

DECYZJA KOMISJI**z dnia 2 czerwca 2004 r.****dotycząca pomocy państwa przewidzianej przez Włochy, region Sycylia, na rzecz promocji i reklamy produktów rolnych***(notyfikowana jako dokument nr C(2004) 1923)***(Jedynie tekst w języku włoskim jest autentyczny)****(Tekst mający znaczenie dla EOG)**

(2007/54/WE)

KOMISJA WSPÓLNOT EUROPEJSKICH,

uwzględniając Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską, w szczególności jego art. 88 ust. 2 akapit pierwszy,

po wezwaniu zainteresowanych stron do złożenia uwag, zgodnie z powyższym artykułem ⁽¹⁾ i uwzględniając złożone uwagi,

a także mając na uwadze, co następuje:

(6) Teleksem AGR 024925 z dnia 22 października 2002 r. służby Komisji zwróciły się do właściwych władz o złożenie wyjaśnień dotyczących uprzednio przekazanych dodatkowych informacji, a także środków zawartych w ustawie regionalnej nr 27/1997. W tym samym piśmie służby Komisji poinformowały właściwe władze o możliwości wycofania przedmiotowego zgłoszenia, jeżeli pomoc przewidziana w art. 6 ustawy regionalnej nr 27 z 1997 r. oraz ewentualnie w innych jej przepisach nie została jeszcze przyznana i jeżeli właściwe władze mogą zapewnić, iż na podstawie tejże ustawy nie została i nie zostanie wypłacona pomoc.

I. PROCEDURA

(1) Pismem z dnia 2 września 1997 r., zarejestrowanym w dniu 5 września 1997 r., Stałe Przedstawicielstwo Włoch przy Unii Europejskiej powiadomiło Komisję o treści art. 6 ustawy regionalnej nr 27 z 1997 r. regionu Sycylii, zgodnie z art. 88 ustęp 3 Traktatu WE.

(2) Teleksem VI/41836 z dnia 28 października 1997 r. służby Komisji zwróciły się do właściwych władz o złożenie wyjaśnień w sprawie pomocy, o której mowa w art. 6 oraz w ustawie regionalnej nr 27 z 1997 r.

(3) Pismem z dnia 19 stycznia 1998 r. właściwe władze przekazały dodatkowe informacje i powiadomiły, że przedmiotowa ustawa weszła już w życie. Wobec powyższego zgłoszenie zostało przekazane do rejestru pomocy niezgłoszonej i oznaczone numerem NN 36/98, o czym powiadomiono Włochy pismem SG(98)D/32328 z dnia 3 kwietnia 1998 r. Jednakże właściwe władze wskazały również wyraźnie, iż pomoc przewidziana w ustawie nie zostanie przyznana przed zakończeniem z wynikiem pozytywnym procedury w ramach art. 88 ust. 3 Traktatu.

(4) Teleksem VI/13937 z dnia 31 maja 2000 r. (poprzedzonym wersją w języku angielskim, przesłaną teleksem 2000/VI/10442 w dniu 14 kwietnia) służby Komisji zwróciły się do właściwych władz o dostarczenie wyjaśnień w sprawie przepisów ustawy regionalnej nr 27/1997 i przesłanie jej kopii.

(5) Pismem z dnia 31 lipca 2002 r., zarejestrowanym 5 sierpnia 2002 r., właściwe władze przekazały dodatkowe informacje w sprawie art. 5 ustawy.

(7) Z uwagi na brak odpowiedzi na powyższy teleks, teleksem AGR 30657 z dnia 20 grudnia 2002 r. służby Komisji wysłały do władz włoskich ponaglenie, w którym zwracały się o przedstawienie żądanych informacji w terminie jednego miesiąca, wyjaśniając jednocześnie, iż w przypadku nieotrzymania we wskazanym terminie zadowalającej odpowiedzi na wszystkie postawione kwestie służby Komisji zastrzegają sobie prawo wystąpienia do Komisji o wydanie nakazu udzielenia informacji na mocy art. 10 ust. 3 rozporządzenia Rady (WE) nr 659/1999 z dnia 22 marca 1999 r. ustanawiającego szczegółowe zasady stosowania art. 93 Traktatu WE ⁽²⁾.

(8) Pismem z dnia 10 lipca 2003 r. SG(2003)D/230470 Komisja powiadomiła Włochy o swojej decyzji, przyjętej dnia 9 lipca 2003 r. (C(2003) 2054 wersja ostateczna) na mocy art. 10 ust. 3 rozporządzenia (WE) nr 659/1999, zawierającej nakaz udzielenia informacji w sprawie art. 6 i 4 ustawy regionalnej nr 27/1997.

(9) W nakazie udzielenia informacji Komisja zwróciła się do Włoch o dostarczenie, w terminie 20 dni roboczych od dnia powiadomienia o decyzji, wszystkich dokumentów, informacji i danych niezbędnych do stwierdzenia, czy pomoc przewidziana w ustawie została już udzielona i czy jest zgodna ze wspólnym rynkiem. Oprócz zwrócenia się o dostarczenie wszystkich innych ewentualnych informacji, które mogą być uznane za przydatne do oceny wspomnianego działania, w nakazie wskazano szereg konkretnych informacji, które Włochy miały przekazać.

⁽¹⁾ Dz.U. C 48 z 24.2.2004, str. 2.

⁽²⁾ Dz.U. L 83 z 27.3.1999, str. 1. Rozporządzenie zmienione Aktem przystąpienia z 2003 r.

