

KOMMISSIONENS BESLUT (EU) 2016/1700

av den 7 april 2016

om statligt stöd SA. 15836 (2012/C) (ex NN 34/2000 och NN 34A/2000) som Österrike planerar att genomföra (AMA:s marknadsföringsåtgärder)

[delgivet med nr C(2016) 1972]

(Endast den tyska texten är giltig)

EUROPEISKA KOMMISSIONEN HAR ANTAGIT DETTA BESLUT

med beaktande av fördraget om Europeiska unionens funktionssätt, särskilt artikel 108.2 första stycket,

efter att ha uppmanat de berörda parterna att yttra sig ⁽¹⁾, och

av följande skäl:

- (1) Genom sin dom av den 27 oktober 2011 ⁽²⁾ biföll Europeiska unionens domstol (nedan kallad *domstolen*) den dom som meddelats av förstainstansrätten (numera *tribunalen*) ⁽³⁾, genom vilken kommissionens beslut K(2004) 2037 av den 30 juni 2004 om statligt stöd nr NN 34A/2000 avseende kvalitetsprogrammen och kvalitetsmärkningen AMA Biozeichen (nedan kallad *miljömärkningen*) och AMA Gütesiegel (nedan kallad *kvalitetsmärkningen*) i Österrike hade ogiltigförklarats.
- (2) Enligt domstolens dom är kommissionen skyldig att vidta nödvändiga åtgärder för att följa domen. Kommissionen måste därför anta ett nytt beslut.
- (3) Ovannämnda domar är kulmen på ett förfarande vars viktigaste delar anges nedan.

1. KOMMISSIONENS FÖRFARANDE**1.1 FÖRFARANDET INLEDS – KLAGOMÅL**

- (4) Efter det att det inkommit två klagomål, daterade den 21 september 1999 respektive den 5 november 1999 och registrerade den 23 september 1999 respektive den 20 januari 2000, uppmanade kommissionen i en skrivelse av den 15 februari 2000 de österrikiska myndigheterna att tillhandahålla relevant information om stödåtgärder som avser marknadsföringsverksamheten vid Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH (AMA Marketing), ett dotterbolag till Agrarmarkt Austria (AMA).
- (5) De österrikiska myndigheterna tillhandahöll den begärda informationen i en skrivelse av den 20 mars 2000, som registrerades den 21 mars 2000.
- (6) I en skrivelse av den 4 april 2000, registrerad den 7 april 2000, tillhandahöll den andra klaganden ytterligare information.
- (7) Ytterligare uppgifter inkom också från den andra klaganden den 18 maj 2000 och den 30 maj 2001 (registreringsdatum den 26 maj 2000 respektive den 6 juni 2001). Ett tredje klagomål rörande samma ämne mottogs av kommissionen den 22 januari 2003.

1.2 MÅL NN 34/2000 OCH ADMINISTRATIV UPPDELNING

- (8) På grundval av uppgifterna i klagomålen meddelade kommissionen i en skrivelse av den 19 juni 2000 de österrikiska myndigheterna att de berörda åtgärderna hade registrerats som oanmält stöd (NN 34/2000) och

⁽¹⁾ Uppmaning enligt artikel 108.2 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt att inkomma med synpunkter om statligt stöd nr SA.15836 av den 12 juni 2012, K(2012) 3760 final, EUT C 301, 5.10.2012, s. 22.

⁽²⁾ Mål C-47/10 P, Republiken Österrike mot Scheucher-Fleisch GmbH m.fl., ECLI:EU:C:2011:698.

⁽³⁾ Mål T-375/04, Scheucher-Fleisch GmbH m.fl. mot Europeiska kommissionen, ECLI:EU:T:2009:445.

begärde att de österrikiska myndigheterna skulle inkomma med ytterligare information. De österrikiska myndigheterna svarade med en skrivelse av den 29 september 2000 som registrerades samma dag, och en skrivelse av den 16 oktober 2000 som registrerades den 17 oktober 2000. Ytterligare information begärdes i en skrivelse av den 15 oktober 2001, på vilken de österrikiska myndigheterna svarade med en skrivelse av den 7 november 2001. Genom en skrivelse av den 19 december 2002 inkom de österrikiska myndigheterna med ytterligare uppgifter och informerade kommissionen om de ändrade (interna) AMA-riktlinjerna (*AMA Richtlinien*) som reglerar reklamverksamheten rörande produkter med AMA:s kvalitetsmärkning och AMA:s miljömärkning och som trädde i kraft den 26 september 2002.

- (9) I denna skrivelse, som innehöll ett ifyllt anmälningsformulär, hävdade de österrikiska myndigheterna att de anmält de av AMA:s kvalitetsmärknings- och miljömärkningsåtgärder som införts i enlighet med de nya interna riktlinjerna (*). Kommissionen hävdade emellertid att detta brev inte kunde anses som en anmälan om nytt stöd eftersom de ändrade AMA-riktlinjerna redan hade trätt i kraft den 26 september 2002, och att de således genomfördes innan de stödåtgärder som grundades på dem hade godkänts. (†)
- (10) Efter en begäran från de österrikiska myndigheterna, daterad och mottagen den 8 mars 2004, beslutade kommissionen att dela upp ärende NN 34/2000. Registreringsnummer NN 34A/2000 gavs till den undersökning som rörde de bestämmelser om AMA:s miljömärkning och AMA:s kvalitetsmärkning som gällde efter den 26 september 2002, medan kommissionen under registreringsnummer NN 34/2000 hanterade de åtgärder avseende AMA:s miljömärkning och AMA:s kvalitetsmärkning som varit i kraft före den 26 september 2002 samt övriga AMA-marknadsföringsåtgärder.
- (11) Den 16 mars 2004 inleddes av interna administrativa skäl ett nytt ärende NN 34B/2000 rörande de åtgärder som genomförts före den 26 september 2002. Kommissionen noterar att detta ärende inte har någon inverkan på det föreliggande förfarandets innehåll.
- (12) Genom AMA:s nya interna riktlinjer infördes en ny utformning av märkningarna och nya kvalitetskriterier för produkter som är märkta med dessa märkningar. Utifrån de förklaringar som lämnats av de österrikiska myndigheterna och en ingående granskning av de nya märkningarna och kvalitetskriterierna visade det sig att dessa hade antagits för att överensstämma med de nya gemenskapsbestämmelserna.
- (13) Även om den nya versionen av AMA:s interna riktlinjer inte föreskriver villkor om produkternas ursprung, hänvisas i den grundläggande rättsakten för AMA, AMA-författningen, fortfarande endast till nationella produkter. I detta sammanhang bekräftade de österrikiska myndigheterna i en skrivelse av den 19 december 2002 som registrerades den 23 december 2002 att alla produkter, oavsett ursprung, enligt de nya reglerna kan märkas med AMA-märkningen och förpliktigade sig att ändra AMA-författningen. På ovanstående grunder ansåg kommissionen att den oanmälda stödordning som registrerats som NN 34/2000 hade ändrats betydligt från och med den 26 september 2002 för att överensstämma med reglerna om statligt stöd, och att det av denna anledning var befogat att genomföra en separat bedömning av stödordningen efter detta datum.

1.3 OANMÄLT STÖD NN 34A/2000 EFTER UPPDELNING

- (14) När det gäller ärende NN 34A/2000 inkom de österrikiska myndigheterna med ytterligare uppgifter genom skrivelser av den 2 april 2004 (registrerad den 5 april 2004), 19 april 2004, 29 april 2004, 4 maj 2004, 7 maj 2004, 13 maj 2004, 9 juni 2004, 16 juni 2004 och 24 juni 2004, som alla registrerades samma dag som de mottogs.
- (15) Genom beslut K(2004) 2037 beslutade kommissionen att inte göra några invändningar mot denna åtgärd och ansåg att den var förenlig med den gemensamma marknaden i den mening som avses i artikel 87.3 c i EG-fördraget (nuvarande artikel 107.3 c i EUF-fördraget), i den mån den var förenlig med de villkor som uppställs i punkterna 13 och 14 i Gemenskapens riktlinjer för statligt stöd till jordbrukssektorn (¶) (nedan kallade *2000–2006 års riktlinjer*), och i Gemenskapens riktlinjer för statligt stöd till reklam för produkter som omfattas av bilaga I till EG-fördraget och vissa produkter som inte omfattas av bilaga I till fördraget (‡) (nedan kallade *riktlinjerna för reklam*). Den undersökta stödordningen i ärende NN 34A/2000 var tidsbegränsad till och med den 31 december 2008 för alla åtgärder rörande kvalitetsmärkningen (*AMA Gütesiegel*) och kvalitetsstödåtgärder för miljömärkningen (*Biozeichen*), medan reklamåtgärderna för miljömärkningen (*Biozeichen*) var tidsbegränsade till och med den 31 mars 2006.

(*) Samma typ av argument används i ett rättsligt utlåtande som bifogades de uppgifter som inkom den 26 februari 2015.

(†) De AMA-åtgärder rörande kvalitets- och miljömärkning som genomförts sedan den 26 september 2002 i enlighet med de ändrade interna riktlinjerna godkändes den 30 juni 2004 genom kommissionens beslut i ärende NN 34A/2000 (se skälen 10-16).

(¶) EGT C 28, 1.2.2000, s. 2.

(‡) EGT C 252, 12.9.2001, s. 5.

