

## DECISIONE DELLA COMMISSIONE

del 2 giugno 2004

**relativa agli aiuti di Stato previsti dall'Italia, Regione Sicilia, a favore della promozione e della pubblicità dei prodotti agricoli**

[notificata con il numero C(2004) 1923]

(Il testo in lingua italiana è il solo facente fede)

(Testo rilevante ai fini del SEE)

(2007/54/CE)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea, in particolare l'articolo 88, paragrafo 2, primo comma,

dopo aver invitato gli interessati a presentare osservazioni conformemente a detto articolo <sup>(1)</sup> e viste le osservazioni trasmesse,

considerando quanto segue:

## I. PROCEDIMENTO

- (1) Con lettera del 2 settembre 1997, protocollata il 5 settembre 1997, la rappresentanza permanente d'Italia presso l'Unione europea notificava alla Commissione l'articolo 6 della legge regionale n. 27 del 1997 della Regione Siciliana, conformemente all'articolo 88, paragrafo 3, del trattato CE.
- (2) Con telex VI/41836 del 28 ottobre 1997 i servizi della Commissione hanno invitato le autorità competenti a fornire chiarimenti in merito all'aiuto previsto dall'articolo 6 e alla legge regionale n. 27 del 1997.
- (3) Con lettera del 19 gennaio 1998 le autorità competenti hanno trasmesso complementi di informazione e comunicato che la legge era già entrata in vigore. La notifica è stata pertanto trasferita al registro degli aiuti non notificati, con il numero NN 36/98, come comunicato all'Italia con lettera SG(98)D/32328 del 3 aprile 1998. Tuttavia le autorità competenti hanno anche chiaramente indicato che gli aiuti previsti dalla legge non sarebbero stati concessi prima della conclusione favorevole del procedimento ex articolo 88, paragrafo 3 del trattato.
- (4) Con telex VI/13937 del 31 maggio 2000 (preceduto in versione inglese dal telex 2000/VI/10442 del 14 aprile) i servizi della Commissione hanno invitato le autorità competenti a fornire spiegazioni circa le disposizioni contenute nella legge regionale n. 27/1997 e a trasmettere copia del testo della medesima.
- (5) Con lettera del 31 luglio 2002, protocollata il 5 agosto 2002, le autorità competenti hanno trasmesso complementi di informazione sull'articolo 5 della legge.
- (6) Con telex AGR 024925 del 22 ottobre 2002 i servizi della Commissione ha invitato le autorità competenti a fornire spiegazioni e chiarimenti sui complementi di informazione recentemente trasmessi e sulle misure contenute nella legge regionale n. 27/1997. Nella stessa lettera i servizi della Commissione hanno prospettato alle autorità competenti l'ipotesi di ritirare la notifica in esame, qualora le misure d'aiuto previste dall'articolo 6 della legge regionale n. 27 del 1997 ed eventualmente da altre disposizioni della stessa legge non fossero ancora state adottate, e qualora le autorità competenti potessero assicurare che nel quadro della suddetta legge non erano e non sarebbero stati versati aiuti.
- (7) Non avendo ricevuto risposta al telex di cui sopra, con telex AGR 30657 del 20 dicembre 2002 i servizi della Commissione hanno inviato alle autorità italiane un sollecito in cui le invitavano a presentare le informazioni richieste entro un mese precisando che, qualora entro tale data non fossero pervenute risposte soddisfacenti a tutti i quesiti posti, i servizi della Commissione si riservavano il diritto di proporre alla Commissione di emettere un'ingiunzione di fornire informazioni a norma dell'articolo 10, paragrafo 3, del regolamento (CE) n. 659/1999 del Consiglio, del 22 marzo 1999, recante modalità di applicazione dell'articolo 93 del trattato CE <sup>(2)</sup>.
- (8) Con lettera del 10 luglio 2003 SG(2003)D/230470 la Commissione ha notificato all'Italia la propria decisione contenente l'ingiunzione di fornire informazioni per l'articolo 6 e l'articolo 4 della legge regionale n. 27/1997, da essa adottata il 9 luglio 2003 [C(2003) 2054 def.] a norma dell'articolo 10, paragrafo 3 del regolamento (CE) n. 659/1999.
- (9) Con la stessa ingiunzione di fornire informazioni la Commissione aveva chiesto all'Italia di fornire, entro 20 giorni lavorativi dalla notifica della sua decisione, tutti i documenti, le informazioni e i dati necessari a permetterle di accertare se gli aiuti previsti dalla legge erano stati concessi e risultavano compatibili con il mercato comune. Oltre ad invitare l'Italia a fornire eventuali altre informazioni considerate utili per la valutazione delle misure di cui sopra, l'ingiunzione di fornire informazioni specificava una serie di informazioni che l'Italia era invitata a trasmettere.

<sup>(1)</sup> GU C 48 del 24.2.2004, pag. 2.

<sup>(2)</sup> GU L 83 del 27.3.1999, pag. 1. Regolamento modificato dall'atto di adesione del 2003.