- (10) Służby Komisji nie otrzymały ani odpowiedzi na powyższy nakaz, ani też wniosku o przedłużenie terminu udzielenia odpowiedzi.
- (11) Pismem z dnia 17 grudnia 2003 r. (SG(2003)D/233550) Komisja poinformowała włoskie władze o swojej decyzji C(2003) 4473 wersja ostateczna z dnia 16 grudnia 2003 r. o wszczęciu procedury, o której mowa w art. 88 ust. 2 Traktatu WE w odniesieniu do pomocy określonej w art. 4 (Reklama produktów sycylijskich) i art. 6 (Spółdzielnie winiarskie) ustawy regionalnej nr 27/1997.
- (12) Decyzja Komisji o wszczęciu procedury została opublikowana w *Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej* ⁽³⁾. Komisja wezwała zainteresowane strony do złożenia uwag w jej przedmiocie.
- (13) Pismem z dnia 10 lutego 2004 r., zarejestrowanym w dniu 13 lutego 2004 r., Stałe Przedstawicielstwo Włoch przy Unii Europejskiej zwróciło się do Komisji w imieniu regionu Sycylii o przedłużenie o 20 dni roboczych terminu udzielenia informacji, o które zwracała się Komisja w decyzji C(2003) 4473 wersja ostateczna z dnia 16 grudnia 2003 r., dotyczących art. 4 (Reklama produktów sycylijskich) ustawy regionalnej nr 27/1997. W piśmie tym włoskie władze zgłosiły ponadto zamiar wycofania zgłoszenia o pomocy określonej w art. 6 (Spółdzielnie winiarskie), która, jak wskazano w piśmie, nie została jeszcze wdrożona.
- (14) Teleksem AGR 05312 z dnia 23 lutego 2004 r. służby Komisji potwierdziły, że przedłużenie terminu, o które zwróciły się Włochy, zostało udzielone ze skutkiem od dnia 13 lutego 2004 r.
- (15) Pismem z dnia 18 lutego 2004 r., zarejestrowanym w dniu 26 lutego 2004 r., Stałe Przedstawicielstwo Włoch przekazało wniosek o przedłużenie o 20 dni roboczych terminu udzielenia informacji dotyczących tego samego środka pomocy.
- (16) Pismem z dnia 24 lutego 2004 r., zarejestrowanym w dniu 1 marca 2004 r., potwierdzonym następnie pismem z dnia 12 marca 2004 r., zarejestrowanym w dniu 17 marca 2004 r., władze włoskie poinformowały Komisję o wycofaniu zgłoszenia dotyczącego pomocy określonej w art. 6 (Spółdzielnie winiarskie) ustawy regionalnej nr 27/1997, która, jak wskazywano w pismach, nie została i nie zostanie wdrożona.
- (17) Teleksem AGR 07074 z dnia 11 marca 2004 r. władze włoskie zostały poinformowane, iż nie zostanie udzielone żadne przedłużenie terminu na przekazanie informacji i/lub uwag poza dzień 24 marca 2004 r., ponieważ decyzja o wszczęciu procedury została opublikowana w *Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej* z dnia 24 lutego 2004 r. i termin przekazania uwag przez zainteresowane strony upływa w tym właśnie dniu. W tym samym teleksie służby Komisji potwierdziły wycofanie zgłoszenia dotyczącego art. 6 (Spółdzielnie winiarskie) ustawy regionalnej nr 27/1997.
- (18) Pismem z dnia 15 marca 2004 r. (zarejestrowanym w dniu 18 marca 2004 r.) Komisja otrzymała uwagi władz włoskich dotyczące art. 4 (Reklama produktów sycylijskich) ustawy regionalnej nr 27/1997.
- (19) Zgodnie z decyzją o wszczęciu procedury ⁽⁴⁾ niniejsza decyzja dotyczy wyłącznie pomocy państwa, o której mowa w art. 4 (Reklama produktów sycylijskich) ustawy regionalnej nr 27/1997 na rzecz produktów rolnych wymienionych w załączniku I do Traktatu, a która to pomoc mogła lub będzie mogła być udzielana po wejściu w życie *wspólnotowych wytycznych dotyczących pomocy państwa na rzecz reklamy produktów wymienionych w załączniku I do Traktatu WE oraz niektórych produktów nieujętych w tym załączniku* ⁽⁵⁾ (dalej zwane „wytycznymi dotyczącymi reklamy”), tj. od dnia 1 stycznia 2002 r.
- (20) Zważywszy że zgłoszenie dotyczące art. 6 (Spółdzielnie winiarskie) ustawy regionalnej nr 27/1997 zostało przez Włochy wycofane pismem z dnia 24 lutego 2004 r., zarejestrowanym w dniu 1 marca 2004 r., nie ma powodu, by opisywać i oceniać środki pomocy określone w art. 6.

II. SZCZEGÓŁOWY OPIS ŚRODKÓW POMOCY

- (21) Artykuł 4 (Reklama produktów sycylijskich) zmienia art. 17 ustawy regionalnej nr 14/1966 i stanowi, co następuje: „1) Kampanie reklamowe prowadzone są bezpośrednio przez Regionalne Ministerstwo (assessorato) za pośrednictwem Instytutu Handlu Zagranicznego, poprzez wyspecjalizowane jednostki albo poprzez konsorcja utworzone przez spółkę Targi Śródziemnomorskie (Ente fiera del Mediterraneo) i spółkę Targi Mesyńskie (Ente fiera di Messina) lub przez nie i jedną, lub większą liczbę izb handlowych regionu, na podstawie programów wskazanych w art. 15. Programy te mogą obejmować okres trzyletni. 2) Z wyjątkiem konsorcjów, o których mowa w ustępie pierwszym, w przypadku powierzenia wykonania programów organom spoza administracji państwowej lub regionalnej stosuje się przepisy regulujące zasady delegowania realizacji usług publicznych”.
- (22) Mimo kilku wezwań do udzielenia informacji ze strony służb Komisji i pomimo nakazu udzielenia informacji, wydanego przez Komisję decyzją z dnia 9 lipca 2003 r., władze włoskie nie przekazały informacji, które umożliwiłyby Komisji rozwianie wątpliwości, czy na podstawie art. 4 może być udzielana pomoc państwa w rozumieniu art. 87 ust. 1 Traktatu WE, a jeśli tak, oceny, czy pomoc taka może być uznana za zgodną ze wspólnym rynkiem. Niejasne było także, czy omawiana pomoc została już udzielona.

⁽⁴⁾ Patrz: pkt 27, 28 i 29 decyzji opublikowanej w Dz.U. C 48 z 24.2.2004, str. 2.

⁽⁵⁾ Dz.U. C 252 z 12.9.2001, str. 5.

⁽³⁾ Patrz: przypis 1.