- (16) Enligt beslutet var alla åtgärder som vidtogs av AMA och AMA Marketing innan den 26 september 2002, vilka omfattades av ärende NN 34/2000, uttryckligen undantagna från granskning i ärende NN 34A/2000. I detta avseende står det emellertid inte klart när AMA:s nya interna riktlinjer trädde i kraft, dvs. om stödåtgärderna beviljades på grundval av de nya reglerna redan från och med den 26 september 2002, det datum då reglerna trädde i kraft, eller om det fanns en övergångsperiod efter den 26 september 2002 under vilken stöd fortsatte att beviljas enligt de gamla reglerna.
- (17) I svaret av den 14 september 2012 vidhöll de österrikiska myndigheterna att ingen övergångsperiod hade tillämpats och att de nya reglerna hade genomförts den 26 september 2002.

1.4 ANMÄLAN AV AMA:S MARKNADSFÖRINGSÅTGÄRDER (GENERISK MARKNADSFÖRING, MARKNADSFÖRING UTANFÖR ÖSTERRIKE OCH MARKNADSUNDERSÖKNINGAR) – N 239/2004

- (18) Den 28 maj 2004 anmälde de österrikiska myndigheterna AMA:s marknadsföringsåtgärder, som omfattar generiska marknadsföringsåtgärder, marknadsföringsåtgärder utanför Österrike och marknadsundersökningar. Den stödordning som registrerats under statligt stöd nr N 239/2004 godkändes genom kommissionens beslut K (2004) 3945 av den 20 oktober 2004. Genom beslut K(2010) 377 av den 21 januari 2010 godkände kommissionen som statligt stöd nr N 496/2009 en fortsättning av ovanstående stödordning till och med den 31 december 2013. Dessa beslut påverkas inte av ovan nämnda domstolsavgöranden, och de godkända åtgärderna omfattas inte av detta beslut.

1.5 FÖRLÄNGNING AV NN 34A/2000

- (19) Genom en skrivelse av den 15 mars 2006 som registrerades samma dag meddelade de österrikiska myndigheterna en förlängning till och med den 31 december 2010 för åtgärderna avseende miljömärkningen ⁽⁸⁾ (statlig stödordning N 175/2006, godkänd genom kommissionens beslut K(2006) 2281 av den 2 juni 2006). Genom en skrivelse av den 19 november 2008 anmälde Österrike en förlängning till och med den 31 december 2013 av stödåtgärd NN 34A/2000 med avseende både på kvalitets- och miljömärkningen, som löpte ut den 31 december 2010. Det anmälda stödet, som hade registrerats som N 589/2008 och godkänts genom kommissionens beslut K(2009) 1092 av den 25 februari 2009, ersatte samtidigt stödåtgärd N 175/2006.
- (20) Föreliggande beslut avser inte de ovan beskrivna godkända stödordningarna N 175/2006, N 589/2008, N 239/2004 och N 496/2009.
- (21) Föreliggande beslut omfattar de oanmälda AMA-åtgärderna enligt stödordning NN 34/2000 (för perioden före den 26 september 2002) och de AMA-åtgärder som togs upp i kommissionens ogiltigförklarade beslut NN 34A/2000 (för perioden efter den 26 september 2002).

2. FÖRFARANDET VID UNIONENS DOMSTOLAR (TRIBUNALEN OCH EUROPEISKA UNIONENS DOMSTOL) OCH BESLUTET ATT INLEDA FÖRFARANDET

2.1 FÖRFARANDET VID TRIBUNALEN – MÅL T-375/04

- (22) Kommissionens beslut i ärende NN 34A/2000 bestreds den 17 september 2004 vid förstainstansrätten (nu tribunalen) av de klagande som nämns i skäl 4. Ärendet fick registreringsnummer T-375/04.
- (23) I sin dom av den 18 november 2009 konstaterade tribunalen att kommissionen borde ha inlett ett formellt granskningsförfarande eftersom det finns en motsägelse mellan i) ordalydelsen i AMA-förordningen från 1992, som enligt tribunalen begränsar ordningen till att omfatta nationella produkter, och ii) AMA:s interna riktlinjer och de österrikiska myndigheternas försäkran, enligt vilka stödordningen omfattade produkter från andra medlemsstater. Tribunalen fann att denna motsägelse var tillräcklig för att skapa allvarliga tvivel om ordningens förenlighet med den inre marknaden.

⁽⁸⁾ Som anges i skäl 15 tidsbegränsades reklamåtgärderna för miljömärkningen under stödordning NN 34A/2000 till och med den 31 mars 2006 och kvalitetsstödåtgärderna för miljömärkningen till och med den 31 december 2008.

- (24) Tribunalen drog slutsatsen (punkt 86 i domen) att kommissionen borde ha inlett det förfarande som föreskrivs av före detta artikel 88.2 i EG-fördraget (nuvarande artikel 108.2 i EUF-fördraget). På denna grund ogiltigförklarade tribunalen kommissionens beslut i ärende NN 34A/2000.

2.2 FÖRFARANDET VID EG-DOMSTOLEN – MÅL C-47/10

- (25) Tribunalens ovannämnda beslut överklagades av Republiken Österrike den 27 januari 2010. Överklagandet registrerades som mål nummer C-47/10.
- (26) I sin dom av den 27 oktober 2011 avlog domstolen Republiken Österrikes överklagande och bekräftade tribunalens avgörande.

2.3 BESLUTET ATT INLEDA FÖRFARANDET OCH EFTERFÖLJANDE FÖRFARANDEÅTGÄRDER

- (27) Efter domstolens dom inledde kommissionen ett formellt granskningsförfarande enligt artikel 108.2 i EUF-fördraget i ärende NN 34A/2000. Med beaktande av motiveringen för domen uppmanade kommissionen i beslutet att inleda förfarandet av den 12 juni 2012 ⁽⁹⁾ de österrikiska myndigheterna och berörda parter att yttra sig inom en månad för att klargöra tvivlen rörande den motsägelse som beskrivs i skäl 23.
- (28) Kommissionen mottog inte några yttranden från tredje part.
- (29) Österrike svarade i en skrivelse av den 29 juni 2012 och bad om en förlängning av tidsfristen för svar. Kommissionen godkände en förlängning av tidsfristen i en skrivelse av den 13 juli 2012.
- (30) De österrikiska myndigheterna lämnade in sitt yttrande den 14 september 2012.
- (31) Kommissionen begärde att få ytterligare upplysningar i en skrivelse av den 19 februari 2014. De österrikiska myndigheterna svarade den 14 mars 2014 och bad om en förlängning av tidsfristen för svar. Österrike lämnade in ytterligare upplysningar den 7 maj 2014.
- (32) Den 17 december 2014 skickade kommissionen ut en ny begäran om upplysningar. Den 23 december 2014 begärde de österrikiska myndigheterna en förlängning av tidsfristen för svar. Kommissionen godkände förlängningen i ett brev daterat den 8 januari 2015. Svar från de österrikiska myndigheterna lämnades in den 26 februari 2015 och den 3 mars 2015.

3. BESKRIVNING AV STÖDÅTGÄRDerna

3.1 BENÄMNING

- (33) AMA:s marknadsföringsåtgärder

3.2 ÅTGÄRDENS VARAKTIGHET

- (34) AMA-förordningen genom vilken AMA inrättades trädde i kraft 1992. Enligt uppgifter från de österrikiska myndigheterna i en skrivelse av den 4 juli 1997 som registrerades den 7 juli 1997 har marknadsföringsåtgärderna varit i kraft sedan 1994, dvs. innan den 1 januari 1995, det datum då Österrike anslöt sig till Europeiska unionen. Trots detta anmäldes inte AMA-åtgärderna av de österrikiska myndigheterna till kommissionen i enlighet med artiklarna 143 eller 144 i anslutningsakten för Republiken Österrike ⁽¹⁰⁾.

⁽⁹⁾ Se fotnot 1.

⁽¹⁰⁾ Akt om villkoren för Konungariket Norges, Republiken Österrikes, Republiken Finlands och Konungariket Sveriges anslutning till de fördrag som ligger till grund för Europeiska unionen och om anpassning av fördragen (EGT C 241. 29.8.1994, s. 21, i dess ändrade lydelse enligt EGT L 1, 1.1.1995, s. 1).

- (35) I inlagen av den 14 september 2012 förklarade Österrike att kommissionen nu hade "underrättats" om marknadsföringsåtgärderna av Österreichische Weinmarketing. Den information som tillhandahölls i detta material ⁽¹⁾ avser dock endast lämpliga åtgärder som införts av kommissionen i enlighet med artikel 93.1 i EG-fördraget (nuvarande artikel 108.1 i EUF-fördraget) för vinsektorn. Dessa åtgärder omfattas inte av föreliggande beslut.
- (36) Genom en skrivelse av den 7 februari 1997 meddelade kommissionen Österrike mot bakgrund av OECD:s övervakningsrapport att AMA:s marknadsföringsåtgärder skulle kunna utgöra statligt stöd och begärde därför att de österrikiska myndigheterna skulle tillhandahålla all den information som behövdes för en bedömning av dessa åtgärder i enlighet med gällande regler om statligt stöd, och att de skulle fylla i de relevanta anmälningsformulären. Genom en skrivelse av den 23 juni 1997 inkom de österrikiska myndigheterna med den begärda informationen och ett ifyllt anmälningsformulär ⁽²⁾.
- (37) I sin inlägga av den 14 september 2012 vidhöll de österrikiska myndigheterna att skrivelsen av den 23 juni 1997 utgjorde en giltig anmälan och att medlemsstaten vid utgången av tvåmånadersperioden var berättigad att tro att det fanns ett giltigt godkännande av statligt stöd för dessa åtgärder.
- (38) När det gäller slutdatum för genomförandet måste man särskilja mellan AMA:s olika typer av marknadsföringsverksamhet.
- (39) Kommissionen noterar i detta sammanhang att kommissionen genom beslut av den 20 oktober 2004 inom ramen för statligt stöd nummer N 239/2004 godkänt följande av AMA:s marknadsföringsåtgärder: generiska marknadsföringsåtgärder (reklam- och PR-verksamhet), marknadsföringsåtgärder utanför Österrike och marknadsundersökningar.
- (40) Sammanfattningsvis var slutdatum för åtgärden den 31 december 2008 när det gäller AMA:s miljö- och kvalitetsmärkning, med undantag för reklamåtgärderna för miljömärkningen, för vilka slutdatum var den 31 december 2006 (se skälen 15 och 19 ovan). AMA:s övriga marknadsföringsåtgärder gällde till den 20 oktober 2004, den dag då den anmälda åtgärden N 239/2004 godkändes (se kapitel 1.4 och skäl 39).
- (41) Kommissionen noterar vidare att en säljfrämjande kampanjåtgärd för nötkött som vidtagits av AMA hade anmälts och godkänts inom ramen för statligt stöd nummer N 570/1998 genom en skrivelse av den 15 december 1998. Stödets varaktighet var begränsad till två år.
- (42) Förutom de åtgärder som omfattas av kommissionens beslut i ärendena N 570/1998, NN 34A/2000 och N 239/2004 känner kommissionen inte till några godkända stödåtgärder rörande AMA:s marknadsföringsverksamhet under perioden i fråga.

