarelor nenotificate. În consecință, măsurile aplicate de Portugalia constituie noi ajutoare, nenotificate Comisiei, fiind, ca atare, ilegale, în conformitate cu articolul 1 litera (f) din Regulamentul (CE) nr. 659/1999 al Consiliului din 22 martie 1999 de stabilire a normelor de aplicare a articolului 93 din Tratatul CE [3] (în prezent articolul 108 din TFUE).

(4) Prin adresa din 6 decembrie 2004 [C(2004) 4522], Comisia a notificat Portugalia cu privire la decizia sa de inițiere a procedurii oficiale de investigare prevăzută la articolul 108 alineatul (2) din TFUE, cu privire la ajutorul în cauză. Decizia Comisiei de inițiere a procedurii a fost publicată în *Jurnalul Oficial al Comunităților Europene* [4]. Comisia a invitat părțile interesate să prezinte observații cu privire la măsura susmenționată.

(5) Autoritățile portugheze și-au prezentat observațiile prin adresele din 11 și 13 ianuarie 2005 și și-au completat răspunsul prin adresa din 24 mai 2006. Comisia nu a primit observații de la terțe părți interesate.

II. DESCRIEREA AJUTORULUI

(6) Acest capitol cuprinde în mod succint contextul și principalele fapte semnificative ale măsurilor avute în vedere în prezenta decizie. Detaliile faptelor în cauză sunt incluse în decizia de inițiere a procedurii menționată la considerentul 4.

1. Institutul Viei și Vinului

(7) IVV este un organism public înființat în anul 1986 pentru a garanta controlul și coordonarea generală a sectorului vitivinicol din Portugalia. În conformitate cu dispozițiile Decretului-lege nr. 99/97 din 26 aprilie, care stabilește Legea organică de constituire a IVV [5], acestui institut îi revin atribuții generale de monitorizare, studiu, control, supraveghere și promovare a producției și comercializării vinurilor și produselor derivate din vin, beneficiind, în acest scop, de autonomie administrativă și financiară.

---

[1] Începând de la 1 decembrie 2009, articolele 87 și 88 din Tratatul CE au devenit articolele 107 și respectiv 108 din TFUE. Conținutul celor două serii de dispoziții este identic. În sensul prezentei decizii, trimiterile la articolele 107 și 108 din TFUE se interpretează, dacă este cazul, ca trimiteri la articolele 87 și respectiv 88 din Tratatul CE.

[2] JO C 92, 16.4.2005, p. 12.

[3] JO L 83, 27.3.1999, p. 1.

[4] A se vedea nota de subsol 2.

[5] Decretul-lege nr. 99/97 din 26 aprilie (DR nr. 97 I-A din 26.4.1997).

(8) Acest organism își desfășoară activitățile atribuite prin normele naționale și comunitare referitoare la sectorul vitivinicol, fiind, ca atare, instituția națională responsabilă cu controlul respectării dispozițiilor comunitare din sectorul vitivinicol, desemnată de statul portughez ([6]), în conformitate cu articolul 72 alineatul (1) din Regulamentul (CE) nr. 1493/1999 al Consiliului din 17 mai 1999 privind organizarea comună a pieței vitivinicole ([7]).

(9) În cadrul funcțiilor de coordonare generală a sectorului vitivinicol, IVV realizează două tipuri de activități:

— activități care vizează, în special, vinurile și produsele vinicole produse în Portugalia, respectiv atribuții referitoare la cadastrul și patrimoniul viticol, precum și verificarea sistemelor de control și de certificare a vinurilor de calitate produse în regiuni specifice (VQPRD) și a vinurilor regionale (în medie 2,8 % din bugetul IVV), și

— activități destinate, în mod nediferențiat, vinurilor și produselor vinicole originare din Portugalia și celor originare din alte state membre și/sau țări terțe și comercializate în Portugalia, respectiv, activități de management și coordonare a pieței vitivinicole și de control și supraveghere a sectorului vitivinicol, în conformitate cu normele naționale și comunitare (activități ce absorb aproape în totalitate bugetul IVV).

(10) IVV funcționează, de asemenea, ca prestator de servicii specifice către terțe părți, și anume: (i) organizarea și promovarea activităților de formare pentru agenți economici, organizații profesionale și interprofesionale din sectorul viticol și funcționari IVV; (ii) punerea la dispoziția agenților economici din sectorul de profil a capacităților de depozitare ale infrastructurilor IVV; și (iii) prestarea de servicii de laborator IVV și formarea personalului propriu și a altor operatori din sectorul vitivinicol (finanțată în mare parte prin programe de sprijin comunitare și naționale).

2. **Măsuri de promovare a vinului**

(11) IVV se ocupă, de asemenea, de organizarea promovării vinului, prin acordarea de sprijin asociațiilor de natură interprofesională reprezentative din sectorul vitivinicol, care urmăresc să realizeze activități de promovare și publicitate a vinului și a produselor vinicole. Acest sprijin este finanțat cu o parte din veniturile taxei de promovare aplicată la produsele naționale și importate, într-un procent care este fixat anual de către autoritățile portugheze, care stabilesc totodată criteriile de selectare a entităților ce beneficiază de sprijin ([8]).

(12) După 1997, sprijinul pentru promovarea generică a vinului și a produselor vinicole a fost atribuit prin procedură de licitație publică unei asociații portugheze de natură interprofesională reprezentativă din sectorul vitivinicol portughez, Viniportugal. Candidat unic din 1997, Viniportugal a beneficiat astfel în totalitate de produsul taxei parafiscale destinat acestor scopuri.

(13) Acest procent al taxei a fost destinat finanțării a două tipuri diferite de campanii de promovare:

— în primul rând, campanii de promovare generică a vinului și a produselor vinicole, în Portugalia, fără referire la originea lor;

— în al doilea rând, campanii de promovare a vinului și a produselor vinicole portugheze, pe teritoriul celorlalte state membre și al țărilor terțe.

2.1. *Promovarea generică a vinului în Portugalia*

(14) În ceea ce privește campaniile de promovare generică a vinului în Portugalia, autoritățile portugheze afirmă că Viniportugal îndeplinește funcții de sprijin și de execuție a activităților de promovare a vinului și a produselor vinicole, cum ar fi promovarea de acțiuni culturale și științifice legate de sectorul vinului. În acest context, Viniportugal promovează cultura vinului, prin organizarea de târguri și expoziții de specialitate, prin publicații pe această temă, prin acțiuni de prezentare și comunicare și campanii de publicitate, în perspectiva că promovarea vinului în general are o influență directă asupra consumului de vin în Portugalia.

(15) Autoritățile portugheze precizează că, în nici un caz, acțiunile de promovare și publicitate realizate de Viniportugal nu au ca obiectiv determinarea consumatorilor a nu cumpăra produse vinicole din alte state membre, nici denigrarea acelor produse. Aceste acțiuni nu vin în beneficiul unei mărci a unei anumite societăți sau producător individual.

([6]) A se vedea „Lista instituțiilor naționale însărcinate cu controlul și aducerea la îndeplinire a dispozițiilor comunitare în sectorul vitivinicol” (JO C 46, 19.2.1999, p. 169).

([7]) JO L 179, 14.7.1999, p. 1.

([8]) Acest procent a fost 25 % în 1997; 25 % în primul semestru din 1998 și 30 % în semestrul al doilea din 1998; 35 % în primul semestru din 1999 și 40 % în semestrul al doilea din 1999; 45 % în 2000; 45 % în 2001; 25 % în 2002; 27,5 % în 2003; 30 % în 2004; 30 % în 2005.

(16) Principalul obiectiv al campaniilor de publicitate la nivel național constă în atragerea consumatorilor tineri adulți de ambele sexe pentru un consum sănătos al vinului, ca alternativă la bere sau la alte băuturi alcoolice.

(17) Asociația Viniportugal promovează, de asemenea, publicarea de cărți, prospecte și ghiduri practice despre vin, cu scopul de a răspândi cultura vinului; stabilește acorduri cu instituții de învățământ superior pentru a promova formarea de specialiști ai vinului și de catering; sprijină asociația portugheză a somelierilor, cu scopul de a crește calitatea vinurilor servite în locuri publice și de a garanta cunoașterea proprietăților vinului, în general; în fine, Viniportugal promovează consumul moderat și responsabil de vin, colaborând cu instituții sanitare, prin organizarea de seminarii privind combaterea alcoolemiei și siguranța rutieră și propunerea unui cod de bună practică de publicitate a vinului, cu scopul de a promova vinul în mod demn și de a evita promovarea consumului de alcool în rândul adolescenților. Autoritățile portugheze au furnizat, de asemenea, mostre publicitare care demonstrează respectarea principiilor susmenționate.

2.2. *Promovarea vinului portughez pe piețele celorlalte state membre și ale țărilor terțe*

(18) Pe de altă parte, în ceea ce privește campaniile de promovare a vinului și a produselor vinicole portugheze pe teritoriul celorlalte state membre și al țărilor terțe, autoritățile portugheze au menționat că activitățile desfășurate pe piețele celorlalte state membre și ale țărilor terțe vizează promovarea vinurilor portugheze și se concretizează prin publicarea de anunțuri publicitare în reviste de specialitate, prin difuzarea de buletine informative (*newsletters*), participarea la expoziții de specialitate și promovarea vizitelor unor jurnaliști de specialitate în Portugalia. Aceleași autorități au dat asigurări că aceste campanii nu au ca obiectiv determinarea consumatorilor a nu cumpăra produse din alte state membre, nici denigrarea acelor produse și nu vin în beneficiul unei mărci aparținând unei anumite societăți sau producător individual. În acest context, autoritățile portugheze au furnizat exemple și mostre ale campaniilor publicitare din presa de specialitate străină.

