

DECIZIA (UE) 2016/1700 A COMISIEI**din 7 aprilie 2016****privind ajutorul de stat SA.15836 (2012/C) (ex NN 34/2000 și NN 34A/2000) pus în aplicare de Austria (Măsurile de marketing ale AMA)***[notificată cu numărul C(2016) 1972]***(Numai textul în limba germană este autentic)**

COMISIA EUROPEANĂ,

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

după ce părțile interesate au fost invitate să își prezinte observațiile ⁽¹⁾,

întrucât:

- (1) Prin hotărârea din 27 octombrie 2011 ⁽²⁾, Curtea de Justiție a Uniunii Europene (denumită în continuare „Curtea”) a confirmat hotărârea Tribunalului de Primă Instanță ⁽³⁾ (în prezent Tribunalul) prin care fusese anulată Decizia C(2004) 2037 a Comisiei din 30 iunie 2004 în cazul ajutorului de stat NN 34A/2000 privind programele de calitate și etichetele de calitate AMA Biosiegel (denumite în continuare „eticheta ecologică”) și AMA Gütesiegel (denumite în continuare „eticheta de calitate”).
- (2) În urma hotărârii Curții, Comisia trebuie să ia măsurile necesare pentru a se conforma acestei hotărâri. Prin urmare, Comisia trebuie să adopte o decizie nouă.
- (3) Hotărârile citate mai sus reprezintă rezultatul unei proceduri ale cărei etape principale sunt prezentate în continuare.

1. PROCEDURA ÎN FAȚA COMISIEI**1.1. INIȚIEREA PROCEDURILOR – PLÂNGERI**

- (4) În urma primirii a două plângeri, din 21 septembrie 1999 și, respectiv, 5 noiembrie 1999, înregistrate la 23 septembrie 1999 și, respectiv, 20 ianuarie 2000, prin scrisoarea din 15 februarie 2000, Comisia a invitat autoritățile austriece să furnizeze informații corespunzătoare referitoare la măsurile de ajutor privind activitățile de marketing ale Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH (AMA Marketing), o filială a Agrarmarkt Austria (AMA).
- (5) Autoritățile austriece au furnizat informațiile solicitate prin scrisoarea din 20 martie 2000, înregistrată la 21 martie 2000.
- (6) Prin scrisoarea din 4 aprilie 2000, înregistrată la 7 aprilie 2000, cel de-al doilea reclamant a transmis informații suplimentare.
- (7) S-au primit, de asemenea, informații suplimentare din partea celui de-al doilea reclamant la 18 mai 2000 și 30 mai 2001, fiind înregistrate la 26 mai 2000 și, respectiv, 6 iunie 2001. O a treia reclamație cu privire la același subiect a fost primită de Comisie la 22 ianuarie 2003.

1.2. CAZUL NN 34/2000 ȘI SEPARAREA ADMINISTRATIVĂ

- (8) Pe baza informațiilor primite în plângeri, Comisia a informat autoritățile austriece, prin scrisoarea din 19 iunie 2000, cu privire la faptul că măsurile în cauză fuseseră înregistrate ca ajutor nenotificat (NN 34/2000) și a invitat

⁽¹⁾ Invitație de a prezenta observații în temeiul articolului 108 alineatul (2) din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene, privind cazul ajutorului de stat SA.15836, din 12 iunie 2012, C(2012) 3760 final (JO C 301, 5.10.2012, p. 22).

⁽²⁾ Cauza C-47/10 P Republica Austria/Scheucher-Fleisch GmbH și alții, ECLI:EU:C:2011:698.

⁽³⁾ Cauza T-375/04 Scheucher-Fleisch GmbH și alții/Comisia Comunităților Europene ECLI:EU:T:2009:445.

autoritățile austriece să transmită informații suplimentare. Autoritățile austriece au răspuns prin scrisoarea din 29 septembrie 2000, înregistrată în aceeași zi, precum și prin scrisoarea din 16 octombrie 2000, înregistrată la 17 octombrie 2000. S-au solicitat informații suplimentare prin scrisoarea din 15 octombrie 2001, la care autoritățile austriece au răspuns prin scrisoarea din 7 noiembrie 2001. Prin scrisoarea din 19 decembrie 2002, autoritățile austriece au prezentat informații suplimentare și au informat Comisia cu privire la modificarea directivelor AMA (interne) (AMA Richtlinien) care reglementează activitățile de publicitate pentru produsele care au afișate eticheta de calitate AMA și eticheta ecologică AMA, care au intrat în vigoare la 26 septembrie 2002.

- (9) Autoritățile austriece au susținut că, prin intermediul scrisorii respective, care includea un formular de notificare completat, au notificat măsurile privind eticheta de calitate AMA și eticheta ecologică AMA, puse în aplicare conform noilor reguli interne ⁽⁴⁾. Comisia a considerat, cu toate acestea, că scrisoarea respectivă nu poate fi considerată o notificare a unui ajutor nou, întrucât directivele AMA modificate intraseră deja în vigoare la 26 septembrie 2002, fiind puse în aplicare așadar înainte de orice aprobare a măsurilor de ajutor bazate pe acestea ⁽⁵⁾.
- (10) În urma solicitării autorităților austriece din 8 martie 2004, primită la aceeași dată, Comisia a hotărât să separe cazul NN 34/2000 în două. Numărul de înregistrare NN 34A/2000 a fost atribuit examinării dispozițiilor privind eticheta ecologică AMA și eticheta de calitate AMA aplicabile după 26 septembrie 2002, iar numărul de înregistrare NN 34/2000 corespunde examinării de către Comisie a măsurilor privind eticheta ecologică AMA și eticheta de calitate AMA înainte de 26 septembrie 2002, precum și a celorlalte măsuri de marketing ale AMA.
- (11) La 16 martie 2004, din motive administrative interne, a fost deschis un nou dosar, și anume NN 34B/2000, cu privire la măsurile puse în aplicare înainte de 26 septembrie 2002. Comisia evidențiază faptul că acest caz nu are niciun impact asupra fondului prezentei proceduri.
- (12) Noile reguli interne ale AMA au introdus un design nou pentru etichete și au făcut aplicabile noi standarde de calitate pentru produsele care afișează una dintre aceste etichete. În urma explicațiilor furnizate de autoritățile austriece și a examinării detaliate a noilor etichete și standarde de calitate a rezultat că acestea fuseseră adoptate pentru a respecta noile norme comunitare.
- (13) În timp ce noua versiune a regulilor interne ale AMA nu stipula condiții privind originea produselor, actul juridic de bază care reglementează AMA, Legea AMA, făcea referire în continuare doar la produsele naționale. În această privință, prin scrisoarea din 19 decembrie 2002, înregistrată la 23 decembrie 2002, autoritățile austriece au confirmat că, în baza noilor reguli, etichetele AMA sunt disponibile pentru toate produsele, indiferent de originea lor, și s-au angajat să adapteze ulterior Legea AMA. Pe baza motivelor de mai sus, serviciile Comisiei au considerat că sistemul de ajutoare nenotificate înregistrat cu numărul NN 34/2000 a fost modificat substanțial începând cu 26 septembrie 2002 pentru a respecta normele privind ajutoarele de stat și că este justificată evaluarea separată a schemei după data respectivă.

1.3. AJUTORUL NENOTIFICAT NN 34A/2000 DUPĂ SEPARARE

- (14) Cu privire la cazul NN 34A/2000, autoritățile austriece au furnizat informații suplimentare prin scrisorile din 2 aprilie 2004 (înregistrată la 5 aprilie 2004), 19 aprilie 2004, 29 aprilie 2004, 4 mai 2004, 7 mai 2004, 13 mai 2004, 9 iunie 2004, 16 iunie 2004 și 24 iunie 2004, toate înregistrate în ziua primirii lor.
- (15) Prin Decizia C(2004) 2037 din 30 iunie 2004 privind ajutorul de stat NN 34A/2000, Comisia a hotărât să nu formuleze obiecții față de măsura respectivă și a considerat-o compatibilă cu piața comună în sensul articolului 87 alineatul (3) litera (c) din Tratatul CE [în prezent articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE], în sensul că măsura îndeplinea condițiile impuse de punctele 13 și 14 din Orientările comunitare privind ajutorul de stat în sectorul agricol ⁽⁶⁾ (denumite în continuare „Orientările 2000-2006”) și de Orientările comunitare privind ajutoarele de stat pentru publicitatea produselor enumerate în anexa I la Tratatul CE și a anumitor produse care nu sunt incluse în anexa I ⁽⁷⁾ (denumite în continuare „Orientările privind publicitatea”). Schema de ajutoare examinată în cazul NN 34A/2000 a fost limitată în timp până la 31 decembrie 2008 pentru toate măsurile privind eticheta de calitate (AMA Gütesiegel) și pentru măsurile privind sprijinul pentru calitatea etichetei ecologice (Biozeichen), în timp ce măsurile de publicitate pentru eticheta ecologică (Biozeichen) au fost limitate în timp până la 31 martie 2006.

⁽⁴⁾ Aceeași argumentație este utilizată în cadrul unui aviz juridic anexat trimiterii de informații din 26 februarie 2015.

⁽⁵⁾ Măsurile AMA privind eticheta de calitate și eticheta ecologică, puse în aplicare din 26 septembrie 2002 în temeiul regulilor interne modificate, au fost aprobate la 30 iunie 2004 prin decizia Comisiei în cazul NN 34A/2000 (a se vedea considerentele 10-16).

⁽⁶⁾ JO C 28, 1.2.2000, p. 2.

⁽⁷⁾ JO C 252, 12.9.2001, p. 5.

- (16) Conform deciziei, toate măsurile puse în aplicare de AMA și de AMA Marketing înainte de 26 septembrie 2002, care au rămas obiectul cazului NN 34/2000, au fost excluse în mod expres din examinarea cazului NN 34A/2000. În această privință, nu este însă clar când au intrat în vigoare noile reguli interne ale AMA, și anume dacă măsurile de ajutor au fost acordate pe baza noilor reguli începând deja cu 26 septembrie 2002, data la care regulile au intrat în vigoare, sau dacă a existat o perioadă de tranziție după 26 septembrie 2002 pe durata căreia ajutorul a fost acordat în continuare în conformitate cu vechile reguli.
- (17) În răspunsul lor din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au confirmat că nu a fost aplicată nicio perioadă de tranziție și că noile reguli au intrat în vigoare începând cu 26 septembrie 2002.

1.4. NOTIFICAREA MĂSURILOR DE MARKETING ALE AMA (MARKETING GENERIC, MARKETING ÎN AFARA AUSTRIEI ȘI CERCETARE DE PIAȚĂ) – N 239/2004

- (18) La 28 mai 2004, autoritățile austriece au notificat măsurile de marketing ale AMA conținând măsuri generice de marketing, măsuri de marketing în afara Austriei și cercetare de piață. Schema de ajutoare înregistrată cu numărul de ajutor de stat N 239/2004 a fost aprobată prin Decizia C(2004) 3945 a Comisiei din 20 octombrie 2004. Prin Decizia C(2010) 377 din 21 ianuarie 2010, Comisia a aprobat, în cadrul ajutorului de stat numărul N 496/2009, o continuare a schemei de ajutoare sus-menționate până la 31 decembrie 2013. Deciziile respective nu sunt afectate de hotărârile Curții citate mai sus, iar măsurile aprobate prin acestea nu fac obiectul prezentei decizii.

1.5. PRELUNGIREA NN 34A/2000

- (19) Prin scrisoarea din 15 martie 2006, înregistrată în aceeași zi, autoritățile austriece au notificat o prelungire până la 31 decembrie 2010 pentru măsurile privind eticheta ecologică ⁽⁸⁾ [schema de ajutoare de stat N 175/2006 aprobată prin Decizia C(2006) 2281 a Comisiei din 2 iunie 2006]. Prin scrisoarea din 19 noiembrie 2008, Austria a notificat o prelungire până la 31 decembrie 2013 a măsurii de ajutor NN 34A/2000 privind atât eticheta de calitate, cât și eticheta ecologică, care a expirat la 31 decembrie 2010. Ajutorul notificat, care a fost înregistrat cu numărul N 589/2008 și a fost aprobat prin Decizia C(2009) 1092 a Comisiei din 25 februarie 2009, a înlocuit în același timp măsura de ajutor N 175/2006.
- (20) Prezenta decizie nu vizează schemele de ajutoare aprobate descrise mai sus cu numărul N 175/2006, N 589/2008, N 239/2004, respectiv N 496/2009.
- (21) Obiectul prezentei decizii îl reprezintă măsurile AMA nenotifycate în cadrul schemei de ajutoare NN 34/2000 (care acoperă perioada de dinainte de 26 septembrie 2002) și măsurile AMA care au fost vizate de decizia anulată NN 34A/2000 a Comisiei (care acoperă perioada de după 26 septembrie 2002).

2. PROCEDURI ÎN FAȚA INSTANȚELOR UNIUNII (TRIBUNALUL ȘI CURTEA DE JUSTIȚIE) ȘI DECIZIA DE ÎNȚIERE A PROCEDURII

2.1. PROCEDURI ÎN FAȚA TRIBUNALULUI – CAUZA T-375/04

- (22) Decizia Comisiei în cazul NN 34A/2000 a fost contestată, la 17 septembrie 2004, în fața Tribunalului de Primă Instanță (în prezent Tribunalul) de către reclamantii menționați în considerentul 4. Cauza a fost înregistrată cu numărul T-375/04.
- (23) În hotărârea sa din 18 noiembrie 2009, Tribunalul a concluzionat că Comisia ar fi trebuit să inițieze procedura oficială de investigare din cauza existenței unei contradicții între (i) formularea din Legea AMA din 1992 care, potrivit Tribunalului, limitează schema la produse naționale și (ii) directivele interne ale AMA și asigurările autorităților austriece, care confirmaseră că schema era deschisă pentru produse din alte state membre. Tribunalul a considerat că această contradicție era suficientă pentru a genera îndoieli serioase cu privire la compatibilitatea schemei cu piața internă.

⁽⁸⁾ Astfel cum este indicat în considerentul 15 de mai sus, în cadrul schemei de ajutoare NN 34A/2000, măsurile de publicitate pentru eticheta ecologică au fost limitate în timp până la 31 martie 2006, iar măsurile de sprijin pentru calitatea etichetei ecologice până la 31 decembrie 2008.

- (24) Prin urmare, Tribunalul a concluzionat (a se vedea punctul 86 din hotărâre) că Comisia ar fi trebuit să inițieze procedura prevăzută la fostul articol 88 alineatul (2) din Tratatul CE [în prezent articolul 108 alineatul (2) din TFUE]. Pe această bază, Tribunalul a anulat decizia Comisiei în cazul NN 34A/2000.

2.2. PROCEDURI ÎN FAȚA CURȚII DE JUSTIȚIE – CAUZA C-47/10

- (25) La 27 ianuarie 2010, Republica Austria a introdus recurs împotriva hotărârii sus-menționate a Tribunalului. Recursul a fost înregistrat drept Cauza C-47/10.
- (26) În hotărârea sa din 27 octombrie 2011, Curtea de Justiție a respins recursul introdus de Republica Austria și a susținut pe deplin hotărârea Tribunalului.

2.3. DECIZIA DE INIȚIERE A PROCEDURII ȘI ETAPELE PROCEDURALE ULTERIOARE

- (27) În urma hotărârii Curții, Comisia a inițiat procedura oficială de investigare în temeiul articolului 108 alineatul (2) din TFUE în cazul NN 34A/2000. Luând în considerare motivarea hotărârii, în decizia de inițiere a procedurii din 12 iunie 2012 ⁽⁹⁾, Comisia a invitat autoritățile austriece și părțile în cauză să-și prezinte, în decurs de o lună, observațiile în vederea clarificării îndoielilor cu privire la contradicția descrisă în considerentul 23.
- (28) Comisia nu a primit nici observație din partea terților.
- (29) Austria a răspuns prin scrisoarea din 29 iunie 2012, solicitând o prelungire a termenului pentru răspuns. Comisia a acordat o prelungire a termenului pentru răspuns până la 13 iulie 2012.
- (30) Autoritățile austriece și-au prezentat observațiile la 14 septembrie 2012.
- (31) Comisia a solicitat informații suplimentare prin scrisoarea din 19 februarie 2014. Autoritățile austriece au răspuns la 14 martie 2014 și au solicitat o prelungire a termenului pentru răspuns. Austria a prezentat informații suplimentare la 7 mai 2014.
- (32) Comisia a trimis o nouă solicitare de informații la 17 decembrie 2014. La 23 decembrie 2014, autoritățile austriece au solicitat o prelungire a termenului pentru răspuns. Comisia a acordat prelungirea prin scrisoarea din 8 ianuarie 2015. Răspunsul autorităților austriece a fost transmis la 26 februarie 2015 și la 3 martie 2015.

3. DESCRIEREA MĂSURILOR DE AJUTOR

3.1. TITLU

- (33) Măsurile de marketing ale AMA

3.2. DURATA MĂSURII

- (34) Legea AMA, care instituie AMA, a intrat în vigoare în 1992. Conform informațiilor furnizate de autoritățile austriece prin scrisoarea din 4 iulie 1997, înregistrată la 7 iulie 1997, măsurile de marketing au fost instituite începând cu 1994, și anume înainte de 1 ianuarie 1995, data la care Austria a aderat la Uniunea Europeană. Cu toate acestea, măsurile AMA nu au fost comunicate Comisiei de autoritățile austriece în conformitate cu articolul 143 sau 144 din Actul de aderare a Republicii Austria ⁽¹⁰⁾.

⁽⁹⁾ A se vedea nota de subsol 1.

⁽¹⁰⁾ Actul privind condițiile de aderare a Regatului Norvegiei, a Republicii Austria, a Republicii Finlanda și a Regatului Suediei și adaptările tratatelor pe care se întemeiază Uniunea Europeană (JO C 241, 29.8.1994, p. 21), astfel cum a fost adaptat prin JO L 1, 1.1.1995, p. 1.

- (35) În comunicarea sa din 14 septembrie 2012, Austria a declarat că Österreichische Weinmarketing „a informat” Comisia cu privire la măsurile de marketing. Cu toate acestea, informațiile furnizate în comunicarea respectivă ⁽¹¹⁾ se referă doar la măsurile corespunzătoare impuse de Comisie conform articolului 93 alineatul (1) din Tratatul CE (în prezent articolul 108 alineatul (1) din TFUE) în sectorul vitivinicol. Măsurile respective nu se încadrează în domeniul de aplicare al prezentei decizii.
- (36) Prin scrisoarea din 7 februarie 1997, în contextul raportului de monitorizare al OCDE, Comisia a informat Austria că măsurile de promovare ale AMA ar putea constitui ajutor de stat și, prin urmare, a solicitat autorităților austriece să furnizeze toate informațiile necesare pentru evaluarea măsurilor respective conform normelor în vigoare privind ajutoarele de stat și să completeze formularele de notificare relevante. Prin scrisoarea din 23 iunie 1997, autoritățile austriece au furnizat informațiile solicitate, precum și un formular de notificare completat. ⁽¹²⁾
- (37) În comunicarea din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au confirmat că scrisoarea din 23 iunie 1997 a constituit o notificare validă și că, la expirarea perioadei de două luni, statul membru avea dreptul să considere că există o autorizare valabilă a ajutoarelor de stat pentru măsurile respective.
- (38) În ceea ce privește data la care ia sfârșit punerea în aplicare, trebuie efectuată o distincție între diferitele activități de marketing ale AMA.
- (39) În această privință, Comisia precizează că, prin decizia din 20 octombrie 2004, aceasta a aprobat, în cadrul ajutorului de stat N 239/2004, următoarele măsuri de marketing ale AMA: măsuri generice de marketing (publicitate și activități de relații cu publicul), măsuri de marketing în afara Austriei și cercetare de piață.
- (40) Pe scurt, în ceea ce privește eticheta ecologică și eticheta de calitate AMA, data încheierii măsurii a fost 31 decembrie 2008, cu excepția măsurilor de publicitate privind eticheta ecologică, care au expirat la 31 decembrie 2006 (a se vedea considerentele 15 și 19 de mai sus). În ceea ce privește celelalte măsuri de marketing ale AMA, acestea s-au aplicat până la 20 octombrie 2004, dată la care a fost aprobată măsura notificată N 239/2004 (a se vedea capitolul 1.4 și considerentul 39 de mai sus).
- (41) Comisia precizează în continuare că o măsură privind campania de promovare a cărnii de vită de către AMA a fost notificată și aprobată în cadrul ajutorului de stat numărul N 570/1998 prin scrisoarea din 15 decembrie 1998. Durata ajutorului a fost limitată la doi ani.
- (42) Cu excepția măsurilor vizate de deciziile Comisiei în cazurile N 570/1998, NN 34A/2000 și N 239/2004, Comisia nu are cunoștință de alte măsuri de ajutor aprobate în legătură cu activitățile de marketing ale AMA în perioada aflată în discuție.

3.3. CUANTUMUL AJUTORULUI

- (43) Conform informațiilor furnizate în rapoartele detaliate de buget pentru anii 1995-1999 ⁽¹³⁾ și 2000-2008 ⁽¹⁴⁾, s-au cheltuit următoarele sume pentru activitățile de marketing ale AMA:

1995: 13 084 204,72 EUR

1996: 16 241 658,38 EUR

1997: 15 306 219,65 EUR

1998: 18 217 604,15 EUR

1999: 18 158 485,48 EUR

2000: 15 867 096,22 EUR

2001: 12 092 317,52 EUR

2002: 13 538 228,32 EUR

⁽¹¹⁾ Și anume trimiterea la Decizia N88/98 a Comisiei.

⁽¹²⁾ A se vedea considerentul 145 și următoarele.

⁽¹³⁾ Aceste rapoarte au fost înaintate ca anexă la scrisoarea autorităților austriece din 16 octombrie 2000, prin care acestea au răspuns la solicitarea Comisiei de informații suplimentare din 19 iunie 2000.

⁽¹⁴⁾ Aceste rapoarte au fost transmise odată cu scrisoarea autorităților austriece din 14 septembrie 2012.

2003: 9 044 509,01 EUR

2004: 10 559 442,86 EUR

2005: 8 994 712,20 EUR

2006: 12 193 320,12 EUR

2007: 12 285 344,67 EUR

2008: 15 087 084,71 EUR

- (44) Prin scrisoarea din 12 iunie 2012, autoritățile austriece au fost invitate să confirme cifrele de mai sus și să furnizeze o defalcare pe ani a bugetului pentru fiecare categorie de ajutoare (publicitate pentru etichetele de calitate, publicitate pentru etichetele ecologice, publicitate generică, publicitate în afara Austriei, măsuri privind calitatea, precum și sprijinul tehnic cu privire la etichete și la produsele generice). Următoarele cifre au fost furnizate în comunicarea din 14 septembrie 2012.

(EUR)

	Werbe- maßnahmen für Gütesiegel und Biozeichen	generische Werbung	Werbung außerhalb Öster- reichs	Qualitäts- maßnahmen	technische Hilfe für beide Siegel und generische Erzeugnisse	Sonstiges nicht zuordenbar	Summe
1995	1 299 346,00	6 362 489,86	3 571 312,11	371 139,09	582 771,80	897 145,82	13 084 204,68
1996	2 233 341,97	8 643 529,94	2 888 555,25	394 070,06	779 226,09	1 302 935,06	16 241 658,37
1997	1 711 790,25	8 550 846,55	2 679 179,98	362 098,72	752 833,66	1 249 471,22	15 306 220,38
1998	1 347 618,61	9 607 372,32	3 555 154,59	689 570,37	1 078 268,11	1 939 620,16	18 217 604,16
1999	1 950 511,57	9 740 191,85	3 444 902,31	802 776,30	874 229,94	1 345 873,52	18 158 485,49
2000	1 616 472,22	8 148 390,41	2 387 445,85	1 327 850,90	993 697,77	1 393 239,07	15 867 096,22
2001	1 537 390,80	5 448 146,98	2 234 769,81	728 167,14	899 896,37	1 243 946,42	12 092 317,52
2002	1 336 612,09	7 237 058,31	2 092 667,47	381 162,95	825 295,61	1 665 431,89	13 538 228,32
2003	1 628 162,19	3 561 930,45	1 487 154,69	74 665,78	491 988,97	1 800 606,93	9 044 509,01
2004	1 562 732,58	4 934 174,90	1 366 698,52	129 725,39	804 018,00	1 762 093,47	10 559 442,86

- (45) Autoritățile austriece au furnizat următoarele cifre pentru măsurile privind eticheta ecologică și eticheta de calitate în perioada 2002-2008.

Jahr	Gesamtkosten lt. Jahresbericht	davon AMA-Güte- siegel	in % von Gesamt	davon AMA-Bio- Zeichen	in % von Gesamt
2002	13 538 228,32	1 356 909,27	10,02	320 695,40	2,37
2003	9 044 509,01	2 139 261,31	23,65	829 573,19	9,17
2004	10 559 442,86	1 187 575,61	11,25	994 446,40	9,42

Jahr	Gesamtkosten lt. Jahresbericht	davon AMA-Gütesiegel	in % von Gesamt	davon AMA-Bio-Zeichen	in % von Gesamt
2005	8 994 712,20	1 709 859,07	19,01	714 448,63	7,94
2006	12 193 320,12	2 834 299,23	23,24	327 752,62	2,69
2007	12 285 344,67	3 466 665,92	28,22	641 760,86	5,22
2008	15 087 995,71	3 410 221,60	22,60	1 273 517,59	8,44
Summe	81 703 552,89	16 104 792,01		5 102 194,69	

3.4. BENEFICIARI

- (46) Pe baza informațiilor disponibile, rezultă că beneficiarii măsurilor de marketing sunt producători agricoli, precum și întreprinderi care își desfășoară activitatea în sectorul prelucrării și comercializării de produse agricole, inclusiv industria alimentară.