- (10) I servizi della Commissione non hanno ricevuto né una risposta alla suddetta ingiunzione, né una richiesta di proroga della scadenza entro la quale doveva essere fornita la risposta.
- (11) Con lettera del 17 dicembre 2003 (SG(2003)D/233550), la Commissione ha informato le autorità italiane della sua decisione C(2003) 4473 def. del 16 dicembre 2003 con la quale ha avviato il procedimento di cui all'articolo 88, paragrafo 2 del trattato CE in merito alle misure di aiuto relative all'articolo 4 (Propaganda di prodotti siciliani) e all'articolo 6 (Cooperative, cantine sociali) della legge regionale n. 27/1997.
- (12) La decisione della Commissione di avviare il procedimento è stata pubblicata nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea* <sup>(3)</sup>. La Commissione ha invitato le parti interessate a trasmettere osservazioni in proposito.
- (13) Con lettera del 10 febbraio 2004, protocollata il 13 febbraio 2004, la Rappresentanza permanente d'Italia presso l'Unione europea ha chiesto alla Commissione, per conto della Regione Siciliana, una proroga di 20 giorni lavorativi per fornire le informazioni richieste dalla Commissione nella sua decisione C(2003) 4473 def. del 16 dicembre 2003, con riferimento all'articolo 4 (Propaganda di prodotti siciliani) della legge regionale n. 27/1997. Nella medesima occasione le autorità italiane hanno annunciato la loro intenzione di ritirare la notifica della misura di aiuto prevista a norma dell'articolo 6 (Cooperative, cantine sociali) alla quale, come indicato nella lettera, non era stata data esecuzione.
- (14) Con telex AGR 05312 del 23 febbraio 2004 i servizi della Commissione hanno confermato che la proroga sollecitata dall'Italia era stata accolta con effetto dal 13 febbraio 2004.
- (15) Con lettera del 18 febbraio 2004, protocollata il 26 febbraio 2004, la Rappresentanza permanente d'Italia ha trasmesso una richiesta di proroga di 20 giorni lavorativi con riferimento alla stessa misura di aiuto.
- (16) Con lettera del 24 febbraio 2004, protocollata il 1° marzo 2004, successivamente confermata con lettera del 12 marzo 2004, protocollata il 17 marzo 2004, le autorità italiane hanno informato la Commissione del ritiro della notifica relativa alla misura di aiuto di cui all'articolo 6 (Cooperative, cantine sociali) della legge regionale n. 27/1997 alla quale, come indicato nelle loro lettere, non era stata e non sarebbe stata data esecuzione.
- (17) Con telex AGR 07074 dell'11 marzo 2004, le autorità italiane sono state informate del fatto che non sarebbe stata concessa alcuna proroga per la trasmissione delle informazioni e/o osservazioni oltre la data del 24 marzo 2004, giacché la decisione di avvio del procedimento era stata pubblicata nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea* del 24 febbraio 2004 e la scadenza per la trasmissione delle osservazioni da parte di terzi a questo proposito era prevista per la medesima data. Nello stesso telex i servizi della Commissione hanno preso atto del ritiro della notifica relativa all'articolo 6 (Cooperative, cantine sociali) della legge regionale n. 27/1997.
- (18) La Commissione ha ricevuto le osservazioni delle autorità italiane con riferimento all'articolo 4 (Propaganda di prodotti siciliani) della legge regionale n. 27/1997 con lettera del 15 marzo 2004 (protocollata il 18 marzo 2004).
- (19) Conformemente alla decisione di avviare il procedimento <sup>(4)</sup>, la presente decisione verte esclusivamente sugli aiuti di Stato previsti dall'articolo 4 (Propaganda di prodotti siciliani) della legge regionale n. 27/1997 a favore dei prodotti agricoli di cui all'allegato I del trattato, che possono essere stati e che possono essere concessi dopo l'entrata in vigore degli orientamenti comunitari per gli aiuti di Stato a favore della pubblicità dei prodotti di cui all'allegato I del trattato nonché di determinati prodotti non compresi in detto allegato <sup>(5)</sup> (di seguito «gli orientamenti sulla pubblicità»), vale a dire dal 1° gennaio 2002.
- (20) Atteso che la notifica relativa all'articolo 6 (Cooperative, cantine sociali) della legge regionale n. 27/1997 era stata ritirata dall'Italia con lettera del 24 febbraio 2004, protocollata il 1° marzo 2004, non vi è motivo di descrivere e valutare le misure di aiuto previste in applicazione dello stesso articolo 6.

## II. DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELLE MISURE D'AUTO

- (21) L'articolo 4 (Propaganda di prodotti siciliani) modifica l'articolo 17 della legge regionale n. 14/1966 e prevede quanto segue: «1) Le campagne pubblicitarie sono eseguite direttamente dall'Assessorato o attraverso l'Istituto per il commercio estero o attraverso organismi specializzati, o per mezzo di consorzi costituiti dall'Ente fiera del Mediterraneo e dall'Ente fiera di Messina o tra questi e una o più camere di commercio della Regione sulla base dei programmi indicati al precedente articolo 15. Detti programmi possono avere carattere triennale. 2) Con l'esclusione dei consorzi di cui al comma precedente, qualora l'esecuzione dei programmi venga affidata ad organi estranei all'Amministrazione statale o regionale, dovrà provvedersi secondo la normativa prevista per l'affidamento dei servizi della pubblica amministrazione».
- (22) Malgrado le ripetute richieste dei servizi della Commissione e l'ingiunzione di fornire informazioni emessa dalla Commissione con la sua decisione del 9 luglio 2003, le autorità italiane non hanno trasmesso le informazioni che avrebbero potuto consentire alla Commissione di dissipare il dubbio che l'articolo 4 potesse prevedere aiuti di Stato ai sensi dell'articolo 87, paragrafo 1, del trattato CE e, se del caso, di valutare se tali aiuti potessero essere considerati compatibili con il mercato comune. Non era inoltre chiaro se gli aiuti in questione fossero già stati concessi.

<sup>(4)</sup> Cfr. punti 27, 28 e 29 della decisione pubblicata nella GU C 48 del 24.2.2004, pag. 2.

<sup>(5)</sup> GU C 252 del 12.9.2001, pag. 5.

<sup>(3)</sup> Cfr. nota 1.