- (23) W decyzji o wszczęciu procedury w trybie art. 88 ust. 2 Traktatu w sprawie przedmiotowej pomocy Komisja zauważyła, że na tym etapie postępowania, wobec niedostarczenia informacji przez władze włoskie, nie można było stwierdzić, czy art. 4 ustawy regionalnej nr 27/1997 przewiduje wprowadzenie lub zmianę pomocy państwa na rzecz promocji i/lub reklamy produktów rolnych, o których mowa w załączniku I do Traktatu.
- (24) Ponadto Komisja wyraziła wątpliwości, co do zgodności środków pomocy ze wspólnym rynkiem, jako że wobec nieudzielenia odpowiedzi przez włoskie władze niejasne jest dla Komisji, czy środki, które miałyby być finansowane na podstawie art. 4 ustawy, byłyby zgodne z obecnie obowiązującymi przepisami dotyczącymi tego rodzaju pomocy czy też z przepisami, o których mowa we *Wspólnotowych wytycznych dotyczących pomocy państwa na rzecz reklamy*.
- (25) Ponadto, biorąc pod uwagę szczegółowe zasady wdrożenia programów i kampanii reklamowych, o których mowa w art. 4, opisanych w motywie 21 powyżej, Komisja wyraziła wątpliwości, czy ewentualne określone w nim środki pomocy państwa będą wdrażane zgodnie z przepisami prawa wspólnotowego w zakresie zamówień publicznych. W odniesieniu w szczególności do bezpośredniego wyboru jednostek i organów mających prowadzić kampanie reklamowe, Komisja ma wątpliwości, czy zostanie zawarta umowa odpłatna w formie pisemnej pomiędzy zamawiającym a wybranymi dostawcami usług i czy w takim przypadku przestrzegane będą restrykcyjne warunki ustalone w orzeczeniu w sprawie *Teckal* ⁽⁶⁾. W przypadku gdyby warunki te nie były spełnione, Komisja ma wątpliwości, czy wybór pośredników byłby dokonywany zgodnie z zasadami ustalonymi w dyrektywie Rady 92/50/EWG ⁽⁷⁾, jeżeli stosowne, a w każdym razie z zasadami ustalonymi w Traktacie, w szczególności w kwestii równości traktowania i przejrzystości, zapewniając „dostateczny stopień jawności”, jak wymaga tego Trybunał Sprawiedliwości ⁽⁸⁾.

III. UWAGI STRON TRZECICH

- (26) Strony trzecie nie przekazały Komisji żadnych uwag.

IV. UWAGI ZGŁOSZONE PRZEZ WŁOCHY

- (27) Włochy pismem z dnia 15 marca 2004 r., zarejestrowanym w dniu 18 marca 2004 r., przesłały do Komisji uwagi w imieniu regionu Sycylii.
- (28) W piśmie tym władze włoskie potwierdziły wycofanie zgłoszenia art. 6 ustawy regionalnej nr 27/1997 i przekazały swoje uwagi w związku z art. 4.
- (29) Władze włoskie wskazały w szczególności, że zmiana art. 17 ustawy regionalnej nr 14/1966, wprowadzona

artykułem 4 (Reklama produktów sycylijskich) w zakresie prowadzenia kampanii reklamowych przez konsorcja tworzone przez spółkę Targi Śródziemnomorskie i spółkę Targi Messyńskie lub przez nie i jedną, lub większą liczbę izb handlowych Regionu, nie znalazła zastosowania, ponieważ konsorcja takie nigdy nie zostały utworzone.

- (30) Z przekazanych informacji wynika, że programy promocyjne prowadzone są bezpośrednio przez Regionalne Ministerstwo lub za pośrednictwem Instytutu Handlu Zagranicznego (konwencje sporządzone na lata 1993–1998 i 1999–2001–2003 w ramach porozumień między Ministerstwem Działalności Produkcyjnej a regionami). Odpowiedzialne podmioty dokonują wyboru składanych corocznie projektów o dofinansowanie i zapewniają usługi niezbędne do ich wdrożenia, zgodnie z obowiązującymi w tym zakresie przepisami prawa oraz zgodnie z zasadami rynkowymi, za wyjątkiem sytuacji, w których istnieją umowy z organizatorami przewidujące prawo wyłączności.
- (31) Uprawnienia Ministerstwa Regionalnego odnoszą się nie tylko do branży rolno-spożywczej, ale także do innych branż (rzemiosła, wydawnictwa, sektora tekstylnego itd.). W odniesieniu do omawianej branży działania, których koszty są w całości finansowane ze środków publicznych, to:
- udział w wystawach i targach we Włoszech oraz za granicą: wydatki związane bezpośrednio z wynajmem powierzchni wystawowej, przygotowaniem stoiska, podłączeniem do sieci wodnej i elektrycznej, wpis do oficjalnego katalogu imprezy, reklama z nim związana, usługi tłumaczy, transport i ubezpieczenie;
 - organizacja międzynarodowych warsztatów we Włoszech i za granicą: wydatki związane z organizacją i prowadzeniem spotkań (wynajem i przygotowanie sal, wybór spotkań, usługi tłumaczy i odpowiednia reklama);
 - reklama w środkach masowego przekazu (prasa, plakaty, radio, telewizja).

- (32) Beneficjentami pomocy wyszczególnionej w lit. a) i b) są konsorcja przedsiębiorstw i przedsiębiorstwa prawidłowo zarejestrowane przez izby handlowe Sycylii. Wybór beneficjentów następuje w drodze corocznego publicznego zaproszenia do składania wniosków, na podstawie uprzednio określonych i opublikowanych w Dzienniku Urzędowym Regionu Sycylii kryteriów wyboru. W oparciu o motywy czwarty rozporządzenia Komisji (WE) nr 69/2001 z dnia 12 stycznia 2001 r. w sprawie zastosowania art. 87 i 88 Traktatu WE w odniesieniu do pomocy w ramach zasady *de minimis* ⁽⁹⁾ pomoc, o której mowa w lit. a) i b), nie stanowi pomocy na rzecz wywozu i od 2002 r. stosuje się do niej zasadę „*de minimis*”. W odniesieniu do sektora rolno-spożywczego, w świetle wytycznych dotyczących

⁽⁶⁾ Orzeczenie Trybunału Sprawiedliwości z dnia 18 listopada 1999 r., sprawa C-107/98, *Teckal Srl przeciwko Comune di Viano and Azienda Gas-Acqua Consorziale (AGAC) di Reggio Emilia*, Zb.Orz. [1999], str. I-8121.

⁽⁷⁾ Dz.U. C 209 z 24.7.1992, str. 1. Dyrektywa ostatnio zmieniona Aktem przystąpienia z 2003 r.