3.5. TEMEI JURIDIC

- (47) Actul juridic de bază pentru toate măsurile de marketing ale AMA este Legea AMA – Bundesgesetz über die Errichtung der Marktordnungsstelle „Agrarmarkt Austria” (Legea federală privind instituirea organismului de reglementare a pieței „Agrarmarkt Austria”). ⁽¹⁵⁾.
- (48) În urma solicitării de informații din 30 aprilie 2014, autoritățile austriece au transmis toate actele juridice de punere în aplicare (Richtlinien, Verordnungen etc., inclusiv directivele interne ale AMA și alte reguli interne) care reglementează eticheta de calitate și eticheta ecologică, precum și respectivele măsuri de marketing.

3.6. AMA MARKETING ȘI FINANȚAREA PARAFISCALĂ A MĂSURII

- (49) AMA este un organism de drept public instituit în 1992 prin Legea AMA și controlat de stat. Schema este administrată de AMA Marketing, o filială deținută în totalitate de AMA.
- (50) În cazul NN 34A/2000, autoritățile austriece au furnizat informațiile prezentate în continuare cu privire la statutul și activitățile AMA.
- (51) Potrivit autorităților austriece, AMA și AMA Marketing nu comercializează bunuri sau servicii. AMA Marketing supraveghează utilizarea etichetei de calitate și a etichetei ecologice, planifică și coordonează măsurile de promovare (publicitate, târguri, expoziții, evenimente de relații cu publicul și altele), produce materiale de informare referitoare la programele și etichetele de calitate și comandă proiecte de cercetare pe diverse subiecte legate de calitate în producția agricolă.
- (52) AMA Marketing nu efectuează campanii publicitare sau controale ale produselor. În schimb, AMA Marketing selectează firme private în conformitate cu legislația națională de transpunere a Directivei 92/50/CEE a Consiliului ⁽¹⁶⁾ și, ulterior, a Directivei 2004/18/CE a Parlamentului European și a Consiliului ⁽¹⁷⁾ pentru a realiza astfel de campanii sau controale.
- (53) Întreprinderile austriece din industria agroalimentară plătesc taxe obligatorii stabilite de Legea AMA pentru finanțarea integrală a acestor măsuri. AMA și AMA Marketing sunt finanțate, de asemenea, din aceste taxe.

⁽¹⁵⁾ Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich (BGBl.) 376/1992.

⁽¹⁶⁾ Directiva 92/50/CEE a Consiliului din 18 iunie 1992 privind coordonarea procedurilor de atribuire a contractelor de achiziții publice de servicii (JO L 209, 24.7.1992, p. 1).

⁽¹⁷⁾ Directiva 2004/18/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 31 martie 2004 privind coordonarea procedurilor de atribuire a contractelor de achiziții publice de lucrări, de bunuri și de servicii (JO L 134, 30.4.2004, p. 114).

- (54) Legea AMA [articolul 21c alineatul (1)] prevede obligația de a plăti taxe pentru următoarele operațiuni sau produse:
- lapte, atunci când este livrat pentru a fi prelucrat;
 - cereale, atunci când sunt măcinate;
 - animale bovine adulte, viței, porci, miei, oi și păsări, atunci când sunt sacrificate;
 - creșterea păsărilor de curte pentru producția de ouă;
 - producția de legume și fructe;
 - producția de cartofi (cu excepția cartofilor pentru feculă și a cartofilor folosiți pentru producția de alcool);
 - producția și cultivarea de produse horticole;
 - cultivarea viței-de-vie;
 - prima comercializare a vinului.
- (55) Cuantumul maxim al contribuțiilor este stabilit, de asemenea, în Legea AMA (articolul 21d). Nivelul concret al contribuțiilor este stabilit prin intermediul unui regulament al consiliului de administrație al AMA (Verordnung des Verwaltungsrates).
- (56) Prin scrisoarea din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au comunicat următoarele sume ale taxelor percepute în perioada 1995-2008 ⁽¹⁸⁾:

1995 – 13 833 026,19 EUR
 1996 – 15 260 738,33 EUR
 1997 – 14 340 815,84 EUR
 1998 – 15 473 675,13 EUR
 1999 – 15 260 405,37 EUR
 2000 – 15 419 046,38 EUR
 2001 – 15 228 252,40 EUR
 2002 – 15 461 156,95 EUR
 2003 – 13 529 199,62 EUR
 2004 – 17 320 613,38 EUR
 2005 – 16 003 552,29 EUR
 2006 – 16 030 054,67 EUR
 2007 – 15 909 792,32 EUR
 2008 – 15 880 813,22 EUR

- (57) De exemplu, în anul 2003 s-au colectat taxe în valoare totală de 13 529 199,62 EUR, după cum urmează:

Lapte	7 754 833,88
Animale bovine adulte	1 141 663,81

⁽¹⁸⁾ Anexa la punctele 31 și 47 din comunicarea din 14 septembrie 2012. Comunicarea conține un document principal și anexe la acesta.

Porci	1 976 514,84
Viței	31 926,33
Oi și miei	34 046,38
Păsări de curte pentru sacrificare	405 925,74
Găini ouătoare	427 690,62
Fructe	769 823,87
Legume	408 448,99
Cartofi	243 896,60
Produse horticole	334 428,56

- (58) În conformitate cu articolul 21c alineatul (2) din Legea AMA, bunurile care provin din afara Austriei sunt scutite de aceste taxe.

4. MĂSURILE DE MARKETING ALE AMA

- (59) Prin scrisoarea din 16 octombrie 2000, în contextul procedurii NN 34/2000, autoritățile austriece au furnizat rapoarte anuale pentru anii 1995, 1996, 1997, 1998 și 1999 în care sunt enumerate toate măsurile de marketing ale AMA.
- (60) În ceea ce privește eticheta de calitate și eticheta ecologică, autoritățile austriece au furnizat o descriere detaliată în cadrul evaluării schemei de ajutoare NN 34A/2000.
- (61) Din informațiile respective reiese că activitățile de marketing pot fi grupate în următoarele categorii de ajutoare:
- publicitate, care include publicitate privind eticheta de calitate și eticheta ecologică, măsuri generice de marketing și măsuri de publicitate în afara Austriei (secțiunea 4.1 de mai jos);
 - ajutoare pentru sisteme de asigurare a calității, controale ale calității și controale pentru produsele ecologice în cazul produselor care poartă eticheta de calitate și eticheta ecologică (secțiunea 4.2 de mai jos) și
 - măsuri de sprijin tehnic (secțiunea 4.3 de mai jos)
- (62) O descriere detaliată a măsurilor pentru fiecare categorie de ajutoare este furnizată în continuare în capitolele 4.1-4.3.

4.1. MĂSURI DE PUBLICITATE

4.1.1. MĂSURI DE PUBLICITATE PRIVIND ETICHETA DE CALITATE ȘI ETICHETA ECOLOGICĂ

- (63) Conform informațiilor furnizate de autoritățile austriece cu privire la schema de ajutoare NN 34A/2000, eticheta ecologică poate să includă sau nu o indicație a originii. Eticheta de calitate a inclus întotdeauna o indicație specifică a originii și un al doilea câmp în culori și/sau cu simboluri care indică (grafic) originea, în funcție de statul membru sau de regiunea de producție.

Logourile folosite și eligibilitatea în temeiul schemei

- (64) Conform informațiilor furnizate de autoritățile austriece cu privire la schema de ajutoare NN 34A/2000, etichetele au avut următorul aspect după anul 2002:

Aspectul etichetelor începând cu anul 2002 ⁽¹⁹⁾



- (65) Din exemplele transmise Comisiei pentru perioada 1995-2002 reiese că eticheta ecologică a avut același aspect ca în perioada de după 2002, în timp ce, până la 31 decembrie 1999, eticheta de calitate a avut un design diferit (astfel cum este prezentat mai jos): în locul referinței „AMA Gütesiegel” a fost introdus cuvântul „Austria” (de aceeași mărime) în câmpul central, și anume partea dominantă din punct de vedere vizual a etichetei.

Aspectul etichetei de calitate în perioada 1.1.1995-31.12.1999



- (66) Începând cu ianuarie 2000, eticheta de calitate originală a fost înlocuită cu eticheta prezentată mai sus în considerentul 65 ⁽²¹⁾. Acest fapt este reflectat în rapoartele anuale începând cu acea perioadă.
- (67) Conform informațiilor furnizate cu privire la schema de ajutoare NN 34A/2000, eticheta ecologică și eticheta de calitate au fost acordate doar pentru produsele care respectă anumite criterii de calitate privind metodele de producție, caracteristicile produsului și, în unele cazuri, cerințe legate de originea geografică a unui produs.
- (68) Autoritățile austriece au oferit asigurări că dispozițiile Directivei 2000/13/CE a Parlamentului European și a Consiliului ⁽²²⁾ au fost respectate în ceea ce privește publicitatea subvenționată.
- (69) Eticheta ecologică a fost acordată doar pentru alimentele ecologice care respectă criteriile prevăzute în Regulamentul (CEE) nr. 2092/91 al Consiliului ⁽²³⁾.

⁽¹⁹⁾ Etichetele au fost prezentate în considerentul 13 din Decizia Comisiei în cazul NN 34A/2000.

⁽²⁰⁾ Acest logo a fost folosit, de asemenea, în perioada 1999-2002.

⁽²¹⁾ Eticheta este utilizată în directivele din anul 2000 privind produsele (Richtlinien für Frischfleisch, Fleischerbetriebe, Fleischwaren, Frischeier, Putenfleisch, Milch und Milchprodukte, Obst, Gemüse und Speisekartoffeln, Speisefette, Speiseöle, Diverse Lebensmittel).

⁽²²⁾ Directiva 2000/13/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 20 martie 2000 privind apropierea legislațiilor statelor membre referitoare la etichetarea și prezentarea produselor alimentare, precum și la publicitatea acestora (JO L 109, 6.5.2000, p. 29).

⁽²³⁾ Regulamentul (CEE) nr. 2092/91 al Consiliului din 24 iunie 1991 privind metoda de producție ecologică și indicarea acesteia pe produsele agricole și alimentare (JO L 198, 22.7.1991, p. 1).

- (70) Eticheta de calitate a fost acordată doar produselor care au îndeplinit cerințele de calitate în temeiul articolului 24a litera (b) din Regulamentul (CE) nr. 1257/1999 al Consiliului ⁽²⁴⁾. Produsele care au îndeplinit criteriile de calitate impuse pentru utilizarea etichetei de calitate au întrunit următoarele standarde superioare de calitate în sensul punctului 47 din Orientările 2000-2006 ⁽²⁵⁾.

Produs	Criteriu
Carne de vită, de vițel	valoare pH $36 < 5,8$ într-un interval de cel puțin 36 de ore.
Carne de porc	carne de porc PSE: valoare pH1 la cel puțin 30 de minute de la sacrificare: 6,0 sau mai mare.
	Este permisă doar carnea din clasele S și E.
	carne de porc DFE: valoare pH12 la cel puțin 12 ore de la sacrificare: max. 5,8.
Carne de curcan	Cerințe bacteriologice: nr. maxim de bacterii totale L 50 000 KbE/cm ² și nr. maxim de Enterobacteriaceae L 500 KbE/cm ² înainte de tăiere, valori corespunzătoare L 100 000 KbE/cm ² și L 1 000 KbE/cm ² după tăiere.
Ouă	Doar de la găini crescute la sol și în aer liber.
	Participare în cadrul unui program de prevenire și control al salmonellei.
Lapte și produse lactate	Conținut de lipopolizaharide ≤ 400 EU/ml
	Doar 1 clasă de calitate din 4 clase existente.
	În intervalul de toleranță microbiologică, limitele inferioare, conform legii austriece <i>Milchhygieneverordnung</i> , constituie limitele superioare acceptate pentru produsele cu etichetă de calitate. Dacă intervalul de toleranță este, de exemplu, 1-3 conform legii, eticheta de calitate permite doar valori de până la 1.
	Conținutul de drojdie și mușgaiuri în produsele lactate fermentate ≤ 10/ml, unt ≤ 100/g, brânză de tip <i>cottage cheese</i> ≤ 1 000/g.
Miere	Conținut de apă max. 19 %, conținut de HMF ≤ 20 ppm.
Cereale, produse pe bază de cereale	Grâu hl – greutate 80 kg, conținut gluten 30 %, conținut proteine 14 %, valoare sedimentare 50Eh, rate de cădere 250 sec; secară hl – greutate 72 kg, amilogramă 500 AE; secară pentru fabricarea berii: conținut proteine max. 12 %, conținut de secară completă 90 %
Plante oleaginoase și uleiuri pentru gătit	Conținut de acid (SZ) 0,2 mg/kg
	Conținut de peroxid (POZ) (mostre proaspete) 1,5.
Înghețată	Doar lapte crud din categoria de calitate cea mai înaltă (S) dintre cele trei categorii.
	Număr de bacterii ≤ 50 000 (interval de toleranță + 30 000)

⁽²⁴⁾ Regulamentul (CE) nr. 1257/1999 al Consiliului din 17 mai 1999 privind sprijinul pentru dezvoltare rurală acordat din Fondul European de Orientare și Garantare Agricolă (FEOGA) și de modificare și abrogare a unor regulamente (JO L 160, 26.6.1999, p. 80).

⁽²⁵⁾ Standardele sunt descrise în considerentul 59 din Decizia NN 34A/2000 a Comisiei.

Produs	Criteriu
	Toate valorile microbiologice maxime admise mai mici decât cele permise de legea austriacă <i>Speiseeiserordnung</i> .
Fructe, legume, cartofi pentru consum	Utilizarea de erbicide și pesticide doar în conformitate cu lista pozitivă de producție integrată de exemplu doar aproximativ 160 din cele circa 300 de produse de protecție a plantelor enumerate în legea austriacă <i>Pflanzenschutzmittelgesetz</i> sunt permise în cazul produselor cu etichetă de calitate.
	În fertilizarea cu azot a cartofilor este permisă utilizarea a doar 100 kg de NO pur/ha (bună practică agricolă în Austria: 175 kg)
	Nu se permit nămoluri de epurare.
	Nicio fertilizare fără analiza solului sau peste nivelul C de substanțe nutritive (aport optim de substanțe nutritive)

- (71) Regiunea de origine prezentată în etichete a fost considerată ca fiind regiunea unde a avut loc prelucrarea produsului și de unde proveneau materiile prime determinante (*wertbestimmende Rohstoffe*). Este posibil ca o treime din astfel de materii prime să provină din alte regiuni dacă nu au putut fi cultivate sau obținute în regiunea de origine.
- (72) În cazul producției de ouă proaspete, găinile ouătoare trebuiau să fie născute și îngrășate în regiunea în cauză. În ceea ce privește producția de carne de vită, vițel, porc, curcan și miel, animalele trebuiau să fie născute în regiunea în cauză.
- (73) Cu privire la logoul folosit pentru eticheta de calitate, în comunicarea de informații din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au anexat normele aplicabile pentru perioada de până la 1999. Conform informațiilor respective, atât actele de reglementare (AMA-Gütesiegel Richtlinien ⁽²⁶⁾), Regulativ für die Verleihung des Rechts zur Führung der Ursprungs- und Gütezeichen für Lebensmittel ⁽²⁷⁾), cât și formularele de cerere (Antrag auf Verleihung des Herkunfts- und Gütezeichens für Lebensmittel ⁽²⁸⁾) au folosit logoul prezentat mai sus în considerentul 65.
- (74) După 1999, logoul folosit pentru eticheta de calitate a fost identic cu cel prezentat în considerentul 64 de mai sus.

Costuri eligibile în cadrul schemei

- (75) În ceea ce privește eticheta de calitate, pe baza informațiilor furnizate în rapoartele anuale pentru anii 1995-1999 și pe baza informațiilor legate de schema de ajutoare NN 34A/2000, se poate concluziona că s-a acordat ajutor pentru costurile campaniilor publicitare menite a crește gradul de sensibilizare al consumatorilor în ceea ce privește calitatea și a promova eticheta de calitate. Scopul l-a reprezentat crearea unei imagini a etichetei de calitate ca ghid pentru cumpărături (Orientierungshilfe beim Einkauf).
- (76) În ceea ce privește eticheta ecologică, s-a acordat ajutor pentru costurile campaniilor publicitare pentru informarea consumatorilor cu privire la produsele care poartă eticheta ecologică, precum și cu privire la cerințele pentru utilizarea etichetei și la agricultura ecologică în general.
- (77) Campaniile au constat în materiale publicitare în presă și în mijloacele de comunicare electronice, la puncte de desfacere (POS) și în cadrul unor evenimente publice, la standuri de informare cu broșuri privind produsele care poartă eticheta de calitate sau eticheta ecologică, în pliante informative, ca parte a degustării de produse în cadrul

⁽²⁶⁾ AMA-Gütesiegel Richtlinie Frischfleisch din aprilie 1999, Richtlinien Frischfleisch din aprilie 1997, Richtlinien Frischfleisch din aprilie 1997 (Anpassung entsprechend Beiratsbeschluss vom 22.1.1998), Richtlinien Frischfleisch vom Februar 1996, Richtlinien diverse Lebensmittel.

⁽²⁷⁾ Din februarie 1997.

⁽²⁸⁾ Potrivit autorităților austriece, acest formular a fost folosit până la 31 decembrie 2000.

târgurilor și al altor ocazii publice, precum și prin alte mijloace de a atrage atenția consumatorilor, de exemplu autocolante de podea (plasate în supermarketuri) cu simboluri și informații legate de eticheta de calitate și eticheta ecologică. Campaniile s-au concentrat asupra unor grupuri diferite de produse la un anumit moment în funcție de situația locală și cea a pieței.

- (78) Conform informațiilor furnizate de autoritățile austriece în legătură cu măsura NN 34A/2000, materialele sau activitățile publicitare la POS și în cadrul unor evenimente publice pentru perioada 2002-2008 nu au făcut referire la niciun producător și la nicio marcă. În schimb, acestea au conținut doar informații privind cerințele de calitate a produsului și controalele calității legate de eticheta de calitate, astfel încât consumatorii să poată recunoaște calitatea specială a produselor care poartă eticheta respectivă. Sprijinul pentru activități la POS a fost disponibil tuturor întreprinderilor interesate care au dorit să organizeze astfel de campanii în spațiile lor. Întreprinderile interesate nu au primit ele înseși niciun ajutor direct în cadrul schemei de ajutoare notificate.
- (79) În plus, conform autorităților austriece, originea produsului, acolo unde a fost menționată, trebuia să fie mesajul secundar în materialul publicitar subvenționat. Autoritățile austriece au prezentat exemple reprezentative de publicitate scrisă și audiovizuală cu scopul de a ilustra modul în care a fost concepută publicitatea pentru a se asigura că mesajul privind originea rămâne întotdeauna secundar.
- (80) Pe baza informațiilor legate de măsura NN 34A/2000, se pare că o parte dintre măsurile privind eticheta ecologică vizează activități de promovare cofinanțate de UE.

4.1.2. MĂSURI GENERICE DE PUBLICITATE

- (81) Informațiile furnizate în rapoartele anuale pentru perioada 1995-1999 arată că astfel de campanii publicitare au vizat laptele și produsele lactate, carnea și produsele din carne, ouăle, fructele, legumele și cartofii, precum și produse prelucrate pe baza acestor materii prime și flori.
- (82) Campaniile publicitare au constat în materiale publicitare în presă și în media electronică și în promovarea vânzărilor la punctele de desfacere (POS), la târguri și evenimente publice. Pentru promovarea vânzărilor s-au utilizat standuri de informare cu mostre de produse și broșuri privitoare la produsele pentru care s-a făcut publicitate, precum și alte metode de a atrage atenția consumatorilor, de exemplu testarea produsului, concursuri cu premii (Gewinnspiele), precum și postere, steaguri și autocolante de podea cu informații privind produsele pentru care s-a făcut publicitate. În plus, au fost realizate diverse materiale tipărite și de alt tip în vederea promovării a diferite produse sau grupuri de produse. Astfel de materiale includ pliante informative, reviste, cărți de gătit, haine imprimate și cadouri promoționale.

Campanii concrete desfășurate în cadrul schemei

- (83) În exemplele de publicitate din perioada vizată disponibile Comisiei, originea produsului apare în scris și în simboluri nu doar pe eticheta de calitate, ci și în alte părți ale materialului publicitar.
- (84) Iată câteva exemple din raportul anual pentru 1995 și mostrele transmise Comisiei de Austria:

— O campanie din 1995 s-a referit la „Geflügel aus Österreich”. Principalul câmp vizual al logoului prezintă steagul austriac.

— O campanie publicitară din 1995 a fost realizată cu titlul de „Apetit pentru Austria” („Appetit auf Österreich”). Principalul câmp vizual al logoului (cu cuvântul „Österreich”) a folosit steagul austriac ca fond. În partea descriptivă a mesajului publicitar, s-a făcut o trimitere clară la originea produsului „Produse alimentare din Austria – de ce?” („Lebensmittel aus Österreich – warum?”).

— În 1995, s-a realizat o campanie de promovare a ouălor din Austria sub numele „Ouă de calitate proaspete din Austria” („Qualitätseiher frisch aus Österreich”).

— Un material publicitar despre căpșuni transmis Comisiei a fost realizat cu logoul „Fruct din Austria” („Obst aus Österreich”).

- O campanie pentru carnea de vițel a fost realizată cu motto-ul „Carne de vită austriacă – savurați fiecare bucată” („Österreichisches Rindfleisch, jedes Stück ein Gustostück”).
- O campanie pentru carne de porc a fost realizată sub motto-ul „Carne de porc din Austria – știi ce mănânci” („Schweinefleisch aus Österreich, da weiß man was man isst”).
- O campanie pentru brânză a fost realizată sub motto-ul „Typisch Österreich, Käse mit Charakter”.
- (85) Raportul anual din **1996** rezumă misiunea AMA după cum urmează: „să-i convingă pe consumatorii autohtoni, în pofida diversității aflate în creștere a produselor alimentare europene, cu privire la beneficiile produselor austriece” („die einheimischen Konsumenten, trotz der zunehmenden Vielfalt des europäisch werdender Lebensmittelangebots, von den Vorzügen österreichischer Produkte zu überzeugen”) ⁽²⁹⁾. Apoi continuă: „Cultivarea unei” preferințe pentru Austria „constituie o contribuție majoră la menținerea cotei de piață pentru produsele noastre agricole”. („Diese Kultivierung der” Präferenz für Österreich „ist ein wesentlicher Beitrag zur Marktanteilsicherung für unsere Agrarprodukte”). În același raport se precizează că, datorită succesului înregistrat în urma cooperării dintre AMA Marketing și producătorii naționali, producătorii străini de lapte și unt au pătruns cu greu pe piața austriacă ⁽³⁰⁾.
- (86) Capitolul final al raportului, intitulat „Patriotismul valorizat de comerț și de consumator” („Patriotismus bei Handel und Konsument gefragt”), precizează că s-a păstrat o cotă de piață ridicată a produselor naționale în comparație cu concurența altor produse UE ⁽³¹⁾. Raportul precizează numele societăților (distribuitori) implicate ⁽³²⁾ în campanie și subliniază faptul că utilizarea logoului roșu-alb-roșu a fost combinată cu sublinierea avantajelor produselor alimentare austriece pentru consumatori.
- (87) Privitor la campaniile și acțiunile desfășurate în anul 1996, sunt oferite următoarele exemple:
- (a) Raportul face referire la campania „Untul nostru este de neînlocuit” („Unsere Butter kann durch nichts ersetzt werden”) ⁽³³⁾.
- (b) Alte exemple citate în raportul anual se referă la carnea autohtonă: „Cea mai bună rețetă a Austriei” („Österreichs bestes Rezept”), „Carne de vită și de vițel din Austria” („Rindfleisch aus Österreich”) ⁽³⁴⁾. Acoperirea materialelor distribuite pare să fi fost semnificativă. Raportul anual face referire la 400 000 de exemplare tipărite pentru broșura „Carne de vițel din Austria” („Kalbfleisch aus Österreich”) și 800 000 de exemplare pentru broșura „Totul despre carne” („Alles über Fleisch”) ⁽³⁵⁾.
- (88) De asemenea, raportul menționează campanii fără referiri la originea produselor, de exemplu „Milch – energie albă” ⁽³⁶⁾ sau campania desfășurată în școli sub sloganul „Mărul imbatabil” („Der unbesiegbare Apfel”) ⁽³⁷⁾. Aceasta din urmă nu conține nicio referire la mărci comerciale sau la originea produsului, ci doar la caracteristicile generice ale fructului (substanțe nutritive, energie, vitamine și minerale etc.).
- (89) Raportul anual din anul **1997** menționează că măsurile AMA au reușit să „ridice bariere în calea pătrunderii altor produse din UE” și citează cazul iaurtului, pentru care producătorii naționali au redobândit o cotă de piață de 15 % de la producătorii străini ⁽³⁸⁾.
- (90) Pentru anul **1999**, în unele exemple de publicitate, materialul publicitar face referire la anumite firme (de exemplu, un material publicitar tipărit despre brânza austriacă face referire la producătorul de brânză [.....] ⁽³⁹⁾, iar reclama la ouăle austriece se referă la societatea distribuitoare din sectorul alimentar [.....] ⁽⁴⁰⁾).
- (91) În materialul publicitar pentru iaurtul cu eticheta de calitate AMA, a fost afișat următorul text: „Iaurt din Austria” ⁽⁴¹⁾.

⁽²⁹⁾ Raport de activitate AMA (Tätigkeitsbericht) 1996, pagina 3.

⁽³⁰⁾ Raport de activitate AMA (Tätigkeitsbericht) 1996, pagina 12.

⁽³¹⁾ Raport de activitate AMA (Tätigkeitsbericht) 1996, pagina 35.

⁽³²⁾ [.....] – sub incidența obligației de păstrare a secretului profesional.

⁽³³⁾ Raport de activitate AMA (Tätigkeitsbericht) 1996, pagina 15.