- (23) Nella sua decisione di avviare il procedimento di cui all'articolo 88, paragrafo 2 del trattato sulla misura in oggetto, la Commissione ha osservato che, in tale fase del procedimento, in assenza di informazioni da parte delle autorità italiane, essa ignorava se l'articolo 4 della legge regionale n. 27/1997 prevedesse l'introduzione o la modifica di aiuti di Stato per la promozione e/o la pubblicità dei prodotti agricoli di cui all'allegato I del trattato.
- (24) Inoltre, la Commissione ha espresso dubbi circa la compatibilità delle misure di aiuto con il mercato comune, giacché in assenza di risposte da parte delle autorità italiane, non era per nulla chiaro alla Commissione se le misure da finanziarsi a norma dell'articolo 4 della legge fossero compatibili con le norme attualmente applicabili a questi tipi di misure d'aiuto, ossia con le norme stabilite negli orientamenti comunitari per gli aiuti a favore della pubblicità.
- (25) Inoltre, in considerazione delle modalità di attuazione dei programmi e delle campagne pubblicitarie e promozionali di cui all'articolo 4, descritte sopra al punto 21, la Commissione dubitava che le eventuali misure di aiuto di Stato ivi previste sarebbero state attuate conformemente alle norme comunitarie in materia di appalti pubblici. Per quanto riguarda in particolare la selezione diretta degli enti ed organismi incaricati delle campagne pubblicitarie, la Commissione dubitava che sarebbe stato concluso per iscritto un contratto a titolo oneroso fra l'autorità contraente e i prestatori di servizi prescelti e che in tale caso sarebbero state soddisfatte le rigorose condizioni fissate dalla sentenza Teckal<sup>(6)</sup>. Nell'ipotesi in cui tali condizioni non fossero soddisfatte la Commissione dubitava che la selezione degli intermediari sarebbe avvenuta conformemente alle regole fissate dalla direttiva 92/50/CEE del Consiglio<sup>(7)</sup>, in quanto applicabili, e comunque secondo i principi fissati dal trattato, in particolare quelli di parità di trattamento e trasparenza, garantendo «un grado sufficiente di pubblicità» come richiesto dalla Corte di giustizia<sup>(8)</sup>.

### III. OSSERVAZIONI DI TERZI

- (26) La Commissione non ha ricevuto osservazioni da parte di terzi.

### IV. OSSERVAZIONI DELL'ITALIA

- (27) La Commissione ha ricevuto le osservazioni dell'Italia, per conto della Regione Siciliana, con lettera del 15 marzo 2004, protocollata il 18 marzo 2004.
- (28) Nella lettera le autorità italiane confermavano il ritiro della notifica dell'articolo 6 della legge regionale n. 27/1997 e comunicavano le loro osservazioni in relazione all'articolo 4.
- (29) In particolare le autorità italiane hanno indicato che la modifica introdotta dall'articolo 4 (Propaganda di prodotti siciliani) all'articolo 17 della legge regionale n. 14/1966, relativamente allo svolgimento di campagne pubblicitarie da parte di consorzi costituiti dall'Ente fiera del Mediterraneo e dall'Ente fiera di Messina o tra questi e una o più camere di commercio della Regione, non ha trovato applicazione poiché i menzionati consorzi non sono mai stati costituiti.
- (30) Stando alle informazioni fornite, i programmi promozionali sono eseguiti direttamente dall'assessorato o tramite l'Istituto per il commercio estero (convenzioni stipulate negli anni 1993-1998 e 1999-2001-2003 nel contesto degli accordi tra il ministero delle Attività produttive e le Regioni). I soggetti responsabili selezionano i progetti presentati annualmente per finanziamento e provvedono all'affidamento dei servizi necessari per la loro attuazione ai sensi della vigente normativa in materia, nel rispetto delle regole di mercato, tranne qualora esistano contratti di esclusività con gli organizzatori.
- (31) Le competenze dell'assessorato riguardano non solo il settore agroalimentare ma anche altri settori (artigianato, editoria, settore tessile, ecc.). Con riferimento al settore in esame le attività che sono finanziate con fondi pubblici al 100 % dei costi sostenuti sono le seguenti:

- a) partecipazione a mostre e fiere in Italia e all'estero: le spese direttamente necessarie per l'affitto dello spazio espositivo, l'allestimento dello stand, gli allacciamenti idrici ed elettrici, l'iscrizione nel catalogo ufficiale della manifestazione, la pubblicità correlata, le prestazioni di interpreti, i trasporti e le assicurazioni;
- b) l'organizzazione di workshop internazionali in Italia e all'estero: le spese necessarie per l'organizzazione e lo svolgimento degli incontri (affitto di sale, allestimento, selezione degli incontri, prestazioni di interpreti e la pubblicità correlata);
- c) pubblicità attraverso i mezzi di comunicazione di massa (stampa, manifesti, radio, televisione).

- (32) I beneficiari dei finanziamenti per le spese elencate alle lettere a) e b) sono i consorzi di imprese e le imprese regolarmente iscritti alle camere di commercio in Sicilia. La selezione dei beneficiari avviene tramite avviso pubblico annuale per la presentazione delle domande di partecipazione e sulla base di parametri di selezione precedentemente individuati e pubblicati nella Gazzetta ufficiale della Regione Siciliana. In base al considerando 4 del regolamento n. 69/2001 della Commissione, del 12 gennaio 2001, relativo all'applicazione degli articoli 87 e 88 del trattato CE agli aiuti d'importanza minore («de minimis»)<sup>(9)</sup>, gli aiuti di cui alle lettere a) e b) non rientrano negli aiuti all'esportazione e, a partire dal 2002, agli aiuti in questione si applicano le norme «de minimis». Per quanto

<sup>(6)</sup> Sentenza del 18 novembre 1999 nella causa C-107/98, Teckal/ Comune di Viano e Azienda Gas-Acqua Consorziale (AGAC) di Reggio Emilia, Racc. 1999, pag. I-8121.