3.3 STÖDBELOPP

- (43) Enligt de uppgifter som tillhandahållits i de detaljerade budgetrapporterna för åren 1995–1999 ⁽³⁾ och 2000–2008 ⁽⁴⁾ lades följande belopp ut för AMA:s marknadsföringsverksamhet:

1995: 13 084 204,72 euro

1996: 16 241 658,38 euro

1997: 15 306 219,65 euro

1998: 18 217 604,15 euro

1999: 18 158 485,48 euro

2000: 15 867 096,22 euro

2001: 12 092 317,52 euro

2002: 13 538 228,32 euro

⁽¹⁾ Dvs. hänvisningen till kommissionens beslut N88/98.

⁽²⁾ Se skäl 145 och följande.

⁽³⁾ Dessa rapporter lämnades in som bilaga till de österrikiska myndigheternas skrivelse av den 16 oktober 2000, vilken utgjorde svaret på kommissionens begäran av den 19 juni 2000 om ytterligare upplysningar.

⁽⁴⁾ Dessa rapporter lämnades in tillsammans med de österrikiska myndigheternas skrivelse av den 14 september 2012.

2003: 9 044 509,01 euro

2004: 10 559 442,86 euro

2005: 8 994 712,20 euro

2006: 12 193 320,12 euro

2007: 12 285 344,67 euro

2008: 15 087 084,71 euro

- (44) I en skrivelse av den 12 juni 2012 uppmanades de österrikiska myndigheterna att bekräfta ovanstående siffror och tillhandahålla en uppdelning av budgeten per år för varje stödkategori (reklam för kvalitetsmärkning, reklam för miljömärkning, generisk reklam, reklam utanför Österrike, kvalitetsåtgärder såväl som tekniskt stöd avseende båda typerna av märkning och generiska produkter). Följande siffror tillhandahölls i inlagan av den 14 september 2012:

(euro)

	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) De österrikiska myndigheterna tillhandahöll följande siffror för miljömärknings- och kvalitetsmärkningsåtgärderna under perioden 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 STÖDMOTTAGARE

- (46) Den tillgängliga informationen visar att marknadsföringsåtgärdernas förmånstagare är jordbruksproducenter såväl som företag som är verksamma inom bearbetning och saluföring av jordbruksprodukter, inklusive livsmedelsindustrin.

3.5 RÄTTSLIG GRUND

- (47) Grundförfattningen för alla AMA:s marknadsföringsåtgärder är AMA-författningen – Bundesgesetz über die Errichtung der Marktordnungsstelle "Agrarmarkt Austria" (förbundslagen om upprättande av det marknadsreglerande organet Agrarmarkt Austria) ⁽¹⁵⁾.
- (48) Efter en begäran om upplysningar av den 30 april 2014 lämnade de österrikiska myndigheterna in alla verkställande rättsakter (Richtlinien, Verordnungen etc., inklusive AMA:s interna riktlinjer och andra interna bestämmelser) som reglerar kvalitetsmärkningen och miljömärkningen såväl som respektive marknadsföringsåtgärder.

3.6 AMA MARKETING OCH DEN SKATTELIKLANDE FINANSIERINGEN AV ÅTGÄRDEN

- (49) AMA är ett offentligrättsligt organ som inrättades 1992 genom AMA-förordningen och som kontrolleras av staten. Ordningen förvaltas av AMA Marketing, ett helägt dotterbolag till AMA.
- (50) I ärende NN 34A/2000 har de österrikiska myndigheterna lämnat följande uppgifter om AMA:s status och verksamhet:
- (51) Enligt de österrikiska myndigheterna marknadsför varken AMA eller AMA Marketing varor eller tjänster. AMA Marketing övervakar användningen av kvalitetsmärkningen och miljömärkningen, planerar och samordnar marknadsföringsåtgärder (reklam, mässor, utställningar, PR-evenemang och liknande), producerar informationsmaterial om kvalitetsprogram och kvalitetsmärkningar, och beställer forskningsprojekt rörande olika ämnen med avseende på jordbruksproduktionens kvalitet.
- (52) AMA Marketing genomför inte reklamkampanjer eller produktkontroller. I stället väljer AMA Marketing, i enlighet med nationell lagstiftning som införlivar rådets direktiv 92/50/EEG ⁽¹⁶⁾ och därefter Europaparlamentets och rådets direktiv 2004/18/EG ⁽¹⁷⁾, ut privata företag som ska genomföra sådana kampanjer eller kontroller.
- (53) De österrikiska jordbruks- och livsmedelsföretagen betalar obligatoriska avgifter som föreskrivs i AMA-författningen och som finansierar 100 % av AMA:s marknadsföringsåtgärder. AMA och AMA Marketing finansieras också genom dessa avgifter.

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

⁽¹⁶⁾ Rådets direktiv 92/50/EEG av den 18 juni 1992 om samordning av förfarandena vid offentlig upphandling av tjänster (EGT L 209, 24.7.1992, s. 1).

⁽¹⁷⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2004/18/EG av den 31 mars 2004 om samordning av förfarandena vid offentlig upphandling av byggtreprenader, varor och tjänster (EUT L 134, 30.4.2004, s. 114).

(54) I AMA-förordningen (§ 21c.1) fastställs att avgifterna måste betalas för följande åtgärder eller produkter:

- leverans av mjölk för bearbetning,
- malning av spannmål,
- slakt av vuxna nötkreatur, kalvar, grisar, lamm, får och höns,
- hållande av fjäderfä för äggproduktion,
- produktion av grönsaker och frukt,
- produktion av potatis (förutom potatisstärkelse och potatis för framställning av alkohol),
- produktion och odling av trädgårdsprodukter,
- odling av vingårdar,
- utsläppande på marknaden av vin.

(55) De maximala avgiftsbeloppen fastställs också i AMA-förordningen (§ 21d). Den konkreta avgiftsnivån fastställs i en förordning som utfärdas av AMA:s styrelse (Verordnung des Verwaltungsrates).

(56) I en skrivelse av den 14 september 2012 meddelade de österrikiska myndigheterna att följande belopp för avgifter uppburits under perioden 1995–2008 ⁽¹⁸⁾:

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

(57) Som ett exempel kan nämnas att totalt 13 529 199,62 euro i avgifter inkasserades under 2003, enligt följande:

Mjölk	7 754 833,88
Vuxna nötkreatur	1 141 663,81

⁽¹⁸⁾ Bilaga till punkterna 31 och 47 i inlagan av den 14 september 2012. Inlagan innehåller ett huvuddokument och bilagor till detta.

Svin	1 976 514,84
Kalvar	31 926,33
Får och lamm	34 046,38
Fjäderfä för slakt	405 925,74
Värphöns	427 690,62
Frukt	769 823,87
Grönsaker	408 448,99
Potatis	243 896,60
Trädgårdsprodukter	334 428,56

- (58) Enligt § 21c.2 i AMA-förordningen är varor som har sitt ursprung utanför Österrike undantagna från dessa avgifter.

4. AMA:s MARKNADSFÖRINGSÅTGÄRDER

- (59) Genom en skrivelse av den 16 oktober 2000 inom ramen för ärende NN 34/2000 tillhandahöll de österrikiska myndigheterna årliga rapporter för åren 1995, 1996, 1997, 1998 och 1999 som innehåller förteckningar över alla AMA:s marknadsföringsåtgärder.
- (60) När det gäller kvalitets- och miljömärkningarna tillhandahöll de österrikiska myndigheterna en utförlig beskrivning inom ramen för bedömningen av stödordning NN 34A/2000.
- (61) Utifrån denna information framgår det att marknadsföringsverksamheten kan delas in i följande stödkategorier:
- reklam, inklusive reklam om kvalitetsmärkning och miljömärkning, generiska marknadsföringsåtgärder och reklamåtgärder utanför Österrike (avsnitt 4.1),
 - stöd till system för kvalitetssäkring, kvalitetskontroller och kontroller för ekologiska produkter för kvalitets- och miljömärkta produkter (avsnitt 4.2) och
 - tekniska stödåtgärder (avsnitt 4.3).
- (62) En utförlig beskrivning av åtgärderna per stödkategori följer i kapitlen 4.1 till och med 4.3.