⁽³⁴⁾ Ambele exemple sunt citate în raportul de activitate AMA (Tätigkeitsbericht) 1996, pagina 17.

⁽³⁵⁾ Raport de activitate AMA (Tätigkeitsbericht) 1996, pagina 19.

⁽³⁶⁾ Raport de activitate AMA (Tätigkeitsbericht) 1996, pagina 13.

⁽³⁷⁾ Raport de activitate AMA (Tätigkeitsbericht) 1996, pagina 26.

⁽³⁸⁾ Raport de activitate AMA (Tätigkeitsbericht) 1997, pagina 3. „Die österreichische Naturqualität hat sich mit der Unterstützung der AMA auch 1997 am Heimmarkt eine Position gesichert, mit der es gelungen ist, Eintrittsbarrieren gegenüber EU-Anbietern aufzubauen und gleichzeitig den heimischen Produkten Unverwechselbarkeit zu garantieren. Dass der «Geschmack der Natur» am Heimmarkt sogar Marktanteile zurückgewonnen hat, ist im Marktsegment Fruchtojoghurt klar abzulesen. So konnten 1997 von den heimischen Herstellern 15 % Marktanteil von ausländischen Anbietern zurückgewonnen werden.”

⁽³⁹⁾ Sub incidența obligației de păstrare a secretului profesional.

⁽⁴⁰⁾ Ibid.

⁽⁴¹⁾ Acest exemplu de publicitate poate fi găsit la pagina 10 din raportul de activitate AMA (Tätigkeitsbericht) 1999.

- (92) Rapoartele anuale pentru anii 1997, 1998 și 1999 conțin campanii și sloganuri similare celor descrise mai sus.
- (93) Rapoartele anuale pentru anii **2000** și **2001** fac referire la campanii precum:
- (a) publicitate pentru lapte („Frische Milch hat's in sich”) ⁽⁴²⁾;
 - (b) o campanie de distribuire a laptelui în școli ⁽⁴³⁾;
 - (c) campania Tineret 2000 (Jugend 2000) ⁽⁴⁴⁾;
 - (d) o broșură pentru generația 50+ ⁽⁴⁵⁾.

4.1.3. MĂSURI DE PUBLICITATE ÎN AFARA AUSTRIEI

- (94) Scopul măsurilor de publicitate a fost de a-i informa pe consumatori și profesioniști cu privire la ofertele de produse din Austria – gustul și întrebuințarea culinară a acestora – și de a-i încuraja să încerce (pentru prima dată) astfel de produse.
- (95) Campaniile publicitare au constat în materiale publicitare care au apărut în mass-media, în broșuri și pliante, în cadouri promoționale, în degustări de produse și în e-mailuri trimise direct consumatorilor.
- (96) Publicitatea pentru produsele austriece a fost realizată, de asemenea, în contextul săptămânilor dedicate gastronomiei austriece și al târgurilor internaționale din statele membre ale UE, în afara Austriei.
- (97) Potrivit autorităților austriece, taxele pentru perioada 2002-2008 menționate mai sus nu au avut niciun efect discriminator în sensul articolului 90 din Tratatul CE (în prezent articolul 110 din TFUE). În special, acestea afirmă că nu există nicio indicație că produsele de origine austriacă comercializate în afara Austriei nu au putut beneficia de măsură în aceeași măsură ca produsele comercializate în Austria.

4.2. AJUTORUL DE STAT PENTRU PRODUSE DE CALITATE

- (98) În ceea ce privește eticheta de calitate și eticheta ecologică AMA, ajutorul a fost acordat pentru dezvoltarea sistemelor de asigurare a calității (studiile privind îmbunătățirea calității producției în general, elaborarea și distribuirea de documente de asigurare a calității, dezvoltarea de sisteme informatice aferente în cadrul AMA Marketing), pentru controale ale calității și controale pentru produse ecologice (controale la fața locului efectuate de organisme externe și analize de laborator). Toate controalele de rutină ale calității au fost plătite chiar de către titularii licențelor.
- (99) În plus, o măsură constând în introducerea unui sistem de asigurare a calității ISO 9002 figurează în rapoartele anuale pentru perioada 1995-1999.

4.3. MĂSURI DE SPRIJIN TEHNIC

4.3.1. SPRIJIN TEHNIC PENTRU ETICHETA DE CALITATE ȘI CEA ECOLOGICĂ

- (100) S-au acordat ajutoare pentru proiecte de informare generală, activități de relații cu publicul în vederea difuzării de cunoștințe generale privitoare la etichete și pentru concursuri organizate în scopul de a promova etichetele de calitate (Gewinnspiele).

⁽⁴²⁾ Raportul de activitate AMA (Tätigkeitsbericht) 2000, pagina 9.

⁽⁴³⁾ Raportul de activitate AMA (Tätigkeitsbericht) 2000, pagina 10.

⁽⁴⁴⁾ Raportul de activitate AMA (Tätigkeitsbericht) 2000, pagina 11.

⁽⁴⁵⁾ Raportul de activitate AMA (Tätigkeitsbericht) 2000, pagina 12.

- (101) Au fost eligibile costurile generate de organizarea unor reuniuni de informare și de realizare de pliante, cataloage, buletine informative și contribuții online.
- (102) Scopul a fost de a le oferi consumatorilor informații factice privind programul AMA referitor la eticheta de calitate și la cea ecologică în general, cum ar fi orientarea către calitate a programului privind eticheta de calitate, conținutul etichetelor și sistemele de control.
- (103) Conform informațiilor furnizate de autoritățile austriece, măsurile de mai sus nu au vizat grupuri specifice de produse și nici nu i-au determinat pe consumatori să cumpere un anumit produs.

4.3.2. SPRIJIN TEHNIC PENTRU INFORMAȚII GENERICHE PRIVIND PRODUSELE, INCLUSIV CERCETAREA DE PIAȚĂ

- (104) Conform rapoartelor anuale, în perioada 1995-1999, s-a acordat ajutor pentru informații generale și activități de relații cu publicul, organizarea de și participarea la târguri, precum și cercetare de piață.
- (105) Activitățile de informare generală și de relații cu publicul pentru care s-a acordat ajutor au vizat prezentarea caracteristicilor generice ale produselor alimentare și s-au concentrat asupra preocupărilor de interes general, cum ar fi furnizarea de recomandări și informații în cazul unui scandal alimentar. Activitățile de relații cu publicul au inclus, de asemenea, îmbunătățirea bazei de comunicare în mass-media și au utilizat canale precum comunicate de presă, conferințe de presă, serviciu de presă, buletine informative, zile ale porților deschise și activități de lobby.
- (106) De asemenea, s-a acordat ajutor pentru organizarea de evenimente precum concursuri, conferințe, seminare și ateliere în Austria și pentru participarea la acestea, precum și la „săptămânile austriece” și la târguri în alte state membre ale UE.
- (107) S-a acordat ajutor pentru cercetarea de piață pentru pregătirea de studii privind date generale legate de piața alimentară, dezvoltarea piețelor, comportamentul consumatorilor, tendințele și analizele vânzărilor produselor agricole relevante.

5. INTENSITĂȚILE AJUTORULUI

- (108) Ajutorul a acoperit 100 % din costurile eligibile ale măsurilor de marketing ale AMA.
- (109) Conform informațiilor furnizate de autoritățile austriece, ajutorul pentru produse de calitate și pentru sprijinul tehnic legat de eticheta de calitate și de eticheta ecologică nu a depășit niciodată 100 000 EUR per beneficiar pe o perioadă de trei ani.
- (110) În ceea ce privește măsurile de control privitoare la utilizarea etichetei de calitate, autoritățile austriece au confirmat faptul că ajutorul a fost eliminat în 2009.

6. EVALUAREA AJUTORULUI

6.1. PREZENȚA AJUTORULUI

- (111) Articolul 107 alineatul (1) din TFUE de interdicere a ajutoarelor de stat se aplică dacă un ajutor este acordat de un stat membru sau prin intermediul resurselor de stat, sub orice formă care denaturează sau amenință să denatureze concurența prin favorizarea anumitor întreprinderi sau a producerii anumitor bunuri, în măsura în care acestea afectează schimburile comerciale dintre statele membre.

6.1.1. AJUTOARE ACORDATE DE STAT SAU PRIN INTERMEDIUL RESURSELOR DE STAT

- (112) În ceea ce privește clasificarea fondurilor ca resurse de stat, nu este necesară nicio distincție între cazurile în care ajutorul este plătit direct de stat și cazurile în care acesta este plătit de organisme publice sau private desemnate sau stabilite de stat în acest scop ⁽⁴⁶⁾.

⁽⁴⁶⁾ Hotărârea din 13 martie 2001 în Cauza C-379/98, Preussen Elektra ECLI:EU:C:2001:160, punctul 58 și Hotărârea din 20 noiembrie 2003 în Cauza C-126/01, GEMO ECLI:EU:C:2003:622, punctul 23.

- (113) Comisia menționează că, în cazul de față, ajutorul nu este acordat direct de stat, ci de AMA, un organism intermediar instituit prin lege și controlat de stat (a se vedea considerentul 49). AMA administrează și deține în totalitate AMA Marketing, fapt pe baza căruia se poate presupune că exercită o influență decisivă asupra acesteia din urmă. În scopul prezentei secțiuni, AMA și AMA Marketing vor fi evaluate, prin urmare, împreună. În consecință, trebuie să se analizeze dacă taxele colectate de AMA pot fi considerate resurse de stat imputabile statului.
- (114) AMA și AMA Marketing au fost instituite prin lege. Statul stabilește obiectivele acestor organisme (articolul 2 din Legea AMA), structura lor administrativă (articolele 4-17 din Legea AMA), precum și alcătuirea consiliului de administrație (a se vedea, de asemenea, considerentul 118). Prin urmare, aceste organisme sunt controlate de stat. Activitățile lor de marketing sunt finanțate prin taxe parafiscale (a se vedea considerentele 49 și 53) ⁽⁴⁷⁾. Legea AMA [articolul 21a alineatul (1)] stabilește utilizarea taxelor colectate. AMA intră sub incidența controlului efectuat de instituții ale statului, cum ar fi Curtea de Conturi din Austria ⁽⁴⁸⁾. De asemenea, articolul 29 din Legea AMA stipulează că, atunci când se efectuează proceduri administrative, AMA aplică Legea generală a procedurii administrative (allgemeines Verwaltungsverfahrensgesetz).
- (115) Deciziile AMA pot fi contestate în fața Bundesverwaltungsgericht (Tribunalul Administrativ Federal) ⁽⁴⁹⁾. Conform versiunii din 2004 a Legii AMA, deciziile AMA pot fi contestate la Ministerul Agriculturii și Silviculturii.
- (116) Colectarea contribuției în temeiul Legii AMA este o competență a AMA. AMA are competența de a inspecta unități sau zone agricole și de a solicita rapoarte sau dovezi din partea întreprinderilor responsabile pentru plata taxei ⁽⁵⁰⁾. Încălțările Legii AMA se pedepsesc de către autoritatea administrativă regională (Bezirksverwaltungsbehörde) cu o amendă de până la 3 630 EUR ⁽⁵¹⁾. Tentativa de a eluda regulile AMA este, de asemenea, incriminată. Dacă amenda nu poate fi percepută, se poate impune o pedeapsă cu închisoarea de până la șase săptămâni ⁽⁵²⁾.
- (117) Autoritățile austriece au precizat faptul că scopul, domeniul de aplicare și nivelul maxim al taxei sunt stabilite prin Legea AMA ⁽⁵³⁾. Nivelul concret al taxei este stabilit de consiliul de administrație al AMA (Verwaltungsrat der Agrarmarkt Austria). Consiliul de administrație stabilește nivelul concret al taxei pe baza situației pieței a fiecărui produs în cauză, a evoluției vânzărilor, a situației veniturilor provenite din produsele naționale în Austria și în afara țării, precum și pe baza necesității și oportunității punerii în aplicare a măsurilor de marketing ⁽⁵⁴⁾.
- (118) Consiliul de administrație al AMA este alcătuit din 4 membri reprezentând Camera de Agricultură (Landwirtschaftskammer Österreich), Camera Federală de Muncă (Bundesarbeitskammer), Camera de Economie (Wirtschaftskammer Österreich) și Federația Austriacă a Sindicatelor (Österreichischer Gewerkschaftsbund) ⁽⁵⁵⁾.
- (119) În cadrul deciziei de inițiere a procedurii, Comisia a verificat aplicarea jurisprudenței *Pearle* în cazul de față. La 15 iulie 2004, Curtea de Justiție a indicat în hotărârea sa în Cauza *Pearle* ⁽⁵⁶⁾ că acele contribuții obligatorii percepute de un organism intermediar de la toate întreprinderilor dintr-un sector comercial pot fi considerate a nu constitui resurse de stat atunci când sunt îndeplinite următoarele patru condiții cumulative:
- măsura respectivă este adoptată de o organizație profesională care reprezintă întreprinderile și angajații unui sector comercial și nu este utilizată ca instrument pentru punerea în aplicare a unei politici adoptate de stat;
 - obiectivele astfel adoptate sunt finanțate integral prin contribuții ale întreprinderilor din sector;
 - metoda de finanțare și procentul/cuantumul contribuțiilor sunt adoptate în cadrul organizației profesionale a sectorului comercial de către reprezentanții angajatorilor și ai angajaților, fără nicio intervenție a statului;
 - contribuțiile trebuie folosite pentru a finanța măsura fără posibilitatea ca statul să intervină.

⁽⁴⁷⁾ Comunicarea din 14 septembrie 2012.

⁽⁴⁸⁾ *Ibid.*

⁽⁴⁹⁾ Articolul 21i din Legea AMA.

⁽⁵⁰⁾ Articolul 21k din Legea AMA.

⁽⁵¹⁾ Articolul 21l din Legea AMA.

⁽⁵²⁾ Articolul 21l alineatul (2) din Legea AMA.

⁽⁵³⁾ Articolul 21a alineatul (1), articolul 21c și, respectiv, articolul 21d.

⁽⁵⁴⁾ A se vedea nota de subsol 47.

⁽⁵⁵⁾ Articolul 11 alineatul (1) din Legea AMA.

⁽⁵⁶⁾ Hotărârea Curții din 15 iulie 2004 în Cauza C-345/02, *Pearle*, ECLI:EU:C:2004:448, punctele 35-38.

- (120) Pe baza informațiilor disponibile, Comisia consideră că schema nu îndeplinește toate aceste condiții.
- (121) Privitor la prima condiție, trebuie să se noteze că finanțarea măsurilor de marketing nu este administrată de o organizație profesională care reprezintă sectorul, ci de AMA Marketing, un organism public instituit și controlat de stat (a se vedea considerentul 49 și articolul 3 din Legea AMA).
- (122) Privitor la cea de-a treia condiție, taxa și cuantumul maxim al contribuțiilor sunt impuse prin mijloace juridice (și anume prin Legea AMA), fiind colectate de un organism controlat de stat și nu de o organizație profesională a unui sector comercial. În plus, în temeiul Legii AMA, taxa este obligatorie (a se vedea considerentul 53). Aceste elemente demonstrează intervenția statului în ceea ce privește metoda de finanțare a ajutorului.
- (123) Prin urmare, Comisia consideră că, în cazul de față, nu sunt îndeplinite condițiile în baza cărora contribuțiile analizate în hotărârea Curții de Justiție în Cauza Pearle au fost considerate a nu constitui resurse de stat.
- (124) La 30 mai 2013, în Cauza *Doux Élevage*, Curtea de Justiție a răspuns la o cerere pentru pronunțarea unei decizii preliminare privind interpretarea conceptului de resurse de stat ⁽⁵⁷⁾.
- (125) În hotărârea sa, Curtea a concluzionat că decizia unei autorități naționale prin care se prelungește, pentru toți cei care își desfășoară activitatea în sectorul agricol, o înțelegere care, în cadrul unei organizații interprofesionale recunoscute de autoritatea națională, introduce o contribuție cu scopul de a face posibilă punerea în aplicare a măsurilor privind comunicarea, promovarea, relațiile externe, asigurarea calității, cercetarea și apărarea intereselor sectorului în cauză, și care face astfel datoria de a plăti contribuția general aplicabilă, nu constituie ajutor de stat.
- (126) În hotărârea sa, Curtea a apreciat că respectivele contribuții proveneau de la operatori economici privați care desfășoară o activitate pe piețele în cauză, ceea ce înseamnă că mecanismul respectiv nu a implicat niciun transfer direct sau indirect de resurse de stat. Aceste fonduri create prin încasări nu au tranzitat bugetul statului sau o altă entitate publică, iar statul nu a renunțat la nicio resursă, sub nicio formă (cum ar fi impozite, taxe, contribuții etc.), care, conform legislației naționale, ar fi trebuit plătite la bugetul statului.
- (127) Spre deosebire de această cauză, cazul de față nu implică contribuțiile (voluntare) stabilite la nivel colectiv de o organizație interprofesională. Astfel cum s-a arătat în considerentul 53 de mai sus, întreprinderile din industria agroalimentară austriacă plătesc taxe obligatorii stabilite prin Legea AMA. Prin urmare, taxele nu sunt de natură privată, ci sunt prevăzute de stat prin intermediul unui act legislativ.
- (128) În plus, spre deosebire de Cauza *Doux Élevage*, AMA nu vizează contribuțiile introduse de organizații private. Astfel cum reiese din considerentele 49-54, contribuțiile sunt stabilite de stat și sunt administrate de AMA, un organism de drept public instituit prin Legea AMA și controlat de stat. AMA Marketing, o filială deținută integral de AMA, administrează schema.
- (129) În Cauza *Doux Élevage*, Curtea a considerat că aceste contribuții aflate în discuție și-au păstrat caracterul privat tot timpul, iar autoritățile naționale nu aveau de fapt permisiunea de a utiliza acele resurse în principal pentru a sprijini anumite întreprinderi. Dimpotrivă, organizațiile interprofesionale în cauză au fost cele care au hotărât întrebuințarea acelor resurse, iar resursele au fost dedicate, prin urmare, în întregime îndeplinirii obiectivelor stabilite de acele organizații. De asemenea, resursele în cauză nu s-au aflat permanent sub monitorizare publică și nu au fost puse la dispoziția autorităților statului.
- (130) Spre deosebire de Cauza *Doux Élevage*, în cazul de față obiectivele urmărite de AMA nu sunt stabilite de o organizație privată care decide cu privire la întrebuințarea acestor resurse, ci în actul legislativ care guvernează organismul public (și anume, Legea AMA, a se vedea considerentul 54).
- (131) În consecință, nu sunt îndeplinite condițiile cauzei *Doux Élevage* pentru a presupune existența unor resurse private.

⁽⁵⁷⁾ Hotărârea din 30 mai 2013 în Cauza C-677/11, *Doux Élevage SNC și Coopérative agricole GBP-ARREE/Ministère de l'Agriculture*, ECLI:EU:C:2013:348, punctele 32, 35 și 38.

- (132) Pe baza motivelor expuse mai sus, Comisia consideră că finanțarea măsurilor în cauză întreprinse de AMA poate fi atribuită statului, iar fondurile constituie astfel resurse de stat.

6.1.2. AVANTAJ SELECTIV

- (133) Conform jurisprudenței constante a Curții de Justiție, sunt considerate ajutoare măsurile care, sub orice formă, favorizează direct sau indirect anumite întreprinderi sau care trebuie să fie considerate un avantaj economic pe care întreprinderea beneficiară nu l-ar fi putut obține în condiții de piață normale ⁽⁵⁸⁾. În plus, sunt considerate ajutoare măsurile care, sub diverse forme, diminuează taxele care în mod normal sunt incluse în bugetul unei întreprinderi și care, astfel, fără a fi subvenții în sensul strict al cuvântului, sunt de aceeași natură și au efecte identice ⁽⁵⁹⁾. De asemenea, Curtea de Justiție a subliniat faptul că o măsură adoptată de autoritatea publică și care favorizează anumite întreprinderi sau produse nu pierde caracterul de avantaj gratuit prin prisma faptului că este finanțată integral sau parțial de contribuții impuse de autoritatea publică și percepute de la întreprinderile în cauză ⁽⁶⁰⁾.
- (134) De măsura în cauză beneficiază societățile care își desfășoară activitatea în sectorul producției, prelucrării și comercializării de produse agricole, inclusiv industria alimentară (a se vedea considerentul 46) prin intermediul publicității, al sprijinului pentru produse de calitate și al sprijinului tehnic.
- (135) În această privință, autoritățile austriece au fost invitate să furnizeze mai multe informații cu privire la sfera beneficiarilor, precum și la numărul beneficiarilor pentru fiecare măsură de marketing. În comunicarea din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au răspuns că nu este posibil să se identifice beneficiarii fiecărei măsuri, din moment ce nu doar producătorii și distribuitorii care au folosit logoul au beneficiat de schemă, ci și producătorii care nu au participat în mod direct la schemă și, prin urmare, sectorul ca atare. Austria a susținut că măsurile au crescut gradul de conștientizare în rândul consumatorilor în general, astfel încât chiar și producătorii care nu au participat la schemă au fost nevoiți să-și amelioreze calitatea produselor.
- (136) De asemenea, în decizia de inițiere a procedurii, Comisia a cerut Austriei să clarifice în ce măsură industria alimentară beneficiază de măsurile de marketing. Autoritățile austriece au folosit același argument ca mai sus (considerentul 135).
- (137) Conform jurisprudenței, ⁽⁶¹⁾ o măsură își menține caracterul selectiv chiar dacă se aplică unui sector întreg (dar nu și altor sectoare). Argumentele autorităților austriece, potrivit cărora măsura are un caracter general, trebuie să fie respinse.

6.1.3. DENATURAREA CONCURENȚEI ȘI EFECTUL ASUPRA COMERȚULUI

- (138) În conformitate cu jurisprudența Curții de Justiție, consolidarea poziției concurențiale a unei întreprinderi ca urmare a acordării unui ajutor de stat denaturează, în general, concurența în raport cu alte întreprinderi concurente care nu au beneficiat de acest ajutor ⁽⁶²⁾. Mai mult, ajutorul pentru o întreprindere care își desfășoară activitatea pe o piață deschisă comerțului în interiorul Uniunii este susceptibil să afecteze schimburile comerciale dintre statele membre ⁽⁶³⁾.
- (139) În perioada 1995-2008, a existat un comerț substanțial de produse agricole în interiorul Uniunii. De exemplu, în anul 2004, produse agricole din UE în valoare de aproximativ 183 de miliarde EUR (importuri) și, respectiv, aproximativ 187 de miliarde EUR (exporturi) au făcut obiectul schimburilor comerciale în interiorul Uniunii, reprezentând aproximativ 57 % din producția agricolă totală în valoare de 324 de miliarde EUR ⁽⁶⁴⁾.
- (140) Prin urmare, luând în considerare comerțul substanțial cu produse agricole din interiorul Uniunii în perioada relevantă, se poate considera că măsurile care fac obiectul prezentei decizii denaturează sau amenință să denatureze concurența și afectează schimburile comerciale dintre statele membre. Acest fapt este confirmat, de asemenea, de unele declarații proprii ale AMA din cadrul rapoartelor anuale aferente perioadei relevante (a se vedea considerentele 84-90 de mai sus), care demonstrează înțelegerea de către AMA a faptului că activitățile de marketing au putut promova producția națională în concurența cu producătorii din alte state membre.

⁽⁵⁸⁾ Hotărârea Curții în Cauza C-280/00, Altmark, ECLI:EU:C:2003:415, punctul 84.

⁽⁵⁹⁾ Hotărârea Curții în Cauza C-355/00, Freskot AE/Elliniko Dimosio, ECLI:EU:C:2003:298, punctul 83.

⁽⁶⁰⁾ Hotărârea Curții din 22 martie 1977 în Cauza 78/76, Steinike & Weinlig, ECLI:EU:C:1977:52, punctul 22.

⁽⁶¹⁾ Hotărârea Curții în Cauza C-75/97, Belgia/Comisia, ECLI:EU:C:1999:311, punctul 31.

⁽⁶²⁾ Hotărârea Curții în Cauza 730/79, Philip Morris Holland BV/Comisia, ECLI:EU:C:1980:209, punctele 11 și 12.

⁽⁶³⁾ A se vedea, în special, hotărârea Curții în Cauza 102/87, Republica Franceză/Comisia, ECLI:EU:C:1988:391.

⁽⁶⁴⁾ Sursa: Eurostat.

- (141) Prin prisma celor menționate anterior, condițiile de la articolul 107 alineatul (1) din TFUE sunt îndeplinite. Prin urmare, se poate concluziona că măsurile care fac obiectul prezentei decizii constituie ajutor de stat în sensul articolului respectiv.