<sup>(7)</sup> GU L 209 del 24.7.1992, pag. 1. Direttiva modificata da ultimo dall'atto di adesione del 2003.

<sup>(8)</sup> Sentenza del 7 dicembre 2000 nella causa C-324/98, Teleaustria Verlags GmbH e Telefonadress GmbH/Telekom Austria AG, Racc. 2000, I-10745.

<sup>(9)</sup> GU L 10 del 13.1.2001 pag. 30.

riguarda il settore agroalimentare, alla luce degli orientamenti sulla pubblicità, gli aiuti in questione possono rientrare tra gli aiuti «leggeri», disciplinati dal punto 14.1 degli orientamenti comunitari per gli aiuti di Stato nel settore agricolo <sup>(10)</sup> e relativi a «organizzazione di concorsi, mostre e fiere». Inoltre, nonostante il fatto che la legge regionale non menzioni espressamente il massimale di 100 000 EUR per beneficiario nel triennio, gli aiuti concessi a ciascuna impresa beneficiaria per la partecipazione a fiere e workshop si manterrebbero ben al di sotto di tale massimale.

(33) Per quanto attiene alla pubblicità attraverso i mezzi di comunicazione di massa, le autorità italiane hanno precisato che le campagne pubblicitarie svolte, in territorio sia nazionale che comunitario, non riguardano in maniera specifica i prodotti di una singola impresa o di un gruppo di imprese, ma reclamizzano i prodotti in maniera generica, senza enfatizzarne l'origine, anche quando si tratta di prodotti tipici della regione. Per le campagne pubblicitarie relative al settore agroalimentare, il messaggio rivolto ai consumatori riguarda un prodotto o un gruppo di prodotti, senza riferimento alle imprese produttrici della regione. La pubblicità è generica, senza alcun invito all'acquisto dei prodotti per la sola motivazione dell'origine regionale, e non può essere considerata pubblicità negativa nei confronti dei prodotti di altri Stati membri. La pubblicità non sarebbe pertanto in violazione dell'articolo 28 del trattato.

(34) Le osservazioni presentate dalle autorità italiane riguardano le iniziative promozionali e pubblicitarie condotte sia nella Comunità europea che in paesi terzi, giacché sono comunque rispettati i medesimi criteri.

## V. VALUTAZIONE DELL'AIUTO

(35) A norma dell'articolo 87, paragrafo 1, del trattato sono incompatibili con il mercato comune, nella misura in cui incidano sugli scambi tra Stati membri, gli aiuti concessi dagli Stati, ovvero mediante risorse statali, sotto qualsiasi forma che, favorendo talune imprese o talune produzioni, falsino o minaccino di falsare la concorrenza.

(36) La misura in esame prevede la concessione di aiuti, tramite risorse pubbliche regionali, a specifiche imprese agricole in Sicilia che beneficeranno innegabilmente di un indebito vantaggio economico e finanziario ai danni di altre imprese che non fruiscono di analogo contributo. Secondo la giurisprudenza della Corte di giustizia delle Comunità europee, il miglioramento della posizione concorrenziale di un'impresa grazie ad un aiuto di Stato comporta generalmente una distorsione di concorrenza rispetto alle imprese concorrenti non beneficiarie di tale aiuto <sup>(11)</sup>.

(37) La misura incide sugli scambi tra Stati membri in quanto gli scambi intracomunitari di prodotti agricoli sono considerati, come risulta dalla tabella seguente <sup>(12)</sup> nella quale figura il valore complessivo delle importazioni e delle esportazioni di prodotti agricoli tra l'Italia e la Comunità nel corso del periodo 1997-2001 <sup>(13)</sup>. Va tenuto presente che tra le regioni italiane la Sicilia è un grande produttore di prodotti agricoli.

	Tutta l'agricoltura	
	Milioni di ECU-EUR	Milioni di ECU-EUR
	Esportazioni	Importazioni
1997	9 459	15 370
1998	9 997	15 645
1999	10 666	15 938
2000	10 939	16 804
2001	11 467	16 681

(38) Con riferimento a quanto suesposto, giova ricordare che la Corte di giustizia ha dichiarato che un aiuto ad un'impresa può essere tale da pregiudicare gli scambi tra gli Stati membri e da alterare la concorrenza qualora l'impresa stessa si trovi in concorrenza con prodotti provenienti da altri Stati membri, senza essere essa stessa esportatrice. Quando uno Stato membro concede una sovvenzione ad un'impresa, la produzione interna può risultarne invariata o aumentata, con la conseguenza che le possibilità delle imprese stabilite in altri Stati membri di esportare i loro prodotti nel mercato di questo Stato membro ne sono diminuite. Siffatto aiuto è pertanto tale da pregiudicare gli scambi tra Stati membri e da alterare la concorrenza <sup>(14)</sup>.

(39) La Commissione conclude pertanto che la misura in esame rientra nel divieto di cui all'articolo 87, paragrafo 1, del trattato. Le autorità italiane non hanno mai contestato questo punto.

(40) Il divieto di cui all'articolo 87, paragrafo 1, è circoscritto dalle deroghe previste all'articolo 87, paragrafi 2 e 3.

(41) Le deroghe elencate nell'articolo 87, paragrafo 2, lettere a), b) e c), sono manifestamente inapplicabili data la natura delle misure di aiuto in questione ed i loro obiettivi. Infatti,

<sup>(12)</sup> Fonte: Eurostat.