4.1 REKLAMÅTGÄRDER

4.1.1 REKLAMÅTGÄRDER RÖRANDE KVALITETSMÄRKNINGEN OCH MILJÖMÄRKNINGEN

- (63) Enligt den information som tillhandahölls av de österrikiska myndigheterna när det gäller stödordning NN 34A/2000, innehöll miljömärkning eventuellt angivelse av ursprung. I kvalitetsmärkning ingår alltid särskild angivelse av ursprunget och ett andra fält med färger och/eller symboler som (grafiskt) anger ursprunget, beroende på medlemsstaten eller produktionsregionen i fråga.

Märkningar som används och stödberättigande enligt ordningen

- (64) Enligt den information som tillhandahållits av de österrikiska myndigheterna om stödordning NN 34A/2000 hade märkningarna efter 2002 följande utseende:

Märkningarnas utseende från och med 2002 ⁽¹⁹⁾



- (65) Utifrån de exempel som skickats in till kommissionen för perioden 1995–2002 framgår det att miljömärkningen hade samma utseende som i perioden efter 2002, medan kvalitetsmärkningen till och med 31 december 1999 hade en annan utformning (som visas nedan): i stället för hänvisningen till "AMA Gütesiegel" placerades ordet "Austria" (i samma storlek) i det centrala fältet, dvs. den visuellt sett dominerande delen av etiketten.

Kvalitetsmärkningens utseende under perioden 1 januari 1995–31 december 1999 (Österrike)



- (66) Från och med januari 2000 ersattes den ursprungliga kvalitetsmärkningen med den märkning som visas i skäl 65 ⁽²¹⁾. Detta avspeglas i de årliga rapporterna från denna period och framåt.
- (67) Enligt de tillhandahållna uppgifterna rörande stödordning NN 34A/2000, beviljades miljömärkningen och kvalitetsmärkningen endast när det gäller produkter som uppfyller vissa kvalitetskriterier med avseende på produktionsmetoder, produktens egenskaper, och i vissa fall, krav angående produktens geografiska ursprung.
- (68) De österrikiska myndigheterna har försäkrat att bestämmelserna i Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/13/EG ⁽²²⁾ uppfylls i den subventionerade reklamen.
- (69) Miljömärkningen beviljades endast med avseende på ekologiska produkter som uppfyller de kriterier som fastställs i rådets förordning (EEG) 2092/91 ⁽²³⁾.

⁽¹⁹⁾ Dessa märkningar visades i skäl 13 i kommissionens beslut NN 34A/2000.

⁽²⁰⁾ Denna märkning användes också under perioden 1999–2002.

⁽²¹⁾ Märkningen används i produktdirektiven från år 2000 (Richtlinien für Frischfleisch, Fleischerbetriebe, Fleischwaren, Frischeier, Putenfleisch, Milch und Milchprodukte, Obst, Gemüse und Speisekartoffeln, Speisefette, Speiseöle, Diverse Lebensmittel).

⁽²²⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/13/EG av den 20 mars 2000 om tillnärmning av medlemsstaternas lagstiftning om märkning och presentation av livsmedel samt om reklam för livsmedel (EGT L 109, 6.5.2000, s. 29).

⁽²³⁾ Rådets förordning (EEG) nr 2092/91 av den 24 juni 1991 om ekologisk produktion av jordbruksprodukter och uppgifter därom på jordbruksprodukter och livsmedel (EGT L 198, 22.7.1991, s. 1).

- (70) Kvalitetsmärkningsen tilldelades endast produkter som uppfyller kvalitetskraven i artikel 24a b i rådets förordning (EG) nr 1257/1999 ⁽²⁴⁾. De produkter som uppfyller de kvalitetskriterier som krävs för användning av kvalitetsmärkningsen uppfyller följande högre standarder enligt definitionen i punkt 47 i 2000–2006 års riktlinjer ⁽²⁵⁾:

Produkt	Kriterium
Nötkött, kalvkött	pH36-värde < 5,8 inom minst 36 timmar
Griskött	PSE-griskött: pH1-värde minst 30 minuter efter slakt: 6,0 eller högre
	Endast kött av klasserna S och E tillåts
	DFE-griskött: pH12-värde minst 12 timmar efter slakt: max 5,8
Turkiet	Bakteriologiska krav: högsta totalantal bakterier L 50 000 KbE/cm ² och högsta antal enterobakterier L 500 KbE/cm ² innan styckning, motsvarande värden L 100 000 KbE/cm ² och L 1 000 KbE/cm ² efter styckning
Ägg	Endast höns hållna frigående inomhus och frigående utomhus
	Deltagande i ett program för förebyggande och kontroll av salmonella
Mjölks och mjölkprodukter	Lipopolysackaridinhåll ≤ 400 EU/ml
	Endast kvalitetsklass 1 av fyra befintliga klasser
	I det mikrobiologiska toleransintervallet utgör de lägre gränsvärdena enligt den österrikiska lagen <i>Milchhygieneverordnung</i> de övre gränsvärdena för kvalitetsmärkta produkter. Om toleransintervallet t.ex. är 1–3 enligt lagen tillåter kvalitetsmärkningsen endast värden upp till 1
	Innehållet i jäst och mögelsvampar i fermenterade mjölkprodukter ≤ 10/ml, smör ≤ 100/g, keso ≤ 1 000/g
Honung	Vattenhalt max 19 %, HMF -halt ≤ 20 ppm
Spannmål, spannmålsprodukter	Vete: hektolitervikt 80 kg, gluteninnehåll 30 %, proteininnehåll 14 %, sedimentationsvärde 50 Eh, falltal 250 sek; råg: hektolitervikt 72 kg, amylogram 500AE; råg för brygning: proteininnehåll max 12 %, fullkornsråghalt 90 %
Oljevaxter och matoljor	Syratal (SZ) 0,2 mg/kg
	Peroxidal (POZ) (färska prover) 1,5
Glass	Endast råmjölk av den högsta kvalitetskategorin (S) av tre kategorier
	Antal bakterier ≤ 50 000 (toleransintervall + 30 000)

⁽²⁴⁾ Rådets förordning (EG) nr 1257/1999 av den 17 maj 1999 om stöd från Europeiska utvecklings- och garantifonden för jordbruket (EUGFJ) till utveckling av landsbygden och om ändring och upphävande av vissa förordningar (EGT L 160, 26.6.1999, s. 80).

⁽²⁵⁾ Dessa standarder beskrivs i skäl 59 i kommissionens beslut NN 34A/2000.

Produkt	Kriterium
	Alla mikrobiologiska högsta tillåtna värden ska vara lägre än i den österrikiska lagen <i>Speiseeiserordnung</i>
Frukt, grönsaker, matpotatis	Användning av pesticider och herbicider endast i enlighet med den integrerade produktionspositiva förteckningen, t.ex. endast omkring 160 av de cirka 300 växtskyddskemikalier som förtecknas i den österrikiska lagen <i>Pflanzenschutzmittelgesetz</i> tillåts för kvalitetsmärkta produkter
	Vid kvävegödsling av potatis är endast 100 kg ren NO/hektar tillåtet (god jordbrukssed i Österrike: 175 kg)
	Inget avloppsslam tillåts
	Ingen gödsling utan jordanalys eller utöver näringsämnesnivå C (optimal näringstillförsel)

- (71) Den ursprungsregion som anges i märkningen ansågs vara regionen där bearbetningen av produkten ägde rum och i vilken de avgörande råvarorna (*wertbestimmende Rohstoffe*) har sitt ursprung. En tredjedel av dessa råvaror kan komma från andra regioner om de inte kan odlas eller erhållas i ursprungsregionen.
- (72) För produktionen av färska ägg måste hönsen vara födda och uppgödda i den berörda regionen. För produktionen av nöt, kalv, fläsk, kalkon och lamm måste djuren vara födda i regionen i fråga.
- (73) När det gäller den märkning som används för kvalitetsmärkningen bifogade de österrikiska myndigheterna i sin informationsinlägga av den 14 september 2012 de tillämpliga reglerna för perioden till 1999. Denna information visar att den märkning som visas i skäl 65 användes både i rättsakterna (AMA-Gütesiegel Richtlinien⁽²⁶⁾, Regulativ für die Verleihung des Rechts zur Führung der Ursprungs- und Gütezeichen für Lebensmittel⁽²⁷⁾) och i ansökningsformulären (Antrag auf Verleihung des Herkunfts- und Gütezeichens für Lebensmittel⁽²⁸⁾).
- (74) Efter 1999 var den märkning som används för kvalitetsmärkningen identisk med den märkning som visas i skäl 64.

Stödberättigande kostnader enligt ordningen

- (75) När det gäller kvalitetsmärkningen kan man på grundval av den information som lämnats i årsrapporterna för 1995 till 1999 och den information som avser stödordning NN 34A/2000 dra slutsatsen att stöd har beviljats för kostnaderna för reklamkampanjer för att förbättra kvalitetsmedvetenheten hos konsumenterna och för att främja kvalitetsmärkningen. Syftet var att skapa en bild av kvalitetsmärkningen som inköpsvägledning (*Orientierungshilfe beim Einkauf*).
- (76) När det gäller miljömärkningen beviljades stöd för kostnader för reklamkampanjer som informerade konsumenterna om de produkter som var märkta med miljömärkningen samt om kraven för användning av märkningen och om ekologiskt jordbruk i allmänhet.
- (77) Kampanjerna bestod av annonser i tryckta och elektroniska medier, på försäljningsställen och vid offentliga evenemang, i informationsställ med broschyrer om de produkter som bär kvalitetsmärkningen eller miljömärkningen, i informationsbroschyrer, som en del av provsmakningen av produkter på mässor och vid

⁽²⁶⁾ AMA-Gütesiegel Richtlinie Frischfleisch från april 1999, Richtlinien Frischfleisch från april 1997, Richtlinien Frischfleisch från april 1997 (Anpassung entsprechend Beiratsbeschluss av den 22 januari 1998), Richtlinien Frischfleisch från februari 1996, Richtlinien diverse Lebensmittel.