6.2. COMPONENTA TEMPORALĂ A APLICĂRII DECIZIEI ȘI AJUTORUL EXISTENT

- (142) Măsurile de marketing nenotificate ale AMA în cadrul schemei de ajutoare NN 34/2000 și măsurile AMA vizate de decizia anulată NN 34A/2000 a Comisiei au făcut obiectul deciziei de inițiere a procedurii din 2012.
- (143) Luând în considerare că Legea AMA și dispozițiile sale de punere în aplicare au fost modificate în repetate rânduri, că au avut loc mai multe etape procedurale și că ajutorul constă în mai multe măsuri cu durată diferită, trebuie să se determine datele exacte de început și de final pentru punerea în aplicare a măsurilor și, astfel, componenta temporală a aplicării deciziei.
- (144) Conform informațiilor furnizate de autoritățile austriece, măsurile de marketing au fost instituite din 1994, și anume înainte de 1 ianuarie 1995, data la care Austria a aderat la Uniunea Europeană. Cu toate acestea, măsurile AMA nu au fost comunicate Comisiei de autoritățile austriece în conformitate cu articolul 143 sau 144 din Actul de aderare a Republicii Austria (a se vedea considerentul 34) și, prin urmare, nu pot fi considerate ajutor existent. În consecință, măsurile trebuie considerate ca fiind ajutor nou nenotificat începând cu data aderării, 1 ianuarie 1995, care, prin urmare, ar trebui să fie considerată data de început pentru acordarea ajutorului.
- (145) De asemenea, conform descrierii din considerentul 36, autoritățile austriece afirmă că, prin scrisoarea din 23 iunie 1997, au trimis un formular de notificare completat cu privire la măsurile de marketing ale AMA, la care Comisia nu a reacționat în cursul perioadei prevăzute de 2 luni ⁽⁶⁵⁾. În opinia lor, aceasta a constituit o notificare validă și, după perioada de 2 luni, ajutorul ar trebui considerat aprobat și, prin urmare, calificat ca ajutor existent. Aceași argumentație este utilizată în cadrul unui aviz juridic anexat la comunicarea de informații din 25 februarie 2015.
- (146) Comisia nu este de acord cu această argumentație. Din moment ce măsurile au fost puse deja în aplicare înainte de 1997, scrisoarea sus-menționată nu poate fi considerată o notificare validă a măsurilor în conformitate cu articolul 108 alineatul (3) din TFUE, prin urmare, ajutorul nu se califică drept ajutor existent. Conform hotărârii Lorenz, ajutorul poate fi considerat ajutor existent doar dacă nu fusese deja pus în aplicare atunci când măsura a fost notificată Comisiei; în caz de neaplicare în prealabil, ajutorul ar putea fi considerat ajutor existent doar dacă statul membru, în urma unei perioade de 2 luni, ar fi transmis Comisiei o informare prealabilă. Cu toate acestea, autoritățile austriece au pus în aplicare măsura înainte de notificarea oficială și nu au transmis Comisiei o informare prealabilă. Prin urmare, scrisoarea de mai sus din 23 iunie 1997 nu transformă măsura în cauză într-un ajutor existent în sensul articolului 108 alineatul (1) din TFUE.
- (147) Prin prisma informațiilor și a considerațiilor de mai sus, Comisia concluzionează cu privire la componenta temporală a aplicării deciziei că data de început a tuturor măsurilor de marketing ale AMA este 1 ianuarie 1995 (a se vedea considerentele 34 și 144).
- (148) În ceea ce privește data la care ia sfârșit punerea în aplicare, prin scrisoarea din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au confirmat că măsurile notificate ca schema de ajutoare N 239/2004 au legătură cu o parte dintre măsurile AMA investigate în cazul numărul NN 34/2000 [în urma unei modificări substanțiale a măsurilor pentru a se conforma normelor aplicabile (a se vedea considerentul 39)].
- (149) În aceeași scrisoare, autoritățile austriece au confirmat că, în perioada ulterioară anului 2002, AMA Marketing nu a pus în aplicare alte măsuri de ajutoare în afara celor vizate de NN 34A/2000 și N 239/2004 (și prelungirile ulterioare ⁽⁶⁶⁾).

⁽⁶⁵⁾ În conformitate cu articolul 1 litera (b) punctul (iii) coroborat cu articolul 4 alineatul (6) din Regulamentul (CE) nr. 659/1999 al Consiliului din 22 martie 1999 de stabilire a normelor de aplicare a articolului 93 din Tratatul CE (JO L 83, 27.3.1999, p. 1), în cazul în care Comisia nu a luat o decizie în termen de două luni de la notificare, statul membru în cauză poate pune în aplicare măsura după ce transmite Comisiei o informare prealabilă în acest sens, cu excepția cazului în care Comisia ia o decizie în termen de 15 zile lucrătoare de la această informare. Regulamentul (CE) nr. 659/1999 a intrat în vigoare în 1999 și, prin urmare, nu este aplicabil scrisorii în cauză, care datează din 1997. Cu toate acestea, dispozițiile de mai sus din Regulamentul (CE) nr. 659/1999 au fost concepute ca o codificare a așa-numitei jurisprudențe Lorenz (Hotărârea Curții în Cauza 120/73, Lorenz, ECLI:EU:C:1973:152, punctele 4-6), în temeiul căreia un ajutor este considerat aprobat și calificat ca ajutor existent dacă trec 2 luni de la notificare și de la informarea prealabilă fără nicio reacție din partea Comisiei.

⁽⁶⁶⁾ N 175/2006, N 589/2008 și N 496/2009.

- (150) Pe baza informațiilor furnizate de autoritățile austriece, rezultă că schema de ajutoare aprobată N 570/1998 nu se referă la măsurile de marketing ale AMA care fac obiectul prezentei decizii.
- (151) În ceea ce privește eticheta de calitate și eticheta ecologică AMA, data la care se încheie acordarea ajutorului a fost 31 decembrie 2008, cu excepția măsurilor de publicitate pentru eticheta ecologică, care s-au încheiat la 31 decembrie 2006 (a se vedea considerentele 15 și 19).
- (152) Celelalte măsuri de marketing ale AMA au fost aplicate până la 20 octombrie 2004, data la care a fost aprobată Decizia N 239/2004 (a se vedea capitolul 1.4 și considerentul 39 de mai sus). Prin urmare, domeniul de aplicare al prezentei decizii vizează perioada 1.1.1995-31.12.2008 pentru toate măsurile cu excepția măsurilor de publicitate privind eticheta ecologică pentru care perioada relevantă este 1.1.1995-31.12.2006 și a celorlalte măsuri de marketing pentru care perioada relevantă este 1.1.1995-20.10.2004.

7. ILEGALITATEA AJUTORULUI

- (153) În conformitate cu articolul 108 alineatul (3) din TFUE, Comisia trebuie să fie informată cu privire la toate planurile de acordare sau de modificare a unui ajutor. Conform articolului 1 litera (f) din Regulamentul (CE) nr. 659/1999, un nou ajutor, pus în aplicare cu încălcarea dispozițiilor articolului 108 alineatul (3) din TFUE, este ilegal. Obligația de a notifica un ajutor de stat este prevăzută la articolul 2 din regulamentul menționat.
- (154) Austria nu a informat Comisia, în temeiul articolului 108 alineatul (3) din TFUE, cu privire la dispozițiile de introducere a măsurilor și a taxei care le finanțează înainte de punerea în practică a acestora.
- (155) Astfel cum reiese din capitolul 6, măsurile puse în aplicare de Austria constituie ajutor de stat. Astfel cum este precizat în considerentul 34, măsurile de marketing au fost aplicate începând cu 1994, și anume înainte de 1 ianuarie 1995, data la care Austria a aderat la Uniunea Europeană. Cu toate acestea, măsurile AMA nu au fost niciodată comunicate Comisiei de autoritățile austriece în conformitate cu articolul 143 sau 144 din Actul de aderare a Republicii Austria. Prin urmare, ajutorul a constituit ajutor nou la momentul aderării, iar autoritățile austriece ar fi trebuit să-l notifice. În absența unei notificări adecvate, ajutorul este ilegal în temeiul dispozițiilor respective ale TFUE (a se vedea, de asemenea, în această privință considerentul 144).
- (156) În plus, conform descrierii din considerentele 9, 36 și 148, nici scrisoarea din 23 iunie 1997, nici cea din 19 decembrie 2002 nu pot fi considerate notificare validă a respectivului ajutor nou.

8. EVALUAREA COMPATIBILITĂȚII AJUTORULUI

8.1. REGULI PRIVIND ORIGINEA PRODUSELOR

- (157) Tribunalul a anulat Decizia NN 34A/2000 a Comisiei pe motiv că a existat o contradicție în cadrul Legii AMA din 1992. La articolul 21a referitor la scopul contribuției, s-a făcut o trimitere la produsele naționale. Mai exact, alineatul (1) se referea la obiectivul de „promovare și garantare a vânzării de produse agricole și forestiere naționale și a produselor derivate”⁽⁶⁷⁾. Alineatul (2) făcea referire la „promovarea altor măsuri de marketing (îndeosebi prestarea de servicii și cheltuielile aferente cu personalul)”.
- (158) Tribunalul a precizat că limitarea la produsele naționale de la articolul 21a alineatul (1) din Legea AMA din 1992 genera îndoiele cu privire la compatibilitatea ajutorului în cauză, care ar fi trebuit să determine Comisia să inițieze o procedură oficială de investigare⁽⁶⁸⁾.
- (159) Problema originii naționale a produsului este așadar un element care necesită o analiză detaliată.
- (160) Reclamanții au susținut că etichetele și măsurile subvenționate au fost disponibile doar pentru producătorii austrieci. Aceștia au afirmat că, în conformitate cu articolul 21a alineatul (1) din Legea AMA din 1992, doar produsele austriece urmau să beneficieze de măsuri de publicitate subvenționate.

⁽⁶⁷⁾ *Förderung und Sicherung des Absatzes von inländischen land- und forstwirtschaftlichen Erzeugnissen.*

⁽⁶⁸⁾ Cauza T-375/04 Scheucher-Fleisch GmbH și alții/Comisia Comunităților Europene, ECLI:EU:T:2009:445, punctele 86 și 87.

- (161) În această privință, autoritățile austriece au clarificat, prin intermediul scrisorii din 19 decembrie 2002, că eticheta de calitate și eticheta ecologică AMA au fost disponibile pentru toate produsele, indiferent de originea lor. Prin scrisoarea din 5 martie 2004, autoritățile austriece au transmis noile reguli interne, emise de AMA Marketing și autorizate de Ministerul Federal al Agriculturii, Silviculturii, Protecției Mediului și Resurselor Hidrologice din Austria (BMLFUW), care reglementează acordarea acestor etichete. Conform regulilor respective, etichetele puteau fi acordate tuturor produselor fie austriece, fie din alte state membre, care îndeplineau cerințele de calitate. În plus, autoritățile austriece s-au angajat să adapteze Legea AMA din 1992, care a fost modificată printr-un act legislativ cu efecte din iulie 2007. Începând cu data respectivă, articolul 21a alineatul (1) din Legea AMA nu a mai conținut nicio referire la produsele „naționale” ⁽⁶⁹⁾.
- (162) Prin urmare, în timp ce perioada de după 30 iunie 2007 nu prezintă probleme deosebite cu privire la originea produselor și la beneficiarii acestor etichete sau măsuri, este necesară o analiză mai detaliată pentru perioada de dinaintea acestei date. Având în vedere caracterul specific al diferitor măsuri conținute în această schemă și importanța diferită a referirii la originea națională, este necesară o analiză separată pentru fiecare măsură.
- (163) În ceea ce privește eticheta de calitate, începând cu ianuarie 2000, normele de punere în aplicare a Legii AMA (Regulativ zur Verwendung des AMA-Gütesiegels für Lebensmittel) nu au mai conținut nicio referire la produsele naționale, ci au vizat toate produsele, indiferent de proveniența lor. Articolul 23 privind declarația de origine se referă în mod explicit la o regiune (de exemplu, Tirol sau Bavaria) sau la o țară (de exemplu, Austria, Franța) ca fiind originea produsului, indicând prin aceasta că orice regiune/țară ar putea fi indicată ca fiind originea produselor. Afirmatia că eticheta de calitate era disponibilă doar pentru produse naționale (adică austriece) trebuie respinsă pentru perioada de după această dată.
- (164) În plus, toate dispozițiile privind originea produsului conțin următoarea definiție pentru „nativ/național” (heimisch): „În prezentele orientări, termenul” nativ/național „se referă la regiunea specificată ca fiind originea produsului” („Wird in diesen Richtlinien der Begriff „heimisch” verwendet, ist darunter die im Herkunftsanteil des Zeichens angeführte Region zu verstehen”). ⁽⁷⁰⁾ Din nou, acest lucru indică faptul că referirea la „produse naționale” folosită în actele de punere în aplicare nu se referă doar la produsele austriece și că oricare regiune ar putea fi utilizată ca origine.
- (165) O etichetă ecologică face referire în sine în primul rând la cerințele speciale de calitate ale unui produs. Etichetele respective din cadrul schemei aveau referința BIO ca mesaj principal și erau disponibile pentru toate produsele, indiferent de origine. Aceasta din urmă putea fi menționată doar ca mesaj secundar.
- (166) În ceea ce privește ajutorul pentru produsele de calitate, acesta a fost acordat pentru elaborarea unor sisteme de asigurare a calității, a unor controale ale calității și a unor controale pentru produse ecologice (considerentul 98). Nici astfel de măsuri nu sunt limitate în sine la produsele cu o anumită origine națională.
- (167) Ajutorul pentru publicitate generică nu generează probleme legate de originea produselor, din moment ce campaniile au făcut publicitate pentru sau referire la un produs în manieră pur generică, fără a face referire la origine.

8.2. NORME APLICABILE

- (168) În temeiul articolului 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE, ajutoarele care au în vedere facilitarea dezvoltării anumitor activități economice sau a anumitor regiuni economice pot fi considerate compatibile cu piața comună atunci când acestea nu afectează condițiile schimburilor comerciale într-o măsură care contravine interesului comun.
- (169) Conform Avizului Comisiei privind stabilirea normelor aplicabile pentru evaluarea ajutorului de stat ilegal ⁽⁷¹⁾, orice ajutor ilegal în sensul articolului 1 litera (f) din Regulamentul (CE) nr. 659/1999 trebuie evaluat în conformitate cu normele aplicabile la momentul în care a fost acordat ajutorul.
- (170) În perioada cuprinsă între 1 ianuarie 2000 și 31 decembrie 2006, au fost aplicate Orientările 2000-2006. Începând cu 1 ianuarie 2007, au fost aplicabile Orientările comunitare privind ajutoarele de stat în sectorul agricol și forestier 2007-2013 ⁽⁷²⁾ (denumite în continuare „Orientările 2007-2013”), conform punctului 194 din cadrul lor.

⁽⁶⁹⁾ BGBl. Teil I, Nr. 55/2007.

⁽⁷⁰⁾ Această referire se regăsește în toate articolele privind originea produselor din cadrul normelor care reglementează, începând cu 1995, logoul pentru carne proaspătă.

⁽⁷¹⁾ JO C 119, 22.5.2002, p. 22.

⁽⁷²⁾ JO C 319, 27.12.2006, p. 1.

- (171) În această privință, trebuie să se țină seama că, în conformitate cu punctul 196 din Orientările 2007-2013, statele membre au dispus de o perioadă de tranziție până la 31 decembrie 2007 pentru a alinia schemele de ajutoare existente la dispozițiile orientărilor. Definiția ajutorului existent este stipulată la articolul 1 litera (b) din Regulamentul (CE) nr. 659/1999. În conformitate cu articolul 1 litera (b) punctul (ii), care se aplică în speță, ajutorul existent înseamnă ajutor autorizat, adică scheme de ajutoare și ajutoare individuale care au fost autorizate de Comisie sau de Consiliu.
- (172) Schema de ajutoare NN 34A/2000 a fost aprobată, într-adevăr, de Comisie la 30 iunie 2004. Cu toate acestea, în septembrie 2004, decizia a fost contestată de către reclamanți în fața Tribunalului de Primă Instanță (în prezent Tribunalul), care a anulat decizia Comisiei prin hotărârea din 18 noiembrie 2009. Austria a introdus recurs împotriva hotărârii respective, iar Curtea de Justiție a respins recursul și a menținut hotărârea Tribunalului de Primă Instanță la 27 octombrie 2011.
- (173) Autoritățile austriece afirmă că schema respectivă a constituit ajutor existent și trebuia să fie evaluată în temeiul noilor Orientări 2007-2013 doar începând de la 1 ianuarie 2008. În cadrul comunicării din 14 septembrie 2012, Austria se referă, de asemenea, la principiul încrederii legitime și susține că decizia Comisiei a fost anulată abia în 2011.
- (174) Conform jurisprudenței ⁽⁷³⁾ privind încrederea legitimă, „atunci când a fost introdusă o acțiune în anulare, beneficiarul nu poate avea o astfel de certitudine, atâta vreme cât instanța comunitară nu s-a pronunțat în mod definitiv”. Prin urmare, încrederea legitimă nu poate fi invocată în cazul de față.
- (175) În consecință, schema de ajutoare NN 34A/2000 nu a putut fi clasificată ca ajutor existent în baza deciziei din 30 iunie 2004 a Comisiei și, din acest motiv, nu se aplică perioada de tranziție menționată la punctul 196 din Orientările 2007-2013. Schema de ajutoare ar fi trebuit să fie aliniată la Orientările 2007-2013 începând cu 1 ianuarie 2007.

8.3. AJUTOR PENTRU MĂSURI DE PUBLICITATE

- (176) În ceea ce privește măsurile de publicitate, compatibilitatea ajutorului acordat în perioada 1.1.1995-31.12.2001 trebuie evaluată prin prisma Comunicării Comisiei privind implicarea statului în promovarea produselor agricole și pescărești ⁽⁷⁴⁾ (denumită în continuare „Comunicarea din 1986”) și a Cadrului pentru ajutoare naționale pentru publicitatea produselor agricole și a unor produse neincluse în anexa II la Tratatul CEE, cu excepția produselor pescărești ⁽⁷⁵⁾ (denumit în continuare „Cadrul pentru publicitate din 1987”).
- (177) Ajutorul acordat începând cu 1 ianuarie 2002 trebuie să fie evaluat prin prisma Orientărilor comunitare privind ajutorul de stat pentru publicitatea produselor enumerate în anexa I la Tratatul CE și a unor produse care nu se regăsesc în această anexă (denumite în continuare „Orientările din 2001 privind publicitatea”) ⁽⁷⁶⁾.
- (178) Atunci când se evaluează ajutorul de stat pentru publicitatea produselor agricole acordat după 1 ianuarie 2007, Comisia aplică secțiunea VI.D din Orientările 2007-2013.

8.3.1. DOMENIUL DE APLICARE AL PUBLICITĂȚII

- (179) Cadrul pentru publicitate din 1987 se aplică publicității, definită ca orice operațiune care utilizează mijloacele de comunicare (cum ar fi presa, radioul, televiziunea sau afișele) cu scopul de a-i determina pe consumatori să cumpere produsul relevant. Acesta exclude din domeniul său de aplicare *operațiunile de promovare în sens mai larg*, precum difuzarea către publicul larg a cunoștințelor științifice, organizarea de târguri sau expoziții, participarea în cadrul acestora și al altor exerciții similare de relații cu publicul, inclusiv sondaje și cercetare de piață ⁽⁷⁷⁾.

⁽⁷³⁾ C-199/06 CELF/SIDE, ECLI:EU:C:2008:79, punctul 68.

⁽⁷⁴⁾ JO C 272, 28.10.1986, p. 3.

⁽⁷⁵⁾ JO C 302, 12.11.1987, p. 6.

⁽⁷⁶⁾ JO C 252, 12.9.2001, p. 5.

⁽⁷⁷⁾ Punctul 1.1 din Cadrul pentru publicitate din 1987.

- (180) Domeniul de aplicare al Orientărilor din 2001 privind publicitatea este în principiu același cu cel al Cadrului pentru publicitate din 1987 descris mai sus, însă cu unele diferențe. Prima modificare considerabilă se referă la faptul că operatorii economici au fost adăugați ca potențiali destinatari ai publicității ⁽⁷⁸⁾. A doua modificare vizează faptul că definiția publicității a fost extinsă pentru a cuprinde activitățile de publicitate (precum distribuirea de materiale în acest scop) care-i vizează pe consumatori la punctul de desfacere ⁽⁷⁹⁾.
- (181) Domeniul de aplicare al secțiunii IV.D din Orientările 2007-2013 este identic cu cel al Orientărilor din 2001 privind publicitatea ⁽⁸⁰⁾.
- (182) Atât Cadrul pentru publicitate din 1987, cât și Orientările din 2001 privind publicitatea se aplică activităților de publicitate, dar nu și activităților de promovare. Ajutorul pentru ultima categorie este clasificat ca ajutor tehnic pentru care se aplică norme specifice.
- (183) În cazul de față, ajutorul a fost acordat în vederea campaniilor publicitare care au folosit diverse mijloace de comunicare, precum și alte mijloace de publicitate. Campaniile publicitare au vizat:
- eticheta ecologică și pe cea de calitate;
 - produsele generice; și
 - publicitatea în afara Austriei.
- (184) Pe baza informațiilor furnizate de autoritățile austriece, se poate concluziona că scopul măsurilor a fost de a-i convinge pe consumatori să cumpere produsul relevant (a se vedea considerentele 75 și 94). Prin urmare, măsurile de mai sus intră în domeniul de aplicare al publicității și trebuie analizate având în vedere normele aplicabile.

8.3.2. AJUTORUL PENTRU PUBLICITATE ÎN PERIOADA 1.1.1995-31.12.2001

Condiții de compatibilitate:

- (185) Compatibilitatea ajutorului acordat înainte de 1 ianuarie 2002 trebuie evaluată prin prisma Comunicării din 1986 și a Cadrului pentru publicitate din 1987 (considerentul 176).

Condiții generale

- (186) Punctul 2.2 din Cadrul pentru publicitate din 1987 interzice ajutorul pentru publicitate legată de anumite firme.
- (187) Punctul 3 stipulează condiția ca publicitatea să vizeze cel puțin una dintre următoarele categorii (**criterii pozitive**):
- produse agricole excedentare;
 - produse noi sau produse de înlocuire care nu sunt încă excedentare;
 - dezvoltarea anumitor regiuni;
 - dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii; sau
 - publicitatea pentru produse de înaltă calitate și pentru produse sănătoase.
- (188) În final, conform punctului 4 din Cadrul pentru publicitate din 1987, ajutorul acordat în temeiul cadrului sus-menționat nu trebuie să depășească suma cu care sectorul însuși s-a angajat într-o anumită campanie publicitară, ceea ce înseamnă că o intensitate maximă a ajutorului de 100 % poate fi permisă doar dacă sectorul comercial

⁽⁷⁸⁾ Punctul 5 litera (b) din Orientările din 2001 privind publicitatea.

⁽⁷⁹⁾ Punctul 7 din Orientările din 2001 privind publicitatea.

⁽⁸⁰⁾ Punctul 152 litera (a) din Orientările 2007-2013.

a contribuit cu cel puțin 50 % din cost fie prin contribuții voluntare, fie prin colectarea de taxe parafiscale sau de contribuții obligatorii. În consecință, este permisă o intensitate maximă a ajutorului de 100 %.

Încălcarea articolului 30 din CEE

- (189) Atât punctul 2 din Comunicarea din 1986, cât și punctul 2.1 din Cadrul pentru publicitate din 1987 ⁽⁸¹⁾ subliniază faptul că ajutorul pentru publicitate nu poate fi considerat compatibil cu piața comună dacă materialul de promovare încalcă articolul 30 din Tratatul CEE (în prezent articolul 34 din TFUE).
- (190) În conformitate cu punctul 2.1 din Comunicarea din 1986, campaniile generice de promovare care nu fac nicio referire la originea produsului, campaniile promoționale care vizează exporturile și sunt organizate în alte state membre, precum și campaniile de pe piața internă care promovează calități specifice sau varietăți ale produselor care nu fac nicio referire la originea națională a produsului în afara celor care pot fi evidente din referirile la calitățile sau varietățile în cauză sau la denumirea obișnuită a produsului nu încalcă articolul 34 din TFUE.
- (191) Dimpotrivă, conform punctului 2.2 din Comunicarea din 1986, următoarele campanii încalcă în mod clar articolul 30 din Tratatul CEE (în prezent articolul 34 din TFUE): campanii promoționale care-i îndeamnă pe consumatori să cumpere produse naționale exclusiv datorită originii lor naționale sau campanii promoționale menite să descurajeze achiziționarea de produse din alte state membre sau să discrediteze acele produse în ochii consumatorului (promovare negativă).
- (192) În plus, punctul 2.3 din Comunicarea din 1986 stipulează că acele campanii promoționale de pe piața internă a unui stat membru, din cauza referirilor făcute la originea națională a produselor, dacă nu sunt respectate unele limitări, pot fi supuse obiecțiilor în temeiul articolului 30 din Tratatul CEE (în prezent articolul 34 din TFUE).
- (193) În conformitate cu punctul 2.3.1 din Comunicarea din 1986, campaniile promoționale care atrag atenția asupra varietăților sau calităților produselor obținute într-un stat membru nu se limitează, în practică, la specialitățile naționale sau regionale și atrag frecvent atenția asupra calităților specifice ale produselor obținute într-un stat membru și asupra originii naționale a produselor, deși acele produse și calitățile lor sunt similare produselor obținute în altă parte. Dacă în cadrul acestor campanii promoționale se pune accentul, în mod excesiv, pe originea națională a produsului, există pericolul de încălcare a articolului 30 din Tratatul CEE (în prezent articolul 34 din TFUE).
- (194) Prin urmare, Comunicarea din 1986 a solicitat statelor membre să asigure în special respectarea strictă a următoarelor orientări:
- Identificarea țării de producție printr-un cuvânt sau un simbol poate fi realizată cu condiția să se păstreze un echilibru rezonabil între referirile, pe de o parte, la calitățile și varietățile produsului și, pe de altă parte, la originea națională.
 - Referirile la originea națională trebuie să fie secundare în raport cu mesajul principal transmis consumatorilor prin campanie și să nu reprezinte motivul principal pentru care li se recomandă un anumit produs consumatorilor.
 - Calitățile produselor pentru care a existat permisiunea să fie menționate includ gustul, aroma, prospețimea, maturitatea, raportul valoare-cost, valoarea nutritivă, varietățile disponibile, utilitatea (rețete etc.). În schimb, se vor evita superlative precum „cel mai bun”, „cel mai gustos”, „cel mai fin” și expresiile precum „adevăratul” sau campaniile promoționale care, din cauza menționării originii naționale, au ca rezultat compararea produsului promovat cu produsele din alte state membre. Referirile la controlul calității trebuie făcute doar atunci când produsul a fost supus unui sistem veritabil și obiectiv de control al calităților sale.