3. **Măsuri de formare**

(19) IVV răspunde de promovarea și realizarea activităților de formare tehnică și de sensibilizare a agenților economici din sectorul vitivinicol, cu scopul de a garanta calitatea vinurilor și a produselor vinicole. În perioada 1997-2002, acest serviciu a organizat diverse acțiuni de formare pentru funcționarii IVV (1 449 de funcționari), pentru alți funcționari publici și, în mai mică măsură (135 de agenți), pentru operatorii din sector.

(20) Autoritățile portugheze subliniază faptul că cheltuielile cu acțiunile de formare organizate de IVV în această perioadă, cu excepția unei formări de interes general, „Sistemul de informare și management vitivinicol 2000”, al cărei cost total a fost de 367,12 EUR, au fost suportate integral de Programele de sprijin pentru modernizarea agricolă și silvică (PAMAF) 6 și de programul Agro/Medida 7, ambele cofinanțate prin Fondul social european. Aceleași autorități precizează că, din acest motiv, nici IVV și nici agenții economici nu au fost nevoiți să contribuie la finanțarea acestor acțiuni.

4. **Taxa de promovare a vinului**

(21) Măsura în discuție se referă la folosirea veniturilor unei taxe parafiscale aplicată de Institutul Viei și Vinului (denumit în continuare „IVV”) operatorilor din sector începând din anul 1995 ([9]). Această taxă are ca obiectiv furnizarea către organismul public menționat a unor resurse suficiente pentru a îndeplini sarcinile de coordonare a sectorului vitivinicol din Portugalia și reprezintă peste 62 % din bugetul repartizat pentru funcționarea IVV.

(22) Conform articolului 1 alineatul (1) din Decretul-lege nr. 119/97, vinurile și produsele vinicole produse pe teritoriul național, dar și cele produse în alte țări și comercializate în Portugalia, se supun aplicării unei taxe de promovare ce constituie contravaloarea serviciilor prestate de IVV în legătură cu promovarea generică și coordonarea generală a sectorului sau, în Regiunile autonome Azore și Madeira, pentru serviciile regionale corespunzătoare.

(23) Această taxă de promovare este impusă nu numai produselor vinicole care se produc și se comercializează în Portugalia, ci și celor care se produc în Portugalia și se comercializează în alte state membre sau în țări terțe (export), și, de asemenea, produselor vinicole originare în alte state membre sau țări terțe, care se comercializează în Portugalia (import).

(24) Suma de plată este stabilită anual de către autoritățile competente ale Ministerului Agriculturii. Această sumă variază în funcție de ambalajul produsului și de capacitatea recipientului ([10]).

([9]) Taxă stabilită prin Decretul-lege nr. 137/95 din 14 iunie (DR nr. 136 I-A din 14.6.1995), astfel cum a fost modificat prin Decretul-lege nr. 119/97 din 15 mai (DR nr. 112 I-A din 15.5.1997).

([10]) Pentru anul 2002, Ordinul nr. 1428/2001 din 15 decembrie stabilește următoarele sume: pentru produsele ambalate în recipiente cu capacitatea de cel mult 60 de litri, între 0,0034 EUR/unitate, la o capacitate de cel mult 0,25 litri, și 0,0135 EUR/litru, la o capacitate de cel puțin 2 litri; pe de altă parte, pentru produsele vândute comercianților cu amănuntul, la consumatori, pentru exporturi sau direct de către producător, ambalate în diverse forme, între 0,0034 EUR/unitate, la o capacitate de cel mult 0,25 litri, și 0,0135 EUR/litru, la o capacitate de cel puțin 1 litru.

(25) Produsul taxei de promovare este destinat, în ciuda denumirii, în primul rând pentru finanțarea serviciilor de coordonare generală a sectorului vinului, prestate de IVV și, în al doilea rând, pentru activitățile de promovare a vinului și a produselor vinicole.

ARGUMENTE PREZENTATE DE COMISIE LA INIȚIEREA PROCEDURII DE INVESTIGARE FORMALĂ

(26) La inițierea procedurii, Comisia a considerat că, în exercitarea activităților de coordonare generală a sectorului vitivinicol, conferite prin normele comunitare și naționale, ca și în organizarea acordării de sprijin pentru promovarea vinului, IVV nu acționează în calitate de operator privat, ci în calitate de autoritate publică, și nu există, așadar, un ajutor de stat în privința acestuia (conform considerentului 66 din decizia de inițiere a procedurii).

(27) În ceea ce privește activitățile IVV, ca prestator de servicii pentru terțe părți în funcție de condițiile pieței (conform considerentului 15 de mai sus), pentru IVV nu ar exista avantaj economic decurgând din poziția sa pe piață și nu există, așadar, un ajutor de stat în privința acestuia (a se vedea considerentul 70 din decizia de inițiere a procedurii).

(28) Pe baza informațiilor de care dispune, Comisia a considerat, de asemenea, că nu a existat avantaj economic și că, nu există, așadar, un ajutor în favoarea Viniportugal. Asociația profesională menționată este doar un prestator de servicii care a fost selecționat pe baza unor criterii obiective, prin procedură publică, transparentă și nediscriminatorie, pentru prestarea unor astfel de servicii (conform considerentului 87 din decizia de inițiere a procedurii).

(29) Cu toate acestea, la inițierea procedurii de investigare, Comisia a considerat că există un ajutor de stat, după cum se prevede la articolul 107 alineatul (1) din TFUE, în favoarea operatorilor economici din sectorul vinului, în ceea ce privește finanțarea campaniilor de promovare și publicitate a vinului și a produselor vinicole (conform considerentului 80 din decizia de inițiere a procedurii).

(30) În ceea ce privește activitățile de formare, Comisia a considerat, de asemenea, că există un ajutor de stat, după cum se prevede la articolul 107 alineatul (1) din TFUE (conform considerentelor 79 și 80 din decizia de inițiere a procedurii).

(31) Comisia a inițiat procedura prevăzută la articolul 108 alineatul (2) din TFUE, deoarece avea îndoieli cu privire la compatibilitatea acestor două tipuri de ajutoare cu piața internă.

(32) Astfel, în ceea ce privește sprijinul pentru publicitatea vinului portughez pe piețele din celelalte state membre și din țări terțe, Comisia nu dispunea, în momentul inițierii procedurii, de informații suficiente pe baza cărora să poată concluziona că acele campanii, deși menționează originea vinurilor, transmit numai informații referitoare la caracteristicile obiective ale produselor în cauză și nu conțin afirmații subiective privind calitatea produselor, exclusiv pe baza originii acestora (conform considerentului 119 din decizia de inițiere a procedurii).

(33) În ceea ce privește finanțarea ajutoarelor pentru promovare și formare, Comisia a considerat, în conformitate cu jurisprudența Curții de Justiție, că ajutoarele pentru producătorii naționali pot fi finanțate din taxe parafiscale aplicate în mod egal la importurile producătorilor aceluiași produs din alte state membre, numai cu condiția existenței unor garanții că aceștia pot beneficia de avantajele în cauză în același mod ca și producătorii naționali. Or, în momentul inițierii procedurii, Comisia nu dispunea de informații suficiente pentru a concluziona că, în cazul de față, nu a existat niciun fel de discriminare între produsele naționale și cele importate. În consecință, Comisia nu a putut concluziona că produsele provenite din celelalte state membre, care au fost supuse în mod egal plății taxei, au beneficiat în același mod și în aceeași măsură ca produsele naționale de toate avantajele decurgând din aceasta (cf. considerentul 135 din decizia de inițiere a procedurii).

(34) Prin urmare, Comisia a solicitat autorităților portugheze să furnizeze toate informațiile utile pentru evaluarea măsurilor în discuție, și anume cele referitoare la caracterul nediscriminatoriu al metodei de finanțare a ajutoarelor în cauză (sau a ajutoarelor pentru promovarea și publicitatea vinului și a produselor vinicole, atât în Portugalia, cât și pe teritoriul celorlalte state membre și țări terțe și a ajutoarelor pentru formare), cât și cele referitoare la caracterul obiectiv al campaniilor de publicitate realizate pe piețele din statele membre și din țări terțe.

(35) Prezenta decizie se limitează la investigarea aplicării taxei parafiscale începând de la data intrării ei în vigoare până la 31 decembrie 2006, când au intrat în vigoare noile Orientări comunitare privind ajutoarele de stat în sectorul agricol și forestier 2007-2013, fără a aduce atingere poziției pe care Comisia o va adopta cu privire la aplicarea taxei de promovare ulterior acestei date.

III. **OBSERVAȚIILE PREZENTATE DE PORTUGALIA**

(36) În urma deciziei de inițiere a procedurii, în conformitate cu articolul 108 alineatul (2) din TFUE, autoritățile portugheze au transmis observațiile lor, prin adresele din 11 și din 13 ianuarie 2005. Răspunsul acestora a fost completat prin scrisoarea din 24 mai 2006.

1. **Ajutoare de formare**

(37) În ceea ce privește ajutoarele de formare, autoritățile portugheze au specificat următoarele fapte.

(38) Între anii 1997 și 2000, IVV a exercitat activități de formare cu privire la chestiuni fundamentale din sectorul vitivinicol din Portugalia, ai căror beneficiari au fost, în special, funcționarii IVV și ai altor entități publice și, în număr mai mic, operatorii din sectorul vitivinicol.

(39) Costurile tuturor acestor activități promovate și organizate de IVV în perioada respectivă au fost suportate integral de „Programele de sprijin pentru modernizarea agricolă și silvică"(PAMAF) 6, de programul „Agro/Medida 7", care este cofinanțat de către Comunitate, prin intermediul Fondului Social European (FSE) și prin „Planul de investiții și cheltuieli de dezvoltare a administrației centrale" (PIDDAC).

(40) Singura acțiune din perioada analizată al cărei cost a fost suportat efectiv din bugetul IVV a fost cea de formare de interes general „Sistemul de informare și management vitivinicol 2000", desfășurată în 2000, al cărei cost total a fost de 367,12 EUR, având ca beneficiari funcționarii Direcțiilor Regionale ale Agriculturii (serviciile regionale ale Ministerului Agriculturii) și funcționarii Comisiilor Vitivinicole Regionale, care sunt entitățile competente pentru a garanta autenticitatea și calitatea vinurilor din regiunile specifice.