<sup>(13)</sup> Secondo la giurisprudenza costante della Corte, la condizione del pregiudizio per gli scambi è soddisfatta quando l'impresa beneficiaria esercita un'attività economica oggetto di scambio tra Stati membri. Il fatto che negli scambi intracomunitari l'aiuto rafforza la posizione di detta impresa rispetto alle sue concorrenti induce di per sé a ritenere che gli scambi siano stati pregiudicati. Per quanto riguarda gli aiuti di Stato nel settore agricolo è ormai giurisprudenza consolidata che un determinato aiuto incide sugli scambi intracomunitari e sulla concorrenza anche quando è di importo complessivamente esiguo e si trova diviso tra un grande numero di imprenditori. Cfr. sentenza del 19 settembre 2002 nella causa C-113/2000, Regno di Spagna/Commissione, punti da 30 a 36 e da 54 a 56, Racc. 2002, pag. I-7601, e sentenza del 19 settembre 2002 nella causa C-114/2000, Regno di Spagna/Commissione, punti da 46 a 52 e da 68 a 69, Racc. 2002, pag. I-7657.

<sup>(14)</sup> Sentenza del 13 luglio 1988 nella causa 102/87, Repubblica francese/Commissione, Racc. 1988, pag. 4067.

<sup>(10)</sup> GU C 28 dell'1.2.2000, pag. 2; rettifica nella GU C 232 del 12.8.2000, pag. 17.

<sup>(11)</sup> Sentenza del 17 settembre 1980 nella causa 730/79, Philip Morris Holland BV/Commissione, punti 11 e 12, Racc. 1980, pag. 2671.

le autorità italiane non hanno invocato l'applicazione dell'articolo 87, paragrafo 2, lettere a), b) o c).

- (42) Anche l'articolo 87, paragrafo 3, lettera a), non può trovare applicazione nella fattispecie perché gli aiuti non sono destinati a favorire lo sviluppo economico di regioni in cui il tenore di vita sia anormalmente basso, oppure si abbia una grave forma di sottoccupazione. Inoltre, l'Italia non ha invocato l'applicazione dell'articolo 87, paragrafo 3, lettera a).
- (43) L'articolo 87, paragrafo 3, lettera b), è anch'esso inapplicabile agli aiuti in questione giacché questi non sono destinati a promuovere la realizzazione di un importante progetto di comune interesse europeo oppure a porre rimedio a un grave turbamento dell'economia italiana. Inoltre, l'Italia non ha invocato l'applicazione dell'articolo 87, paragrafo 3, lettera b).
- (44) Gli aiuti in esame non sono destinati né sono idonei a conseguire gli obiettivi di promozione culturale e di conservazione del patrimonio di cui all'articolo 87, paragrafo 3, lettera d), né l'Italia ha invocato l'applicazione di detta disposizione.
- (45) In considerazione della natura degli aiuti in esame e dei loro obiettivi, l'unica deroga applicabile è quella prevista dall'articolo 87, paragrafo 3, lettera c), del trattato CE.

#### Disposizioni applicabili

- (46) L'applicabilità della deroga di cui al considerando 45 deve essere valutata alla luce delle disposizioni sulla concessione di aiuti di Stato per la promozione e la pubblicità nel settore agricolo, ossia delle norme fissate negli orientamenti sulla pubblicità <sup>(15)</sup>.
- (47) A norma della sezione 7.1 degli orientamenti sulla pubblicità, la Commissione applicherà gli orientamenti stessi ai nuovi aiuti di Stato, comprese notifiche di Stati membri ancora in sospenso, a decorrere dal 1° gennaio 2002. Gli aiuti illegittimi ai sensi dell'articolo 1, lettera f), del regolamento (CE) n. 659/1999 saranno valutati conformemente alle norme e agli orientamenti in vigore alla data in cui sono stati concessi.
- (48) Conformemente alla decisione di avviare il procedimento, nella quale la Commissione ha espresso dubbi circa la compatibilità delle misure in questione con le norme attualmente applicabili a questi tipi di misure d'aiuto <sup>(16)</sup>, la presente decisione verte soltanto sugli aiuti concessi e che saranno concessi a decorrere dal 1° gennaio 2002 a favore della promozione e della pubblicità dei prodotti agricoli di cui all'allegato I del trattato.
- (49) Con riferimento agli aiuti alla promozione, il punto 8 degli orientamenti sulla pubblicità stabilisce che non rientrano nel concetto di pubblicità le operazioni promozionali quali la diffusione di conoscenze scientifiche, l'organizzazione di fiere ed esposizioni o la partecipazione a simili manifestazioni o ad analoghe iniziative nel settore delle relazioni

pubbliche, compresi sondaggi d'opinione e ricerche di mercato. Gli aiuti di Stato a favore di attività promozionali in senso lato sono disciplinati dalle sezioni 13 e 14 degli orientamenti comunitari per gli aiuti di Stato nel settore agricolo <sup>(17)</sup>. Dal momento che la notifica non precisa che gli aiuti in esame si applicano soltanto alle piccole e medie imprese, nella presente fattispecie non trova applicazione il regolamento (CE) n. 1/2004 della Commissione, del 23 dicembre 2003, relativo all'applicazione degli articoli 87 e 88 del trattato CE agli aiuti di Stato a favore delle piccole e medie imprese attive nel settore della produzione, trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli <sup>(18)</sup>.

- (50) Con riferimento agli aiuti alla pubblicità, il punto 7 degli orientamenti sulla pubblicità stabilisce che il concetto di «pubblicità» (oggetto degli stessi orientamenti) non si applica soltanto a qualsiasi operazione condotta attraverso i mezzi di comunicazione di massa (quali stampa, radio, televisione o manifesti) intesa a indurre i consumatori all'acquisto di un determinato prodotto, ma comprende altresì qualsiasi operazione intesa a indurre gli operatori economici o i consumatori all'acquisto di un determinato prodotto e tutto il materiale distribuito direttamente ai consumatori allo stesso scopo, incluse le azioni pubblicitarie rivolte ai consumatori nei punti di vendita.