Evaluare

- (195) În cadrul unui aviz juridic anexat la comunicarea de informații din 25 februarie 2015, autoritățile austriece susțin că încălcarea articolului 30 din Tratatul CEE (în prezent articolul 34 din TFUE) trebuie să fie evaluată „din

⁽⁸¹⁾ Trebuie să se țină seama că punctul 2.1.1 (cu nota de subsol 1) din Cadrul pentru publicitate face referire directă la Orientările Comisiei în Comunicarea din 1986.

perspectivă istorică” și că, în perioada 1995-2002, nu a existat nicio cauză a Curții în care s-a considerat că textul și mesajul grafic al unei etichete încalcă articolul 30 din Tratatul CEE. În opinia Comisiei, acest argument este lipsit de relevanță. Astfel cum s-a indicat mai sus, atât Comunicarea din 1986⁽⁸²⁾, cât și Cadrul pentru publicitate din 1987 conțineau orientări exprese și detaliate pentru statele membre cu privire la modul în care acestea să-și conceapă măsurile pentru a evita încălcări ale articolului 30 din Tratatul CEE.

- (196) Pe baza informațiilor disponibile Comisiei pentru perioada de dinainte de 2002, nu a fost posibilă evaluarea compatibilității măsurilor de publicitate cu normele de mai sus la momentul luării deciziei de inițiere a procedurii. Prin urmare, autoritățile austriece au fost invitate să furnizeze informațiile necesare cu privire la condițiile de mai sus.
- (197) Răspunsul oferit de autoritățile austriece la 14 septembrie 2012 nu a conținut suficiente informații pentru a permite o evaluare a compatibilității (autoritățile austriece s-au referit doar la rapoartele anuale pentru perioada 1995-2001). A fost trimisă, prin urmare, o solicitare de informații suplimentare cu privire la punctele respective la 19 februarie 2014, iar Austria a furnizat un răspuns la 5 mai 2014.
- (198) În acesta din urmă, autoritățile austriece au precizat că respectivele campanii publicitare au vizat produse agricole excedentare și/sau publicitatea pentru unele produse de calitate ridicată. Prin urmare, **criteriile pozitive** stabilite la punctul 3 din Cadrul pentru publicitate din 1987 au fost îndeplinite.
- (199) Conform informațiilor furnizate de autoritățile austriece, publicitatea nu a făcut nicio referire la anumite firme.
- (200) În ceea ce privește **intensitatea maximă** a ajutorului, taxele din sector au reprezentat mai mult din 50 % din cuantumul ajutorului (a se vedea, de asemenea, considerentele 43 și 56). Prin urmare, criteriul de la punctul 4 din Cadrul pentru publicitate din 1987 cu privire la intensitatea ajutorului este îndeplinit.
- (201) În decizia de inițiere a procedurii, Comisia și-a exprimat anumite îndoieli cu privire la o potențială **încălcare a articolului 30 din Tratatul CEE** (în prezent articolul 34 din TFUE). În opinia preliminară a Comisiei, referirea la originea națională în eticheta de calitate nu părea să fie secundară (a se vedea considerentul 65). În plus, Comisia a precizat că, în multe materiale publicitare, referirea la originea produsului nu era limitată la eticheta de calitate, ci apărea și în altă parte a materialului publicitar (a se vedea considerentul 83).
- (202) Prin urmare, în decizia de inițiere a procedurii, autoritățile austriece au fost invitate să descrie aspectul etichetei de calitate și al etichetei ecologice din perioada 1995-2001 și să furnizeze exemple reprezentative de materiale de promovare în care s-au folosit etichetele.
- (203) La 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au răspuns că rapoartele anuale privind ajutorul de stat pentru anii 1995-2004 conțineau deja aceste informații. Prin scrisoarea din 19 februarie 2014, Comisia a răspuns că informațiile respective nu sunt suficiente pentru o analiză a compatibilității și au solicitat un raport detaliat (și anume fișe de notificare) pe baza normelor aplicabile la momentul măsurii. Această evaluare a fost furnizată odată cu răspunsul din 5 mai 2014.
- (204) Criteriile specifice de compatibilitate pentru diferitele tipuri de publicitate sunt analizate în cele ce urmează.

Ajutor pentru publicitate generică

- (205) În ceea ce privește trimiterea la anumite firme în cadrul unor campanii publicitare (considerentul 90), Comisia precizează că, în conformitate cu punctul 2.2 din Cadrul pentru publicitate din 1987, ajutorul pentru publicitatea legată de anumite firme este interzis.

⁽⁸²⁾ Astfel cum reiese din textul Comunicării din 1986, Comisia urmărea să furnizeze orientări care să garanteze că respectivele campanii de promovare ale statelor membre rămân în cadrul limitelor permise de jurisprudența Curții de Justiție, îndeosebi în Cauza 222/82 Apple & Pear Development Council/K.J Lewis Ltd și alții, EU:C:1983:370.

- (206) În comunicarea din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au susținut că firmele menționate au contribuit la unele dintre costurile campaniei (*Druck und Werbeeinschaltung*). Cu toate acestea, astfel de campanii care se referă la anumite firme nu pot fi autorizate în temeiul normelor privind ajutoarele de stat (punctul 2.2 din Cadrul pentru publicitate din 1987). Faptul că firmele au contribuit parțial la costurile legate de campanie nu modifică această evaluare.
- (207) Din informațiile disponibile reiese că **unele campanii publicitare generice** au menționat în mod explicit originea produsului (și anume Austria) (a se vedea exemplele furnizate în considerentele 84 și 90).
- (208) Prin urmare, măsurile nu au respectat punctele 2.1 ⁽⁸³⁾ și 2.2 din Cadrul pentru publicitate din 1987 și au încălcat articolul 30 din Tratatul CEE (în prezent articolul 34 din TFUE). Prin urmare, Comisia consideră că ajutorul pentru măsurile de publicitate din perioada 1.1.1995-31.12.1999 care fac referire la originea produselor sau la anumite firme nu este compatibil cu piața comună. ⁽⁸⁴⁾
- (209) În ceea ce privește perioada 1.1.2000-31.12.2001, campaniile publicitare au făcut referire doar la calitățile sau la varietățile specifice ale produselor, fără nicio referire expresă la originea lor națională.
- (210) Prin urmare, pentru această perioadă, campaniile nu au încălcat articolul 30 din Tratatul CEE și au respectat astfel Cadrul pentru publicitate din 1987. Prin urmare, Comisia le consideră compatibile cu piața comună.

Ajutor pentru eticheta de calitate

- (211) În răspunsul din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au declarat că pentru eticheta **de calitate** s-au folosit aceleași etichete ca și cele aprobate în decizia Comisiei în cazul N 589/2008. Prin urmare, autoritățile austriece au concluzionat că referirea la originea națională a avut un rol subordonat.
- (212) Comisia nu este de acord cu observațiile autorităților austriece. Astfel cum s-a arătat mai sus (considerentul 65), s-a folosit un alt logo pentru eticheta de calitate în perioada cuprinsă între **1995 și 1999**. În logoul respectiv, referirea la origine nu este secundară în raport cu mesajul privind calitatea al logoului. Atât mesajul vizual (steagul austriac), cât și textul indică Austria ca mesaj principal.
- (213) Prin urmare, nu s-a respectat punctul 2.3.1 din Comunicarea din 1986, care solicita ca referirile la originea națională să fie secundare în raport cu mesajul principal transmis consumatorilor prin campanie și să nu reprezinte motivul principal pentru care consumatorilor li se recomandă să cumpere produsul. Prin urmare, Comisia consideră că ajutorul pentru eticheta de calitate pentru perioada 1.1.1995-31.12.1999 este incompatibil cu piața comună.
- (214) În ceea ce privește perioada 1.1.2000-31.12.2001, Comisia consideră că noile logouri, care sunt aceleași cu cele evaluate în cadrul deciziei Comisiei în cazul N 589/2008, sunt conforme cu condițiile Cadrului pentru publicitate din 1987 și consideră, prin urmare, că ajutorul aferent este compatibil cu piața comună.

Ajutor pentru eticheta ecologică

- (215) În măsurile de publicitate pentru logoul ecologic, astfel cum s-a arătat în considerentul 65, s-au folosit aceleași logouri ca în perioada de după 2002.
- (216) Întrucât acest tip de publicitate atrage atenția asupra varietăților sau calităților produselor obținute într-un stat membru, acesta intră sub incidența punctului 2.3.1 din Comunicarea din 1986 care solicita să nu se pună un accent exagerat pe originea națională a produsului.

⁽⁸³⁾ Cu referire la Comunicarea din 1986.

⁽⁸⁴⁾ A se vedea, de asemenea, considerentul 65 de mai sus.

- (217) Una dintre cele două versiuni ale logoului nu a făcut nicio referire la originea produselor. Cealaltă a indicat originea produsului ca mesaj secundar. Cea dintâi nu a ridicat nicio problemă în ceea ce privește o posibilă încălcare a articolului 30 din Tratatul CEE (în prezent articolul 34 din TFUE). Referitor la cea de a doua, condițiile de la punctul 2.3.1 din Comunicarea din 1986 au fost îndeplinite deoarece:
- logoul a păstrat un echilibru rezonabil între trimiterea, pe de o parte, la calitățile produsului (și anume bio) și, pe de altă parte, la identificarea țării producătoare printr-un cuvânt sau un simbol;
 - referirea la originea națională a fost secundară în raport cu mesajul principal transmis consumatorilor și nu a reprezentat principalul motiv pentru care consumatorilor li s-a recomandat să cumpere produsul;
 - calitățile produselor făceau referire la calități obiective ale produsului și nu s-a folosit niciun superlativ care să ducă la compararea produsului promovat cu produsele altor state membre;
 - referirile la controlul calității au fost făcute în cazurile în care produsul a făcut obiectul unui sistem veritabil și obiectiv de control al calităților sale prin intermediul AMA.
- (218) În consecință, ajutorul pentru publicitate pentru logoul ecologic pentru perioada 1.1.1995-31.12.2001 a respectat condițiile Comunicării din 1986. Prin urmare, Comisia consideră acest ajutor compatibil cu piața comună.

Publicitate în afara Austriei

- (219) Campaniile publicitare organizate în afara Austriei nu au făcut nicio referire specifică la originea națională a produsului în afară de cea care poate rezulta din trimiterile făcute la calitățile sau varietățile respective ori la denumirea obișnuită a produsului. Aceste campanii au fost astfel conforme cu punctul 2.1 din Comunicarea din 1986 și nu au încălcat articolul 30 din Tratatul CEE (în prezent articolul 34 din TFUE).
- (220) În consecință, ajutorul pentru publicitate în afara Austriei pentru perioada 1.1.1995-31.12.2001 a respectat condițiile Comunicării din 1986. Prin urmare, Comisia consideră că ajutorul respectiv este compatibil cu piața comună.

8.3.3. AJUTORUL PENTRU PUBLICITATE ÎN PERIOADA 1.1.2002-31.12.2006: ETICHETA DE CALITATE ȘI ETICHETA ECOLOGICĂ

- (221) Pentru perioada 1.1.2002-31.12.2006, ajutorul pentru activitățile de publicitate trebuia să respecte condițiile stabilite în Orientările 2000-2006. Conform punctului 18 din Orientările 2000-2006, măsurile pentru promovarea și publicitatea produselor agricole trebuiau să fie evaluate în conformitate cu Cadrul pentru publicitate din 1987.
- (222) Începând cu 1 ianuarie 2002, Orientările din 2001 privind publicitatea au devenit aplicabile și au înlocuit Comunicarea din 1986 și Cadrul pentru publicitate din 1987 (punctele 69 și 75 din Orientările din 2001 privind publicitatea). Prin urmare, Comisia își va baza evaluarea pentru perioada 1.1.2002-31.12.2006 pe Orientările din 2001 privind publicitatea.
- (223) În conformitate cu punctul 12 din Orientările din 2001 privind publicitatea, ajutorul acordat pentru publicitatea produselor agricole și de alt tip, pentru a fi compatibil cu piața comună, nu trebuie să interfereze cu comerțul într-un mod opus pieței comune (criterii negative) și trebuie să faciliteze dezvoltarea unor activități economice (criterii pozitive).

Criterii negative

- (224) Punctul 18 din Orientările din 2001 privind publicitatea prevede că nu se poate acorda niciun ajutor pentru campaniile publicitare care încalcă articolul 28 din Tratatul CE (în prezent articolul 34 din TFUE), care interzice restricțiile cantitative privind importurile și toate măsurile cu efect echivalent între statele membre.

- (225) Nu putea fi acordat ajutor pentru publicitate având legătură directă cu produsele uneia sau mai multor firme specifice. Dacă realizarea activităților publicitare cu finanțare publică a fost încredințată unor firme private, firmele respective trebuiau să fie alese pe baza unor principii de piață (punctele 29 și 30 din Orientările din 2001 privind publicitatea).
- (226) În plus, campaniile nu trebuiau să contravină legislației comunitare secundare și trebuiau, în special, să respecte dispozițiile Directivei 2000/13/CE (punctele 25-28 din Orientările din 2001 privind publicitatea).

Criterii pozitive

- (227) Punctele 31 și 32 din Orientările din 2001 privind publicitatea menționează că, pentru a obține o derogare în temeiul articolului 87 alineatul (3) litera (c) din Tratatul CE [în prezent articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE], publicitatea trebuia să vizeze produse excedentare sau specii subexploatate, produsele noi sau de înlocuire care nu erau încă excedentare, produsele de înaltă calitate, dezvoltarea unor anumite regiuni sau dezvoltarea IMM-urilor.
- (228) Capitolul 4 din Orientările din 2001 privind publicitatea a prezentat în detaliu aplicarea criteriilor pozitive menționate mai sus pentru unele tipuri specifice de publicitate, îndeosebi în cazul ajutorului pentru publicitate în care originea constituie o parte a mesajului (secțiunea 4.1) și al ajutorului pentru publicitate pentru produsele de calitate (secțiunea 4.2).

Publicitatea în care originea este parte a mesajului

- (229) Conform punctului 23 din Orientările din 2001 privind publicitatea, identificarea țării producătoare printr-un cuvânt sau simbol ar putea fi realizată cu condiția să existe un echilibru rezonabil între referirile, pe de o parte, la calitățile și varietățile produsului și, pe de altă parte, la originea națională. Referirile la originea națională trebuiau să fie secundare în raport cu mesajul principal transmis consumatorilor și nu puteau să reprezinte motivul principal pentru care consumatorilor li se recomanda să cumpere produsul. Materialul publicitar care menționa originea (regională) a produsului ca mesaj secundar era considerată a nu încălca articolul 28 din Tratatul CE (în prezent articolul 34 din TFUE). Pentru a evalua dacă originea a fost într-adevăr un mesaj secundar, Comisia va lua în considerare importanța generală a textului și/sau simbolului, inclusiv imaginile și prezentarea generală, cu referire la origine, precum și importanța textului și/sau simbolului, cu referire la unicul argument pentru vânzarea materialului publicitar, și anume partea mesajului publicitar care nu se axează pe origine (punctele 40 și 41 din Orientările din 2001 privind publicitatea).

Publicitate pentru produsele de calitate

- (230) Atunci când s-a acordat ajutor pentru produsele care îndeplineau cerințele speciale de calitate, acesta trebuia să fie disponibil pentru toate produsele fabricate în Comunitate, indiferent de originea lor. Statele membre trebuiau, de asemenea, să recunoască rezultatele unor controale comparabile efectuate în alte state membre (punctul 49 din Orientările din 2001 privind publicitatea).

Publicitate pentru produsele provenite din agricultura ecologică, în special

- (231) Conform punctului 55 din Orientările din 2001 privind publicitatea, ajutorul putea fi autorizat doar atunci când produsele cu indicații referitoare la metode de agricultură ecologică îndeplineau cerințele Regulamentului (CEE) nr. 2092/91. Toți producătorii și prelucrătorii de produse provenite din agricultura ecologică au fost supuși unui sistem de controale prevăzute în regulament.

Evaluare

- (232) Aplicând dispozițiile de mai sus măsurilor de publicitate pentru eticheta de calitate și eticheta ecologică în perioada 1.1.2002-31.12.2006, Comisia a ajuns la concluziile expuse în continuare.
- (233) Eticheta de calitate și una dintre cele două versiuni ale etichetei ecologice (a se vedea considerentul 64) conținea o referire la originea produsului, însă mesajul respectiv poate fi considerat secundar în raport cu mesajul principal privind calitatea (ecologică) a produsului. Referirea la originea produsului avea o poziție subordonată atât în mesajul grafic (fundal), cât și în textul logoului.

- (234) În ceea ce privește designul etichetelor, Comisia remarcă faptul că spațiul central al etichetelor era ocupat de câmpul în care domina textul „AMA Gütesiegel” sau „BIO”, iar originea produsului era indicată cu litere considerabil mai mici. Câmpurile laterale erau prezentate în culori naționale (de exemplu, roșu și alb pentru Austria) fără simboluri suplimentare de identificare a țării de producție. Pe lângă faptul că ocupa spațiul dominant din punct de vedere vizual în cadrul etichetelor, câmpul central reprezenta circa 65 % din lățimea totală a etichetei (a se vedea considerentul 64). Autoritățile austriece au specificat în plus că, în toate materialele publicitare legate de ambele etichete, calitatea produsului a fost principalul mesaj, iar originea produsului, acolo unde era menționată, a reprezentat mesajul secundar (a se vedea considerentul 79).
- (235) Potrivit autorităților austriece, eticheta ecologică a fost acordată doar produselor ecologice care îndeplineau criteriile prevăzute în Regulamentul (CEE) 2092/91 (a se vedea considerentul 69).
- (236) Autoritățile austriece au oferit asigurări că dispozițiile Directivei 2000/13/CE au fost respectate în ceea ce privește materialele publicitare subvenționate (a se vedea considerentul 68).
- (237) Publicitatea nu s-a referit la produsele uneia sau mai multor firme specifice. Autoritățile austriece au specificat că, în materialele publicitare de la punctul de desfacere, nu s-a făcut publicitate niciunor firme sau produse anume și că proprietarul punctului de desfacere nu a beneficiat de ajutoare (a se vedea considerentul 78).
- (238) Autoritățile austriece au specificat că toate activitățile de publicitate finanțate de AMA Marketing au fost desfășurate de firme private selectate pe baza unei licitații publice (a se vedea considerentul 52).
- (239) De asemenea, potrivit autorităților austriece, utilizarea etichetei de calitate a fost disponibilă pentru toate produsele obținute în Uniune, dacă acestea îndeplineau cerințele speciale de utilizare a etichetei. Cerințele speciale fie vizau calitatea produsului, fie erau limitate la a asigura originea geografică indicată a produsului. În orice caz, cerințele speciale puteau fi îndeplinite indiferent de originea geografică a produsului (a se vedea considerentul 161).
- (240) În decizia de inițiere a procedurii, Comisia a subliniat că nu deține informații cu privire la recunoașterea controalelor echivalente efectuate în alte state membre. În comunicarea din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au confirmat că asemenea controale au fost recunoscute și au oferit dovezi în sprijinul acestei afirmații.
- (241) Deși autoritățile austriece au confirmat că, începând cu 2002, eticheta de calitate și cea ecologică au fost disponibile pentru toate produsele, indiferent de originea lor, în decizia de inițiere a procedurii Comisia și-a exprimat îndoielile în această privință, din moment ce referirea la produsele naționale în principala teme juridic al măsurilor, Legea AMA, a fost eliminată abia în 2007 (a se vedea considerentul 161).
- (242) În comunicările lor, autoritățile austriece au furnizat noile reguli interne conform cărora etichetele erau disponibile pentru toate produsele, precum și date care arată că, după 2001, mai multe produse non-austriece au obținut efectiv eticheta. De asemenea, acestea au confirmat din nou că, începând cu 2002, regulile au fost aplicate tuturor produselor, indiferent de originea lor.
- (243) În decizia de inițiere a procedurii, Comisia a subliniat că nu era clar dacă noile reguli interne AMA fuseseră deja aplicate începând cu 26 septembrie 2002 sau dacă a existat o perioadă de tranziție după 26 septembrie 2002 în cursul căreia ajutorul a fost acordat în continuare conform vechilor reguli. În comunicarea din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au declarat că nu a existat o astfel de perioadă de tranziție.
- (244) În considerentul 175 din decizia de inițiere a procedurii, Comisia a precizat că nu dispune de suficiente informații pentru a analiza dacă normele privind ajutoarele de stat sunt aplicabile măsurilor cofinanțate de promovare a etichetei ecologice menționate în considerentul 80 de mai sus. În acest scop, autoritățile austriece au fost invitate să furnizeze mai multe informații privind autorizarea măsurilor ca ajutoare de stat, precum și cu privire la durata perioadei de programare. În comunicarea din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au indicat faptul că măsurile de promovare a etichetei ecologice au făcut parte din programul austriac cofinanțat de informare și promovare pentru produsele ecologice.

- (245) În răspunsul din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au afirmat, de asemenea, următoarele: în perioada 2002-2008 (20.9.2002-15.9.2005), s-a desfășurat un program cofinanțat de informare și promovare pentru produse ecologice. Acest program a fost aprobat prin Decizia C(2002) 3116 a Comisiei din 22 august 2002 ⁽⁸⁵⁾. În plus, Decizia C(2007) 3299 a Comisiei din 10 iulie 2007 a aprobat un alt program de 3 ani pentru eticheta ecologică (1.10.2007-30.9.2010) ⁽⁸⁶⁾.
- (246) Pe baza motivelor expuse mai sus, ajutorul pentru măsurile de publicitate întreprinse în perioada 1.1.2002-31.12.2006 a respectat Orientările din 2001 privind publicitatea și prin urmare, Orientările 2000-2006. Prin urmare, Comisia consideră că acest ajutor a fost compatibil cu piața comună.

8.3.4. CAMPANII PUBLICITARE ÎN AFARA AUSTRIEI ȘI PUBLICITATE GENERICĂ ÎN AUSTRIA, 2002-2004 ⁽⁸⁷⁾

- (247) Campaniile publicitare puteau fi autorizate dacă erau organizate direct sau indirect de un stat membru pe piața unui alt stat membru sau pe piața internă a statului membru care le sprijinea și promovau produsul într-o manieră pur generică fără a face nicio referire la originea sa națională [punctul 19 literele (a)-(b) din Orientările din 2001 privind publicitatea].
- (248) Conform Orientărilor din 2001 privind publicitatea, Comisia a adoptat o poziție favorabilă în privința campaniilor publicitare care au fost efectuate pentru a le prezenta consumatorilor produsele agricole și alte produse ale unui stat membru sau ale unei regiuni anume. Accentul principal al acestor campanii putea fi pe originea produsului, cu condiția ca respectiva campanie să fie desfășurată în afara statului membru sau a regiunii în care erau obținute produsele agricole și de alt tip. Campaniile trebuiau să se limiteze la prezentarea caracteristicilor obiective ale produselor respective și trebuiau, în principiu, să nu includă afirmații subiective cu privire la calitatea produselor (punctele 35-39 din Orientările din 2001 privind publicitatea).
- (249) Pe baza informațiilor disponibile la momentul deciziei de inițiere a procedurii pentru perioada 2002-2004 cu privire la publicitatea generică și la publicitatea în afara Austriei (a se vedea secțiunile 2.7.1.2 și 2.7.1.3 din decizia de inițiere a procedurii), nu era posibilă evaluarea compatibilității măsurilor cu condițiile stabilite la punctul 19 litera (b) și la punctele 29, 30 și 39 din Orientările din 2001 privind publicitatea.
- (250) Prin urmare, în decizia de inițiere a procedurii, autoritățile austriece au fost invitate să furnizeze informațiile necesare în legătură cu dispozițiile de mai sus.

Criterii pozitive

- (251) Campaniile publicitare în afara statului membru și publicitatea generică în interiorul statului membru trebuiau să respecte criteriile pozitive din Orientările din 2001 privind publicitatea (a se vedea considerentele 227 și 228).
- (252) În plus, punctul 47 din Orientările din 2001 privind publicitatea prevedea că, în ceea ce privește publicitatea unor produse care respectau cerințe speciale de calitate, aceste produse trebuiau să îndeplinească standarde sau specificații care erau în mod evident mai ridicate decât cele prevăzute în legislația comunitară sau națională aplicabilă.
- (253) Punctul 60 din Orientările din 2001 privind publicitatea prevedea ca, în cazul unui ajutor pentru publicitate, rata ajutorului direct trebuia, ca regulă generală, să nu depășească 50 %, iar întreprinderile din cadrul sectorului trebuiau să contribuie cel puțin cu 50 % din costuri, în cazul în care ajutorul direct provenea de la un buget național general. Contribuția sectorului putea, de asemenea, să provină din taxe parafiscale sau din contribuții obligatorii.

⁽⁸⁵⁾ Bugetul total al măsurii a fost de 4 165 399 EUR și a fost cofinanțat din fonduri UE în cuantum de 2 082 699 EUR și din alte mijloace naționale în cuantum de 709 721,78 EUR. Restul a fost finanțat din taxa AMA.

⁽⁸⁶⁾ Bugetul total a fost de 2 659 974 EUR. În 2007 și 2008, partea UE a fost în cuantum de 550 047 EUR, iar cea națională în valoare de 142 967 EUR.

⁽⁸⁷⁾ Perioada de după 2004 este vizată de Decizia N 239/2004. A se vedea considerentul 39 de mai sus.