(41) În fine, consideră necesară sublinierea faptului că, dat fiind costul neglijabil al acțiunii menționate – numai 367,12 EUR – impactul acesteia asupra concurenței pe piața internă este inexistent sau, cel mult, este *de minimis*.

2. **Ajutoare pentru promovarea și publicitatea vinului portughez pe piețele din celelalte state membre și din țări terțe**

(42) În ceea ce privește îndoielile manifestate de Comisie cu privire la ajutorul acordat pentru publicitatea vinului portughez pe piețele din celelalte state membre și din țări terțe, autoritățile portugheze au furnizat următoarele informații.

(43) Activitățile de promovare și de publicitate ale asociației Viniportugal în Portugalia și pe teritoriul celorlalte state membre și al țărilor terțe au caracter generic, nu se referă la anumite mărci și nu au ca obiectiv promovarea unei anumite societăți sau producător individual.

(44) Aceste campanii nu au ca obiectiv denigrarea produselor vinicole din alte state membre, nu urmăresc determinarea consumatorilor a nu cumpăra produse vinicole provenite din alte state membre și sunt conforme cu legislația comunitară aplicabilă (respectiv legislația referitoare la etichetarea, prezentarea și publicitatea produselor alimentare). În consecință, activitățile de publicitate ale asociației Viniportugal în celelalte state membre ale Uniunii Europene și în țări terțe respectă criteriile negative stabilite la punctele 18-30 din Orientările comunitare privind ajutoarele de stat acordate publicității produselor menționate în anexa I la Tratatul CE și anumitor produse neincluse în anexa I ([11]) (denumite în continuare „Orientările privind ajutoarele de stat acordate publicității") aflate în vigoare pe durata aplicării ajutorului în discuție.

(45) În același mod, aceste activități îndeplinesc criteriile pozitive expuse la considerentul 31 și următoarele din Orientările privind ajutoarele de stat acordate publicității. Într-adevăr, aceste activități au ca obiectiv a face cunoscute vinurile portugheze consumatorilor din alte state membre, facilitând astfel dezvoltarea activităților din sectorul viticol din Portugalia, în conformitate cu articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE.

(46) Campaniile Viniportugal din afara Portugaliei au ca obiectiv comunicarea caracteristicilor generice ale vinului portughez, invitând consumatorii din alte state membre și din țări terțe să încerce aceste produse pe care nu le cunosc. Campaniile nu includ declarații subiective privind calitatea produselor, exclusiv pe baza originii acestora, ceea ce este în conformitate cu Orientările privind ajutoarele de stat acordate publicității.

(47) În consecință, autoritățile portugheze declară că activitățile de publicitate ale asociației Viniportugal în alte state membre ale Uniunii Europene, ca și cele desfășurate în țări terțe, trebuie considerate compatibile cu piața internă, în conformitate cu articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE și cu Orientările privind ajutoarele de stat acordate publicității.

(48) În sprijinul observațiilor lor, autoritățile portugheze au furnizat exemple și mostre ale campaniilor de publicitate din presa de specialitate străină.

3. **Finanțarea campaniilor de promovare și publicitate a vinului portughez în celelalte state membre și în țări terțe**

(49) În ceea ce privește îndoielile exprimate de Comisie cu privire la finanțarea campaniilor de promovare și publicitate a vinului în celelalte state membre și în țări terțe, autoritățile portugheze subliniază faptul că, în perioada cuprinsă între 1997 și 2005, veniturile provenite din aplicarea taxei la produsele originare din alte state membre reprezintă doar 15 % din veniturile totale ale acestei taxe.

Venituri anuale provenite din aplicarea taxei de promovare a vinului (media anuală din perioada 1998-2005) ([12])

Originea	Suma (EUR)	%
Vinuri și produse vinicole naționale	7 327 957	85 %
Vinuri și produse vinicole originare din alte state membre și din țări terțe	1 293 169	15 %
Venituri medii anuale totale (1998-2005)	8 621 126	100 %

([11]) JO C 252, 12.9.2001, p. 5.

([12]) Deoarece regimul ajutoarelor instituit prin Decretul-lege nr. 119/97 a intrat în vigoare în al doilea semestru al anului 1997, asociația Viniportugal a inițiat efectiv realizarea activităților de promovare și publicitate abia în anul 1998. Astfel, în sensul prezentei decizii, vor fi luate în calcul numai veniturile obținute de IVV începând din 1998.

(50) În acest context, autoritățile portugheze consideră că produsele importate contribuie doar la susținerea unei părți din promovarea generică a vinului și a produselor vinicole realizată în Portugalia, de care beneficiază în mod egal produsele naționale și cele provenite din alte state membre. De asemenea, autoritățile portugheze susțin că restul finanțării pentru promovările generice este asigurat de o parte din impunerile aplicate produselor naționale, care beneficiază în aceeași măsură de avantajele decurgând din acelea. Pe de altă parte, autoritățile portugheze au specificat că cheltuielile medii de promovare generică a vinului și a produselor vinicole sunt cu mult superioare acelei părți din suma atribuită asociației Viniportugal provenită din taxa de promovare aplicată produselor din celelalte state membre. Conform autorităților portugheze, ajutoarele acordate anual asociației Viniportugal în perioada în cauză au reprezentat între 25 % și 45 % din produsul taxei de promovare a vinului (conform considerentului 15 de mai sus). Din acele sume, numai 15 % rezulta din taxa aplicată produselor importate din celelalte state membre, restul de 85 % provenind din veniturile taxei aplicate produselor naționale ([13]). Prin urmare, activitatea Viniportugal este finanțată îndeosebi din veniturile taxei aplicate produselor naționale.

(51) Autoritățile portugheze au adăugat că, în aceeași perioadă, cheltuielile asociației Viniportugal cu acțiuni de promovare generică a vinului în Portugalia au reprezentat în medie 32 % din totalul cheltuielilor acestei asociații.

Cheltuielile asociației Viniportugal (media anuală din perioada 1998-2005 ([14]))

Acțiuni	Suma (EUR)	%
Acțiuni de promovare și publicitate în alte state membre și țări terțe	1 119 293	68 %
Acțiuni de promovare generică în Portugalia	525 698	32 %
Cheltuieli medii anuale totale (1998-2005)	1 644 991	100 %

([13]) Astfel, pentru a exemplifica, dacă, în anul 2002, 25 % din veniturile taxei au fost afectate promovării și, în medie, numai 15 % din aceste venituri au rezultat din aplicarea taxei la produsele din alte state membre, contribuția acelor produse la finanțarea acțiunilor de promovare și publicitate în acest an a reprezentat numai aproximativ 3,75 % din veniturile totale ale taxei.

([14]) Deoarece regimul ajutoarelor instituit prin Decretul-lege nr. 119/97 a intrat în vigoare în al doilea semestru al anului 1997, asociația Viniportugal a inițiat efectiv realizarea activităților de promovare și publicitate abia în anul 1998.

(52) Ținând cont de faptul că produsele din alte state membre au înregistrat o contribuție la activitatea Viniportugal de numai 15 % din veniturile totale ale acestei asociații provenite din taxa de promovare, autoritățile portugheze concluzionează, cu privire la contribuția acelor produse, că aceasta s-a limitat la a finanța numai o parte din acțiunile de promovare generică pe care asociația Viniportugal le-a desfășurat în Portugalia.

(53) Astfel, aceste acțiuni, care, conform autorităților portugheze, sunt susceptibile a aduce beneficii în mod egal produselor naționale și produselor importate din alte state membre, au fost finanțate, pe de o parte, din contribuția produselor din alte state membre și, pe de altă parte, din contribuția produselor naționale.

(54) Partea rămasă din contribuție, aplicată produselor naționale, pentru activitatea asociației Viniportugal, a fost destinată finanțării tuturor acțiunilor de promovare și publicitate a vinurilor portugheze în alte state membre și în țări terțe, constituind astfel unica sursă de finanțare a acestor acțiuni.

(55) În concluzie, autoritățile portugheze declară că nu există niciun tratament discriminatoriu între vinul și produsele vinicole naționale și cele originare din alte state membre, deoarece (i) ambele contribuie la finanțarea acțiunilor de promovare generică a vinului și produselor vinicole și de aceste acțiuni beneficiază în mod egal produsele naționale și cele importate din alte state membre; (ii) acțiunile de promovare și publicitate realizate de Viniportugal în alte state membre și în țări terțe, de care beneficiază numai vinul portughez, sunt finanțate exclusiv din acea parte a taxei aplicată vinului și produselor vinicole naționale.

(56) Conform autorităților portugheze, mecanismul de finanțare a ajutoarelor în cauză trebuie considerat, așadar, compatibil cu articolele 107 și 110 din TFUE.

IV. **APRECIERE**

1. **Existența ajutorului prevăzut la articolul 107 alineatul (1) din TFUE**

(57) Articolele 107 și 109 din TFUE sunt aplicabile producției și comerțului cu produsele din sectorul vitivinicol, în temeiul articolului 71 din Regulamentul (CE) nr. 1493/99 ([15]) privind organizarea comună a pieței vitivinicole.

([15]) Revocat prin Regulamentul (CE) nr. 479/2008 al Consiliului din 29 aprilie 2008 privind organizarea comună a pieței vitivinicole (JO L 148, 6.6.2008, p. 1).

(58) În conformitate cu articolul 107 alineatul (1) din TFUE, excluzând derogările prevăzute în tratatul propriu-zis, sunt incompatibile cu piața internă, în măsura în care afectează schimburile comerciale dintre statele membre, acele ajutoare acordate de către statele membre sau provenite din resurse de stat, independent de forma pe care o adoptă, care denaturează sau amenință a denatura concurența, favorizând anumite societăți sau anumite producții.