⁽²⁷⁾ Från februari 1997.

⁽²⁸⁾ Enligt de österrikiska myndigheterna användes detta formulär till och med den 31 december 2000.

andra offentliga tillställningar samt andra sätt att dra till sig konsumenternas uppmärksamhet, till exempel genom golvdekalering (placeras i snabbköp) med symboler och uppgifter rörande kvalitetsmärknings- och miljömärknings- och kampanjerna inriktades på olika produktgrupper åt gången beroende på den lokala och marknadsmissiga situationen.

- (78) Enligt den information som tillhandahölls av de österrikiska myndigheterna rörande åtgärd NN 34A/2000 nämndes varken namngivna produkter eller märken i annonser eller under aktiviteter på försäljningsställen och vid offentliga evenemang under perioden 2002–2008. I stället innehöll dessa bara information om produktens kvalitetskrav och kvalitetskontroller i förbindelse med kvalitetsmärknings- så att konsumenterna skulle kunna känna igen de kvalitetsmärkta produkternas särskilda kvalitet. Stöd för aktiviteter på försäljningsställen fanns att tillgå för alla intresserade företag som ville organisera sådana kampanjer i sina lokaler. Företagen själva erhöi inte något direkt stöd enligt den anmälda stödordningen.
- (79) Dessutom måste enligt de österrikiska myndigheterna produktens ursprung, där detta nämndes, vara av underordnad betydelse i den subventionerade reklamen. De österrikiska myndigheterna har lämnat in representativa exempel på tryckt och audiovisuell reklam som illustrerar hur annonserna utformades för att säkerställa att meddelandet om ursprung alltid var av underordnad betydelse.
- (80) Utifrån informationen som avser åtgärd NN 34A/2000 framgår att en del av miljömärkningsåtgärderna rör EU:s samfinansierade marknadsföringsverksamhet.

4.1.2 GENERISKA REKLAMÅTGÄRDER

- (81) Uppgifterna i de årliga rapporterna från 1995–1999 visar att reklamkampanjerna rörde mjölk och mjölkprodukter, kött och köttprodukter, ägg, frukt, grönsaker och potatis samt bearbetade produkter av dessa råvaror samt blommor.
- (82) Reklamkampanjerna bestod av annonser i tryckta och elektroniska medier och säljfrämjande åtgärder på försäljningsställen, mässor och evenemang. Som säljfrämjande åtgärder användes informationsställ med varuprover och broschyrer om de annonserade produkterna och andra sätt att dra till sig konsumenternas uppmärksamhet, såsom produkttester, tävlingar med priser (*Gewinnspiele*) samt affischer, flaggor och trottoardekalering med information om de annonserade produkterna. Dessutom producerades olika tryckta och andra material för att främja olika produkter eller produktgrupper. Sådant material inbegriper informationsbroschyrer, tidningar, kokböcker, kläder med tryck och presentreklam.

Konkreta kampanjer som genomförts i enlighet med ordningen

- (83) I de reklamexempel från denna period som kommissionen hade tillgång till visas produktens ursprung i ord och symboler inte bara i kvalitetsmärknings- utan också på andra håll i reklamaterialet.
- (84) Årsrapporten från 1995 och de prover som överlämnades av Österrike till kommissionen innehöll bland annat följande exempel:
- En kampanj från 1995 hänvisade till "Geflügel aus Österreich". Märkningens huvudsakliga visuella fält visar den österrikiska flaggan.
 - En reklamkampanj från 1995 bedrevs under titeln "Aptit på Österrike" ("Appetit auf Österreich"). Märkningens huvudsakliga visuella fält (med ordet "Österreich") hade den österrikiska flaggan som bakgrund. Den beskrivande delen av annonseringen innehöll en tydlig hänvisning till produkternas ursprung: "Livsmedel från Österrike – varför?" ("Lebensmittel aus Österreich – warum?").
 - En kampanj till förmån för ägg från Österrike bedrevs 1995 under sloganen "Färska kvalitetsägg från Österrike" ("Qualitätseier frisch aus Österreich").
 - Marknadsföringsmaterial om jordgubbar som lämnades in till kommissionen innehöll märkningen "Frukt från Österrike" ("Obst aus Österreich").

- En kampanj för kalvkött bedrevs under mottot "Österrikiskt nötkött – varje bit är en läckerhet" ("Österreichisches Rindfleisch, jedes Stück ein Gustostück").
- En kampanj för griskött bedrevs under mottot "Griskött från Österrike – du vet vad du äter" ("Schweinefleisch aus Österreich, da weiß man was man isst").
- En kampanj för ost bedrevs under mottot "Klassiskt österrikisk, ost med karaktär" ("Typisch Österreich, Käse mit Charakter").
- (85) Den årliga rapporten för 1996 sammanfattar AMA:s uppdrag som följer: "att övertyga de inhemska konsumenterna om fördelarna med österrikiska produkter, trots det växande urvalet av europeiska livsmedel" ("die einheimischen Konsumenten, trotz der zunehmenden Vielfalt des europäisch werdender Lebensmittelangebots, von den Vorzügen österreichischer Produkte zu überzeugen")⁽²⁹⁾. Rapporten fortsätter: "Uppbyggnaden av en 'förkärlek för Österrike' är ett viktigt bidrag för att säkra våra jordbruksprodukters marknadsandelar". ("Diese Kultivierung der 'Präferenz für Österreich' ist ein wesentlicher Beitrag zur Marktanteilsicherung für unsere Agrarprodukte"). I samma rapport konstateras att samarbetet mellan AMA Marketing och de nationella producenterna var så framgångsrikt att nästan inga utländska mjölk- och smörproducenter tog sig in på den österrikiska marknaden⁽³⁰⁾.
- (86) I rapportens sista kapitel, som har titeln "Patriotism efterfrågas av handeln och konsumenterna" ("Patriotismus bei Handel und Konsument gefragt"), fastställs att de inhemska produkternas höga marknadsandel jämfört med konkurrerande produkter från andra EU-länder hade tryggats⁽³¹⁾. I rapporten namnges de företag (återförsäljare) som deltog⁽³²⁾ i kampanjen och det betonas att den röd-vit-röda märkningen kombinerades med ett framhävande av fördelarna med österrikiska livsmedel för konsumenterna.
- (87) När det gäller kampanjer och aktioner som bedrevs under 1996 ges följande exempel:
- a) Rapporten hänvisar till kampanjen "Vårt smör är oersättligt" ("Unsere Butter kann durch nichts ersetzt werden")⁽³³⁾.
- b) Andra exempel som nämns i den årliga rapporten avser inhemskt kött: "Österrikes bästa recept" ("Österreichs bestes Rezept"), "Nötkött från Österrike" ("Rindfleisch aus Österreich")⁽³⁴⁾. De distribuerade materialen verkar ha haft stor spridning. I den årliga rapporten nämns 400 000 tryckta exemplar av broschyren "Kalvkött från Österrike" ("Kalbfleisch aus Österreich") och 800 000 exemplar av broschyren "Allt om kött" ("Alles über Fleisch")⁽³⁵⁾.
- (88) I rapporten nämns också kampanjer utan hänvisning till produkternas ursprung, såsom "Mjölk – vit energi"⁽³⁶⁾ eller skolkampanjen som bedrevs under sloganen "Det oslagbara äpplet" ("Der unbesiegbare Apfel")⁽³⁷⁾. Den senare innehåller ingen hänvisning till varumärken eller produktens ursprung, utan nämner endast fruktens generiska egenskaper (näringsämnen, energi, vitaminer och mineraler etc.).
- (89) I årsrapporten för 1997 nämns att AMA:s åtgärder framgångsrikt "byggt upp hinder för andra EU-produkters inträde på marknaden" och ger som exempel yoghurt, vars nationella tillverkare lyckades återerövra en marknadsandel på 15 % från utländska tillverkare⁽³⁸⁾.
- (90) I några reklamexempel från 1999 nämns särskilda företag (till exempel hänvisar en tryckt annons om österrikisk ost till ostproducenten [...])⁽³⁹⁾, och i reklam för österrikiska ägg nämns livsmedelsdetaljisten [...])⁽⁴⁰⁾.
- (91) I reklam för yoghurt med AMA:s kvalitetsmärkning visades texten "Yoghurt från Österrike"⁽⁴¹⁾.

⁽²⁹⁾ AMA:s verksamhetsrapport (Tätigkeitsbericht) för 1996, sidan 3.

⁽³⁰⁾ AMA:s verksamhetsrapport (Tätigkeitsbericht) för 1996, sidan 12.

⁽³¹⁾ AMA:s verksamhetsrapport (Tätigkeitsbericht) för 1996, sidan 35.

⁽³²⁾ [...]) Omfattas av tystnadsplikt.

⁽³³⁾ AMA:s verksamhetsrapport (Tätigkeitsbericht) för 1996, sidan 15.

⁽³⁴⁾ Båda exemplen nämns i AMA:s verksamhetsrapport (Tätigkeitsbericht) för 1996, sidan 17.

⁽³⁵⁾ AMA:s verksamhetsrapport (Tätigkeitsbericht) för 1996, sidan 19.

⁽³⁶⁾ AMA:s verksamhetsrapport (Tätigkeitsbericht) för 1996, sidan 13.