- (254) În ceea ce privește publicitatea generică și publicitatea în afara Austriei, pe baza informațiilor aflate la dispoziția Comisiei la momentul deciziei de inițiere a procedurii pentru perioada 2002-2004, nu a fost posibilă evaluarea compatibilității măsurilor cu normele menționate mai sus. Prin urmare, autoritățile austriece au fost invitate să furnizeze informațiile necesare referitoare la condiția stipulată la punctul 32 din Orientările din 2001 privind publicitatea (a se vedea considerentul 174 din decizia de inițiere a procedurii).
- (255) În răspunsul din 14 septembrie 2012, Austria a făcut referire la comunicarea sa din 13 decembrie 2002. Cu toate acestea, comunicarea respectivă conținea doar exemple concrete și temeiul juridic național al măsurilor respective. Prin urmare, în cadrul solicitării de informații din 19 februarie 2014, Comisia a invitat autoritățile austriece să completeze formularele de notificare relevante și să le transmită Comisiei. În răspunsul din 30 aprilie 2014, autoritățile austriece au transmis formularele de notificare solicitate. Cu toate acestea, informațiile completate în formulare se refereau doar la descrierile generale ale condițiilor schemei și nu au fost suficiente pentru evaluarea adecvată a măsurilor.
- (256) În cererea de informații din 17 decembrie 2014, Comisia a solicitat informații suplimentare cu privire la această măsură. În răspunsul din 25 februarie 2015, Austria a confirmat că:
- (a) campaniile publicitare promovau produsele într-o manieră pur generică fără a face nicio referire la originea lor națională [punctul 19 literele (a)-(b) din Orientările din 2001 privind publicitatea];
 - (b) ajutorul nu a fost acordat pentru publicitatea legată direct de produsele uneia sau ale mai multor firme specifice (punctul 29 din Orientările din 2001 privind publicitatea);
 - (c) firmele private cărora li s-a acordat finanțare publică pentru activități de publicitate au fost alese pe principii de piață (punctul 30 din Orientările din 2001 privind publicitatea);
 - (d) campaniile erau limitate la prezentarea caracteristicilor obiective ale produselor vizate și nu includeau afirmații subiective cu privire la calitatea produselor (punctele 35-39 din Orientările din 2001 privind publicitatea);
 - (e) publicitatea în cauză viza promovarea produselor de înaltă calitate (punctele 31 și 32 din Orientările din 2001 privind publicitatea). Aceste standarde sau specificații erau în mod evident mai ridicate sau mai specifice decât cele prevăzute în legislația comunitară sau națională relevantă.
- (257) Din motivele prezentate mai sus, ajutorul pentru campaniile publicitare din afara Austriei sau pentru publicitatea generică în Austria efectuate în perioada 2002-2004 a respectat Orientările din 2001 privind publicitatea și, prin urmare, Orientările din 2000-2006 privind publicitatea. În consecință, Comisia consideră că ajutorul este compatibil cu piața comună.

8.3.5. AJUTORUL PENTRU PUBLICITATE ÎN PERIOADA 2007-2008

- (258) Pentru evaluarea ajutorului de stat pentru publicitatea produselor agricole acordat după 1 ianuarie 2007, Comisia aplică secțiunea VI.D din Orientările 2007-2013.

Publicitatea privind calitatea

- (259) În stadiul deciziei de inițiere a procedurii, Comisia nu a avut la dispoziție informații suficiente pentru a evalua dacă măsurile erau conforme sau nu cu Orientările 2007-2013. În această privință, Comisia și-a exprimat anumite îndoieli în ceea ce privește îndeplinirea condițiilor care erau diferite de cerințele din Orientările 2000-2006.
- (260) În special, Comisia a atras atenția autorităților austriece asupra modificărilor prevăzute la punctul 153 litera (c) a doua jumătate a tezei, la punctul 155 a doua teză și la punctul 158 din Orientările 2007-2013. Prin urmare, autoritățile austriece au fost invitate să furnizeze informațiile necesare pentru a demonstra că măsurile de publicitate privind calitatea respectă condițiile menționate mai sus din orientări.

- (261) Conform punctului 153 din Orientările 2007-2013, ajutorul de stat pentru campaniile publicitare din interiorul Comunității putea fi declarat compatibil cu tratatul dacă erau îndeplinite următoarele condiții:
- campania publicitară era rezervată pentru produse de calitate, definite ca produse care îndeplinesc criteriile ce urmează să fie stabilite în temeiul articolului 32 din Regulamentul (CE) nr. 1698/2005 al Consiliului ⁽⁸⁸⁾, pentru denumiri recunoscute de Comunitate [denumiri de origine protejate (DOP), indicații geografice protejate (IGP) sau alte denumiri de origine care sunt protejate în temeiul legislației comunitare] sau pentru etichete de calitate naționale sau regionale;
 - campania publicitară nu a fost rezervată pentru produsele uneia sau mai multor societăți specifice;
 - campania publicitară a respectat articolul 2 din Directiva 2000/13/CE, precum și normele specifice de etichetare prevăzute pentru diverse produse, precum vin, produse lactate, ouă și păsări de curte [a se vedea punctul 152 litera (j) din Orientările 2007-2013].
- (262) Conform informațiilor furnizate de autoritățile austriece la 30 aprilie 2014, condițiile de la punctul 153 din Orientările 2007-2013 au fost respectate.
- (263) Punctul 155 din Orientările 2007-2013 prevedea că, în cazul etichetelor de calitate naționale sau regionale, originea produselor putea fi menționată (doar) ca mesaj secundar. Atunci când a analizat dacă originea a fost sau nu un mesaj secundar, Comisia a fost nevoită să ia în considerare importanța totală a textului și/sau a simbolului, incluzând imaginile și prezentarea generală, care făcea(u) referire la origine, și importanța textului și/sau a simbolului care făcea(u) referire la unicul argument pentru vânzarea mesajului publicitar, și anume partea mesajului publicitar care nu s-a axat pe origine.
- (264) În comunicarea din 30 aprilie 2014, autoritățile austriece au confirmat că etichetele utilizate în 2007 erau identice cu cele aprobate în decizia Comisiei din 2004 (a se vedea, de asemenea, considerentul 233). Comisia face trimitere la această evaluare și consideră, prin urmare, că s-au îndeplinit condițiile de la punctul 155 din Orientările 2007-2013.
- (265) Punctul 156 din Orientările 2007-2013 prevede că rata intensității ajutorului direct nu poate depăși 50 %. Dacă sectorul a contribuit cu cel puțin 50 % din costuri, oricare ar fi forma contribuției, rata ajutorului poate să ajungă până la 100 % din costurile eligibile. Astfel cum s-a arătat mai sus (considerentul 200), această condiție este îndeplinită.
- (266) Punctul 158 din Orientările 2007-2013 prevedea ca activitățile de publicitate cu un buget anual mai mare de 5 milioane EUR trebuiau să fie notificate separat. Pe baza informațiilor furnizate de autoritățile austriece (considerentul 45), se poate concluziona că această condiție este respectată, din moment ce bugetul anual alocat pentru eticheta de calitate în 2007 și 2008 a fost sub 5 milioane EUR.
- (267) Din motivele prezentate mai sus, măsurile de publicitate întreprinse în perioada 2007-2008 respectă Orientările 2007-2013 și, prin urmare, sunt compatibile cu piața internă.
- (268) Comisia precizează că, în această privință, **măsurile de publicitate pentru eticheta ecologică au expirat la sfârșitul anului 2006** și, prin urmare, nu fac obiectul evaluării în temeiul Orientărilor 2007-2013 (considerentul 15).

Publicitate generică

- (269) Dispozițiile privind publicitatea generică și publicitatea în țările terțe nu sunt relevante pentru perioada 2007-2008, deoarece măsurile de ajutor care vizau astfel de activități au expirat în 2004 odată cu adoptarea schemei N 239/2004, conform descrierii din considerentul 39.

⁽⁸⁸⁾ Regulamentul (CE) nr. 1698/2005 al Consiliului din 20 septembrie 2005 privind sprijinul pentru dezvoltare rurală acordat din Fondul european agricol pentru dezvoltare rurală (FEADR) (JO L 277, 21.10.2005, p. 1).

8.4. MĂSURI DE SPRIJIN TEHNIC ȘI AJUTOR PENTRU PRODUSE DE CALITATE ÎN PERIOADA 1995-1999

- (270) Au fost aplicate orientări specifice privind ajutorul de stat pentru sectorul agricol doar începând cu 1 ianuarie 2000. Prin urmare, compatibilitatea ajutorului acordat înainte de această dată trebuie evaluată pe baza tratatului și prin prisma practicii Comisiei consacrate la acel moment (a se vedea considerentul 169 de mai sus).

8.4.1. PROMOVAREA ÎN SENS MAI LARG ȘI MĂSURI DE SPRIJIN TEHNIC ÎN PERIOADA 1995-1999

- (271) Operațiunile de promovare în sens mai larg, de exemplu difuzarea către publicul larg a cunoștințelor științifice, organizarea de târguri sau expoziții, participarea la aceste evenimente și alte operațiuni similare de relații cu publicul, inclusiv sondaje și cercetare de piață, au fost excluse din domeniul de aplicare al Cadrelui pentru publicitate din 1987 în temeiul punctului 1.1 din acesta. În ceea ce privește cheltuielile pentru astfel de activități, practica consacrată a Comisiei a fost de a considera ajutorul de până la 100 % ca fiind compatibil cu piața comună în temeiul articolului 92 alineatul (3) litera (c) din tratat [în prezent articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE] ⁽⁸⁹⁾.
- (272) De asemenea, conform practicii și politicii sale, Comisia a adoptat o poziție favorabilă în privința măsurilor de ajutor „soft” (alte tipuri de ajutoare decât ajutoarele directe), care aveau rolul de a furniza sprijin tehnic în sectorul agricol. De exemplu, a fost autorizat un ajutor de până la 100 % din costurile eligibile ale măsurilor de diseminare a noilor tehnici.
- (273) Măsurile de marketing ale AMA descrise în capitolul 4.3 de mai sus intră în aceste categorii.
- (274) Obiectivul măsurilor în discuție a constat în difuzarea cunoștințelor generale prin organizarea de proiecte de informare generală. Acestea au vizat prezentarea de informații faptice către consumatori și nu i-au determinat pe consumatori să cumpere un anumit produs.
- (275) Măsurile au fost aliniate, prin urmare, la practica Comisiei din acel moment care a considerat că obiectivul urmărit era legitim. Intensitatea ajutorului de 100 % a respectat, de asemenea, intensitatea maximă a ajutorului considerată proporțională la acel moment prin prisma acestui obiectiv și a impactului negativ limitat asupra concurenței și a schimburilor comerciale.
- (276) Ajutorul pentru promovare în sens mai larg în perioada 1995-1999 a corespuns practicii consacrate a Comisiei la acel moment, prin urmare, Comisia consideră că măsurile au fost compatibile cu piața comună în temeiul articolului 92 alineatul (3) litera (c) din Tratatul CE [în prezent articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE].

8.4.2. ASISTENȚĂ TEHNICĂ, SERVICII DE CONSILIERE ȘI MĂSURI DE CONTROL LEGATE DE PRODUSELE DE CALITATE ÎN PERIOADA 1995-1999

- (277) În ceea ce privește ajutorul pentru asistență tehnică și servicii de consiliere în legătură cu elaborarea sistemelor de asigurare a calității, Comisia a considerat că astfel de servicii constituie o formă de ajutor „soft”, care urmărea îndeplinirea unui obiectiv de interes comun și era proporțional (în special având în vedere că nu a afectat în mod semnificativ condițiile de concurență), fiind astfel compatibil cu piața comună.
- (278) Măsurile descrise în capitolul 4.3 pot fi considerate un astfel de ajutor „soft” care, conform practicii consacrate a Comisiei la acel moment, a fost considerat compatibil cu piața comună.

⁽⁸⁹⁾ A se vedea de exemplu, în această privință, deciziile Comisiei în cazurile N 570/1998 (citată deja în considerentul 41 de mai sus), N 662/1998 [Decizia Comisiei din 30 aprilie 1999, SG(99) D/3095] și C(1999) 4227 [Decizia 2000/132/CE a Comisiei (din 25 noiembrie 1999) (JO L 37, 12.2.2000, p. 31)]. În scopul evaluării din prezenta secțiune, Comisia face referire la evaluarea efectuată în cadrul deciziilor respective.

- (279) În ceea ce privește măsurile de control pentru a se asigura conformitatea cu calitatea gestionată la nivel de industrie sau cu standardele de trasabilitate, în urma abordării comunicate statelor membre în scrisoarea privind creșterea animalelor ⁽⁹⁰⁾, Comisia a aprobat în mod constant un ajutor de până la 100 % din costurile pentru controale obligatorii. Acest lucru s-a bazat, de asemenea, pe ideea că un astfel de ajutor urmărea un obiectiv de interes comun și era proporțional, având în vedere în special impactul negativ limitat asupra concurenței și schimburilor comerciale al unui astfel de sprijin indirect.
- (280) În ceea ce privește măsurile vizate, autoritățile austriece au fost invitate să explice dacă controalele AMA au fost sau nu obligatorii și, dacă nu au fost, să indice dacă s-a respectat limita de intensitate a ajutorului.
- (281) În comunicarea din 30 aprilie 2014, autoritățile austriece au răspuns că respectivele controale au fost obligatorii conform actelor juridice ale AMA de punere în aplicare și că s-a respectat limita de intensitate a ajutorului.
- (282) Prin urmare, condițiile pentru compatibilitatea ajutorului sunt îndeplinite.

8.5. AJUTORUL DE STAT PENTRU PRODUSE DE CALITATE ÎN PERIOADA 2000-2006

- (283) Activitățile legate de elaborarea de sisteme de calitate și controale ale calității au fost eligibile pentru ajutorul privind eticheta ecologică și eticheta de calitate. Acesta constituie ajutor pentru producția și comercializarea de produse de calitate, care trebuie evaluat în temeiul punctului 13 din Orientările 2000-2006.

Norme aplicabile

- (284) Punctul 13 din Orientările 2000-2006 stabilește condițiile în care se poate acorda ajutor pentru a încuraja producția și comercializarea de produse agricole de calitate.
- (285) Conform punctului 13.2 din Orientările 2000-2006, sprijinul putea fi acordat, printre altele, pentru costuri legate de consultanță, studii tehnice, studii de fezabilitate și de proiectare și cercetare de piață, precum și pentru introducerea sistemelor de asigurare a calității. În cazul IMM-urilor, costurile nu trebuiau să depășească 100 000 EUR per beneficiar pe o perioadă de trei ani sau 50 % din cheltuielile eligibile, în funcție de cuantumul mai mare dintre acestea două. Pentru întreprinderile mari, s-a aplicat doar prima limită.
- (286) Astfel cum este specificat la punctul 13.3 din Orientările 2000-2006, Comisia a considerat că nu trebuie acordat niciun ajutor legat de controale de rutină ale calității efectuate de fabricant. Se putea acorda ajutor doar în cazul controalelor desfășurate de părți terțe sau în numele acestora, de exemplu autoritățile de reglementare sau organismele responsabile cu supravegherea etichetelor. Punctul 13.4 din Orientările din 2000-2006 privind publicitatea prevedea că ajutorul pentru controlul metodelor de producție ecologică realizate în temeiul Regulamentului (CEE) nr. 2092/91 era permis la o rată de până la 100 % din costurile suportate.
- (287) Punctul 13.5 din Orientările 2000-2006 a stabilit că ajutorul poate fi acordat la o rată inițială de până la 100 % din costurile controalelor efectuate de organismele responsabile cu supravegherea utilizării mărcilor și a etichetelor de calitate în cadrul sistemelor recunoscute de asigurare a calității. Asemenea ajutoare trebuiau să fie reduse progresiv, fiind eliminate până în al șaptelea an de la instituirea lor.

Evaluare

- (288) Ajutorul pentru costurile elaborării și distribuirii de documente de asigurare a calității și dezvoltarea de sisteme informatice în cadrul AMA Marketing era destinat finanțării costurilor administrative ale AMA Marketing (un organism public, nu un operator economic) și, prin urmare, nu constituie ajutor de stat pentru producția, distribuția sau comercializarea produselor enumerate în anexa I la tratat.

⁽⁹⁰⁾ Propunerile de măsuri adecvate legate de ajutoarele acordate de statele membre în sectorul creșterii animalelor și al produselor provenite din creșterea animalelor. Nr. S/75/29416, 29.9.1975.

- (289) Astfel cum s-a descris în considerentul 98, ajutorul pentru controale ale calității era disponibil pentru controale externe întreprinse de organisme selectate în acest sens cu condiția utilizării etichetei ecologice sau de calitate. Controalele privitoare la utilizarea etichetei ecologice și a etichetei de calitate erau subvenționate la o rată de 100 %, în timp ce costurile controalelor de rutină erau suportate de titularii licențelor, nefiind, așadar, subvenționate.
- (290) În comunicarea din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au confirmat că ajutorul pentru controale ale calității nu a depășit niciodată pragul de 100 000 EUR per beneficiar pe o perioadă de trei ani. Prin urmare, condițiile de la punctul 13.2 din Orientările 2000-2006 au fost îndeplinite.
- (291) În comunicările din 14 septembrie 2012 și 30 aprilie 2014, autoritățile austriece nu au furnizat suficiente informații pentru o evaluare a condițiilor de la punctele 13.3, 13.4 și 13.5 din Orientările 2000-2006.
- (292) Prin urmare, în solicitarea de informații din 17 decembrie 2014, Comisia a cerut din nou informații suplimentare cu privire la această măsură. În răspunsul din februarie 2015, Austria a confirmat că:
- (a) ajutorul nu a fost acordat pentru controale de rutină ale calității desfășurate de fabricant (punctul 13.3 din Orientările 2000-2006);
 - (b) ajutorul a fost acordat doar pentru controalele efectuate de părți terțe sau în numele acestora, precum autoritățile de reglementare sau organismele responsabile cu supravegherea etichetelor (punctul 13.3 din Orientările 2000-2006);
 - (c) ajutorul a fost acordat pentru controale ale metodelor de producție ecologică efectuate în temeiul Regulamentului (CEE) nr. 2092/91 până la 100 % din costurile suportate (punctul 13.4 din Orientările 2000-2006).
- (293) În comunicările anterioare din 14 septembrie 2012 și 30 aprilie 2014, autoritățile austriece au confirmat deja faptul că ajutoarele au fost reduse progresiv și eliminate complet în 2009. Întrucât Orientările 2000-2006 prevăd o reducere progresivă a ajutorului, condițiile de la punctul 13.5 din Orientările 2000-2006 au fost îndeplinite, prin urmare, pentru toate măsurile acordate până la 31 decembrie 2006.
- (294) Cu toate acestea, deoarece ajutoarele au fost acordate și după 1 ianuarie 2007 (și anume, în 2007 și 2008), Orientările 2007-2013 se aplică acestei perioade.
- (295) În ceea ce privește instrumentul juridic menționat în ultimul rând, condițiile, comparativ cu Orientările 2000-2006, s-au modificat în două privințe: lista cu tipurile de ajutoare a fost ajustată ⁽⁹¹⁾, iar acest tip de ajutor a fost disponibil doar pentru producătorii primari ⁽⁹²⁾.
- (296) Prin urmare, măsurile de care beneficiau producătorii primari și care au continuat după 2007 respectă Orientările 2007-2013 și sunt compatibile cu piața internă.
- (297) Cu toate acestea, ajutoarele acordate întreprinderilor din sectorul prelucrării și comercializării trebuie evaluate în conformitate cu punctul 99 din Orientările 2007-2013. Prin urmare, se face trimitere la evaluarea din secțiunea 8.6.2 de mai jos.
- (298) În cele din urmă, privitor la introducerea sistemului de asigurare a calității ISO 9002 (a se vedea considerentul 99), în considerentul 203 din decizia de inițiere a procedurii, autoritățile austriece au fost invitate să precizeze dacă această măsură a fost aplicabilă și după 1999. În cazul unui răspuns afirmativ, autoritățile austriece erau invitate să arate dacă măsura a îndeplinit condițiile de la punctul 13 din Orientările 2000-2006.
- (299) În răspunsul din februarie 2015, Austria a afirmat că nici standardul ISO 9001:1994, nici oricare altă certificare nu a fost niciodată obligatorie conform Orientărilor AMA (eticheta de calitate sau eticheta ecologică). În plus, autoritățile austriece confirmă că sistemul de asigurare a calității ISO 9002 nu a fost nici obligatoriu, nici aplicabil.

⁽⁹¹⁾ A se vedea considerentul 304 de mai jos.

⁽⁹²⁾ A se vedea o analiză detaliată a capitolului IV.J din Orientările 2007-2013 în secțiunea 8.6 de mai jos.

- (300) Din motivele prezentate mai sus, ajutorul pentru produsele de calitate acordat în perioada 2000-2006 este în conformitate cu Orientările din 2001 privind publicitatea. Prin urmare, Comisia consideră că ajutorul a fost compatibil cu piața comună.

8.6. AJUTORUL DE STAT PENTRU PRODUSE DE CALITATE ÎN PERIOADA 1.1.2007-31.12.2008

- (301) Acest ajutor trebuie evaluat în temeiul capitolului IV.J din Orientările 2007-2013.

8.6.1. AJUTOR PENTRU PRODUCĂTORII PRIMARI

- (302) Conform punctului 98 din Orientările 2007-2013, Comisia ar putea să declare ajutorul de stat acordat producătorilor primari pentru a încuraja producția de produse de calitate ca fiind compatibil cu piața comună în temeiul articolului 87 alineatul (3) litera (c) din Tratatul CE [în prezent articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE], cu condiția ca acesta să fi îndeplinit toate condițiile de la articolul 14 din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006 al Comisiei ⁽⁹³⁾.
- (303) Articolul 14 din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006 al Comisiei preciza că ajutorul este compatibil cu piața comună în sensul articolului 87 alineatul (3) litera (c) din Tratatul CE [în prezent articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE] dacă a fost acordat pentru acoperirea costurilor eligibile enumerate la articolul 14 alineatul (2) și a îndeplinit condițiile stabilite la articolul 14 alineatele (3)-(6) din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006.
- (304) Conform articolului 14 alineatul (2) din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006, ajutorul pentru a încuraja producția de produse agricole de calitate putea să acopere până la 100 % din costurile eligibile pentru, printre altele:
- (a) activități de cercetare de piață, conceperea și proiectarea produselor (inclusiv pregătirea cererilor pentru recunoașterea indicațiilor geografice și a denumirilor de origine sau a certificatelor de specificitate); taxele percepute de organismele de certificare recunoscute pentru certificarea inițială a sistemului de asigurare a calității și a sistemelor similare;
 - (b) introducerea sistemelor de asigurare a calității precum seriile ISO 9000 sau 14000, sistemele bazate pe analiza riscurilor și punctele critice de control (HACCP), sistemele de trasabilitate, sistemele de asigurare a respectării normelor de autenticitate și de comercializare sau sistemele de audit ecologic;
 - (c) măsurile obligatorii de control aplicate, în temeiul legislației comunitare sau naționale, de autoritățile competente sau în numele acestora, cu excepția cazului în care legislația comunitară prevede ca respectivele costuri să fie suportate de întreprinderi;
 - (d) până la cuantumurile stabilite în anexa la Regulamentul (CE) nr. 1698/2005 pentru sprijin în ceea ce privește măsurile prevăzute la articolul 32 din regulamentul menționat.
- (305) Conform articolului 14 alineatul (3) din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006, ajutoarele pot fi acordate numai pentru acoperirea costurilor serviciilor furnizate de către terți și/sau ale controalelor efectuate de către terți sau în numele unor terți, precum autoritățile de reglementare competente, organismele care acționează în nume propriu sau organismele independente responsabile cu controlul și supravegherea utilizării indicațiilor geografice și a denumirilor de origine, a etichetelor ecologice sau de calitate, cu condiția ca respectivele denumiri și etichete să fie conforme cu legislația comunitară. Nu trebuiau acordate ajutoare pentru acoperirea cheltuielilor pentru investiții.
- (306) În temeiul articolului 14 alineatul (4) din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006, ajutorul nu putea fi acordat pentru acoperirea costurilor controalelor efectuate de fermierul sau fabricantul însuși ori în cazurile în care legislația comunitară prevedea ca aceste costuri ale controlului să fie suportate de producători, fără a specifica nivelul efectiv al taxelor.
- (307) Articolul 14 alineatul (5) din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006 prevedea că, exceptând ajutorul menționat la alineatul (2) litera (f) din respectivul regulament, ajutoarele trebuie acordate în natură, sub formă de servicii subvenționate, și nu trebuie să implice plăți directe în bani către producători.

⁽⁹³⁾ Regulamentul (CE) nr. 1857/2006 al Comisiei din 15 decembrie 2006 privind aplicarea articolelor 87 și 88 din tratat ajutoarelor de stat pentru întreprinderile mici și mijlocii care își desfășoară activitatea în domeniul producției de produse agricole și de modificare a Regulamentului (CE) nr. 70/2001 (JO L 358, 16.12.2006, p. 3).

- (308) Ajutoarele trebuiau să fie accesibile tuturor celor eligibili din zona în cauză, pe baza unor condiții definite în mod obiectiv. În cazul în care serviciile erau prestate de grupuri de producători sau de alte organizații agricole de ajutor reciproc, afilierea la respectivele organizații nu trebuia să reprezinte o condiție pentru accesul la serviciu, iar orice contribuție la costurile administrative trebuia limitată la costurile proporționale de prestare a serviciului [articolul 14 alineatul (6) din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006].
- (309) În temeiul punctului 100 din Orientările 2007-2013, Comisia nu a autorizat ajutoare de stat pentru acoperirea costurilor în favoarea marilor întreprinderi.
- (310) Majoritatea condițiilor de bază din Orientările 2007-2013 cu privire la compatibilitatea ajutorului pentru producătorii primari nu s-au schimbat comparativ cu Orientările 2000-2006 descrise mai sus. Se face trimitere la evaluarea din secțiunea 8.5.
- (311) Principalele schimbări față de perioada anterioară au fost legate de faptul că ajutorul trebuia să fie în natură (prin intermediul serviciilor subvenționate) și că ajutorul trebuia să fie accesibil pentru toți cei eligibili în zona în cauză, pe baza unor condiții definite în mod obiectiv. Autoritățile austriece au confirmat că aceste condiții au fost îndeplinite.
- (312) Ajutorul pentru produse de calitate pentru producători primari este conform, prin urmare, cu Orientările 2007-2013. În consecință, Comisia consideră acest ajutor ca fiind compatibil cu piața comună în temeiul articolului 87 alineatul (3) litera (c) din Tratatul CE [în prezent articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE].