(59) În consecință, pentru ca o măsură să facă obiectul aplicării articolului 107 alineatul (1) din TFUE, trebuie întrunite cumulat următoarele patru condiții: 1. măsura trebuie să fie finanțată de stat sau prin intermediul unor resurse de stat; 2. trebuie să se refere, în mod selectiv, la anumite societăți sau sectoare de producție; 3. trebuie să presupună un avantaj economic pentru societățile beneficiare; și 4. trebuie să afecteze comerțul intracomunitar și să denatureze sau să amenințe a denatura concurența.

(60) În decizia de inițiere a procedurii investigare formală, Comisia își exprimase îndoielile cu privire la următoarele chestiuni: în primul rând, cu privire la compatibilitatea măsurilor de promovare pe piețele din celelalte state membre și din țări terțe cu articolul 107 din TFUE; în al doilea rând, cu privire la compatibilitatea măsurilor de formare organizate de IVV cu articolul 107 din TFUE și, în alt treilea rând, cu privire la compatibilitatea finanțării prin intermediul taxei parafiscale a măsurilor de promovare pe piețele din alte state membre și din țări terțe cu articolul 110 din TFUE. În consecință, Comisia își limitează investigarea la aceste chestiuni.

1.1. *Resurse de stat*

(61) Ajutoarele care fac obiectul prezentei proceduri de investigare au fost finanțate prin intermediul taxei parafiscale de promovare a vinului.

(62) Pentru a putea stabili dacă un produs al taxelor parafiscale poate fi considerat resursă de stat, se cuvine a sublinia că nu trebuie făcută distincție, în ceea ce privește resursele de stat, între cazurile în care ajutorul este acordat direct de către stat și acelea în care ajutorul este acordat prin intermediul unor instituții publice sau private desemnate sau create de stat ([16]).

(63) La 15 iulie 2004, Curtea de Justiție a Comunităților Europene, prin hotărârea pronunțată în cauza Pearle ([17]), a declarat că acele contribuții obligatorii aplicate de un organism intermediar pentru toate societățile comerciale dintr-un sector profesional nu trebuie considerate resurse de stat, în cazul în care sunt îndeplinite cumulat următoarele patru condiții:

(a) Măsura în cauză este stabilită de organizația profesională care reprezintă societățile comerciale și angajații dintr-un sector profesional și nu servește ca instrument pentru punerea în practică a unei politici definite de stat;

(b) Obiectivele stabilite astfel sunt finanțate în totalitate din contribuții ale societăților comerciale din sector;

(c) Modul de finanțare și procentul/suma contribuțiilor sunt stabilite în cadrul organizației profesionale din sector, de către reprezentanții angajatorilor și ai angajaților, fără nici o intervenție a statului;

(d) Contribuțiile sunt folosite în mod obligatoriu pentru finanțarea măsurii, fără a fi posibilă intervenția statului.

(64) Măsura notificată pare a nu întruni toate aceste condiții. Taxa de promovare a vinului este stabilită de către autoritatea portugheză, prin intermediul unui Decret-lege (conform considerentului 11) ca instrument pentru punerea în practică a unei politici definite de guvernul portughez, respectiv promovarea vinului. În plus, autoritatea portugheză, ca legiuitor, are posibilitatea de a interveni în stabilirea modalităților financiare ale măsurii și a utilizării contribuțiilor. În cazul de față, intervenția statului portughez în acest sens reiese în mod clar din dispozițiile Decretelor-lege nr. 137/95 din 14 iunie și nr. 119/97 din 15 mai.

(65) Deoarece nu sunt îndeplinite condițiile de prevăzute la literele (a), (c) și (d) din hotărârea *Pearle*, veniturile din taxa de promovare a vinului sunt, așadar, considerate „resurse de stat".

1.2. *Existența unui avantaj selectiv*

(66) Prin urmare, este important să se verifice dacă mecanismul în discuție „denaturează sau amenință a denatura concurența, favorizând anumite societăți sau anumite producții". Existența ajutorului trebuie stabilită la nivelul potențialilor beneficiari ai promovării vinului și ai finanțării.

(67) Astfel, pentru a constitui un ajutor, conform articolului 107, compensația acordată prin utilizarea resurselor de stat trebuie să asigure un avantaj economic care nu ar fi putut fi obținut în condiții normale de piață, avantaj care trebuie să fie selectiv. Criteriul selectivității este întrunit atunci când avantajul respectiv este rezervat anumitor societăți sau unui sector de activitate. Această condiție este întrunită, așadar, în cazul de față, în care se identifică în mod clar sectorul vinului și produselor vinicole.

([16]) A se vedea hotărârile din 13 martie 2001 în cauza C-379/98, Rec., 2001, p. I-02099, punctul 58, și din 20 noiembrie 2003 în cauza C-126/01, GEMO, Rec., p. I-13769, punctul 23.

([17]) Hotărârea Curții de Justiție din 15 iulie 2004, Pearle și alții, C-345/02, Rec., 2004, p. I-07139.

(68) La inițierea procedurii investigare formală, Comisia a identificat drept beneficiari operatorii economici care beneficiază de serviciile prestate de IVV și de asociația Viniportugal. Independent de precizarea dacă finanțarea activităților IVV reprezintă ajutor de stat în favoarea acestui organism, se pune deopotrivă întrebarea dacă pot fi calificate drept „ajutoare de stat", în conformitate cu articolul 107 alineatul (1) din TFUE, prestațiile sau serviciile efectuate de acest organism în sectorul vinicol. Nu există îndoială că operatorii din sectorul în cauză (producători, procesatori, depozite, comercianți cu amănuntul etc.) sunt societăți care exercită o activitate economică.

(69) Conform jurisprudenței Curții de Justiție, sunt considerate ajutoare intervențiile care, sub forme diverse, ușurează sarcinile care, în mod normal, ar împovăra bugetul unei întreprinderi și care, în acest fel, fără a constitui subvenții în accepția strictă a termenului, au un caracter și efecte identice ([18]).

(70) În al doilea rând este important, așadar, a se răspunde la întrebarea dacă și, în cazul unui răspuns afirmativ, în ce măsură activitățile finanțate din aceste „resurse de stat" sau serviciile oferite sectorului de către IVV și campaniile de promovare organizate de asociația Viniportugal constituie un avantaj economic pentru operatorii din sector.

(71) În ceea ce privește prestațiile IVV, se cuvine a se preciza, pe de o parte, dacă și, în cazul unui răspuns afirmativ, în ce măsură, în lipsa prestațiilor asigurate de IVV, operatorii economici din sectorul vitivinicol din Portugalia ar fi trebuit să suporte costurile acelor prestații și dacă acele prestații constituie sarcini ce împovărează, în mod normal, bugetul unei societăți. În consecință, sunt identificate trei grupe diferite de prestații:

1.2.1. Servicii IVV în calitate de coordonator general al sectorului

(72) Comisia consideră că serviciile și activitățile IVV în calitate de coordonator general al sectorului vitivinicol, respectiv funcțiile de verificare, control, certificare, audit și management al mecanismelor pieței, sunt o consecință a aplicării cerințelor stabilite de normele comunitare și naționale și, ca atare, nu constituie activități care împovărează, în mod normal, bugetul unei societăți, ci activități care evidențiază funcțiile esențiale ale statului.

1.2.2. Servicii de formare

(73) Cu toate acestea, în ceea ce privește finanțarea organizării formării de care au putut beneficia operatorii economici din sector, apare în mod clar că este vorba de un avantaj în favoarea acestora, deoarece formarea este o activitate care, în mod normal, împovărează bugetul societăților.

(74) Conform informațiilor emise de autoritățile portugheze la inițierea procedurii, cu excepția unei formări de interes general, „Sistemul de informare și management vitivinicol – 2000", al cărei cost a fost de 367,12 EUR, toate formările organizate de IVV au fost cofinanțate din Fondul Social European și deci nu din veniturile taxei parafiscale. Din acest motiv, aceste formări nu fac obiectul prezentei proceduri de investigare.

(75) În ceea ce privește singura formare finanțată din veniturile taxei de promovare a vinului, adică formarea de interes general „Sistemul de informare și management vitivinicol – 2000", Comisia constată că o nouă informație schimbă calificarea ca ajutor de stat. Conform noilor informații furnizate, destinatarii acestei formări au fost exclusiv funcționari ai Direcțiilor Regionale ale Agriculturii și funcționarii Comisiilor Vitivinicole Regionale, care sunt entitățile competente pentru a controla și verifica autenticitatea și calitatea vinurilor din regiunile în cauză. Din aceste informații reiese faptul că nu e vorba de o măsură de ajutor destinată beneficiarilor serviciilor prestate de IVV, ci o măsură de formare internă a administrației publice.

(76) În consecință, această măsură de formare nu constituie un ajutor de stat, în conformitate cu articolul 107 alineatul (1) din TFUE.

1.2.3. Servicii de realizare a campaniilor de promovare

(77) În ceea ce privește realizarea campaniilor de promovare a vinului și produselor vinicole prin intermediul asociației Viniportugal, există, efectiv, un avantaj economic pentru operatorii economici din sector, în mod deosebit din sectorul vitivinicol din Portugalia. Organizarea promovării acestor produse constituie o sarcină care, în mod normal, împovărează bugetul unei societăți.

(78) În consecință, Comisia concluzionează că prestarea serviciilor care constau în realizarea de campanii de promovare constituie un avantaj selectiv prin intermediul resurselor de stat pentru operatorii economici din sectorul vitivinicol din Portugalia.

1.3. *Afectarea comerțului și denaturări ale concurenței*

(79) Pentru a stabili dacă ajutoarele în cauză cad sub incidența articolului 107 alineatul (1) din TFUE, este necesar, în cele din urmă, a se constata dacă sunt susceptibile a afecta schimburile comerciale dintre statele membre și dacă denaturează sau amenință a denatura concurența, favorizând anumite societăți sau anumite producții.