#### Aiuti destinati alla promozione

- (51) Dalle informazioni disponibili si evince che gli aiuti destinati alla partecipazione a fiere e workshop nella Comunità e al di fuori della Comunità, descritti al considerando 31, lettere a) e b), e al considerando 32 della presente decisione, possono essere considerati interamente aiuti destinati alla promozione soltanto nella misura in cui le attività descritte non includono né operazioni intese a indurre gli operatori economici o i consumatori all'acquisto di un determinato prodotto, né materiale distribuito direttamente ai consumatori allo stesso scopo. In base al punto 7 degli orientamenti sulla pubblicità, gli aiuti per operazioni intese a indurre gli operatori economici o i consumatori all'acquisto di un determinato prodotto, e per materiale distribuito direttamente ai consumatori allo stesso scopo, sono considerati aiuti alla pubblicità.
- (52) Nella misura in cui le misure destinate alla partecipazione a fiere e workshop nella Comunità e al di fuori della Comunità sono effettivamente da considerare aiuti alla promozione, ai sensi delle sezioni 13 e 14 degli orientamenti comunitari per gli aiuti di Stato nel settore agricolo, gli aiuti possono essere concessi fino al 100 % ma non devono superare 100 000 EUR per beneficiario e per triennio. Tale importo massimo può essere superato, sempreché non ecceda il 50 % delle spese ammissibili, nel caso di aiuti concessi a imprese che rientrano nella definizione delle piccole e medie imprese contenuta nel regolamento (CE) n. 70/2001 della Commissione, del 12 gennaio 2001, relativo all'applicazione degli articoli 87 e 88 del trattato CE agli aiuti di Stato a favore delle piccole e

<sup>(15)</sup> Cfr. nota 5.

<sup>(16)</sup> Cfr. punti 27, 28 e 29 della decisione pubblicata nella GU C 48 del 24.2.2004, pag. 2.

<sup>(17)</sup> Cfr. nota 9.

<sup>(18)</sup> GU L 1 del 3.1.2004, pag. 1.

medie imprese<sup>(19)</sup>. Ai fini del calcolo dell'importo dell'aiuto, si considera beneficiario il destinatario dei servizi. Come si evince dall'osservazione trasmessa dalle autorità italiane le misure promozionali in esame sono finanziate nel rispetto del citato massimale di aiuto e risultano pertanto compatibili con le norme applicabili in materia<sup>(20)</sup>.

- (53) A norma della sezione 14 degli orientamenti comunitari per gli aiuti di Stato nel settore agricolo, affinché non risulti falsata la concorrenza tutti i soggetti ammissibili della zona interessata devono poter fruire di tale tipo di aiuti sulla base di criteri oggettivamente definiti. Sulla base delle informazioni comunicate dall'Italia e sopra riportate al punto 32 di questa decisione, tale condizione risulta essere soddisfatta<sup>(21)</sup>. Gli aiuti limitati a determinate associazioni e intesi a favorire soltanto i membri delle stesse non agevolano lo sviluppo del settore nel suo complesso e vanno considerati aiuti al funzionamento. Pertanto, qualora siano prestati da associazioni di produttori o da altre organizzazioni agricole di mutuo sostegno, i servizi in questione devono essere accessibili a tutti gli agricoltori. In tali casi, eventuali contributi ai costi amministrativi dell'associazione od organizzazione di cui trattasi devono essere limitati ai costi della prestazione del servizio.

#### Aiuti a favore della pubblicità

- (54) Nella misura in cui includono anche operazioni intese a indurre gli operatori economici o i consumatori all'acquisto di un determinato prodotto, o materiale distribuito direttamente ai consumatori allo stesso scopo (ad esempio pubblicità nel punto di vendita o pubblicità rivolta agli operatori economici, quali imprenditori agroalimentari, distributori all'ingrosso o al dettaglio, ristoranti, alberghi ed altri operatori della ristorazione), le summenzionate misure a favore della partecipazione a fiere e workshop devono essere valutate alla luce delle norme applicabili agli aiuti a favore della pubblicità, così come le misure pubblicitarie condotte tramite i mezzi di comunicazione di massa (stampa, manifesti, radio, televisione) che sono state descritte al considerando 31, lettera c), e al considerando 33 della presente decisione.

<sup>(19)</sup> GU L 10 del 13.1.2001, pag. 33. Regolamento modificato da ultimo dal regolamento (CE) n. 364/2004 (GU L 63 del 28.2.2004, pag. 22)

<sup>(20)</sup> Per quanto riguarda il settore agricolo, gli aiuti a favore della promozione e della pubblicità attuati al di fuori della Comunità non sono esplicitamente contemplati dagli orientamenti comunitari applicabili agli aiuti di Stato nel settore agricolo. Ne consegue che la Commissione esercita la propria discrezionalità all'atto della loro valutazione. Secondo la prassi costante della Commissione, se le misure in esame sono conformi con le pertinenti norme sugli aiuti di Stato applicabili all'interno del territorio comunitario, esse possono essere considerate compatibili con il mercato comune. Cfr. ad esempio Italia/Toscana aiuto N 656/2002, aiuto NN 150/02 (ex N 109/02) [lettera della Commissione C(2003) 1747 dell'11.6.2003] e aiuto NN 44/03 (ex N 6/2003) [lettera della Commissione C(2003) 2534 del 23.7.2003].

<sup>(21)</sup> Come indicato nella decisione della Commissione C(2002) 1768 def. del 7.5.2002 (aiuto N 241/01, Italia/Camere di commercio), lo stabilimento di un'impresa europea e la sua iscrizione presso la camera di commercio localmente competente non sono soggetti ad alcun limite di diritto o de facto. Cfr. anche l'aiuto N 62/01 (Italia/Unione delle Camere di commercio del Piemonte e del Veneto) decisione della Commissione SG(2001)D/290914 dell'8.8.2001.