8.6.2. AJUTOR PENTRU ÎNTREPRINDERILE CARE ÎȘI DESFĂȘOARĂ ACTIVITATEA ÎN SECTORUL PRELUCRĂRII ȘI COMERCIALIZĂRII

Norme aplicabile

- (313) În temeiul punctului 99 din Orientările 2007-2013, Comisia poate să declare ajutorul de stat acordat întreprinderilor care își desfășoară activitatea în sectorul prelucrării și comercializării de produse agricole, în vederea încurajării producției și comercializării produselor agricole de calitate, ca fiind compatibil cu piața comună în temeiul articolului 87 alineatul (3) litera (c) din Tratatul CE [în prezent articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE] dacă a îndeplinit toate condițiile prevăzute la articolul 5 din Regulamentul (CE) nr. 70/2001 al Comisiei ⁽⁹⁴⁾.
- (314) Regulamentul (CE) nr. 70/2001 a fost înlocuit de Regulamentul (CE) nr. 800/2008 al Comisiei ⁽⁹⁵⁾ (Regulamentul general de exceptare pe categorii de ajutoare 2008-2013) care, la articolul 43, prevede că orice trimitere la Regulamentul (CE) nr. 70/2001 trebuie interpretată ca trimitere la Regulamentul (CE) nr. 800/2008. Conform articolului 45 din acesta, Regulamentul (CE) nr. 800/2008 a intrat în vigoare în a douăzecea zi de la publicarea în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene*, și anume la 29 august 2008. În consecință, între 1 ianuarie 2007 și 28 august 2008, articolul 5 litera (a) din Regulamentul (CE) nr. 70/2001 era aplicabil schemei în discuție, iar după această dată a devenit aplicabil articolul 26 din Regulamentul (CE) nr. 800/2008.
- (315) În ceea ce privește ajutoarele pentru serviciile de consultanță, articolele respective stipulează aceleași condiții: ajutorul putea fi acordat IMM-urilor, costurile de consultanță ale serviciilor prestate de consultanți externi erau eligibile, intensitatea ajutorului nu putea depăși 50 % din costurile eligibile ale serviciilor, iar serviciile în cauză nu puteau fi o activitate continuă sau periodică și nici să aibă legătură cu costurile de exploatare obișnuite ale întreprinderii, precum serviciile de rutină de consultanță fiscală, serviciile juridice sau de publicitate cu caracter regulat.
- (316) În plus, în ceea ce privește atât producția primară, cât și prelucrarea și comercializarea, în temeiul punctului 101 din orientări, ajutoarele pentru investiții necesare pentru modernizarea instalațiilor de producție, inclusiv investițiile necesare pentru administrarea sistemului de documentare și pentru desfășurarea de controale ale proceselor și produselor, ar putea fi acordate doar în conformitate cu normele prevăzute pentru ajutoarele pentru investiții în Orientările 2007-2013.
- (317) În această privință, în decizia de inițiere a procedurii, Comisia și-a exprimat unele îndoieli cu privire la îndeplinirea condițiilor care erau diferite de cerințele stipulate în Orientările 2000-2006.

⁽⁹⁴⁾ Regulamentul (CE) nr. 70/2001 al Comisiei din 12 ianuarie 2001 privind aplicarea articolelor 87 și 88 din Tratatul CE la ajutoare de stat pentru întreprinderile mici și mijlocii (JO L 10, 13.1.2001, p. 33).

⁽⁹⁵⁾ Regulamentul (CE) nr. 800/2008 al Comisiei din 6 august 2008 de declarare a anumitor categorii de ajutoare compatibile cu piața comună în aplicarea articolelor 87 și 88 din tratat (JO L 214, 9.8.2008, p. 3).

- (318) În special, Comisia a atras atenția autorităților austriece asupra următoarelor modificări substanțiale:
- (a) În Orientările 2007-2013, ajutorul pentru controlul metodelor de producție ecologică realizat în temeiul Regulamentului (CEE) nr. 2092/91 și ajutorul pentru controalele efectuate de alte organisme responsabile cu supravegherea utilizării mărcilor și a etichetelor de calitate în cadrul sistemelor recunoscute de asigurare a calității nu au mai fost considerate compatibile cu piața comună.
 - (b) O atenție specială s-a acordat și cerințelor stipulate la articolul 14 alineatele (5) și (6) din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006. În conformitate cu articolele respective, serviciile trebuiau să fie prestate către toate întreprinderile eligibile din zona în cauză, să fie prestate în natură și să se bazeze pe condiții identificate în mod obiectiv.
 - (c) O altă modificare majoră față de Orientările 2000-2006 vizează diferențierea dintre producția primară, pe de o parte, și prelucrarea și comercializarea de produse agricole, pe de altă parte. În ceea ce privește prelucrarea și comercializarea, începând cu 2007, s-a putut acorda doar ajutor pentru IMM-uri, domeniul de aplicare al costurilor eligibile a fost redus la consultanță și alte servicii, iar intensitatea ajutorului a fost redusă la 50 %. În plus, privitor la producția primară, ajutorul pentru producția primară acordat întreprinderilor mari nu a putut fi declarat compatibil.

Evaloare

- (319) Pe baza informațiilor disponibile în stadiul procedurii de examinare prealabilă, era neclar dacă, în 2007, autoritățile austriece au pus în conformitate măsurile examinate cu condițiile prezentate mai sus din Orientările 2007-2013. Autoritățile austriece au fost invitate, prin urmare, să transmită informații suplimentare pentru a demonstra că, în perioada 1.1.2007-31.12.2007, măsurile de sprijin al calității au fost conforme cu noile norme aplicabile începând cu 1 ianuarie 2007.
- (320) În comunicarea din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au susținut că obligația de a se adapta la noile norme privind ajutoarele de stat s-a aplicat începând cu 1 ianuarie 2008 și nu cu 1 ianuarie 2007, după cum a menționat Comisia (a se vedea, de asemenea, considerentele 172-173). Prin urmare, autoritățile austriece nu au furnizat informații suplimentare pentru evaluarea compatibilității. În solicitarea de informații din 19 februarie 2014, Comisia a invitat din nou autoritățile austriece să furnizeze informațiile necesare cu privire la acest punct. În răspunsul din 30 aprilie 2014, autoritățile austriece și-au menținut opinia exprimată în comunicarea anterioară și nu au furnizat informații suplimentare pentru evaluarea compatibilității.
- (321) În solicitarea de informații din 17 decembrie 2014, Comisia a solicitat din nou autorităților austriece să furnizeze informațiile necesare pentru evaluarea compatibilității măsurilor privind calitatea. Autoritățile austriece au repetat că obligația de a se adapta la noile norme privind ajutoarele de stat s-a aplicat începând cu 1 ianuarie 2008 și nu cu 1 ianuarie 2007.
- (322) Comisia ar dori să sublinieze că, spre deosebire de ceea ce susțin autoritățile austriece, obligația de a adapta schema la noile norme s-a aplicat începând cu 1 ianuarie 2007 și nu cu 1 ianuarie 2008.
- (323) La momentul intrării în vigoare a noilor norme (și anume 1 ianuarie 2007), Cauza T-375/04 a Curții (a se vedea considerentul 22), care a dus la anularea Deciziei NN 34A/2000 a Comisiei din 30 iunie 2004, era pendinte. Anularea ulterioară a deciziei Comisiei, din 18 noiembrie 2009, a avut efect retroactiv.
- (324) Prin urmare, Austria nu s-a putut baza pe această decizie pentru a considera ajutorul ca fiind o schemă de ajutoare existentă în sensul punctului 196 din Orientările 2007-2013.
- (325) În plus, în conformitate cu jurisprudența constantă,

„în esență, (...), o încredere legitimă a beneficiarului ajutorului nu poate lua naștere dintr-o decizie pozitivă a Comisiei, pe de o parte, atunci când această decizie a fost atacată în termenele prevăzute pentru introducerea acțiunilor, iar ulterior a fost anulată de instanța comunitară, nici, pe de altă parte, atât timp cât termenul de introducere a acțiunii nu a expirat sau, în cazul unei acțiuni, atâta vreme cât instanța comunitară nu s-a pronunțat în mod definitiv”⁽⁹⁶⁾.

⁽⁹⁶⁾ Hotărârea Curții în Cauza C-1/09, Centre d'exportation du livre français (CELF) și Ministre de la Culture et de la Communication/Société internationale de diffusion et d'édition (SIDE), ECLI:EU:C:2010:136, punctul 45.

- (326) Deși măsurile analizate în cadrul prezentei secțiuni au fost declarate compatibile prin Decizia NN 34A/2000 a Comisiei din 30 iunie 2004, nu s-a creat încredere legitimă în temeiul deciziei nici la nivelul beneficiarilor, nici la nivelul statului membru. La 17 septembrie 2004, s-a inițiat deja o acțiune în anulare care, la data intrării în vigoare a noilor norme privind ajutoarele de stat, era pendinte. Prin urmare, datorită acțiunii în anulare pendinte, autoritățile austriece ar fi trebuit să pună în aplicare Orientările 2007-2013 începând cu 1 ianuarie 2007.
- (327) Astfel cum s-a arătat mai sus, normele privind întreprinderile care își desfășoară activitatea în sectorul prelucrării și comercializării de produse agricole s-au schimbat substanțial în cadrul Orientărilor 2007-2013. Din moment ce autoritățile austriece nu au efectuat nicio adaptare, măsurile privind produsele ecologice, întreprinderile mari și alte măsuri decât serviciile în natură (conform descrierii din considerentul 318) nu erau conforme cu Orientările 2007-2013. Prin urmare, Comisia consideră că aceste măsuri de ajutor nu sunt compatibile cu piața comună. Celelalte măsuri (și anume cele care nu vizează produsele ecologice, întreprinderile mari și alte măsuri decât serviciile în natură ⁽⁹⁷⁾) erau în conformitate cu Orientările 2007-2013 fiind, prin urmare, compatibile cu piața comună.

8.7. SPRIJIN TEHNIC ÎN PERIOADA 1.1.2000-31.12.2006

- (328) Ajutorul pentru sprijin tehnic în perioada 1.1.2000-31.12.2006 trebuie evaluat conform punctului 14 din Orientările 2000-2006. Conform punctului 14.1 din orientări, acest tip de ajutoare au fost considerate de Comisie ca fiind ajutoare „soft”, care au contribuit la viabilitatea pe termen lung a agriculturii în cadrul Comunității, având doar efecte foarte limitate asupra concurenței. Ajutorul putea fi acordat până la 100 % din costurile pentru a acoperi, printre altele, următoarele activități: organizarea de concursuri, expoziții și târguri, inclusiv sprijin pentru costurile suportate pentru participarea la astfel de evenimente și pentru alte activități vizând diseminarea cunoștințelor legate de tehnici noi, cum ar fi proiecte-pilot sau proiecte demonstrative rezonabile, la scară mică.
- (329) Cuantumul total al sprijinului acordat nu putea depăși 100 000 EUR pe o perioadă de trei ani per beneficiar sau, în cazul IMM-urilor, 50 % din costurile eligibile, în funcție de cuantumul mai mare dintre cele două (punctul 14.3 din Orientările 2000-2006). Un astfel de ajutor trebuia să fie disponibil tuturor celor eligibili din zona în cauză pe baza unor condiții definite în mod obiectiv (punctul 14.2 din Orientările 2000-2006).

8.7.1. AJUTOR TEHNIC PENTRU ETICHETA DE CALITATE ȘI CEA ECOLOGICĂ ÎN PERIOADA 1.1.2000-31.12.2006

- (330) În ceea ce privește eticheta ecologică și eticheta de calitate, s-a acordat ajutor pentru proiecte de informare generală, activități de relații cu publicul în vederea difuzării cunoștințelor generale cu privire la etichete și pentru concursuri pe teme de calitate (a se vedea considerentele 100-103). Aceste măsuri nu-i determină pe consumatori să cumpere un anumit produs. Prin urmare, mai degrabă decât să constituie măsuri de publicitate, acestea reprezintă măsuri generale de promovare și ajutoare „soft” care intră sub incidența punctului 14 din Orientările 2000-2006.
- (331) Măsurile de informare intră sub incidența diseminării de cunoștințe legate de tehnici noi. Prin definiție, astfel de măsuri sunt în beneficiul tuturor producătorilor care utilizează etichetele.
- (332) Ajutorul pentru acoperirea costurilor aferente măsurilor de sprijin tehnic intră sub incidența punctului 14.1 din Orientările 2000-2006. În informațiile furnizate în legătură cu schema de ajutoare NN 34A/2000, autoritățile austriece au specificat că un astfel de ajutor nu trebuia să depășească niciodată 100 000 EUR per beneficiar pe o perioadă de trei ani (a se vedea considerentul 109). În decizia de inițiere a procedurii, autoritățile austriece au fost invitate să furnizeze informații pentru a dovedi că asigurările de mai sus au fost cu adevărat respectate. În plus, li s-a solicitat acestora să arate dacă cerințele stabilite la punctele 14.2 și 14.3 din Orientările 2000-2006 au fost îndeplinite și cu privire la perioada 2000-2001 ⁽⁹⁸⁾.
- (333) În comunicarea din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au confirmat că ajutorul pentru aceste măsuri nu a depășit niciodată pragul de 100 000 EUR per beneficiar pe o perioadă de trei ani. Prin urmare, condiția de la punctul 14.3 din Orientările 2000-2006 a fost îndeplinită.

⁽⁹⁷⁾ Spre deosebire de cadrul juridic precedent, aceste categorii nu mai erau eligibile în temeiul Orientărilor 2007-2013. A se vedea considerentul 318.

⁽⁹⁸⁾ În ceea ce privește perioada de referință pentru care trebuiau furnizate informații, autoritățile austriece au fost invitate să ia în considerare observațiile prezentate în considerentul 243 de mai sus cu privire la existența (sau inexistența) unei perioade de tranziție.

- (334) În ceea ce privește condițiile de la punctul 14.2 din Orientările 2000-2006, Comisia a cerut autorităților austriece, într-o nouă solicitare de informații din 17 decembrie 2014, să furnizeze informațiile necesare pentru efectuarea unei evaluări a compatibilității.
- (335) În răspunsul din 25 februarie 2015, autoritățile austriece au confirmat că schema a fost deschisă pentru toți cei eligibili din zona în cauză pe baza unor condiții definite în mod obiectiv. Prin urmare, condiția de la punctul 14.2 din Orientările 2000-2006 a fost îndeplinită.
- (336) În consecință, ajutorul pentru sprijin tehnic a respectat condițiile stipulate în Orientările 2000-2006, iar Comisia consideră că ajutorul a fost compatibil cu piața comună în temeiul articolului 87 alineatul (3) litera (c) din Tratatul CE [în prezent articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE].

8.7.2. SPRIJIN TEHNIC PENTRU PRODUSE GENERICE ÎN PERIOADA 1.1.2000-31.12.2004 ⁽⁹⁹⁾

- (337) Ajutorul pentru acoperirea costurilor aferente măsurilor de sprijin tehnic cu privire la produsele generice, așa cum au fost descrise în considerentele 104-107, intră sub incidența punctului 14.1 (a patra liniuță) din Orientările 2000-2006. În ceea ce privește condițiile prevăzute la punctele 14.2 și 14.3, la momentul deciziei de inițiere a procedurii, Comisia nu dispunea de informații pentru perioada respectivă pe baza cărora să poată analiza dacă s-au îndeplinit sau nu condițiile în cauză. Prin urmare, autoritățile austriece au fost invitate să transmită informațiile necesare.
- (338) În comunicarea din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au confirmat că ajutorul pentru aceste măsuri nu a depășit niciodată pragul de 100 000 EUR per beneficiar pe o perioadă de trei ani. Prin urmare, condiția de la punctul 14.3 din Orientările 2000-2006 a fost îndeplinită.
- (339) În ceea ce privește condiția de la punctul 14.2 din Orientările 2000-2006 privind ajutorul disponibil pentru toți cei eligibili din zona în cauză, Comisia menționează că această condiție este îndeplinită deoarece măsurile de sprijin tehnic au vizat informații generice referitoare la produs. Prin urmare, condiția de la punctul 14.2 din Orientările 2000-2006 a fost îndeplinită.
- (340) În consecință, au fost îndeplinite condițiile menționate în Orientările 2000-2006 privind ajutorul referitor la furnizarea de sprijin tehnic. Prin urmare, Comisia consideră că acest ajutor a fost compatibil cu piața comună în temeiul articolului 87 alineatul (3) litera (c) din Tratatul CE [în prezent articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE].

8.8. SPRIJIN TEHNIC ÎN PERIOADA 1.1.2007-31.12.2008

8.8.1. NORME APLICABILE

Ajutor pentru producătorii agricoli primari

- (341) Conform punctului 103 din Orientările 2007-2013, Comisia putea să declare ajutorul de stat pentru furnizarea de sprijin tehnic acordat producătorilor primari ca fiind compatibil cu piața comună în temeiul articolului 87 alineatul (3) litera (c) din Tratatul CE [în prezent articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE] dacă acesta îndeplinea toate condițiile prevăzute la articolul 15 din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006.
- (342) În temeiul articolului 15 din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006, ajutorul este considerat compatibil cu piața comună în sensul articolului 87 alineatul (3) litera (c) din Tratatul CE [în prezent articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE] dacă a fost acordat pentru costurile eligibile aferente activităților de sprijin tehnic enumerate la articolul 15 alineatul (2) din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006 și dacă a îndeplinit condițiile prevăzute la articolul 15 alineatele (3) și (4) din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006.
- (343) Conform articolului 15 alineatul (2) litera (d) din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006, în ceea ce privește organizarea de forumuri pentru a face schimb de cunoștințe între întreprinderi, de concursuri, expoziții și târguri, precum și participarea la astfel de evenimente, se poate acorda ajutor pentru următoarele costuri eligibile: taxe de participare, cheltuieli de deplasare, costurile publicațiilor, închirierea spațiilor pentru expoziții sau premii simbolice acordate în cadrul concursurilor până la o valoare de 250 EUR per premiu și per câștigător.

⁽⁹⁹⁾ Măsurile generice de după 2004 au făcut obiectul Deciziei N 239/2004 a Comisiei (a se vedea, de asemenea, considerentul 20 de mai sus). Decizia respectivă nu a fost afectată de hotărârile Curții menționate în considerentul 22 și în considerentele următoare.

- (344) Articolul 15 alineatul (2) litera (e) din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006 permite acordarea de ajutoare pentru acoperirea costurilor legate de popularizarea cunoștințelor științifice și informațiile factice privind sistemele de calitate deschise pentru produse din alte țări (fără referire la o anumită/la anumite societăți, mărci de fabricație sau origine).
- (345) Articolul 15 alineatul (2) litera (f) din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006 permite acordarea de ajutoare pentru acoperirea costurilor publicațiilor precum cataloage sau site-uri web care prezintă informații factice despre producătorii dintr-o anumită regiune sau producătorii unui anumit produs, cu condiția ca informațiile și prezentarea lor să se mențină neutre și ca toți producătorii în cauză să aibă șanse egale de a apărea în publicație.
- (346) Articolul 15 alineatele (3) și (4) din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006 permitea acordarea de ajutoare pentru sprijin tehnic la o rată de până la 100 % din costuri în cazurile în care erau îndeplinite următoarele condiții: ajutorul trebuia să se acorde în natură, sub formă de servicii subvenționate, și nu trebuia să implice plăți directe în bani către producători. ajutorul trebuia să fie accesibil tuturor celor eligibili din zona în cauză, pe baza unor condiții definite în mod obiectiv; dacă asistența tehnică era furnizată de grupuri de producători sau de alte organizații, calitatea de membru al acestor grupuri sau organizații nu trebuia să reprezinte o condiție pentru a avea acces la serviciul în cauză. Orice contribuție a unei părți nemembre la cheltuielile administrative ale grupului sau ale organizației în cauză trebuia să fie limitată la costurile de prestare a serviciului.

Întreprinderi care își desfășoară activitatea în sectorul prelucrării și comercializării

- (347) Conform punctului 105 din Orientările 2007-2013, Comisia putea să declare ajutoarele de stat pentru furnizarea de sprijin tehnic societăților care își desfășoară activitatea în sectorul prelucrării și comercializării de produse agricole ca fiind compatibile cu piața comună în temeiul articolului 87 alineatul (3) litera (c) din Tratatul CE [în prezent articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE] dacă acestea au îndeplinit toate condițiile prevăzute la articolul 5 din Regulamentul (CE) nr. 70/2001. Conform articolului 43 din Regulamentul (CE) nr. 800/2008, care a înlocuit Regulamentul (CE) nr. 70/2001, orice trimitere la Regulamentul (CE) nr. 70/2001 trebuie să fie interpretată ca trimitere la Regulamentul (CE) nr. 800/2008 ⁽¹⁰⁰⁾.
- (348) În ceea ce privește condițiile de la articolul 26 din Regulamentul (CE) nr. 800/2008 și de la articolul 5 litera (a) din Regulamentul (CE) nr. 70/2001, se face trimitere la considerentul 315 de mai sus.
- (349) Articolul 27 din Regulamentul (CE) nr. 800/2008 și articolul 5 litera (b) din Regulamentul (CE) nr. 70/2001 prevăd că, în ceea ce privește ajutoarele pentru participarea la târguri și expoziții, intensitatea ajutorului nu poate depăși 50 % din costurile eligibile și că prin „costuri eligibile” se înțelege costurile suportate pentru închirierea, instalarea și funcționarea standului pentru prima participare a unei întreprinderi la orice târg sau expoziție.

8.8.2. EVALUAREA SPRIJINULUI TEHNIC (PRODUCĂTORI PRIMARI ȘI PRELUCRARE ȘI COMERCIALIZARE)

Ajutor pentru producători agricoli primari

- (350) Comisia consideră că normele aplicabile începând cu 1 ianuarie 2007 privind sprijinul tehnic pentru producătorii agricoli primari au fost aproape identice ca substanță cu condițiile prevăzute în Orientările 2000-2006. Costurile eligibile enumerate la articolul 15 alineatul (2) din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006 sunt identice, ca substanță, cu cele enumerate la punctul 14 din Orientările 2000-2006 ⁽¹⁰¹⁾. Condițiile stabilite la articolul 15 alineatul (4) din Regulamentul (CE) nr. 1857/2006 sunt identice cu dispoziția de la punctul 14.2 din Orientările 2000-2006. Cu toate acestea, spre deosebire de Orientările 2000-2006, Orientările 2007-2013 prevedeau ca ajutoarele să fie acordate în natură prin intermediul serviciilor subvenționate. În această privință, autoritățile austriece au evidențiat faptul că, inclusiv în perioada de dinainte de 2007, sprijinul tehnic se acorda sub formă de servicii subvenționate.

⁽¹⁰⁰⁾ Astfel cum s-a explicat în considerentul 314 de mai sus, în perioada 1.1.2007-28.8.2008, articolul 5 literele (a) și (b) din Regulamentul (CE) nr. 70/2001 a fost aplicabil ajutoarelor în discuție, după această dată fiind aplicabile articolele 26 și 27 din Regulamentul (CE) nr. 800/2008. Cu toate acestea, deoarece articolele respective au prevăzut aceleași condiții, nu este necesară o diferențiere în evaluare între perioadele de timp de mai sus.

⁽¹⁰¹⁾ Orientările 2000-2006 oferă o listă neexhaustivă a activităților vizate de ajutorul tehnic.

- (351) Se face trimitere la evaluarea compatibilității din secțiunea 8.7 de mai sus. Prin urmare, Comisia consideră că ajutorul a fost compatibil cu piața comună.

Întreprinderi care își desfășoară activitatea în sectorul prelucrării și comercializării

- (352) Privitor la sprijinul tehnic pentru întreprinderile care își desfășoară activitatea în sectorul prelucrării și comercializării, Orientările 2007-2013 au introdus modificări substanțiale față de normele anterioare; prin urmare, este necesară o evaluare separată pentru această categorie. Pe baza informațiilor disponibile în stadiul deciziei de inițiere a procedurii, era neclar dacă în 2007 autoritățile austriece au aliniat măsurile privind sprijinul tehnic în discuție la condițiile menționate mai sus cuprinse în orientări. Prin urmare, autoritățile austriece au fost invitate să transmită informații suplimentare pentru a demonstra că, în perioada 1.1.2007-31.12.2008, măsurile au respectat noile norme. În această privință, Comisia și-a exprimat îndoielile cu privire la îndeplinirea condițiilor care erau diferite de cerințele stipulate în Orientările 2000-2006. În special, Comisia a atras atenția autorităților austriece cu privire la următoarele modificări de substanță:
- diferențierea între producția primară, pe de o parte, și prelucrarea și comercializarea de produse agricole, pe de altă parte;
 - privitor la acestea din urmă, doar ajutoarele pentru IMM-uri puteau fi declarate compatibile în temeiul Orientărilor 2007-2013, domeniul de aplicare al costurilor eligibile a fost redus la servicii de consultanță și la participarea la târguri și expoziții, iar intensitatea ajutorului a fost redusă la 50 %.
- (353) În comunicarea din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au susținut că obligația de a se adapta la noile norme privind ajutoarele de stat s-a aplicat începând cu 1 ianuarie 2008 și nu cu 1 ianuarie 2007, astfel cum a precizat Comisia (a se vedea, de asemenea, considerentele 172-175). Prin urmare, autoritățile austriece nu au furnizat informații suplimentare pentru evaluarea compatibilității. În solicitarea de informații din 19 februarie 2014, Comisia a invitat din nou Austria să transmită informațiile necesare cu privire la acest subiect. În răspunsul din 30 aprilie 2014, autoritățile austriece și-au menținut opinia exprimată în comunicarea din 2012 și nu au furnizat informații suplimentare pentru evaluarea compatibilității.
- (354) Se face trimitere la raționamentul din considerentele 322-326 de mai sus, care se aplică în egală măsură tipului de ajutor menționat în prezenta secțiune.
- (355) Pe baza motivelor enumerate mai sus, în ceea ce privește ajutoarele pentru sprijin tehnic acordate întreprinderilor care își desfășoară activitatea în sectorul prelucrării și comercializării de produse agricole în perioada 1.1.2007-31.12.2008, acestea nu au respectat noile condiții stipulate pentru această categorie de ajutoare în cadrul Orientărilor 2007-2013 (și anume, ajutoare pentru întreprinderile mari, ajutoare pentru prima participare la târguri, o rată a ajutorului de peste 50 % pentru orice serviciu în afara serviciilor de consultanță și pentru participarea la târguri de peste 50 % sau compensare în natură) [a se vedea considerentul 350; Comisia consideră că astfel de ajutoare au fost incompatibile cu piața comună în temeiul articolului 87 alineatul (3) litera (c) din Tratatul CE, în prezent articolul 107 alineatul (3) litera (c) din TFUE].
- (356) Pentru alte măsuri decât cele menționate în considerentul de mai sus, criteriile de compatibilitate nu au suferit modificări comparativ cu Orientările 2000-2006. Se face trimitere la evaluarea compatibilității în considerentul 328 și în considerentele următoare. Prin urmare, astfel de măsuri sunt compatibile.