([18]) A se vedea hotărârile din 1 decembrie 1998, *Ecotrade*, C-200/97, Rec., 1998, p. I-7907, punctul 34 și din 17 iunie 1999, *Belgia/Comisia*, C-75/97, Rec., 1999, p. I-3671, punctul 23.

(80) Curtea de Justiție a declarat că, ori de cate ori un avantaj acordat de către un stat membru întărește poziția unei categorii de societăți față de alte societăți concurente din comerțul intracomunitar, acesta trebuie considerat a fi influențat de avantajul respectiv ([19]).

(81) Ajutoarele în cauză sunt susceptibile a afecta schimburile comerciale dintre statele membre, în măsura în care favorizează producția națională în detrimentul producției din celelalte state membre. Într-adevăr, sectorul vitivinicol este extrem de deschis concurenței pe plan comunitar și, prin urmare, foarte sensibil la orice măsură în favoarea producției din oricare stat membru.

(82) Faptul că există schimburi comerciale între statele membre în sectorul vinului și al produselor vinicole pare a fi demonstrat de existența unei organizări comune a pieței din acest sector.

(83) Tabelul următor indică, pentru exemplificare, nivelul schimburilor comerciale intracomunitare cu aceste produse în perioada 1999-2004 ([20]).

	1 000 Hl	
An	Importuri UE	Exporturi UE
1999 (UE15)	35 595	40 921
2000 (UE15)	—	—
2001 (UE15)	32 699	35 558,4
2002 (UE15)	31 810,3	35 002,9
2003 (UE15)	33 024,7	35 343
2004 (UE25)	35 513,3	38 696,4

(84) În consecință, în ceea ce privește finanțarea campaniilor de promovare și publicitate a vinului și produselor vinicole cu o parte din veniturile taxei de promovare a vinului, Comisia confirmă poziția sa referitoare la existența ajutorului de stat în favoarea operatorilor economici din sectorul vinului și produselor vinicole, în conformitate cu articolul 107 alineatul (1) din TFUE.

1.4. *Concluzii privind caracterul de „ajutor" în înțelesul articolului 107 alineatul (1) din TFUE*

(85) Prin prisma argumentelor de mai sus, Comisia consideră că măsurile în favoarea operatorilor economici din sectorul vinului și al produselor vinicole le conferă un avantaj, finanțat din resurse de stat, de care alți operatori nu pot beneficia. Acest avantaj denaturează sau amenință a denatura concurența, favorizând anumite societăți și anumite producții, fapt ce este susceptibil a afecta comerțul dintre statele membre. În consecință, Comisia concluzionează că aceste măsuri fac obiectul articolului 107 alineatul (1) din TFUE.

2. **Legalitatea ajutoarelor pentru promovare și pentru publicitate**

(86) Autoritățile portugheze nu au notificat Comisiei, în conformitate cu articolul 108 alineatul (3) din TFUE, dispozițiile care instituie taxa parafiscală menționată, nici finanțarea acțiunilor favorabile sectorului vinului.

3. **Aprecierea compatibilității ajutoarelor pentru promovare și publicitate**

(87) Principiul incompatibilității enunțat la articolul 107 alineatul (1) din TFUE comportă, cu toate acestea, excepții.

(88) În speță, articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE prevede că pot fi considerate compatibile cu piața internă ajutoarele menite a facilita dezvoltarea anumitor activități sau regiuni economice, cu condiția să nu modifice condițiile de schimburi comerciale într-un mod contrar interesului comun.

(89) Conform comunicării Comisiei referitoare la stabilirea regulilor aplicabile privind aprecierea ajutoarelor de stat acordate ilegal, ajutoarele ilegale, în conformitate cu articolul 1 litera (f) din Regulamentul (CE) nr. 659/1999, trebuie să fie apreciate prin prisma regulilor în vigoare la data când au fost acordate.

(90) Astfel, compatibilitatea ajutoarelor acordate înainte de 1 ianuarie 2002 trebuie verificată prin prisma Cadrului privind ajutoarele naționale acordate publicității produselor agricole și anumitor produse neincluse în anexa II la Tratatul CEE ([21]) și, în ceea ce privește ajutoarele acordate după această dată, prin prisma Orientărilor privind ajutoarele de stat acordate publicității, menționate anterior, fără a aduce atingere regulilor speciale de aplicare în timp stabilite în orientările menționate.

(91) Cadrul din 1987 și orientările menționate au totuși în comun aceleași principii esențiale. Aceste instrumente prevăd criteriile negative și pozitive care trebuie respectate de toate regimurile de ajutoare naționale. Astfel, acestea nu trebuie să se reflecte în acțiuni de publicitate contrare articolului 28 din Tratat (actualul articol 34 din TFUE), nici dreptului comunitar derivat și aceste acțiuni nu trebuie orientate în funcție de anumite societăți.

([19]) Hotărârea Curții de Justiție din 17 septembrie 1980, cauza 730/79, *Philip Morris*, Rec., 1980, p. 2671, punctul 11.

([20]) Originea: Eurostat. Nu există date pentru anul 2000.

([21]) JO C 302, 12.11.1987.

3.1. *Campanii de promovare generică în Portugalia*

(92) Conform informațiilor transmise de autoritățile portugheze, se poate trage concluzia că aceste măsuri au obiective care se subordonează diferitelor criterii pozitive stabilite în dispozițiile susmenționate, dat fiind că se înscriu fie în obiectivul de dezvoltare a întreprinderilor mici și mijlocii și a anumitor regiuni, fie chiar în obiectivul de dezvoltare a unor produse de înaltă calitate și de alimentație sănătoasă.

(93) De asemenea, autoritățile portugheze au explicat că mesajele transmise de acțiunile de promovare și publicitate au un caracter general, constau în special în realizarea de expoziții, participări la târguri, editarea de cataloage și de alte suporturi și că nu urmăresc determinarea consumatorilor a nu cumpăra produse din alte state membre, nici denigrarea acelor produse și nu vin în beneficiul unei mărci a unei anumite societăți sau producător individual.

(94) În decizia de inițiere a procedurii investigare formală (considerentul 108), Comisia a considerat că ajutoarele publice plătite pentru a finanța acțiunile de promovare, în cazul de față, până la 1 ianuarie 2002, au respectat criteriile stabilite de dispozițiile comunitare aplicabile în acest domeniu.

(95) Începând de la 1 ianuarie 2002, punctul 8 din Orientările comunitare privind ajutoarele de stat acordate publicității produselor menționate în anexa I la Tratatul CE și anumitor produse neincluse în anexa I stabilește că acțiunile de promovare, cum ar fi popularizarea cunoștințelor științifice, organizarea de târguri și expoziții, participarea la acestea și acțiunile de relații publice similare, inclusiv sondaje și studii de piață, nu sunt considerate publicitate. Ajutoarele de stat referitoare la această promovare, în accepție largă, fac obiectul punctelor 13 și 14 din Orientările comunitare privind ajutoarele de stat în sectorul agricol.

(96) Punctul 13.2 din Orientările comunitare privind ajutoarele de stat în sectorul agricol prevede că pot fi acordate ajutoare pentru recurgerea la consultanță sau sprijin echivalent, inclusiv studii tehnice, studii de fiabilitate și proiect și studii de piață referitoare la activitățile legate de dezvoltarea calității produselor agricole. În afară de aceasta, punctul 14 permite acordarea de ajutoare care au ca obiectiv oferirea asistenței tehnice în sectorul agricol. În mod special sunt autorizate ajutoarele destinate răspândirii noilor tehnici.

(97) Ajutoarele descrise mai sus se pot înscrie în oricare dintre aceste categorii, dat fiind faptul că urmăresc, în ultimă instanță, să ofere sprijin tehnic producției în cauză, prin sprijinul acordat comercializării produselor agricole de calitate și prin comunicarea generică a caracteristicilor acestora.

(98) În aceste cazuri sunt permise ajutoare de până la 100 % din valoarea costurilor. Pentru a se evita acordarea de sume semnificative unor mari societăți, valoarea ajutorului total ce poate fi acordat în baza acestor două puncte nu poate depăși suma de 100 000 EUR pe fiecare beneficiar, pe o perioadă de trei ani sau, în cazul în care este vorba de ajutoare acordate întreprinderilor din categoria IMM, conform definiției Comisiei, 50 % din cheltuielile eligibile, fiind aplicată suma cea mai mare. În scopul calculării sumei ajutorului, destinatarul serviciilor este considerat a fi beneficiar.

(99) Autoritățile portugheze au explicat că, fiind vorba de acțiuni generice cu obiectiv general, al căror întreg beneficiu real este răspândit în rândul tuturor agenților din lanțul vitivinicol, nivelul ajutorului pentru fiecare beneficiar în parte se menține, așadar, sub pragul de 100 000 EUR pe parcursul a trei ani.

(100) În decizia de inițiere a procedurii investigare formală (considerentul 114), Comisia înțelege că ajutoarele publice plătite pentru finanțarea acțiunilor de promovare în cauză după data de 1 ianuarie 2002 par a fi în conformitate cu dispozițiile comunitare aplicabile în acest domeniu.

(101) Ținând seama de informațiile transmise de autoritățile portugheze pe parcursul întregii instrumentări a acestui dosar și, în lipsa unor comentarii contrare ale terților părți în urma inițierii procedurii oficiale de investigare, Comisia confirmă poziția exprimată în momentul inițierii procedurii ([22]), cu privire la compatibilitatea campaniilor de promovare generică a vinului realizate de asociația Viniportugal în Portugalia cu dispozițiile comunitare aplicabile.

— În această luare de poziție, Comisia ia act în mod special de garanțiile date de autoritățile portugheze, în ceea ce privește: obiectivele măsurii: dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii, dezvoltarea unor anumite regiuni, dezvoltarea produselor de înaltă calitate și de alimentație sănătoasă (punctul 32 din Orientările privind ajutoarele de stat acordate publicității).