⁽⁸⁾ Orzeczenie Trybunału Sprawiedliwości z dnia 7 grudnia 2000 r., sprawa C-324/98, *Telaustria Verlags GmbH i Telefonadress GmbH przeciwko Telekom Austria AG*, Zb.Orz. [2000], str. I-10745.

⁽⁹⁾ Dz.U. L 10 z 13.1.2001, str. 30.

reklamy, przedmiotowa pomoc może być zaliczona do pomocy „miękkiej” (ang. *soft*), o której mowa w sekcji 14.1 Wspólnotowych wytycznych dotyczących pomocy państwa w sektorze rolnym⁽¹⁰⁾, odnoszącej się do „organizacji konkursów, wystaw i targów”. Ponadto, mimo że ustawa regionalna nie mówi bezpośrednio o maksymalnym pułapie 100 000 EUR na beneficjenta w okresie trzyletnim, pomoc udzielana poszczególnym firmom z tytułu udziału w targach i warsztatach utrzymywałaby się zdecydowanie poniżej tego pułapu.

- (33) W zakresie dotyczącym reklamy w środkach masowego przekazu władze włoskie uściśliły, iż kampanie reklamowe prowadzone zarówno na terenie kraju, jak i Unii nie dotyczą konkretnie produktów poszczególnych przedsiębiorstw lub grup przedsiębiorstw, lecz reklamują produkty w sposób ogólny, nie podkreślając ich pochodzenia, nawet w przypadku gdy chodzi o typowe produkty regionalne. W przypadku kampanii reklamowych związanych z branżą rolno-spożywczą przesłanie kierowane do konsumentów dotyczy produktu lub grupy produktów, bez odwoływania się do producentów. Reklama ma charakter ogólny i nie zachęca do nabywania produktów wyłącznie ze względu na ich pochodzenie regionalne, toteż nie może być uznana za negatywną w stosunku do produktów innych państw członkowskich. Z tego względu reklama nie narusza art. 28 Traktatu.
- (34) Uwagi złożone przez włoskie władze dotyczą inicjatywy promocyjnych i reklamowych, prowadzonych zarówno na terenie Wspólnoty Europejskiej, jak i w państwach trzecich, ponieważ w obu przypadkach przestrzegane są te same kryteria.

V. OCENA POMOCY

- (35) Zgodnie z art. 87 ust. 1 Traktatu wszelka pomoc przyznawana przez państwo członkowskie lub przy użyciu zasobów państwowych, w jakiegokolwiek formie sprzyjająca niektórym przedsiębiorstwom lub produkcji niektórych towarów, zakłócając lub grożąc w ten sposób zakłóceniem konkurencji, jest niezgodna ze wspólnym rynkiem w zakresie, w jakim wpływa na wymianę handlową między państwami członkowskimi.
- (36) Omawiany środek pomocy zakłada udzielanie pomocy z publicznych środków regionalnych dla konkretnych przedsiębiorstw rolnych z Sycylii, które bezspornie czerpać będą nienależną korzyść ekonomiczną i finansową ze szkodą dla innych przedsiębiorstw, niekorzystających z takich dopłat. Według orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości poprawa pozycji konkurencyjnej jednego przedsiębiorstwa dzięki pomocy państwa wywołuje zwykle zakłócenie konkurencji w stosunku do przedsiębiorstw konkurencyjnych, nieotrzymujących takiej pomocy⁽¹¹⁾.
- (37) Pomoc wywiera wpływ na wymianę handlową między państwami członkowskimi, ponieważ wielkość obrotów

handlowych produktami rolnymi na rynku wewnątrz-wspólnotowym jest znacząca, jak zostało to pokazane w poniższej tabeli⁽¹²⁾, w której podana została łączna wartość przywozów i wywozów produktów rolnych pomiędzy Włochami a Wspólnotą w latach 1997–2001⁽¹³⁾. Należy uwzględnić fakt, że wśród włoskich regionów Sycylia jest znaczącym producentem produktów rolnych.

	Całość rolnictwa	
	w mln ECU/EUR	w mln ECU/EUR
	Wywóz	Przywóz
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) W odniesieniu do powyższego należy przypomnieć, że Trybunał Sprawiedliwości uznał, iż pomoc udzielona określone przedsiębiorstwu może mieć wpływ na wymianę handlową z innymi państwami członkowskimi i zakłócać konkurencję w przypadku, gdy przedsiębiorstwo to konkuruje z produktami pochodzącymi z innych państw członkowskich, nawet jeżeli samo nie jest jednocześnie eksporterem. W przypadku gdy państwo członkowskie przyznaje subwencję przedsiębiorstwu, produkcja krajowa może pozostać na poziomie niezmiennym lub ulec zwiększeniu, co powoduje zmniejszenie możliwości wywozów ze strony przedsiębiorstw zlokalizowanych w innych państwach członkowskich na rynek przedmiotowego państwa. Pomoc w takiej formie zatem może przynosić uszczerbek dla wymiany handlowej między państwami członkowskimi i zakłócać konkurencję⁽¹⁴⁾.
- (39) Komisja wyciąga zatem wniosek, iż omawiany środek pomocy objęty jest zakazem, o którym mowa w art. 87 ust. 1 Traktatu. Włoskie władze nigdy nie kwestionowały tego stwierdzenia.
- (40) Zakaz z art. 87 ust. 1 ograniczony jest odstępstwami, o których mowa w art. 87 ust. 2 i 3.
- (41) Odstępstwa wyszczególnione w art. 87 ust. 2 lit. a), b) i c) w sposób wyraźny nie mają zastosowania w przedmiotowym przypadku, z uwagi na charakter

⁽¹²⁾ Źródło: Eurostat.

⁽¹³⁾ Według orzecznictwa Trybunału o uszczerbku dla wymiany handlowej można mówić wówczas, gdy przedsiębiorstwo-beneficjent prowadzi działalność gospodarczą będącą przedmiotem wymiany między państwami członkowskimi. Fakt, iż w wymianie wewnątrz-wspólnotowej udzielenie pomocy umacnia pozycję danego przedsiębiorstwa w stosunku do jego konkurentów, sam w sobie stanowi przesłankę do uznania powstania uszczerbku dla wymiany. W zakresie dotyczącym pomocy państwa w sektorze rolnym, w orzecznictwie powszechnie uznaje się, że określona pomoc wywiera wpływ na wymianę wewnątrz-wspólnotową i na konkurencję nawet wtedy, gdy jej wysokość jest nieznaczna i podzielona na większą liczbę przedsiębiorców. Patrz: orzeczenie Trybunału Sprawiedliwości z dnia 19 września 2002 r., sprawa C-113/2000, *Królestwo Hiszpanii przeciwko Komisji Wspólnot Europejskich*, Zb.Orz. [2002], str. I-7601, pkt 30–36 i 54–56 oraz orzeczenie Trybunału Sprawiedliwości z dnia 19 września 2002 r., sprawa C-114/2000, *Królestwo Hiszpanii przeciwko Komisji Wspólnot Europejskich* Zb.Orz. [2002], str. I-7657, pkt 46–52 i 68–69.