- (55) A norma degli orientamenti sulla pubblicità, i costi relativi alla pubblicità devono di norma gravare sugli stessi produttori e operatori, in quanto parte integrante delle loro normali attività economiche.

- (56) Pertanto, affinché non siano considerati aiuti al funzionamento, ma siano ritenuti compatibili con il mercato comune ai sensi dell'articolo 87, paragrafo 3, lettera c), del trattato, è necessario che gli aiuti a favore della pubblicità non alterino le condizioni degli scambi in misura contraria al comune interesse (criteri negativi) e favoriscano lo sviluppo di talune attività o di talune regioni economiche (criteri positivi). Inoltre, gli aiuti di Stato devono rispettare gli obblighi internazionali della Comunità, enunciati, per quanto riguarda il settore agricolo, dall'accordo sull'agricoltura OMC-GATT del 1994.

- (57) Per soddisfare i criteri negativi, a norma della sezione 3.1 degli orientamenti sulla pubblicità, gli aiuti non devono essere concessi a favore di campagne pubblicitarie in violazione dell'articolo 28 del trattato CE (sezione 3.1.1) o di campagne contrarie al diritto comunitario derivato (sezione 3.1.2) o di pubblicità relativa ad imprese determinate (sezione 3.1.3). Inoltre, qualora la realizzazione di azioni pubblicitarie finanziate con fondi pubblici sia affidata a imprese private, affinché si escluda l'eventuale concessione di aiuti a tali imprese la scelta dell'impresa privata in questione deve essere effettuata nel rispetto delle regole di mercato, in modo non discriminatorio, se necessario facendo ricorso a gare conformi alla normativa comunitaria e alla giurisprudenza comunitaria<sup>(22)</sup> in particolare, dando adeguata pubblicità a tali iniziative, così che il mercato dei servizi rimanga aperto alla concorrenza e sia possibile accertare l'imparzialità dei procedimenti di gara.

- (58) Stando alle informazioni trasmesse, i criteri previsti dalla sezione 3.1.1 (campagne in violazione dell'articolo 28 del trattato) e 3.1.3 (pubblicità relativa ad imprese determinate) risultano soddisfatti dalle misure pubblicitarie che sono state descritte al considerando 30, al considerando 31, lettera c), e al considerando 33 della presente decisione. Le autorità italiane non hanno invece fornito nessuna indicazione circa il fatto che il criterio di cui alla sezione 3.1.2 (campagne contrarie al diritto comunitario derivato) sia anch'esso adempiuto.

- (59) Oltre a soddisfare i criteri negativi, a norma della sezione 3.2 degli orientamenti sulla pubblicità, la pubblicità sovvenzionata deve soddisfare almeno uno dei criteri positivi volti a dimostrare che l'aiuto agevola effettivamente lo sviluppo di talune attività economiche o di talune regioni economiche. Tale condizione positiva si considera soddi-

<sup>(22)</sup> Cfr. nota 8.

sfatta se la pubblicità sovvenzionata riguarda una delle seguenti attività: produzioni agricole in eccedenza o specie sottoutilizzate; produzioni nuove o sostitutive non ancora eccedentarie; prodotti di qualità pregiata, compresi i prodotti ottenuti con metodi di produzione o di raccolta che rispettano l'ambiente, quali i prodotti biologici; sviluppo di determinate regioni; sviluppo delle piccole e medie imprese (PMI) quali definite nel regolamento (CE) n. 70/2001; progetti realizzati da organizzazioni ufficialmente riconosciute ai sensi del regolamento (CE) n. 104/2000 del Consiglio, del 17 dicembre 2000, relativo all'organizzazione comune dei mercati nel settore dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura <sup>(23)</sup>; progetti realizzati congiuntamente da organizzazioni di produttori o da altre organizzazioni del settore della pesca riconosciute dalle autorità nazionali.

- (60) Con riferimento agli aiuti a favore della pubblicità, le osservazioni trasmesse dalle autorità italiane non indicano che le misure pubblicitarie in questione soddisfano uno dei criteri positivi sopra indicati.
- (61) Per quanto riguarda l'importo massimo degli aiuti di Stato a favore della pubblicità dei prodotti agricoli, la sezione 5 degli orientamenti sulla pubblicità dispone che, in linea di massima, un aiuto diretto, a carico del bilancio pubblico generale, non deve essere superiore all'importo stanziato dal settore per una determinata campagna pubblicitaria. Pertanto, nel caso di aiuti a favore della pubblicità, l'aliquota dell'aiuto diretto non deve superare il 50 % e le imprese del settore devono contribuire almeno nella misura del 50 % alle spese, tramite contributi volontari o mediante oneri parafiscali o contributi obbligatori. Per tenere conto dell'importanza di alcuni dei criteri positivi di cui alla sezione 3.2 degli orientamenti sulla pubblicità, la Commissione può autorizzare l'aumento della aliquota massima dell'aiuto diretto fino al 75 % dei costi nel caso di pubblicità di prodotti delle PMI in zone ammissibili al sostegno in forza dell'articolo 87, paragrafo 3, lettera a), del trattato.
- (62) Dalle informazioni trasmesse e sopra riportate al considerando 31 della presente decisione si evince che tutte le misure promozionali e pubblicitarie previste nel regime di aiuti in esame sono finanziate al 100 % tramite risorse pubbliche. La condizione secondo la quale il 50 % (o il 25 %, se del caso) del finanziamento deve provenire dal settore non è pertanto soddisfatta.
- (63) Dalla suesposta valutazione, la Commissione può pertanto concludere che gli aiuti a favore della pubblicità in esame non soddisfano i criteri previsti alle sezioni 3.1.2 (campagne contrarie al diritto comunitario derivato), e 3.2 (criteri positivi) e 5 (massimali per gli aiuti di Stato) degli orientamenti sulla pubblicità.
- (64) La medesima conclusione vale per le misure attuate tanto all'interno della Comunità che al di fuori della Comunità.