⁽³⁷⁾ AMA:s verksamhetsrapport (Tätigkeitsbericht) för 1996, sidan 26.

⁽³⁸⁾ AMA:s verksamhetsrapport (Tätigkeitsbericht) för 1997, sidan 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 Fruchtyoghurt klar abzulesen. So konnten 1997 von den heimischen Herstellern 15 % Marktanteil von ausländischen Anbietern zurückgewonnen werden".

⁽³⁹⁾ Omfattas av tystnadsplikt.

⁽⁴⁰⁾ Ibid.

⁽⁴¹⁾ Detta reklamexempel kan återfinnas på sidan 10 av AMA:s verksamhetsrapport (Tätigkeitsbericht) för 1999.

- (92) Årsrapporterna för 1997, 1998 och 1999 innehåller liknande kampanjer och sloganer som dem som beskrivs ovan.
- (93) Årsrapporterna för **2000** och **2001** hänvisar till kampanjer såsom
- Mjölkreklam ("Frische Milch hat's in sich") ⁽⁴²⁾
 - En skolkampanj för mjölk ⁽⁴³⁾
 - Kampanjen Ungdom 2000 (Jugend 2000) ⁽⁴⁴⁾
 - En broschyr för generationen 50+ ⁽⁴⁵⁾

4.1.3 REKLAMÅTGÄRDER UTANFÖR ÖSTERRIKE

- (94) Syftet med reklamåtgärderna som var att informera konsumenterna och näringsidkare om erbjudanden om produkter från Österrike – deras smak och kulinariska användning – och att uppmuntra konsumenterna att (för första gången) prova dessa produkter.
- (95) Reklamkampanjerna bestod av annonser i media, broschyrer och flygblad, presentreklam, provning av produkter och direkt e-postreklam till konsumenterna.
- (96) Reklam för österrikiska produkter gjordes också i samband med österrikiska matveckor och på internationella mässor i EU:s medlemsstater utanför Österrike.
- (97) Enligt de österrikiska myndigheterna hade de ovannämnda avgifterna för perioden 2002–2008 inte i någon diskriminerande inverkan i den mening som avses i artikel 90 i EG-fördraget (nuvarande artikel 110 i EUF-fördraget). I synnerhet uppger de att det inte finns några tecken på att österrikiska produkter som saluförs utanför Österrike inte drog nytta av åtgärden i samma utsträckning som produkter som marknadsförs i Österrike.

4.2 STATLIGT STÖD FÖR KVALITETSPRODUKTER

- (98) När det gäller AMA:s kvalitets- och miljömärkning beviljades stöd för utveckling av system för kvalitetssäkring (studier om en generell förbättring av produktionskvaliteten, utarbetande och spridning av kvalitetssäkringsdokument, utveckling av därtill hörande informationstekniska system inom AMA Marketing, kvalitetskontroller och kontroller för ekologiska produkter (kontroller på plats av externa organ och laboratorieanalyser). Alla rutinmässiga kvalitetskontroller betalades av licensinnehavarna själva.
- (99) Dessutom omnämns i årsrapporterna för 1995–1999 en åtgärd som består i införandet av ett kvalitetssäkringssystem för standarden ISO 9002.

4.3 TEKNISKA STÖDÅTGÄRDER

4.3.1 TEKNISKT STÖD FÖR KVALITETS- OCH MILJÖMÄRKNINGEN

- (100) Stöd beviljades för allmänna informationsprojekt, PR-verksamhet för att sprida allmän kunskap om märkningarna och för tävlingar som organiserades för att främja kvalitetsmärkningarna (*Gewinnspiele*).

⁽⁴²⁾ AMA:s verksamhetsrapport (Tätigkeitsbericht) för 2000, sidan 9.

⁽⁴³⁾ AMA:s verksamhetsrapport (Tätigkeitsbericht) för 2000, sidan 10.

⁽⁴⁴⁾ AMA:s verksamhetsrapport (Tätigkeitsbericht) för 2000, sidan 11.

⁽⁴⁵⁾ AMA:s verksamhetsrapport (Tätigkeitsbericht) för 2000, sidan 12.

- (101) Kostnader för att anordna informationsmöten och för att producera broschyrer, kataloger, nyhetsbrev och internetinlägg var stödberättigande.
- (102) Syftet var att ge konsumenterna saklig information om AMA:s kvalitets- och miljömärkningsprogram i allmänhet, såsom kvalitetsorienteringen av kvalitetsmärkningsprogrammet, märkningens innehåll och kontrollsystemen.
- (103) Enligt information från de österrikiska myndigheterna gällde de ovannämnda åtgärderna inte särskilda produktgrupper, och inte heller försökte man förmå kunderna att köpa en viss produkt.

4.3.2 TEKNISKT STÖD FÖR ALLMÄN PRODUKTINFORMATION, INKLUSIVE MARKNADSUNDERSÖKNINGAR

- (104) Enligt årsrapporterna beviljades stöd under perioden 1995 till 1999 för allmän informations- och PR-verksamhet, organisation av och deltagande i mässor samt marknadsundersökningar.
- (105) Den allmänna informations- och PR-verksamheten för vilken stöd beviljades syftade till att presentera generiska livsmedelsegenskaper och tog upp frågor av allmänt intresse, såsom rådgivning och information i händelse av en livsmedelsskandal. PR-verksamheten omfattade också en förbättring av kommunikationsplattformen i medierna och använde kanaler såsom pressmeddelanden, presskonferenser, presstjänst, nyhetsbrev, öppet hus-dagar och lobbying.
- (106) Stödet beviljades också för anordnande av och deltagande i evenemang såsom tävlingar, konferenser, seminarier och workshops i såväl Österrike som i "Österrikiska veckor" och mässor i andra EU-länder.
- (107) Stöd för marknadsundersökningar beviljades för genomförande av studier rörande allmänna livsmedelsmarknadsuppgifter, utvecklingen av marknader, konsumentbeteenden, trender och analyser av försäljningen av de berörda jordbruksprodukterna.

5. STÖDNIVÅER

- (108) Stödet täckte 100 % av de stödberättigande kostnaderna för AMA:s marknadsföringsåtgärder.
- (109) Enligt den information som tillhandahållits av de österrikiska myndigheterna överskred aldrig stödet för kvalitetsprodukter och för tekniskt stöd rörande kvalitets- och miljömärkningen 100 000 euro per stödmottagare under en period på tre år.
- (110) När det gäller kontrollåtgärder rörande användningen av kvalitetsmärkningen bekräftade de österrikiska myndigheterna att stödet togs bort innan 2009.

6. BEDÖMNING AV STÖDET

6.1 FÖREKOMSTEN AV STÖD

- (111) Artikel 107.1 i EUF-fördraget är tillämplig om stöd beviljas av en medlemsstat eller med hjälp av statliga medel, av vilket slag det än är och som snedvrider eller hotar att snedvrida konkurrensen genom att gynna vissa företag eller viss produktion i en omfattning som påverkar handeln mellan medlemsstaterna.

6.1.1 STÖD SOM GES AV EN MEDLEMSSTAT ELLER MED HJÄLP AV STATLIGA MEDEL

- (112) När det gäller klassificeringen av medel som statliga medel behövs ingen åtskillnad göras mellan fall där stödet betalas direkt av staten eller där det betalas av offentliga eller privata organ som utsetts eller inrättats av staten för detta ändamål ⁽⁴⁶⁾.

⁽⁴⁶⁾ Domarna av den 13 mars 2001 i mål C-379/98, Preussen Elektra, ECLI:EU:C:2001:160, punkt 58, och av den 20 november 2003 i mål C-126/01, GEMO, ECLI:EU:C:2003:622, punkt 23.