— Caracterul campaniilor: mesajele transmise de acțiunile de promovare și publicitate sunt cu caracter general, constau în special în realizarea de expoziții, participarea la târguri, editarea de cataloage și alte suporturi și nu urmăresc determinarea consumatorilor a nu cumpăra produse din alte state membre sau transmiterea unei imagini negative a acelor produse și nu sunt în beneficiul unei mărci a unei anumite societăți sau producător individual (punctul 20 din Orientările privind ajutoarele de stat acordate publicității).

([22]) A se vedea considerentele 108-114 din decizia de inițiere a procedurii de investigare formală.

— Limitarea sprijinului: măsurile sunt finanțate în totalitate din taxe parafiscale, eforturile financiare ale specialiștilor din aceste campanii atingând, prin definiție, nivelul de 50 % din costuri. În afară de aceasta, fiind vorba de acțiuni generice cu obiectiv general, al căror întreg beneficiu real este răspândit în rândul tuturor agenților din lanțul vitivinicol, nivelul ajutorului pentru fiecare beneficiar în parte se va menține sub pragul de 100 000 EUR pe parcursul a trei ani.

3.2. *Campanii de promovare și publicitate a vinului portughez pe piețele din alte state membre și din țări terțe*

(102) În ceea ce privește campaniile de promovare și de publicitate a vinului portughez pe piețele din celelalte state membre și din țări terțe, realizate de asociația Viniportugal, mai precis după data de 1 ianuarie 2002, Comisia își exprimase îndoielile cu privire la compatibilitatea acelora cu dispozițiile Orientărilor privind ajutoarele de stat acordate publicității.

(103) În conformitate cu secțiunea 4.1 din orientările menționate, sunt acceptabile campaniile publicitare organizate direct sau indirect de către un stat membru pe piața altui stat membru pentru a aduce la cunoștința consumatorilor produsele agricole dintr-un anumit stat membru sau regiune sau chiar o întreagă categorie de produse dintr-un stat membru. Totuși, aceste campanii trebuie să transmită informații privind caracteristicile obiective ale produselor în cauză și nu trebuie să cuprindă referințe subiective la calitatea produselor, exclusiv pe baza originii acestora.

(104) Or, în momentul inițierii procedurii, Comisia nu dispunea de informații suficiente pentru a concluziona că acele campanii, deși menționau originea vinurilor, transmit doar informații privind caracteristicile obiective ale produselor în cauză și nu cuprind referințe subiective la calitatea produselor, exclusiv pe baza originii acestora. Așadar, se solicitase autorităților portugheze să demonstreze că eventuala referire la originea produselor respectă efectiv aceste condiții.

(105) Comisia ia act de garanțiile date de autoritățile portugheze, cu privire la: (i) caracterul generic al campaniilor de promovare ale asociației Viniportugal (conform punctului 37); (ii) faptul că activitățile de promovare și publicitate ale asociației Viniportugal în Portugalia, dar și pe teritoriul celorlalte state membre și al țărilor terțe, nu fac referire la anumite mărci și nu au ca obiectiv promovarea unor anumite societăți sau producători individuali (conform punctului 37); (iii) faptul că acele campanii nu urmăresc denigrarea produselor vitivinicole ale altor state membre, nici determinarea consumatorilor a nu cumpăra acele produse și că sunt conforme cu legislația comunitară aplicabilă (mai precis, legislația referitoare la etichetarea, prezentarea și publicitatea alimentelor) (conform punctului 38); (iv) faptul că activitățile în cauză au ca obiectiv a aduce la cunoștință vinurile portugheze consumatorilor din alte state membre, facilitând astfel realizarea activităților din sectorul viticulturii din Portugalia, în conformitate cu articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE (conform punctului 39); și, în fine, (v) faptul că acele campanii ale asociației Viniportugal desfășurate în afara Portugaliei sunt destinate a face publice caracteristicile de bază ale vinului portughez, invitând consumatorii din alte state membre și din țări terțe să încerce produsele menționate, pe care nu le cunosc, ca și faptul că nu conțin nici o referire subiectivă la calitatea produselor, exclusiv pe baza originii acestora (conform punctului 40).

(106) Pe baza informațiilor suplimentare furnizate de autoritățile portugheze și în lipsa unor comentarii contrare ale terților în urma inițierii procedurii oficiale de investigare, Comisia se află astfel în situația de a concluziona că îndoielile pe care și le-a exprimat la inițierea procedurii sunt risipite, în ceea ce privește caracterul obiectiv al campaniilor de promovare și de publicitate realizate pe piețele statelor membre și țărilor terțe.

(107) În fața faptelor expuse, Comisia consideră că ajutorul pentru promovarea generică a vinului în Portugalia, ca și ajutorul acordat promovării și publicității vinului portughez pe piețele din celelalte state membre și din țări terțe este compatibil cu criteriile pozitive și negative stabilite în Orientările privind ajutoarele de stat acordate publicității.

4. **Finanțarea ajutoarelor**

(108) Fiind vorba de ajutoare de stat finanțate prin intermediul unei taxe parafiscale, acțiunile finanțate din ajutoare, ca și finanțarea ajutoarelor în sine, trebuie să fie investigate de către Comisie. În consecință, o eventuală incompatibilitate a finanțării unui ajutor de stat cu piața comună ar face ca înseși ajutoarele să devină incompatibile, chiar și în cazul în care acordarea ajutorului a respectat regulile de concurență aplicabile.

(109) Conform jurisprudenței menționate, taxele nu fac obiectul aplicării dispozițiilor din Tratat referitoare la ajutoarele de stat, cu excepția cazului în care constituie modalitatea de finanțare a unei măsuri de ajutor astfel încât fac parte integrantă din acea măsură ([23]). Pentru a se putea considera că o taxă sau parte dintr-o taxă face parte integrantă dintr-o măsură de ajutor, trebuie să existe neapărat o relație de alocare obligatorie între taxă și ajutor, în temeiul legislației naționale relevante ([24]), în sensul ca produsul taxei să fie neapărat destinat finanțării

([23]) Hotărârea din 13 ianuarie 2005, *Streekgewest*, C 174/02, Rec., 2005, p. I-85, punctul 25.

([24]) Hotărârile din 13 ianuarie 2005, *Streekgewest*, menționată mai sus, punctul 26, și din 27 octombrie 2005, *Nazairdis SAS*, în cauzele conexate C-266/04 până la C-270/04, C-276/04 și C-321/04 până la C-325/04, Rec., 2005, p. I-9481, punctele 46-49.

ajutorului. În cazul în care există o astfel de relație, produsul taxei influențează în mod direct valoarea ajutorului ([25]) și, în consecință, aprecierea compatibilității acesteia cu piața comună ([26]).

(110) Prin urmare, este oportun să se verifice dacă taxa de promovare a vinului întrunește condițiile susmenționate.

4.1. *Taxa de promovare a vinului ca parte integrantă din ajutoarele acordate publicității*

(111) În primul rând, trebuie să se verifice dacă produsul taxei este alocat neapărat finanțării ajutorului. În acest context, trebuie precizat că atât Decretul-lege nr. 137/95 cât și Decretul-lege nr. 119/97, care îl derogă, stabilesc că „din produsul taxei de promovare aplicate, un procent de cel puțin 25 %, care se stabilește anual de către Ministrul Agriculturii, Dezvoltării Rurale și Pescuitului, este destinat acțiunilor de promovare generică a vinului și a produselor vinicole" [articolul 11 alineatul (2) din Decretul-lege nr. 119/97]. În aceste condiții, o parte din produsul taxei este alocat în mod obligatoriu – în temeiul reglementării naționale relevante – finanțării măsurilor de promovare care constituie obiectul ajutorului.

(112) În afară de aceasta, articolul 1 alineatul (1) din Decretul-lege nr. 119/97, care definește cadrul de aplicare a taxei, stabilește că „vinurile și produsele vinicole […] se supun aplicării unei taxe de promovare, care constituie contravaloarea serviciilor prestate de Institutul Viei și Vinului (IVV) în legătură cu promovarea generică și coordonarea generală a sectorului". În al doilea rând, trebuie să se verifice dacă produsul taxei influențează în mod direct valoarea ajutorului. În acest context, trebuie precizat că taxa de promovare constituie singura sursă de finanțare a ajutoarelor acordate promovării și publicității care fac obiectul prezentei investigări, astfel încât o diminuare a produsului taxei ar implica o diminuare a resurselor financiare ale măsurilor de promovare.

(113) În consecință, Comisia consideră că produsul taxei este în mod necesar alocat finanțării ajutorului și că produsul taxei influențează în mod direct valoarea ajutorului. În fine, trebuie trasă concluzia, în conformitate cu jurisprudența Curții de Justiție, că există o relație de alocare obligatorie între taxă și ajutor, în temeiul legislației naționale aplicabile, și că taxa de promovare a vinului face parte integrantă din măsura de ajutor investigată. În consecință, finanțarea acțiunilor prin intermediul taxei trebuie, de asemenea, să facă obiectul investigării Comisiei.

4.2. *Impunerea taxei la produsele exportate*

(114) După cum se arată la considerentul 9 de mai sus, taxa este impusă atât produselor portugheze destinate consumului în Portugalia cât și produselor destinate exportului.

(115) Cu toate acestea, în decizia de inițiere a procedurii investigare formală (considerentul 143), Comisia afirmă că nu pare a exista o discriminare între produsele naționale destinate pieței naționale și cele destinate exportului, în cadrul campaniilor de promovare și publicitate desfășurate în afara teritoriului portughez.

(116) Pentru a putea stabili dacă produsele destinate exportului beneficiază în aceeași măsură de acțiunile de promovare generică din Portugalia, ținând cont de informațiile furnizate de autoritățile portugheze pe parcursul întregii instrumentări a acestui dosar și în lipsa unor comentarii contrare ale terților părți după inițierea procedurii de investigare formală, Comisia concluzionează că produsele din această ultimă categorie beneficiază în mare măsură de toate avantajele decurgând din taxă și, pe de altă parte, beneficiază în mod extins de activitățile de promovare de pe teritoriul celorlalte state membre și al țărilor terțe.