⁽¹⁴⁾ Orzeczenie Trybunału Sprawiedliwości z dnia 13 lipca 1988 r. w sprawie 102/87, *Republika Francuska przeciwko Komisji Wspólnot Europejskich*, Zb.Orz. [1988], str. 4067.

⁽¹⁰⁾ Dz.U. C 28 z 1.2.2000, str. 2, sprostowanie w Dz.U. C 28 z 1.2.2000, str. 17.

⁽¹¹⁾ Orzeczenie Trybunału Sprawiedliwości z dnia 17 września 1980 r., sprawa C-730/79, *Philip Morris Holland BV przeciwko Komisji Wspólnot Europejskich*, Zb.Orz. [1980], str. 2671, pkt 11 i 12.

omawianych środków pomocy i ich cele. Władze włoskie zresztą nie powoływały się na zastosowanie art. 87 ust. 2 lit. a), b) lub c).

- (42) Artykuł 87 ust. 3 lit. a) także nie ma zastosowania w omawianym przypadku, ponieważ pomoc nie jest przeznaczona na wspieranie rozwoju gospodarczego regionów, w których poziom życia jest nienormalnie niski lub w których istnieje poważny stan niedostatecznego zatrudnienia. Poza tym Włochy nie powoływały się na zastosowanie art. 87 ust. 2 lit. a).
- (43) Również art. 87 ust. 3 lit. b) nie ma zastosowania do omawianej pomocy, jako że nie jest ona przeznaczona na wspieranie realizacji ważnego projektu stanowiącego przedmiot wspólnego europejskiego zainteresowania lub też na przeciwdziałanie poważnym zaburzeniom gospodarki włoskiej. Poza tym Włochy nie powoływały się na zastosowanie art. 87 ust. 3 lit. b).
- (44) Przedmiotowa pomoc nie jest przeznaczona ani nie jest dostosowana do celów wspierania kultury lub zachowania dziedzictwa kulturowego, o których mowa w art. 87 ust. 3 lit. d), ani też Włochy nie powoływały się na zastosowanie tego przepisu.
- (45) Biorąc pod uwagę charakter omawianej pomocy i jej cele, jedynym odstępstwem, które mogłoby być zastosowane, jest odstępstwo określone w art. 87 ust. 3 lit. c) Traktatu.

Przepisy mające zastosowanie

- (46) Możliwość zastosowania odstępstwa, o którym mowa w motywie 45, należy ocenić w świetle przepisów dotyczących udzielania pomocy państwa na rzecz promocji i reklamy sektora rolnego, czyli zasad ustalonych w wytycznych dotyczących reklamy⁽¹⁵⁾.
- (47) Zgodnie z sekcją 7.1 wytycznych dotyczących reklamy Komisja będzie stosowała przedmiotowe wytyczne w odniesieniu do nowej pomocy państwa, w tym także do zgłoszeń złożonych przez państwa członkowskie, co do których decyzje nie zostały jeszcze podjęte, poczynając od dnia 1 stycznia 2002 r. Pomoc przyznana bezprawnie, w rozumieniu art. 1 lit. f) rozporządzenia (WE) nr 659/1999, będzie oceniana zgodnie z zasadami i wytycznymi obowiązującymi na dzień jej udzielenia.
- (48) Zgodnie z decyzją o wszczęciu procedury, w której Komisja wyraziła wątpliwości co do zgodności omawianych środków z przepisami mającymi obecnie zastosowanie do tego rodzaju pomocy⁽¹⁶⁾, niniejsza decyzja obejmuje wyłącznie pomoc udzieloną i tę, która zostanie udzielona od dnia 1 stycznia 2002 r. na promocję i reklamę produktów rolnych, o których mowa w załączniku I do Traktatu.
- (49) W odniesieniu do pomocy na rzecz promocji sekcja 8 wytycznych dotyczących reklamy stanowi, że pojęcie reklamy nie obejmuje działań promocyjnych, takich jak rozpowszechnianie wiedzy naukowej, organizacja targów i wystaw oraz udział w podobnych imprezach lub analogicznych inicjatywach z zakresu public relations, w tym także badania opinii publicznej i badania rynku.

⁽¹⁵⁾ Patrz: przypis 5.

⁽¹⁶⁾ Patrz: pkt 27, 28 i 29 decyzji opublikowanej w Dz.U. C 48 z 24.2.2004, str. 2.

Pomoc państwa na rzecz działań promocyjnych sensu largo jest uregulowana w sekcjach 13 i 14 Wspólnotowych wytycznych dotyczących pomocy państwa w sektorze rolnym⁽¹⁷⁾. Zważywszy że zgłoszenie nie precyzuje, że przedmiotowa pomoc ma zastosowanie wyłącznie w odniesieniu do małych i średnich przedsiębiorstw, w omawianym przypadku nie znajduje zastosowania rozporządzenie Komisji (WE) nr 1/2004 z dnia 23 grudnia 2003 r. w sprawie stosowania art. 87 i 88 Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską w odniesieniu do pomocy państwa dla małych i średnich przedsiębiorstw prowadzących działalność związaną z produkcją, przetwarzaniem i obrotem produktami rolnymi⁽¹⁸⁾.

- (50) W odniesieniu do pomocy na rzecz reklamy sekcja 7 wytycznych dotyczących reklamy stanowi, że pojęcie „reklamy” – będącej przedmiotem tychże wytycznych mających zastosowanie do omawianego przypadku – stosuje się nie tylko do wszelkich działań prowadzonych za pośrednictwem środków masowego przekazu (jak prasa, radio, telewizja czy plakaty), mających nakłonić konsumentów do zakupu określonego produktu, lecz obejmuje również wszelkiego rodzaju działania, mające nakłonić podmioty gospodarcze lub konsumentów do zakupu określonego produktu, a także wszelkie materiały rozprowadzane bezpośrednio wśród konsumentów w tym samym celu, w tym działania reklamowe kierowane do konsumentów w punktach sprzedaży.