- (113) Kommissionen konstaterar att stödet i förevarande fall inte beviljades direkt av staten utan av AMA, ett förmedlande organ som inrättats genom lagstiftning och som kontrolleras av staten (se skäl 49). AMA Marketing förvaltas och ägs helt av AMA, som därför kan antas utöva ett avgörande inflytande på sitt dotterbolag. I detta avsnitt bedöms därför AMA och AMA Marketing tillsammans. Man måste därför undersöka om de avgifter som uppburits av AMA kan betraktas som statliga medel som ska tillskrivas staten.
- (114) AMA och AMA Marketing har inrättats genom lag. Staten fastställer målen för dessa organ (artikel 2 i AMA-förordningen), deras ledningsstruktur (artiklarna 4–17 i AMA-förordningen) och sammansättningen av förvaltningsstyrelsen (se även skäl 118). Dessa organ kontrolleras således av staten. Deras marknadsföringsverksamhet finansieras genom skattelikhande avgifter (se skälen 49 och 53)⁽⁴⁷⁾. I AMA-förordningen (artikel 21a.1) fastställs användningen av de uppburna avgifterna. AMA är föremål för granskning av statliga institutioner, såsom den österrikiska revisionsrätten⁽⁴⁸⁾. I artikel 29 i AMA-förordningen fastställs dessutom att AMA vid utförandet av administrativa förfaranden tillämpar den allmänna förvaltningslagen (*allgemeines Verwaltungsverfahrensgesetz*).
- (115) AMA:s beslut kan bestridas vid Bundesverwaltungsgericht (den federala förvaltningsdomstolen)⁽⁴⁹⁾. Enligt 2004 års version av AMA-förordningen kan AMA:s beslut bestridas hos jord- och skogsbruksministeriet.
- (116) Uppbörden av avgiften i enlighet med AMA-förordningen faller under AMA:s behörighet. AMA har befogenhet att inspektera lokaler eller jordbruksområden och att begära att de avgiftsbelagda företagen lämnar in rapporter eller bevis⁽⁵⁰⁾. Överträdelse mot AMA-förordningen bestraffas av distriktsförvaltningsmyndigheten (*Bezirksverwaltungsbehörde*) med böter på högst 3 630 euro⁽⁵¹⁾. Försök att kringgå AMA:s regler är också straffbara. Om bötesbeloppet inte kan uppbäras kan ett fängelsestraff på upp till sex veckor utdömas⁽⁵²⁾.
- (117) De österrikiska myndigheterna uppgav att syftet med avgiften, dess omfattning och dess högsta nivå fastställs i AMA-förordningen⁽⁵³⁾. Avgiftens konkreta nivå fastställs av AMA:s förvaltningsstyrelse (*Verwaltungsrat der Agrarmarkt Austria*). Styrelsen fastställer avgiftens konkreta nivå på grundval av marknadssituationen för varje berörd produkt, försäljningsutvecklingen, inkomstsituationen för inhemska varor i Österrike och utomlands samt behovet och lämpligheten av genomförandet av marknadsföringsåtgärder⁽⁵⁴⁾.
- (118) AMA:s förvaltningsstyrelse består av fyra ledamöter som företräder jordbrukskammaren (*Landwirtschaftskammer Österreich*), den federala arbetstagar-kammaren (*Bundesarbeitskammer*), näringslivskammaren (*Wirtschaftskammer Österreich*) och det österrikiska fackföreningsförbundet (*Österreichischer Gewerkschaftsbund*)⁽⁵⁵⁾.
- (119) I beslutet att inleda förfarandet kontrollerade kommissionen tillämpligheten av målet Pearle på det aktuella fallet. Den 15 juli 2004 påpekade domstolen i sin dom i målet Pearle⁽⁵⁶⁾ att obligatoriska avgifter som påläggs alla företag i en kommersiell sektor av ett förmedlande organ kan anses inte utgöra statliga medel när följande fyra kumulativa villkor uppfylls:
- Åtgärden i fråga antas av den branschorganisation som företräder företag och anställda i en handelssektor och används inte som ett instrument för att genomföra en politik som antagits av staten.
 - De målsättningar som har antagits på detta sätt finansieras helt genom avgifter från företag inom sektorn.
 - Finansieringsmetoden och avgiftens procentandel/storlek fastställs inom handelssektorns branschorganisation av företrädare för arbetsgivare och anställda, utan statligt ingripande.
 - Avgifterna ska användas för att finansiera åtgärden, utan möjlighet till statligt ingripande.

⁽⁴⁷⁾ Inläga av den 14 september 2012.

⁽⁴⁸⁾ Ibid.

⁽⁴⁹⁾ Artikel 21 i AMA-förordningen.

⁽⁵⁰⁾ Artikel 21k i AMA-förordningen.

⁽⁵¹⁾ Artikel 21l i AMA-förordningen.

⁽⁵²⁾ Artikel 21l.2 i AMA-förordningen.

⁽⁵³⁾ Artiklarna 21a.1, 21c respektive 21d.

⁽⁵⁴⁾ Se fotnot 47.

⁽⁵⁵⁾ Artikel 11.1 i AMA-förordningen.

⁽⁵⁶⁾ Domstolens dom av den 15 juli 2004 i mål C-345/02, Pearle, ECLI:EU:C:2004:448, punkterna 35–38.

- (120) På grundval av tillgängliga uppgifter anser kommissionen att ordningen inte uppfyller samtliga dessa villkor.
- (121) När det gäller det första villkoret måste det noteras att finansieringen av marknadsföringsåtgärderna inte förvaltas av en branschorganisation som företräder sektorn utan av AMA Marketing, ett offentligt organ som inrättats och kontrolleras av staten (se skäl 49 och artikel 3 i AMA-förordningen).
- (122) När det gäller det tredje villkoret fastställs avgiften och det maximala avgiftsbeloppet genom lagstiftning (dvs. genom AMA-förordningen) och uppbärs av ett organ som kontrolleras av staten och inte av en branschorganisation inom den kommersiella sektorn. Dessutom är enligt AMA-förordningen avgiften obligatorisk (se skäl 53). Dessa faktorer påvisar statens ingripande när det gäller finansieringsmetoden för stödet.
- (123) Kommissionen anser därför att föreliggande fall skiljer sig från de villkor enligt vilka de avgifter som analyserades i domstolens dom i målet Pearle inte ansågs utgöra statliga medel.
- (124) Den 30 maj 2013 besvarade domstolen i målet Doux Élevage en fråga om tolkningen av begreppet statliga medel som hänskjutits för förhandsavgörande ⁽⁵⁷⁾.
- (125) I sin dom drog domstolen slutsatsen att en nationell myndighets beslut om utvidgning, till alla dem som arbetar inom jordbrukssektorn, av ett avtal som inom ramen för en branschorganisation som godkänts av den nationella myndigheten inför en avgift för att möjliggöra genomförandet av åtgärder rörande kommunikation, marknadsföring, yttre förbindelser, kvalitetssäkring, forskning och försvar av den berörda sektorns intressen, och därmed gör betalningen av avgiften allmänt tillämplig, inte utgör statligt stöd.
- (126) I sin dom gjorde domstolen bedömningen att avgifterna i fråga har sitt ursprung hos privata ekonomiska aktörer som är verksamma på de berörda marknaderna, vilket innebär att denna mekanism inte inbegriper någon direkt eller indirekt överföring av statliga medel. De medel som uppkommer genom betalningarna går inte via statens eller någon annan statlig enhets budget, och staten gör inte avkall på medel i någon form (såsom skatter, avgifter, bidrag eller annat) som, enligt den nationella lagstiftningen, skulle ha betalats till statens budget.
- (127) Till skillnad från detta mål inbegriper inte föreliggande mål (frivilliga) avgifter som kollektivt har införts av en branschorganisation. Som visats i skäl 53 betalar österrikiska jordbruks- och industriföretag obligatoriska avgifter som fastställs i AMA-förordningen. Avgifterna är därför inte av privat natur utan är påbjudna av staten genom en lagstiftningsakt.
- (128) I motsats till målet Doux Élevage handlar det i AMA:s fall inte om avgifter som införts av privata organisationer. Som framgår av skälen 49-54 fastställs avgifterna av staten och förvaltas av AMA, ett offentligt organ som inrättats genom AMA-förordningen och som kontrolleras av staten. AMA Marketing, ett helägt dotterbolag till AMA, förvaltar systemet.
- (129) I målet Doux Élevage ansåg domstolen att avgifterna i fråga hela tiden behöll sin privata beskaffenhet och att de nationella myndigheterna rent faktiskt inte fick använda dessa resurser främst till att stödja vissa företag. Snarare var det den berörda branschorganisationen som beslutade om användningen av dessa resurser, och dessa resurser var följaktligen i sin helhet avsedda för de mål som bestämdes av dessa organisationer. Likaledes var dessa medel inte ständigt under offentlig kontroll och de stod inte till de statliga myndigheternas förfogande.
- (130) I motsats till målet Doux Élevage fastställs i förevarande fall målen för AMA inte av en privat organisation som beslutar om användningen av dessa medel, utan i en lagstiftningsakt som reglerar det offentliga organet (dvs. AMA-förordningen, se skäl 54).
- (131) Därför uppfylls inte villkoren i målet Doux Élevage för förekomsten av privata resurser.

⁽⁵⁷⁾ Dom av den 30 maj 2013 i mål C-677/11, Doux Élevage SNC och Coopérative agricole GBP-ARREE mot Ministère de l'Agriculture, ECLI:EU:C:2013:348, punkterna 32, 35 och 38.

- (132) Av dessa skäl anser kommissionen att finansieringen av de berörda åtgärderna som utförs av AMA kan tillskrivas staten och att dessa medel därmed utgör statliga medel.

6.1.2 SELEKTIV FÖRDEL

- (133) Enligt domstolens fasta rättspraxis anses åtgärder som, oavsett deras form, direkt eller indirekt gynnar vissa företag utgöra stöd, liksom åtgärder som kan anses ge det stödmottagande företaget ekonomiska fördelar som det inte skulle ha erhållit under normala marknadsmässiga villkor⁽⁵⁸⁾. Dessutom anses ingripanden som på olika sätt minskar de kostnader som normalt belastar företagets budget och som därigenom, utan att det är fråga om subventioner i strikt bemärkelse, är av liknande karaktär och får samma effekter som dessa, utgöra stöd⁽⁵⁹⁾. Domstolen påpekade också att en åtgärd som antas av den offentliga myndigheten och som gynnar vissa företag eller produkter inte förlorar sin egenskap av omotiverad fördel på grund av att den helt eller delvis finansieras genom avgifter som införts av den offentliga myndigheten och tas ut av de berörda företagen⁽⁶⁰⁾.
- (134) Åtgärden gynnar företag som är verksamma inom produktion, bearbetning och saluföring av jordbruksprodukter, inklusive livsmedelsindustrin (se skäl 46), genom reklam, stöd för kvalitetsprodukter och tekniskt stöd.
- (135) I detta avseende uppmanades de österrikiska myndigheterna att lämna in mer information om omfattningen av stödmottagarna samt om antalet stödmottagare för varje marknadsföringsåtgärd. I sin inlägga av den 14 september 2012 svarade de österrikiska myndigheterna att det inte är möjligt att identifiera stödmottagarna för varje enskild åtgärd, eftersom det inte bara är de tillverkare och återförsäljare som använder märkningen som har dragit fördel av systemet, utan även de producenter som inte direkt deltar i ordningen och därmed sektorn som sådan. Österrike hävdade att åtgärderna ökade medvetenheten hos konsumenterna i allmänhet så att även producenter som inte deltar i ordningen var tvungna att förbättra kvaliteten på sina produkter.
- (136) Dessutom begärde kommissionen i beslutet att inleda förfarandet att Österrike skulle klargöra i vilken utsträckning livsmedelsindustrin drar nytta av marknadsföringsåtgärderna. De österrikiska myndigheterna använde samma argument som skäl 135.
- (137) Enligt rättspraxis⁽⁶¹⁾ behåller en åtgärd sin selektiva karaktär även om den gäller en hel sektor (men inte för andra sektorer). Argumenten från de österrikiska myndigheterna rörande åtgärdens allmänna karaktär måste därför avvisas.