4.3. *Impunerea taxei la produsele importate*

(117) În conformitate cu jurisprudența Curții de Justiție ([27]), Comisia consideră, în mod normal, că finanțarea unui ajutor prin intermediul unor sarcini obligatorii poate avea repercusiuni asupra ajutorului, printr-un efect protector care depășește ajutorul propriu-zis. Taxa în discuție constituie, de fapt, o sarcină obligatorie. Conform aceleiași jurisprudențe, Comisia consideră că un ajutor acordat producătorilor naționali poate fi finanțat numai prin taxe parafiscale care se aplică deopotrivă importurilor producătorilor aceluiași produs din celelalte state membre, în măsura în care există garanții că aceștia din urmă pot beneficia în același mod ca și producătorii naționali de toate avantajele menționate.

(118) Astfel, la inițierea procedurii de investigare formală, Comisia indica faptul că, în măsura în care produsele provenite din celelalte state membre fuseseră, de asemenea, obligate să plătească taxa, autoritățile portugheze trebuiau să demonstreze că nu există nici o discriminare între produsele naționale și cele importate și că, în consecință, produsele provenite din celelalte state membre, care fuseseră, de asemenea, obligate să plătească taxa, beneficiau *în același mod și în aceeași măsură ca și produsele naționale* de toate avantajele decurgând din aceasta ([28]).

(119) S-a stabilit anterior că acele campanii de promovare și publicitate a vinului și produselor vinicole realizate de asociația Viniportugal sunt finanțate din o parte din veniturile taxei de promovare a vinului.

([25]) Hotărârile din 15 iunie 2006, *Air Liquide*, în cauzele conexate C-393/04 și C 41/05, Rec., 2006, p. I-5293, punctul 46, și din 13 ianuarie 2005, *Streekgewest*, menționată mai sus, punctul 28.

([26]) Hotărârea din 25 iunie 1970, *Franța/Comisia*, cauza 47/69, Rec., 1970, p. 487, punctele 17, 20 și 21.

([27]) Hotărârea Curții de Justiție din 25 iunie 1970, *Franța/Comisia*, cauza 47/69, citată mai sus.

([28]) A se vedea considerentul 135 din decizia de inițiere a procedurii oficiale de investigare [C(2004) 4522, din 1 decembrie 2004].

(120) În observațiile și informațiile suplimentare prezentate, autoritățile portugheze au dat asigurări că acea contribuție din veniturile taxei aplicate produselor importate s-a limitat exclusiv la a finanța o parte din costurile acțiunilor de promovare generică pe care Viniportugal le-a realizat în Portugalia. De asemenea, afirmă că acele campanii de promovare și publicitate realizate pe piețele din celelalte state membre și din țări terțe în favoarea vinului și a produselor vinicole portugheze sunt finanțate exclusiv din veniturile taxei aplicate produselor naționale.

(121) Informațiile furnizate de autoritățile portugheze demonstrează că de campaniile de promovare generică din Portugalia beneficiază în mod proporțional produsele importate. În mod efectiv, după cum se afirmă la considerentele 16 și 17, obiectivul principal al campaniilor de publicitate la nivel național constă în atragerea consumatorilor tineri adulți de ambele sexe pentru un consum sănătos al vinului, ca alternativă la bere sau la alte băuturi alcoolice. Autoritățile portugheze au furnizat, de asemenea, mostre ale campaniilor de publicitate și proiectelor de difuzare finanțate din taxă. În măsura în care campaniile de promovare au ca obiectiv promovarea consumului de vin, în general, produsele importate beneficiază în aceeași măsură de acțiunile menționate.

(122) Cu toate acestea, informațiile furnizate nu sunt suficiente pentru a demonstra că veniturile taxei aplicate produselor importate nu au contribuit la finanțarea campaniilor de promovare și publicitate realizate pe piețele din celelalte state membre și din țări terțe, de care, la rândul lor, beneficiază exclusiv vinul portughez. În mod special, conform cifrelor furnizate de către autoritățile portugheze, în perioada 1998-2005 încasările medii provenite din aplicarea taxei la produsele importate au fost de 1 293 169 EUR, în vreme ce, în aceeași perioadă, asociația Viniportugal a dedicat anual în medie 525 698 EUR acțiunilor de promovare generică în Portugalia (conform considerentelor 36 și 38).

(123) În afară de aceasta, chiar dacă legislația națională stabilește obligația de a destina un procent de cel puțin 25 % din produsul taxei acțiunilor de promovare generică a vinului și produselor vinicole, nu există o contabilitate separată a acestor două părți ale produsului taxei. Autoritățile portugheze au putut prezenta doar estimări ale acelei părți din produsul taxei aplicate la produsele importate, care este destinată promovării generice.

(124) Or, ținând cont de jurisprudența menționată la considerentul 116, dat fiind că măsurile finanțate din taxă constituie un ajutor de stat, în conformitate cu articolul 107 din TFUE și că taxa are un caracter discriminatoriu, contrar articolului 110 din TFUE, în măsura în care produsele provenite din celelalte state membre au fost obligate la plata acesteia fără a beneficia însă de avantajele care decurg din aceasta, Comisia consideră că venitul obținut din taxarea produselor importate din celelalte state membre, cu scopul de a finanța acțiunile de promovare realizate de asociația Viniportugal pe piețele din celelalte state membre și din țări terțe, constituie finanțare a unui ajutor incompatibil, din punctul de vedere al regulilor de libertate a circulației mărfurilor și, prin urmare, că ajutoarele de stat finanțate în acest mod sunt incompatibile cu Tratatul, în măsură identică.

(125) Comisia poate concluziona în mod valabil, pe baza informațiilor și garanțiilor furnizate de către autoritățile portugheze (conform considerentului 104 din prezenta decizie), că producătorii și comercianții din celelalte state membre au beneficiat în măsură identică cu producătorii portughezi de măsurile de ajutor acordate promovării generice aplicate în Portugalia.

(126) La rândul lor, autoritățile portugheze nu contestă faptul că producătorii și comercianții din celelalte state membre nu pot beneficia de măsurile de ajutor acordate promovării și publicității în exterior, realizate exclusiv în favoarea vinurilor portugheze.

(127) În consecință, conform jurisprudenței menționate a Curții de Justiție, atunci când produsul unei impuneri asupra produselor naționale și importate având la bază criterii identice este destinat a susține activități care sunt exclusiv în beneficiul produselor naționale supuse impunerii, se poate trage concluzia că acea contribuție încasată pe baza unor criterii identice constituie totuși o impunere discriminatorie, în măsura în care sarcina fiscală aplicată produselor naționale este compensată prin beneficiile pentru a căror finanțare servește, în vreme ce aceea aplicată produselor importate reprezintă o sarcină lipsită de compensare ([29]).

(128) Astfel, nu se poate exclude, în acest caz, că a existat discriminare cu privire la produsele importate. Dimpotrivă, din informațiile furnizate de autoritățile portugheze reiese că produsele importate au fost supuse taxei în aceeași măsură ca și produsele naționale, fără a beneficia însă de avantajele financiare ale acesteia în aceeași măsură ca și produsele naționale. După cum se arată la considerentul 122 de mai sus, conform cifrelor furnizate de autoritățile portugheze, în perioada dintre 1998 și 2005 încasările medii provenite din aplicarea taxei la produsele importate au fost de 1 293 169 EUR, în vreme ce, în aceeași perioadă, asociația Viniportugal a dedicat anual în medie 525 698 EUR acțiunilor de promovare generică în Portugalia. Nu există o contabilitate separată care să ofere asigurări că produsul taxei provenit de la produsele importate este dedicat exclusiv promovării generice în Portugalia, în consecință, taxele parafiscale și produsul acestora încalcă articolul 110 din TFUE.

([29]) Hotărârile Curții de Justiție din 23 aprilie 2002, *Nygard*, C-234/99, Rec., 2002, p. I-3657, punctul 22; din 17 septembrie 1997, *Fricarnes SA*, C-28/96, Rec., 1997, p. I-4939, punctul 23; din 21 mai 1980, *Comisia/Italia*, 73/79, Rec., 1980, p. 1533, punctul 15 și din 11 martie 1992, *Compagnie commerciale de l'Ouest și alții*, C-78/90 până la C-83/90, Rec., 1992, p. I-1847, punctul 26.

(129) Pe baza informațiilor care i-au fost furnizate în urma inițierii procedurii oficiale de investigare, Comisia nu a putut stabili că ajutoarele acordate promovării vinului și produselor vinicole pe piețele din celelalte state membre și din țări terțe nu au fost finanțate, fie chiar și parțial, din veniturile taxei de promovare a vinului aplicată produselor importate. Ca atare, Comisiei nu îi revine sarcina de a examina sistematic ce elemente ar fi putut să îi fie prezentate, ci, pe de o parte, Comisia trebuie să analizeze toate punctele de vedere necesare și, pe de altă parte, să se bazeze pe informațiile de care dispune în momentul adoptării deciziei ([30]). Comisia consideră și concluzionează, în consecință, că finanțarea acestor măsuri de ajutor trebuie considerată incompatibilă cu piața internă.

(130) În concluzie, în cazul în care finanțarea unui ajutor de stat este considerată incompatibilă cu normele aplicabile ale Tratatului, ajutorul finanțat astfel trebuie considerat, de asemenea, incompatibil de către Comisie, pe durata menținerii finanțării nelegale, deoarece legalitatea finanțării unui ajutor de stat este o condiție necesară pentru declararea compatibilității acestuia ([31]).

V. **CONCLUZII**

(131) Comisia regretă că Portugalia a pus în aplicare măsurile menționate cu încălcarea articolului 108 alineatul (3) din TFUE.