Pomoc przeznaczona na promocję

- (51) Z posiadanych informacji wynika, że pomoc przeznaczona na udział w targach i warsztatach na terytorium Wspólnoty i poza jej granicami, o której mowa w motywie 31 lit. a) i b) oraz w motywie 32 niniejszej decyzji, może być w całości uznana za pomoc przeznaczoną na promocję wyłącznie pod warunkiem, że opisane działania nie obejmują środków mających nakłonić podmioty gospodarcze lub konsumentów do zakupu określonego produktu, ani materiałów rozprowadzanych bezpośrednio wśród konsumentów w tym samym celu. Na podstawie sekcji 7 wytycznych dotyczących reklamy pomoc na działania mające nakłonić podmioty gospodarcze lub konsumentów do zakupu określonego produktu albo na materiały rozprowadzane bezpośrednio wśród konsumentów w tym samym celu należy uznać za pomoc na rzecz reklamy.
- (52) W zakresie, w jakim pomoc, przeznaczoną na dofinansowanie udziału w targach i warsztatach na terenie Wspólnoty i poza jej granicami, zostanie uznana rzeczywiście za pomoc na rzecz promocji, w rozumieniu sekcji 13 i 14 Wspólnotowych wytycznych dotyczących pomocy państwa w sektorze rolnym, pomoc może być udzielana do wysokości 100 % kosztów, pod warunkiem że nie przekroczy pułapu 100 000 EUR na beneficjenta w okresie trzyletnim. Pułap ten może być podwyższony, pod warunkiem że nie przekroczy wartości 50 % kosztów kwalifikowalnych, w przypadku pomocy dla małych i średnich przedsiębiorstw, w rozumieniu definicji zawartej w rozporządzeniu Komisji (WE) nr 70/2001 z dnia 12 stycznia 2001 r. w sprawie zastosowania art. 87 i 88 Traktatu WE w odniesieniu do pomocy państwa dla małych

⁽¹⁷⁾ Patrz przypis 9.

⁽¹⁸⁾ Dz.U. L 1 z 3.1.2004, str. 1.

i średnich przedsiębiorstw⁽¹⁹⁾. Dla potrzeb obliczenia kwoty pomocy za beneficjenta uznaje się odbiorcę usług. Jak wynika z uwagi przekazanej przez władze włoskie, pomoc na rzecz promocji finansowana jest w poszanowaniu wspomnianego pułapu maksymalnego, przez co może być uznana za zgodną z przepisami mającymi zastosowanie w tej dziedzinie⁽²⁰⁾.

- (53) Zgodnie z sekcją 14 wspólnotowych wytycznych dotyczących pomocy państwa w sektorze rolnym w celu niedopuszczenia do zakłócenia konkurencji tego rodzaju środki pomocy muszą być dostępne dla wszystkich uprawnionych z danego obszaru, na podstawie obiektywnie określonych warunków. Z informacji przekazanych przez Włochy, o których mowa w motywie 32 niniejszej decyzji, wynika, że warunek ten jest spełniony⁽²¹⁾. Pomoc ograniczona do określonych grup i mająca wspierać tylko członków tych grup nie sprzyja rozwojowi sektora jako całości i należy uznać ją za pomoc operacyjną. Dlatego też, w przypadku, jeśli usługi te świadczone są przez grupy producentów lub inne organizacje rolne wzajemnego wsparcia, muszą być one dostępne dla wszystkich rolników. W takim przypadku ewentualny udział w kosztach administracyjnych danej grupy lub organizacji, musi być ograniczony do kosztów świadczenia usług.

Pomoc na rzecz reklamy

- (54) W zakresie, w jakim wyżej wspomniana pomoc na uczestnictwo w targach i warsztatach obejmuje także działania mające nakłonić podmioty gospodarcze lub konsumentów do zakupu określonego produktu, lub rozprowadzanie bezpośrednio wśród konsumentów materiałów w tym samym celu (na przykład reklama w punktach sprzedaży lub reklama skierowana do podmiotów gospodarczych, takich jak przedsiębiorcy z branży rolno-spożywczej, prowadzący sprzedaż hurtową lub detaliczną, restauracje, hotele i inni przedsiębiorcy z branży gastronomicznej), wówczas należy dokonać jej oceny z uwzględnieniem przepisów mających zastosowanie do pomocy na rzecz reklamy, podobnie jak w przypadku pomocy na reklamę prowadzoną w środkach masowego przekazu (prasa, plakaty, radio, telewizja), o których mowa w motywie 31 lit. c) oraz w motywie 33 niniejszej decyzji.

⁽¹⁹⁾ Dz.U. L 10 z 13.1.2001, str. 33. Rozporządzenie ostatnio zmienione rozporządzeniem (WE) nr 364/2004 (Dz.U. L 63 z 28.2.2004, str. 22).

⁽²⁰⁾ W zakresie dotyczącym sektora rolnego pomoc na rzecz promocji i reklamy realizowana poza granicami Wspólnoty nie jest wyraźnie ujęta we Wspólnotowych wytycznych mających zastosowanie do pomocy państwa w sektorze rolnym. Wynika stąd, że w ocenie takich przypadków Komisja kieruje się zasadą uznaniowości. Według przyjętej przez Komisję praktyki, jeżeli rozpatrywana pomoc zgodna jest z przepisami dotyczącymi pomocy państwa mającymi zastosowanie na terenie Unii, może być ona uznana za zgodną ze wspólnym rynkiem (patrz: przykład Włochy/Toskania pomoc N 656/02, pomoc NN 150/02 (ex N 109/02) (pismo Komisji C(2003) 1747 z 11.6.2003) i pomoc NN 44/03 (ex N 6/03) (pismo Komisji C(2003) 2534 z 23.7.2003)).

⁽²¹⁾ Jak wskazuje się w decyzji Komisji C(2002)1768f wersja ostateczna z 7.5.2002 r. (pomoc N 241/01 Włochy/Izby handlowe), założenie przedsiębiorstwa europejskiego i jego wpis do rejestru prowadzonego przez właściwą miejscowo izbę handlową nie podlegają żadnym ograniczeniom prawnym ani faktycznym. Patrz także: pomoc N 62/01 (Włochy/Związek Izb Handlowych Piemontu i Wenecji Euganejskiej), decyzja Komisji SG(2001)D/290914 z 8.8.2001.