8.9. TAXE PARAFISCALE ȘI ALOCAREA AJUTOARELOR PENTRU UN SCOP STABILIT

- (357) Întrucât măsurile care fac obiectul prezentei decizii sunt finanțate printr-o taxă parafiscală, Comisia trebuie să examineze ambele măsuri finanțate, și anume ajutoarele acordate de fapt și modul de finanțare a acestora.
- (358) Conform jurisprudenței constante a Curții de Justiție, în cazul în care metoda de finanțare a ajutorului, în special prin contribuții obligatorii, face parte integrantă din măsura de ajutor, Comisia trebuie să țină cont de acea metodă de finanțare atunci când examinează ajutorul ⁽¹⁰²⁾.

⁽¹⁰²⁾ Hotărârea Curții din 21 octombrie 2003 în cauzele conexe C-261/01 și C-262/01, Van Calster, ECLI:EU:C:2003:571, punctul 49.

- (359) Pentru ca o taxă sau o parte dintr-o taxă să fie considerată ca făcând parte integrantă dintr-o măsură de ajutor, aceasta trebuie alocată măsurii de ajutor în temeiul reglementărilor naționale relevante, în sensul că veniturile din taxă trebuie alocate în mod obligatoriu finanțării măsurii de ajutor ⁽¹⁰³⁾, iar cuantumul taxei ar trebui să aibă un efect direct asupra cuantumului ajutorului de stat ⁽¹⁰⁴⁾.

8.9.1. PERIOADA 1995-2001

- (360) Conform considerentului 235 din decizia de inițiere a procedurii, aplicarea acestor criterii măsurilor care fac obiectul examinării a determinat Comisia să ajungă la următoarele concluzii preliminare: primul criteriu părea să fie îndeplinit din moment ce, potrivit autorităților austriece, de taxele percepute au beneficiat exclusiv măsurile de ajutor vizate de decizie (a se vedea considerentul 53).
- (361) În ceea ce privește întrebarea dacă cuantumul taxei a avut un impact direct asupra cuantumului ajutorului de stat, în stadiul deciziei de inițiere a procedurii Comisia nu avea la dispoziție toate informațiile necesare pentru a evalua dacă acest criteriu a fost îndeplinit. În acest scop, autoritățile austriece au fost invitate să explice dacă cuantumul ajutorului relevant a fost direct legat de venitul obținut din taxe, și anume dacă acesta a fost stabilit dinainte sau dacă a depins de nevoile concrete de marketing ale AMA.
- (362) Comisia a indicat, de asemenea, că, dacă ar fi să concluzioneze în urma furnizării informațiilor necesare că taxele fac parte integrantă din măsura de ajutor, atunci ar trebui să examineze dacă finanțarea schemei face discriminare între produse importate și produse obținute în Austria ⁽¹⁰⁵⁾ sau între produse naționale exportate și produse naționale comercializate pe piața națională ⁽¹⁰⁶⁾ (considerentul 236 din decizia de inițiere a procedurii).
- (363) Autoritățile austriece au fost invitate să furnizeze informații cu privire la aceste aspecte. În special, acestea au fost invitate să indice dacă articolul 21c alineatul (2) din Legea AMA, conform căruia bunurile ce provin din afara Austriei sunt scutite de taxă (a se vedea considerentul 58), era deja în vigoare în 1995 sau dacă a fost introdus printr-o modificare ulterioară a legii. De asemenea, statul membru a fost invitat să explice dacă produsele de origine austriacă comercializate în afara Austriei ar putea beneficia de măsură în aceeași proporție cu produsele comercializate în Austria.
- (364) În considerentul 237 din decizia de inițiere a procedurii, Comisia a subliniat că a trebuit, de asemenea, să verifice dacă perceperea taxei nu a dăunat obiectivelor organizării comune a pieței din sectorul agricol. În această privință, Comisia a trebuit să analizeze dacă taxele nu au interferat cu prețurile produselor finite și, prin urmare, dacă produsele naționale nu au fost discriminate față de produsele importate.
- (365) În această privință, în decizia de inițiere a procedurii, autoritățile austriece au fost invitate să furnizeze date care să indice procentul la care a ajuns taxa din prețurile de vânzare respective și să explice în ce măsură un posibil impact negativ provocat de taxă a fost compensat de efectele pozitive ale măsurilor finanțate de aceeași taxă. În plus, autoritățile austriece au fost invitate să explice dacă prețurile produselor relevante sunt în mare măsură dictate de piață.
- (366) În comunicarea din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au informat Comisia că produsele străine au fost scutite de plata taxei conform articolului 2c alineatul (2) din Legea AMA. Această scutire s-a aplicat începând cu 1 ianuarie 1994 și, prin urmare, pentru întreaga perioadă supusă evaluării.
- (367) În ceea ce privește relația cu obiectivele organizării comune a piețelor din sectorul agricol, în comunicarea din 14 septembrie 2012, autoritățile austriece au afirmat că, din cauză că prețurile au fost determinate de cerere și ofertă pe piețele relevante și că nu a existat nicio intervenție din partea autorităților, nu a fost posibilă calcularea procentului din prețurile de vânzare la care s-a ridicat taxa.

⁽¹⁰³⁾ Hotărârea Curții din 13 ianuarie 2005 în Cauza C-174/02, Streekgewest Westelijk Noord-Brabant, ECLI:EU:C:2005:10, punctul 26, Hotărârea Curții din 27 octombrie 2005 în cauzele conexe de la C-266/04 la C-270/04, C-276/04 și de la C-321/04 la C-325/04, Nazairdis SAS e.a./Caisse nationale de l'organisation autonome d'assurance vieillesse des travailleurs non salariés des professions industrielles et commerciales (Organic), ECLI:EU:C:2005:657, punctele 46-49.

⁽¹⁰⁴⁾ Streekgewest Westelijk Noord-Brabant, citată mai sus în nota de subsol 102, punctul 28 și Hotărârea Curții din 15 iunie 2006, C-41/05, Air Liquide, ECLI:EU:C:2006:403, punctul 46.

⁽¹⁰⁵⁾ Cu privire la discriminarea între produsele naționale și cele exportate, a se vedea, printre altele, Hotărârea Curții din 23 aprilie 2002 în Cauza C-234/99, Nygard, ECLI:EU:C:2002:244, punctele 21-22.

⁽¹⁰⁶⁾ Cu privire la discriminarea între produsele naționale și cele importate, a se vedea, printre altele, Hotărârea Curții din 11 martie 1992 în cauzele conexe C-78/90, C-79/90, C-80/90, C-81/90, C-82/90 și C-83/90, Compagnie Commerciale de l'Ouest, ECLI:EU:C:1992:118, punctul 26.

- (368) În același răspuns, autoritățile austriece au susținut că cuantumul taxei nu a avut un impact direct asupra cuantumului ajutorului de stat. Pe lângă venitul obținut din taxa AMA, au existat surse suplimentare de finanțare. În special, pe lângă „venitul net” obținut din taxă și în afară de fondurile UE (pentru acțiuni cofinanțate), au fost încasate și alte venituri de la operatori economici prin taxe de licență și din încasări de pe urma redevențelor plătite în magazinul AMA (cărți de gătit etc.) pentru a finanța măsurile.
- (369) În fapt, autoritățile austriece au demonstrat că o parte a finanțării pentru măsurile AMA nu a fost acoperită de taxă ⁽¹⁰⁷⁾ și, prin urmare, cuantumul ajutorului cheltuit (care la rândul său a influențat domeniul de aplicare al măsurilor întreprinse efectiv) nu a depins exclusiv de venitul din taxă; în plus, venitul obținut din taxă nu a fost alocat în mod exclusiv pentru finanțarea ajutorului ⁽¹⁰⁸⁾.
- (370) Prin urmare, Comisia consideră că nu s-au îndeplinit criteriile de alocare pentru un scop stabilit în sensul jurisprudenței pentru perioada 1995-2001.

8.9.2. PERIOADA 2002-2008

- (371) Autoritățile austriece au fost invitate, de asemenea, să furnizeze informațiile necesare pentru a permite Comisiei să evalueze dacă finanțarea parafiscală a măsurii (taxa) a constituit o parte integrantă a măsurilor de ajutor pentru perioada 2002-2008 (considerentul 238 din decizia de inițiere a procedurii).
- (372) Pe baza motivelor menționate mai sus și având în vedere că sursele de finanțare au rămas aceleași, Comisia consideră că nu a existat nicio alocare pentru un scop stabilit între taxă și măsurile de ajutor de stat nici pentru perioada 2002-2008.

9. CONCLUZII PRIVIND EXISTENȚA AJUTORULUI ȘI COMPATIBILITATEA

- (373) Din motivele enunțate mai sus și fără a aduce atingere considerentului 378 de mai jos, măsurile de marketing ale AMA constituie ajutor de stat.
- (374) Din motivele enunțate mai sus și fără a aduce atingere considerentului 378 de mai jos, măsurile de ajutor menționate în considerentele 208, 213, 327 a treia teză și 355 sunt incompatibile cu piața internă. Celelalte măsuri evaluate mai sus sunt compatibile cu piața internă.
- (375) Orice compensație care, la momentul acordării, a îndeplinit condițiile stipulate în Regulamentul *de minimis* ⁽¹⁰⁹⁾ este considerată a nu constitui ajutor. Orice ajutor care, la data acordării, îndeplinea condițiile unei exceptări pe categorii sau ale unei scheme de ajutoare aprobate este compatibil cu piața internă până la intensitățile maxime ale ajutoarelor aplicabile pentru tipul de ajutor respectiv.

⁽¹⁰⁷⁾ Conform comunicării din 25 februarie 2015, sumele adunate din licențe s-au situat între 2,01 % și 2,84 % din venitul anual. Încasările din magazinul AMA s-au încadrat între 0,08 % și 0,48 % din venitul anual.

⁽¹⁰⁸⁾ A se vedea, de exemplu, situația pentru anul 2001: astfel cum se poate vedea în tabelele reproduse mai sus în considerentele 43 și 56, cuantumul taxei colectate a fost de 15 milioane EUR, în timp ce doar 12 milioane EUR au fost plătite ca ajutor. În timp ce sumele și proporțiile diferă în fiecare an (în unii ani cuantumul ajutorului a depășit cuantumul taxelor colectate), este clar că cuantumul taxei nu s-a tradus în mod direct într-un anumit nivel al ajutorului.

⁽¹⁰⁹⁾ Regulamentul (CE) nr. 1407/2013 a Comisiei din 18 decembrie 2013 privind aplicarea articolelor 107 și 108 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene ajutoarelor *de minimis* (JO L 352, 24.12.2013, p. 1), Regulamentul (CE) nr. 1998/2006 al Comisiei din 15 decembrie 2006 privind aplicarea articolelor 87 și 88 din tratat ajutoarelor *de minimis* (JO L 379, 28.12.2006, p. 5), Regulamentul (CE) nr. 69/2001 al Comisiei din 12 ianuarie 2001 privind aplicarea articolelor 87 și 88 din Tratatul CE ajutoarelor *de minimis* (JO L 10, 13.1.2001, p. 30), Comunicarea Comisiei privind ajutoarele *de minimis* (JO C 68, 6.3.1996, p. 9), Regulamentul (UE) nr. 1408/2013 al Comisiei din 18 decembrie 2013 privind aplicarea articolelor 107 și 108 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene ajutoarelor *de minimis* în sectorul agricol (JO L 352, 24.12.2013, p. 9), Regulamentul (CE) nr. 1535/2007 al Comisiei din 20 decembrie 2007 privind aplicarea articolelor 87 și 88 din Tratatul CE ajutoarelor *de minimis* în sectorul producției de produse agricole (JO L 337, 21.12.2007, p. 35), Regulamentul (CE) nr. 1860/2004 al Comisiei din 6 octombrie 2004 privind aplicarea articolelor 87 și 88 din Tratatul CE în cazul ajutorului *de minimis* în sectorul agricol și în sectorul pescuitului (JO L 325, 28.10.2004, p. 4).

10. RECUPERARE

- (376) În conformitate cu tratatul și cu jurisprudența consacrată a Curții de Justiție, Comisia are competența de a decide dacă statul membru în cauză trebuie să anuleze sau să modifice ajutorul ⁽¹¹⁰⁾ în cazul în care a constatat că acesta este incompatibil cu piața internă. De asemenea, Curtea a susținut în mod constant faptul că obligația unui stat de a anula ajutorul considerat de Comisie incompatibil cu piața internă are drept scop restabilirea situației existente anterior ⁽¹¹¹⁾. În acest context, Curtea a afirmat că obiectivul este îndeplinit de îndată ce beneficiarul a rambursat cuantumurile acordate prin intermediul unui ajutor ilegal, pierzând astfel avantajul de care a beneficiat față de concurenții săi de pe piață, iar situația anterioară plății ajutorului este restabilită ⁽¹¹²⁾.
- (377) Pe baza jurisprudenței, articolul 16 din Regulamentul (UE) 2015/1589 al Consiliului ⁽¹¹³⁾ (denumit în continuare „Regulamentul de procedură”) prevede că „atunci când adoptă decizii negative în cazuri de ajutor ilegal, Comisia decide ca statul membru în cauză să ia toate măsurile necesare pentru recuperarea ajutorului de la beneficiar”.
- (378) Conform articolului 17 din Regulamentul de procedură, competențele Comisiei de a recupera ajutorul incompatibil fac obiectul unui termen de prescripție de zece ani. Termenul de prescripție începe să curgă din ziua în care ajutorul ilegal este acordat beneficiarului. Orice măsură adoptată de Comisie cu privire la ajutorul ilegal întrerupe termenul de prescripție. Termenul de prescripție se suspendă atât timp cât decizia Comisiei face obiectul unei proceduri în curs de desfășurare în fața Curții de Justiție a Uniunii Europene.
- (379) Plângerea care a declanșat prezenta procedură a fost primită la 21 septembrie 1999 (a se vedea considerentul 4), iar Comisia a înregistrat schema ca ajutor nenotificat în anul 2000 (a se vedea considerentul 8). De asemenea, în decizia din 2004 se admite faptul că, din motive administrative, Comisia a hotărât să separe procedura (a se vedea considerentul 10) și să evalueze separat măsurile de dinainte și de după anul 2003. Separarea procedurii a fost o solicitare venită din partea autorităților austriece la 8 martie 2004.
- (380) Acțiunile citate mai sus (separarea procedurii, recunoscută prin decizia din 2004), împreună cu scrisorile (solicitarea Austriei din 8 martie 2004) reprezintă evenimente care întrerup termenul de prescripție în sensul articolului 17 din Regulamentul (UE) 2015/1589 al Consiliului.
- (381) Acest lucru înseamnă că ține de competența Comisiei să dispună recuperarea începând cu 1 ianuarie 1995, data aderării Austriei la Uniunea Europeană.
- (382) Decizia NN 34A/2000 a Comisiei a fost contestată în fața Tribunalului la 30 iunie 2004, iar împotriva hotărârii sale s-a introdus recurs în fața Curții de Justiție la 27 ianuarie 2010. Hotărârea Curții a fost pronunțată la 27 octombrie 2011 (a se vedea considerentul 22 de mai sus). Conform articolului 15 alineatul (2) a treia teză din Regulamentul (CE) nr. 659/1999, termenul de prescripție a fost suspendat, prin urmare, în perioada 30.6.2004-27.10.2011.
- (383) Din motivele enunțate mai sus, nu a expirat termenul de prescripție de 10 ani pentru recuperare cu privire la măsurile evaluate în cadrul prezentei decizii. Ajutorul de stat incompatibil specificat în considerentul 374 de mai sus trebuie, prin urmare, să fie recuperat de autoritățile austriece.
- (384) Articolul 16 alineatul (1) din Regulamentul de procedură menționează că „atunci când adoptă decizii negative în cazuri de ajutor ilegal, Comisia decide ca statul membru în cauză să ia toate măsurile necesare pentru recuperarea ajutorului de la beneficiar”.
- (385) Articolul 16 alineatul (3) din Regulamentul de procedură menționează că „recuperarea se efectuează fără întârziere și în conformitate cu procedurile legislației naționale a statului membru în cauză, cu condiția ca acestea să permită executarea imediată și efectivă a deciziei Comisiei.”
- (386) În conformitate cu legislația lor națională, mijloacele alese de statele membre pentru a pune în aplicare deciziile de recuperare ar trebui să dea efect deplin deciziei de recuperare. În consecință, este necesar ca măsurile naționale luate de statele membre să determine o executare efectivă și imediată a deciziei Comisiei.

⁽¹¹⁰⁾ Cauza C-70/72, Comisia/Germania, ECLI:EU:C:1973:87, punctul 13.

⁽¹¹¹⁾ Cauzele conexe C-278/92, C-279/92 și C-280/92, Spania/Comisia, ECLI:EU:C:1994:325, punctul 75.

⁽¹¹²⁾ Cauza C-75/97, Belgia/Comisia, ECLI:EU:C:1999:311, punctele 64-65.

⁽¹¹³⁾ Regulamentul (UE) 2015/1589 al Consiliului din 13 iulie 2015 de stabilire a normelor de aplicare a articolului 108 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene (JO L 248, 24.9.2015, p. 9).

- (387) Conform jurisprudenței constante, în cazul unor decizii negative referitoare la ajutorul nenotificat, în special atunci când s-a scurs o perioadă semnificativă de timp, Comisia poate să recurgă la evaluări aproximative ale sumelor care trebuie recuperate ⁽¹¹⁴⁾.
- (388) Comisia ar dori să sublinieze faptul că, în conformitate cu jurisprudența, „nicio dispoziție de drept comunitar nu prevede că, atunci când dispune recuperarea unui ajutor declarat incompatibil cu piața comună, Comisia trebuie să stabilească cuantumul exact al ajutorului care trebuie recuperat. Este suficient ca decizia Comisiei să includă informații care să-i permită beneficiarului să calculeze el însuși cuantumul fără prea mari dificultăți.” ⁽¹¹⁵⁾
- (389) Având în vedere natura unora dintre măsurile vizate (și anume măsurile privind ajutorul indirect acordat unui număr mare de beneficiari), Comisia nu se află în poziția de a stabili, în prezenta decizie, cuantumul exact al ajutorului per beneficiar pentru fiecare măsură pentru care s-a dispus recuperarea.
- (390) Prin urmare, Comisia subliniază faptul că cuantumul comunicat de autoritățile austriece în timpul perioadei de investigație (a se vedea considerentele 43-45) constituie punctul de plecare pentru calculul ajutoarelor care trebuie recuperate de la beneficiarii respectivi. Categoriile de ajutoare incompatibile, precum și perioadele relevante au fost identificate în decizie.
- (391) Prin urmare, Comisia consideră că trebuie să fie furnizată de autoritățile austriece și comunicată Comisiei, în cadrul procedurii de recuperare, o metodă rezonabilă de calcul al ajutorului per beneficiar, în spiritul unei cooperări loiale cu Comisia.

ADOPTĂ PREZENTA DECIZIE:

Articolul 1

Ajutorul de stat pus în aplicare de Austria pentru următoarele măsuri și perioade este **compatibil** cu piața internă în sensul articolului 107 alineatul (3) litera (c) din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene.

- ajutor pentru publicitate generică în perioada 1.1.2000-31.12.2001;
- ajutor pentru publicitate în perioada 1.1.2002-31.12.2006;
- ajutor pentru/prin campanii publicitare în afara Austriei și publicitate generică în Austria, în perioada 1.1.2002-1.1.2004;
- ajutor pentru publicitatea privind calitatea în perioada 1.1.2007-31.12.2008;
- ajutor pentru/prin măsuri de promovare în sens mai larg și măsuri de sprijin tehnic în perioada 1.1.1995-31.12.1999;
- ajutor sub formă de asistență tehnică, servicii de consiliere și măsuri de control legate de produse de calitate în perioada 1.1.1995-31.12.1999;
- ajutor pentru produse de calitate în perioada 1.1.2000-31.12.2006;
- ajutor sub formă de sprijin tehnic în perioada 1.1.2000-31.12.2006;
- ajutor sub formă de sprijin tehnic pentru produse generice în perioada 1.1.2000-31.12.2004;
- ajutor sub formă de sprijin tehnic în perioada 1.1.2007-31.12.2008 pentru producătorii primari.

⁽¹¹⁴⁾ Cauza T-366/00, Scott SA/Comisia, ECLI:EU:T:2007:99, punctul 96.

⁽¹¹⁵⁾ Cauza C-480/98, Spania/Comisia, EU:C:2000:559, punctul 25.

Articolul 2

Următoarele scheme de ajutoare de stat, puse în aplicare în mod ilegal de Austria cu încălcarea articolului 108 alineatul (3) din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene, sunt **incompatibile** cu piața internă, pentru perioadele respective indicate:

- ajutor pentru publicitate generică în perioada 1.1.1995-31.12.1999;
- ajutor pentru eticheta de calitate în perioada 1.1.1995-31.12.1999;
- ajutor pentru produse de calitate în perioada 1.1.2007-31.12.2008;
- sprijin tehnic pentru întreprinderile care își desfășoară activitatea în sectorul prelucrării și al comercializării în perioada 1.1.2007-31.12.2008.

Articolul 3

Ajutoarele individuale acordate în cadrul schemei menționate la articolul 2 nu constituie ajutoare de stat dacă, la momentul acordării lor, îndeplineau condițiile prevăzute de un regulament adoptat în temeiul articolului 2 din Regulamentul (CE) nr. 994/98 al Consiliului ⁽¹¹⁶⁾ care era aplicabil la momentul acordării ajutoarelor.

Articolul 4

Ajutoarele individuale acordate în cadrul schemei menționate la articolul 2 care, la momentul acordării, îndeplineau condițiile prevăzute de un regulament adoptat în temeiul articolului 1 din Regulamentul (CE) nr. 994/98 sau de orice altă schemă de ajutoare aprobată sunt compatibile cu piața internă, în limita intensităților maxime ale ajutoarelor aplicabile respectivului tip de ajutoare.

Articolul 5

Austria recuperează de la beneficiari ajutorul incompatibil menționat la articolul 2.

Sumele care trebuie recuperate sunt purtătoare de dobânzi cu începere de la data plății lor până la recuperarea efectivă.

Dobânda se calculează ca dobândă compusă, în conformitate cu dispozițiile capitolului V din Regulamentul (CE) nr. 794/2004 al Comisiei ⁽¹¹⁷⁾.

Articolul 6

Recuperarea ajutorului menționat la articolul 2 este imediată și efectivă.

Austria asigură punerea în aplicare a prezentei decizii în termen de patru luni de la data notificării acesteia.

Articolul 7

În termen de maximum două luni de la notificarea prezentei decizii, Austria prezintă Comisiei următoarele informații:

- (a) lista beneficiarilor care au primit ajutoare în cadrul schemelor menționate la articolul 2 și cuantumul total al ajutoarelor primite de fiecare dintre aceștia în cadrul schemei în cauză;
- (b) cuantumul total (principal și dobânzi de recuperare) care trebuie recuperat de la beneficiari;

⁽¹¹⁶⁾ Regulamentul (CE) nr. 994/98 al Consiliului din 7 mai 1998 de aplicare a articolelor 92 și 93 din Tratatul de instituire a Comunității Europene anumitor categorii de ajutoare de stat orizontale (JO L 142, 14.5.1998, p. 1).

⁽¹¹⁷⁾ Regulamentul (CE) nr. 794/2004 al Comisiei din 21 aprilie 2004 de punere în aplicare a Regulamentului (CE) nr. 659/1999 al Consiliului de stabilire a normelor de aplicare a articolului 93 din Tratatul CE (JO L 140, 30.4.2004, p. 1).

- (c) o descriere detaliată a măsurilor deja luate și planificate în vederea respectării prezentei decizii;
- (d) documente care demonstrează că beneficiarul a primit ordinul de restituire a ajutorului.

Austria informează în permanență Comisia cu privire la progresele înregistrate în ceea ce privește măsurile naționale luate în vederea punerii în aplicare a prezentei decizii până la recuperarea integrală a ajutorului acordat în cadrul schemei menționate la articolul 2. Aceasta trebuie să prezinte imediat, la simpla solicitare a Comisiei, informații privind măsurile care au fost deja luate și pe cele planificate în vederea respectării prezentei decizii. De asemenea, aceasta furnizează informații detaliate privind cuantumul ajutorului și ale dobânzii de recuperare deja recuperate de la beneficiari.

Articolul 8

Prezenta decizie se adresează Republicii Austria.

Adoptată la Bruxelles, 7 aprilie 2016.

Pentru Comisie
Phil HOGAN
Membru al Comisiei