(132) Comisia concluzionează că:

— Portugalia a executat ilegal finanțarea campaniilor de promovare generică a vinului, finanțate prin intermediul unei taxe aplicate produselor naționale și produselor importate din celelalte state membre, cu încălcarea articolului 108 alineatul (3) din TFUE;

— singura acțiune de formare finanțată din veniturile taxei parafiscale nu constituie ajutor;

— ajutoarele acordate promovării și publicității generice a vinului și produselor vinicole efectuate de către asociația Viniportugal pe teritoriul Portugaliei pot fi declarate compatibile cu piața internă;

— ajutoarele acordate promovării și publicității vinului și produselor vinicole de origine portugheză pe teritoriul celorlalte state membre și al țărilor terțe, finanțate din taxa pe producția de vin și produse vinicole care se aplică deopotrivă produselor provenite din celelalte state membre respectă dispozițiile comunitare aplicabile la nivelul beneficiarilor respectivi. Or, Comisia a putut constata, de asemenea, existența unei încălcări a articolului 110 din TFUE la nivelul finanțării ajutoarelor. Din acest motiv, Comisia nu poate declara compatibil regimul în cauză, deoarece acesta a creat o discriminare între produsele importate și produsele naționale.

(133) Prezenta decizie se limitează la investigarea aplicării taxei parafiscale începând de la data intrării în vigoare până la 31 decembrie 2006, data intrării în vigoare a noilor Orientări comunitare privind ajutoarele de stat în sectorul agricol și forestier în perioada 2007-2013, fără a aduce atingere poziției pe care Comisia o va adopta cu privire la aplicarea taxei de promovare după această dată.

(134) Comisia consideră adecvată, în cazul de față, adoptarea unei decizii condiționate, recurgând la posibilitatea prevăzută la articolul 7 alineatul (4) din Regulamentul (CE) nr. 659/1999, conform căruia Comisia poate preciza în decizia pozitivă adoptată condițiile care să îi permită să considere ajutorul compatibil cu piața comună și poate impune obligații care să îi permită să monitorizeze ducerea la îndeplinire a deciziei.

(135) Pentru a compensa încălcarea articolului 110 și, în felul acesta, a elimina retroactiv discriminarea, Portugalia trebuie să procedeze la rambursarea celei părți din taxă aplicată produselor provenite din celelalte state membre, în funcție de un calendar și de condițiile stabilite de către Comisie. Compensarea acestei încălcări va face ca ajutoarele în cauză să fie compatibile cu articolul 107 din TFUE.

(136) Condițiile care trebuie îndeplinite de rambursarea susmenționată sunt stabilite de către Comisie. Astfel, Portugalia trebuie să ramburseze persoanelor care au plătit taxa acea parte din taxă care s-a aplicat produselor provenite din celelalte state membre de la data inițierii aplicării taxei până la 31 decembrie 2006, cu respectarea strictă a următoarelor condiții:

— în cazul în care pot dovedi că taxa de promovare a fost aplicată produselor importate, persoanele care au plătit taxa pot să pretindă returnarea unei părți proporționale din produsul taxei, destinată a finanța serviciile de promovare de care beneficiază exclusiv produsele naționale, într-un termen stabilit conform legislației naționale și, în cazul unui termen mai mic de șase luni, începând de la data notificării prezentei decizii;

([30]) Hotărârea Curții de Justiție din 9 septembrie 2009, *Holland Malt/Comisia*, T-369/06, (încă nepublicată în Rep., punctul 195 și urm.).

([31]) Hotărârile Curții de Justiție din 21 octombrie 2003, *Van Calster și alții*, C-261/01 și C-262/01, Rec., 2003, p. I-12249, punctul 48 și din 21 mai 1980, *Comisia/Italia*, 73/79, Rec., 1980, p. 1533, punctul 11.

— Portugalia va stabili măsura de eventuală discriminare care se aplică produselor importate. În acest scop, Portugalia trebuie să verifice, pe durata unei perioade de referință, echivalentul în bani dintre sumele încasate global din taxa analizată aplicată produselor naționale și avantajele de care aceste produse beneficiază exclusiv;

— rambursarea trebuie să fie efectuată în termen de cel mult șase luni începând de la data prezentării cererii;

— sumele rambursate trebuie însoțite de dobânzi, calculate începând de la data încasării sumelor până la data rambursării efective. Aceste dobânzi vor fi calculate pe baza unei taxe de referință a Comisiei prevăzută în metoda de stabilire a taxelor de referință și de actualizare ([32]);

— autoritățile portugheze acceptă orice dovezi rezonabile prezentate de către persoanele care au plătit taxa, cu privire la plata acelei părți din taxă care s-a aplicat produselor provenite din alte state membre;

— dreptul de rambursare nu poate fi supus altor condiții, respectiv aceea ca taxa să nu fi fost repercutată;

— în cazul persoanelor care încă nu au efectuat plata taxei, autoritățile portugheze renunță oficial la încasarea acesteia, inclusiv la eventuale dobânzi de întârziere;

— în cazul în care Comisia solicită aceasta, Portugalia se angajează să prezinte un raport complet care să dovedească buna executare a măsurii de rambursare;

— în cazul în care în alt stat membru a fost aplicată o taxă aceleași produse care au fost supuse taxei de promovare a vinului în Portugalia, autoritățile portugheze se angajează să ramburseze persoanelor care au plătit taxa acea parte din taxă care s-a aplicat produselor provenite din acel stat membru;

— Portugalia se angajează a aduce la cunoștință prezenta decizie tuturor potențialilor plătitori ai taxei,

ADOPTĂ PREZENTA DECIZIE:

Articolul 1

Singura acțiune de formare finanțată din veniturile taxei parafiscale, în valoare de 367,12 EUR, nu constituie ajutor.

Articolul 2

Ajutoarele de stat acordate promovării generice a vinului și produselor vinicole pe teritoriul portughez, executate ilegal de Portugalia, cu încălcarea articolului 108 alineatul (3) din TFUE prin intermediul unei taxa parafiscale stabilite în Decretul-lege nr. 137/95 din 14 iunie, sunt ajutoare de stat compatibile cu piața internă, în accepțiunea articolului 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE, pentru perioada cuprinsă între data intrării ei în vigoare și 31 decembrie 2006.

Articolul 3

(1) Ajutoarele de stat acordate promovării și publicității vinului și produselor vinicole de origine portugheză pe teritoriul celorlalte state membre și al țărilor terțe, executate ilegal de Portugalia, cu încălcarea articolului 108 alineatul (3) din TFUE, prin intermediul unei taxa parafiscale stabilite în Decretul-lege nr. 137/95 din 14 iunie sunt, fără a aduce atingere aplicării articolului 2, ajutoare de stat compatibile cu piața internă, în sensul articolului 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE, pentru perioada cuprinsă între data intrării ei în vigoare și 31 decembrie 2006, cu condiția ca Portugalia să îndeplinească acele condiții prevăzute la alineatul (2) din prezentul articol.

(2) Portugalia trebuie să ramburseze persoanelor care au plătit taxa acea parte din taxă care s-a aplicat produselor provenite din celelalte state membre de la data inițierii aplicării taxei până la 31 decembrie 2006, cu respectarea strictă a următoarelor condiții:

— în cazul în care pot dovedi că taxa de promovare a fost aplicată produselor importate, persoanele care au plătit taxa pot să pretindă returnarea unei părți proporționale din produsul taxei, destinată a finanța serviciile de promovare de care beneficiază exclusiv produsele naționale, într-un termen stabilit conform legislației naționale și, în cazul unui termen mai mic de șase luni, începând de la data notificării prezentei decizii;

— Portugalia va stabili măsura de eventuală discriminare care se aplică produselor importate. În acest scop, Portugalia trebuie să verifice, pe durata unei perioade de referință, echivalentul în bani dintre sumele încasate global din taxa analizată aplicată produselor naționale și avantajele de care aceste produse beneficiază exclusiv;

— rambursarea trebuie să fie efectuată în termen de cel mult șase luni începând de la data prezentării cererii;

— sumele rambursate trebuie însoțite de dobânzi, calculate începând de la data încasării sumelor până la data rambursării efective. Aceste dobânzi vor fi calculate pe baza unei taxe de referință a Comisiei prevăzută în metoda de stabilire a taxelor de referință și de actualizare ([33]);

([32]) Comunicarea Comisiei privind metoda de stabilire a ratelor de referință și de actualizare (JO C 273, 9.9.1997, p. 3).

([33]) A se vedea nota de subsol 32.

— autoritățile portugheze acceptă orice dovezi rezonabile prezentate de către persoanele care au plătit taxa, cu privire la plata acelei părți din taxă care s-a aplicat produselor provenite din alte state membre;

— dreptul de rambursare nu poate fi supus altor condiții, respectiv aceea ca taxa să nu fi fost repercutată;

— în cazul persoanelor care încă nu au efectuat plata taxei, autoritățile portugheze renunță oficial la încasarea acesteia, inclusiv la eventuale dobânzi de întârziere;

— în cazul în care Comisia solicită aceasta, Portugalia se angajează să prezinte un raport complet care să dovedească buna executare a măsurii de rambursare;

— în cazul în care în alt stat membru a fost aplicată o taxă acelorași produse care au fost supuse taxei de promovare a vinului în Portugalia, autoritățile portugheze se angajează să ramburseze persoanelor care au plătit taxa acea parte din taxă care s-a aplicat produselor provenite din acel stat membru;

— Portugalia se angajează a aduce la cunoștință prezenta decizie tuturor potențialilor plătitori ai taxei.

Articolul 4

Portugalia va informa Comisia, în termen de două luni începând de la data notificării prezentei decizii, cu privire la măsurile luate pentru ducerea ei la îndeplinire.

Articolul 5

Prezenta decizie se adresează Republicii Portugheze.

Adoptată la Bruxelles, 20 iulie 2010.

Pentru Comisie

Dacian CIOLOȘ

Membru al Comisiei