- (55) Zgodnie z wytycznymi dotyczącymi reklamy koszty związane z reklamą powinny z zasady obciążać samych producentów i podmioty gospodarcze, jako integralna składowa ich normalnej działalności gospodarczej.

- (56) Stąd, aby pomoc na reklamę nie była uznana za pomoc operacyjną, lecz za pomoc zgodną ze wspólnym rynkiem w rozumieniu art. 87 ust. 3 lit. c) Traktatu, nie może ona zakłócać warunków wymiany handlowej w sposób sprzeczny ze wspólnym interesem (kryteria negatywne) i musi sprzyjać rozwojowi określonych działalności lub określonych obszarów gospodarczych (kryteria pozytywne). Ponadto pomoc państwa musi być zgodna z międzynarodowymi zobowiązaniami Wspólnoty, znajdującymi się, odnośnie do rolnictwa, w Porozumieniu w sprawie rolnictwa zawartego w ramach WTO/GATT w 1994 r.

- (57) W celu spełnienia kryteriów negatywnych, zgodnie z sekcją 3.1 wytycznych dotyczących reklamy, pomoc nie może być przyznana na wsparcie kampanii reklamowych z naruszeniem art. 28 Traktatu WE (sekcja 3.1.1) lub kampanii sprzecznych z wtórnym prawem wspólnotowym (sekcja 3.1.2) albo też na reklamę związaną z określonymi przedsiębiorstwami (sekcja 3.1.3). Poza tym, jeżeli realizacja działań reklamowych finansowanych ze środków publicznych powierzana jest firmom prywatnym, w celu niedopuszczenia do udzielania pomocy przedsiębiorcom przeprowadzającym kampanie, wybór wykonawcy prywatnego musi odbywać się z zachowaniem zasad wolnego rynku, w sposób niedyskryminacyjny i, w razie konieczności, z zastosowaniem trybu przetargowego, zgodnie z prawem i w szczególności orzecznictwem wspólnotowym⁽²²⁾, poprzez zachowanie jawności tych działań, aby rynek usług pozostawał otwarty na konkurencję i aby było możliwe stwierdzenie bezstronności postępowania przetargowego.

- (58) Z przedstawionych informacji wynika, że pomoc na reklamę, o której mowa w motywie 30 i motywie 31 lit. c) oraz w motywie 33 niniejszej decyzji, spełnia kryteria określone w sekcji 3.1.1 (kampanie z naruszeniem art. 28 Traktatu) oraz 3.1.3 (reklama dotycząca określonych przedsiębiorstw). Włoskie władze nie przekazały natomiast żadnych informacji w kwestii tego, czy spełnione jest również kryterium, o którym mowa w sekcji 3.1.2 (kampanie sprzeczne z wtórnym prawem wspólnotowym).

- (59) Poza zgodnością z kryteriami negatywnymi, jak stanowi sekcja 3.2 wytycznych dotyczących reklamy, subwencjonowana działalność reklamowa musi spełniać przynajmniej jedno z wymienionych kryteriów pozytywnych, aby dowieść, iż pomoc rzeczywiście sprzyja rozwojowi określonych działalności gospodarczych lub określonych obszarów gospodarczych. Powyższy pozytywny warunek uznaje

⁽²²⁾ Sprawa C-324/98, już cytowana.

się za spełniony, jeżeli reklama podlegająca dofinansowaniu dotyczy jednej z następujących działalności: nadwyżki produkcji rolnej lub gatunków niedostatecznie wykorzystywanych; produkcji nowej lub substytutów, jeszcze niewytwarzającej nadwyżek; produktów o wysokiej jakości, w tym produktów uzyskiwanych przy zastosowaniu przyjaznych dla środowiska metod produkcji lub zbioru, jak np. produktów ekologicznych; rozwoju określonych regionów; rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP), w rozumieniu rozporządzenia (WE) nr 70/2001; projektów realizowanych przez organizacje formalnie uznane w rozumieniu rozporządzenia Rady (WE) nr 104/2000 z dnia 17 grudnia 2000 r. w sprawie wspólnej organizacji rynków produktów rybołówstwa i akwakultury⁽²³⁾; projektów realizowanych wspólnie przez grupy producentów lub inne organizacje z sektora rybołówstwa uznane przez władze krajowe.