Atteso che gli aiuti a favore della pubblicità attuati al di fuori della Comunità non sono esplicitamente contemplati dagli orientamenti applicabili agli aiuti di Stato nel settore agricolo, la Commissione esercita la propria discrezionalità all'atto della loro valutazione. Secondo la prassi costante della Commissione, se sono conformi alle pertinenti norme sugli aiuti di Stato applicabili all'interno del territorio comunitario le misure in esame possono essere considerate compatibili con il mercato comune, e il loro finanziamento può essere autorizzato fino all'80 % <sup>(24)</sup>. Nel caso di specie, come si evince dalle informazioni fornite e sopra illustrate ai considerando 31 e 33 della presente decisione, le misure attuate all'interno e al di fuori della Comunità sono le stesse e l'aiuto concesso è pari al 100 %. Pertanto, anche in questo caso né i criteri stabiliti alle sezioni 3.1.2 (campagne contrarie al diritto comunitario derivato) e 3.2 (criteri positivi) degli orientamenti sulla pubblicità, né il massimale per gli aiuti di Stato consentito dalla Commissione sono rispettati <sup>(25)</sup>. Anche gli aiuti in questione sono quindi incompatibili con il mercato comune.

- (65) La presente decisione riguarda esclusivamente le misure di aiuto nel settore agricolo a favore della promozione e della pubblicità dei prodotti agricoli di cui all'allegato I del trattato. Essa non costituisce la posizione formale della Commissione in merito alla conformità della selezione dei prestatori di servizi con la normativa comunitaria in materia di appalti pubblici e con la relativa giurisprudenza. La Commissione si riserva di approfondire l'esame della questione alla luce della normativa in materia di appalti pubblici.

## VI. CONCLUSIONE

- (66) Dalle considerazioni suesposte, si evince che le misure di aiuto a favore della promozione, nella misura in cui si conformano alle sezioni 13 e 14 degli orientamenti comunitari per gli aiuti di Stato nel settore agricolo, possono essere considerate compatibili con il mercato comune ai sensi dell'articolo 87, paragrafo 3, lettera c), in quanto si tratta di aiuti destinati ad agevolare lo sviluppo di talune attività economiche.
- (67) Le misure di aiuto a favore della pubblicità, che non sono conformi alle disposizioni stabilite negli orientamenti sulla pubblicità dei prodotti di cui all'allegato I del trattato CE, nonché di determinati prodotti non compresi in detto allegato, non sono compatibili con il mercato comune e possono essere attuate soltanto previa modifica ai fini della loro conformità con le citate disposizioni.
- (68) Le misure di aiuto a favore della pubblicità che sono incompatibili con il mercato comune devono, se sono state concesse, essere recuperate presso i beneficiari,

<sup>(23)</sup> GU L 17 del 21.1.2000, pag. 22. Regolamento modificato dall'atto di adesione del 2003.

<sup>(24)</sup> Cfr. ad esempio Italia/Toscana aiuto N 656/2002, aiuto NN 150/02 (ex N 109/02) [lettera della Commissione C(2003) 1747 dell'11.6.2003] e aiuto NN 44/03 (ex N 6/2003) [lettera della Commissione C(2003) 2534 del 23.7.2003].

<sup>(25)</sup> Cfr. nota 23.

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

*Articolo 1*

Gli aiuti di Stato previsti dall'Italia a favore della promozione dei prodotti agricoli di cui all'allegato I del trattato, in applicazione dell'articolo 4 della legge regionale n. 27/1997 della Regione Siciliana, sono compatibili con il mercato comune.

L'esecuzione di tali aiuti è pertanto autorizzata.

*Articolo 2*

Gli aiuti di Stato previsti dall'Italia a favore della pubblicità dei prodotti agricoli di cui all'allegato I del trattato, in applicazione dell'articolo 4 della legge regionale n. 27/1997 della Regione Siciliana, sono incompatibili con il mercato comune.

A detti aiuti non può pertanto essere data esecuzione.

*Articolo 3*

L'Italia prende tutti i provvedimenti necessari per recuperare presso i beneficiari gli aiuti indicati all'articolo 2, qualora li abbia già illegalmente messi a loro disposizione.

Il recupero viene eseguito senza indugio e secondo le procedure del diritto interno a condizione che queste consentano l'esecuzione immediata ed effettiva della presente decisione. L'aiuto da recuperare comprende gli interessi, che decorrono dalla data in cui l'aiuto è divenuto disponibile per il(i) beneficiario

(i) fino alla data del recupero. Gli interessi sono calcolati sulla base del tasso di riferimento utilizzato per il calcolo dell'equivalente-sovvenzione nell'ambito degli aiuti a finalità regionale.

*Articolo 4*

L'Italia modifica le disposizioni di diritto interno riguardanti gli aiuti a favore della pubblicità dei prodotti agricoli di cui all'allegato I del trattato, in modo da renderle conformi agli orientamenti comunitari per gli aiuti di Stato a favore della pubblicità dei prodotti di cui all'allegato I del trattato nonché di determinati prodotti non compresi in detto allegato.

*Articolo 5*

Entro due mesi dalla data di notificazione della presente decisione, l'Italia informa la Commissione in merito alle misure adottate per conformarvisi.

*Articolo 6*

La Repubblica italiana è destinataria della presente decisione.

Fatto a Bruxelles, il 2 giugno 2004.

*Per la Commissione*

Franz FISCHLER

*Membro della Commissione*