- (60) W odniesieniu do pomocy na rzecz reklamy w uwagach przekazanych przez włoskie władze nie wskazano, czy przedmiotowa pomoc na reklamę spełnia wyżej wyszczególnione kryteria pozytywne.
- (61) W odniesieniu do maksymalnej kwoty pomocy państwa na rzecz reklamy produktów rolnych sekcja 5 wytycznych dotyczących reklamy stanowi na zasadzie ogólnej, że pomoc bezpośrednia, wypłacana ze środków budżetowych, nie może być wyższa od kwoty przeznaczonej na daną kampanię przez określony sektor. W związku z tym w przypadku pomocy na rzecz reklamy stopa pomocy bezpośredniej nie może przekroczyć 50 %, a wkład przedsiębiorców z sektora musi wynieść co najmniej 50 % wydatków, czy to w formie wpłat dobrowolnych, opłat parafiskalnych czy wpłat obowiązkowych. Aby uwzględnić znaczenie wybranych kryteriów pozytywnych, o których mowa w sekcji 3.2 wytycznych dotyczących reklamy, Komisja może zezwolić na podwyższenie maksymalnego pułapu pomocy bezpośredniej do 75 % kosztów w przypadku reklamy produktów MŚP na obszarach kwalifikujących się do otrzymania wsparcia, na mocy art. 87 ust. 3 lit. a) Traktatu.
- (62) Z przekazanych informacji, których treść przytoczono w motywie 31 niniejszej decyzji wynika, że środki na promocję i reklamę w ramach rozpatrywanego programu pomocowego finansowane są w 100 % ze środków publicznych. Warunek przewidujący, by 50 % (lub, w niektórych przypadkach, 25 %) finansowania pochodziło z sektora prywatnego, nie jest zatem spełniony.
- (63) Na podstawie powyżej przedstawionej oceny Komisja może więc wnioskować, iż rozpatrywana pomoc na rzecz reklamy nie spełnia kryteriów określonych w sekcji 3.1.2 (kampanie sprzeczne z wtórnym prawem wspólnotowym), 3.2 (kryteria pozytywne) i 5 (maksymalny poziom pomocy państwa) wytycznych dotyczących reklamy.
- (64) Ten sam wniosek dotyczy pomocy wdrażanej zarówno na terenie Wspólnoty, jak i poza jej granicami. Ponieważ kwestia pomocy na reklamę udzielanej poza granicami Wspólnoty nie jest wyraźnie uregulowana w wytycznych dotyczących pomocy państwa w sektorze rolnym, przy ocenie takich przypadków Komisja kieruje się zasadą uznaniowości. W oparciu o stałą praktykę przyjętą przez Komisję pomoc taka, jeżeli jest zgodna z zasadami obowiązującymi dla pomocy państwa na terenie Wspólnoty, może być uznana za zgodną ze wspólnym rynkiem i może być finansowana do poziomu 80 %⁽²⁴⁾. W omawianym przypadku, jak wynika z przedłożonych informacji, których treść przytoczono w motywach 31 i 33 niniejszej decyzji, zasady przyznawania pomocy w granicach i poza granicami Wspólnoty są takie same, a finansowanie udzielane jest do wysokości 100 %. Stąd także w tym przypadku kryteria, o których mowa w sekcji 3.1.2 (kampanie sprzeczne z wtórnym prawem wspólnotowym) i 3.2 (kryteria pozytywne) wytycznych dotyczących reklamy, jak również maksymalny poziom pomocy państwa dopuszczony przez Komisję, nie są spełnione⁽²⁵⁾.⁽²⁵⁾ W związku z tym omawiana pomoc jest niezgodna ze wspólnym rynkiem.
- (65) Niniejsza decyzja dotyczy wyłącznie pomocy w sektorze rolnym na rzecz promocji i reklamy produktów rolnych, o których mowa w załączniku I do Traktatu. Nie jest ona formalnym stanowiskiem Komisji w sprawie zgodności wyboru wykonawców usług z prawodawstwem wspólnotowym w zakresie zamówień publicznych i stosownym orzecznictwem. Komisja zastrzega sobie prawo do dalszego rozpatrzenia sprawy pod kątem prawodawstwa w zakresie zamówień publicznych.

VI. WNIOSKI

- (66) Z wyżej przedstawionych spostrzeżeń wynika, że pomoc na rzecz promocji w zakresie, w jakim jest zgodna z sekcją 13 i 14 Wspólnotowych wytycznych dotyczących pomocy państwa w sektorze rolnym, może zostać uznana za zgodną ze wspólnym rynkiem w rozumieniu art. 87 ust. 3 lit. c), jako pomoc przeznaczona na sprzyjanie rozwojowi określonych działalności gospodarczych.
- (67) Pomoc na rzecz reklamy niezgodna z przepisami określonymi w wytycznych dotyczących reklamy produktów, o których mowa w załączniku I do Traktatu WE, jak również niektórych produktów nieujętych w tym załączniku, nie jest zgodna ze wspólnym rynkiem i może być wdrożona tylko pod warunkiem wprowadzenia zmian zapewniających jej zgodność z cytowanymi przepisami.
- (68) W odniesieniu do pomocy na rzecz reklamy niezgodnej ze wspólnym rynkiem, a już przyznanej, należy domagać się jej zwrotu od beneficjentów,

⁽²³⁾ Dz.U. L 17 z 21.1.2000, str. 22. Rozporządzenie zmienione Aktem przystąpienia z 2003 r.

⁽²⁴⁾ Patrz: przykład Włochy/Toskania pomoc N 656/02, pomoc NN 150/02 (ex N 109/02) (pismo Komisji C(2003) 1747 z 11.6.2003) i pomoc NN 44/03 (ex N 6/03) (pismo Komisji C(2003) 2534 z 23.7.2003).

⁽²⁵⁾ Patrz: przypis 23.

PRZYJMUJE NINIEJSZĄ DECYZJĘ:

Artykuł 1

Pomoc państwa na rzecz promocji produktów rolnych, o których mowa w załączniku I do Traktatu, przewidziana przez Włochy w art. 4 ustawy regionalnej nr 27/1997 Regionu Sycylii, jest zgodna ze wspólnym rynkiem.

Wdrożenie tej pomocy jest w związku z powyższym dozwolone.

Artykuł 2

Pomoc państwa na rzecz reklamy produktów rolnych, o których mowa w załączniku I do Traktatu, przewidziana przez Włochy w art. 4 ustawy regionalnej nr 27/1997 Regionu Sycylii, jest niezgodna ze wspólnym rynkiem.

W związku z powyższym przedmiotowa pomoc nie może być wdrożona.

Artykuł 3

Włochy podejmą wszelkie niezbędne działania w celu odzyskania od beneficjentów pomocy, o której mowa w art. 2, jeżeli pomoc taka została im bezprawnie wypłacona.

Odzyskanie bezprawnie wypłaconej pomocy powinno nastąpić bezzwłocznie i zgodnie z procedurami określonymi w prawie krajowym, pod warunkiem że umożliwiają one natychmiastowe i skuteczne wykonanie niniejszej decyzji. Pomoc, która podlega zwrotowi obciążona jest odsetkami liczonymi od dnia udostępnienia środków pomocowych beneficjentowi/beneficjentom

do dnia zwrotu. Odsetki obliczane są na podstawie stopy referencyjnej, stosowanej do obliczania ekwiwalentu dotacji w ramach pomocy regionalnej.

Artykuł 4

Włochy dokonają zmian przepisów prawa wewnętrznego dotyczących pomocy na rzecz reklamy produktów rolnych, o których mowa w załączniku I do Traktatu, w sposób, który zapewni ich zgodność ze wspólnotowymi wytycznymi dotyczącymi pomocy państwa na rzecz reklamy produktów, o których mowa w załączniku I do Traktatu oraz niektórych produktów nieujętych w tym załączniku.

Artykuł 5

W terminie dwóch miesięcy od daty powiadomienia o niniejszej decyzji Włochy poinformują Komisję o działaniach podjętych w celu jej wykonania.

Artykuł 6

Niniejsza decyzja skierowana jest do Republiki Włoskiej.

Sporządzono w Brukseli, dnia 2 czerwca 2004 r.

W imieniu Komisji
Franz FISCHLER
Członek Komisji