6.1.3 SNEDVRIDNING AV KONKURRENSEN OCH PÅVERKAN PÅ HANDELN

- (138) I enlighet med domstolens rättspraxis ska förstärkningen av ett företags konkurrensställning till följd av beviljandet av ett statligt stöd generellt anses utgöra en snedvridning av konkurrensen i förhållande till andra konkurrerande företag som inte har mottagit detta stöd⁽⁶²⁾. Dessutom kan stöd till ett företag som är verksamt på en marknad som är öppen för handel inom unionen påverka handeln mellan medlemsstaterna⁽⁶³⁾.
- (139) Under perioden 1995–2008 var handeln med jordbruksprodukter inom unionen mycket omfattande. Som ett exempel var under 2004 jordbruksprodukter i EU med ett värde på cirka 183 miljarder euro (import) till cirka 187 miljarder euro (export) föremål för handel inom unionen, vilket motsvarar runt 57 % av den totala jordbruksproduktionen på 324 miljarder euro⁽⁶⁴⁾.
- (140) Mot bakgrund av den betydande inomeuropeiska handeln med jordbruksprodukter under den aktuella perioden kan man därför anse att de åtgärder som är föremål för föreliggande beslut snedvrider eller hotar att snedvrider konkurrensen och påverkar handeln mellan medlemsstaterna. Detta bekräftas för övrigt av några av AMA:s egna uttalanden i dess årsrapporter för den berörda perioden (se skälen 84–90 ovan), som visar att AMA hade uppfattningen att marknadsföringsverksamheten tenderade att främja den inhemska produktionen i konkurrens med producenter från andra medlemsstater.

⁽⁵⁸⁾ Domstolens dom i mål C-280/00, Altmark, ECLI:EU:C:2003:415, punkt 84.

⁽⁵⁹⁾ Domstolens dom i mål C-355/00, Freskot AE mot Elliniko Dimosio, ECLI:EU:C:2003:298, punkt 83.

⁽⁶⁰⁾ Domstolens dom av den 22 mars 1977 i mål 78/76, Steinike & Weinlig, ECLI:EU:C:1977:52, punkt 22.

⁽⁶¹⁾ Domstolens dom i mål C-75/97, Belgien mot kommissionen, ECLI:EU:C:1999:311, punkt 31.

⁽⁶²⁾ Domstolens dom i mål 730/79, Philip Morris Holland BV mot kommissionen, ECLI:EU:C:1980:209, punkterna 11 och 12.

⁽⁶³⁾ Se i synnerhet domstolens dom i mål 102/87, Republiken Frankrike mot kommissionen, ECLI:EU:C:1988:391.

⁽⁶⁴⁾ Källa: Eurostat.

- (141) Mot bakgrund av detta anses villkoren i artikel 107.1 i EUF-fördraget vara uppfyllda. Det kan därför konstateras att de åtgärder som är föremål för föreliggande beslut utgör statligt stöd i den mening som avses i den artikeln.

6.2 DEN TIDSMÄSSIGA OMFATTNINGEN AV BESLUTET OCH DET BEFINTLIGA STÖDET

- (142) AMA:s oanmälda marknadsföringsåtgärder enligt stödordning NN 34/2000 och AMA:s åtgärder i kommissionens ogiltigförklarade beslut NN 34A/2000 var föremål för 2012 års beslut att inleda förfarandet.
- (143) Med beaktande av att AMA-förordningen och dess tillämpningsföreskrifter har ändrats flera gånger, att många steg i förfarandet har genomförts och att stödet består av ett flertal åtgärder med olika varaktighet, måste exakta start- och slutdatum för genomförandet av åtgärderna och därmed den tidsmässiga omfattningen av beslutet fastställas.
- (144) Enligt den information som tillhandahållits av de österrikiska myndigheterna har marknadsföringsåtgärderna varit i kraft sedan 1994, dvs. innan den 1 januari 1995, det datum då Österrike anslöt sig till Europeiska unionen. Trots detta anmäldes inte AMA:s åtgärder till kommissionen av de österrikiska myndigheterna i enlighet med artiklarna 143 eller 144 i anslutningsakten för Österrike (se skäl 34), och kan därför inte betraktas som befintligt stöd. Dessa åtgärder bör därför betraktas som nytt stöd som inte anmälts från och med dagen för anslutningen den 1 januari 1995, som därför bör betraktas som startdatum för beviljande av stödet.
- (145) Vidare hävdar de österrikiska myndigheterna enligt beskrivningen i skäl 36 att de genom en skrivelse av den 23 juni 1997 lämnade in ett ifyllt anmälningsformulär rörande AMA:s marknadsföringsåtgärder på vilket kommissionen inte reagerade inom den föreskrivna tvåmånadersperioden⁽⁶⁵⁾. Enligt deras uppfattning var detta var en giltig anmälan och att stödet därför efter tvåmånadersperioden bör betraktas som godkänt, och att det därmed uppfyller kraven för befintligt stöd. Samma argument används i ett rättsligt yttrande som bifogats informationsinlagan av den 25 februari 2015.
- (146) Kommission instämmer inte i detta argument. Eftersom åtgärderna genomfördes före 1997 kan inte ovanstående skrivelse betraktas som en giltig anmälan av åtgärder i överensstämmelse med artikel 108.3 i EUF-fördraget, och stödet uppfyller därmed inte kraven för ett befintligt stöd. Enligt domen i målet Lorenz betraktas stöd som befintligt stöd endast om det ännu inte hade genomförts när åtgärden anmäldes till kommissionen. Om det inte hade genomförts tidigare kan stöd endast anses utgöra befintligt stöd om medlemsstaten, efter en tvåmånadersperiod, har lämnat in en förhandsanmälan till kommissionen. De österrikiska myndigheterna genomförde dock åtgärden innan en formell anmälan gjordes och lämnade inte in en förhandsanmälan till kommissionen. Den ovan nämnda skrivelsen av den 23 juni 1997 omvandlar därför inte den föreliggande åtgärden till ett befintligt stöd i den mening som avses i artikel 108.1 i EUF-fördraget.
- (147) Mot bakgrund av ovanstående information och överväganden drar kommissionen slutsatsen när det gäller den tidsmässiga omfattningen av beslutet att startdatum för alla AMA:s marknadsföringsåtgärder är 1 januari 1995 (se skälen 34 och 144).
- (148) När det gäller slutdatum för genomförandet bekräftade de österrikiska myndigheterna genom en skrivelse av den 14 september 2012 att de åtgärder som anmälts som stödordning N 239/2004 avser en del av de av AMA:s åtgärder som undersöks under ärendenummer NN 34/2000 (efter en betydande ändring av åtgärderna för att uppfylla de tillämpliga reglerna (se skäl 39)).
- (149) I samma skrivelse bekräftade de österrikiska myndigheterna att AMA Marketing efter 2002 inte genomförde stödåtgärder annat än de som omfattas av NN 34A/2000 och N 239/2004 (och deras senare förlängningar⁽⁶⁶⁾).

⁽⁶⁵⁾ Enligt artikel 1.b iii jämfört med artikel 4.6 i rådets förordning (EG) nr 659/1999 av den 22 mars 1999 om tillämpningsföreskrifter för artikel 93 i EG-fördraget (EGT L 83, 27.3.1999, s. 1) får den berörda medlemsstaten, om kommissionen inte har fattat ett beslut inom två månader efter anmälan, genomföra åtgärden efter att i förväg ha anmält detta till kommissionen, såvida inte kommissionen fattar ett beslut inom 15 arbetsdagar från mottagandet av denna anmälan. Förordning (EG) nr 659/1999 trädde i kraft 1999 och är därför inte tillämplig på skrivelsen i fråga, som härrör från 1997. Dock formulerades ovanstående bestämmelser i förordning (EG) nr 659/1999 som en kodifiering av rättspraxis följande målet Lorenz (domstolens dom i mål 120/73, Lorenz, ECLI:EU:C:1973:152, punkterna 4–6), enligt vilken ett stöd anses vara godkänt och uppfylla kraven för ett befintligt stöd efter utgången av en tvåmånadersperiod efter anmälan och förhandsanmälan utan reaktion från kommissionen.

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

- (150) Utifrån den information som tillhandahållits av de österrikiska myndigheterna står det klart att den godkända stödordningen N 570/1998 inte avser de av AMA:s marknadsföringsåtgärder som är föremål för föreliggande beslut.
- (151) Med avseende på AMA:s miljö- och kvalitetsmärkning var slutdatum för beviljande av stöd den 31 december 2008, med undantag för de reklamåtgärder för miljömärkningen som slutfördes den 31 december 2006 (se skälen 15 och 19).
- (152) AMA:s övriga marknadsföringsåtgärder gällde till den 20 oktober 2004, det datum då beslut N 239/2004 godkändes (se kapitel 1.4 och skäl 39). Föreliggande beslut omfattar därför perioden 1 januari 1995–31 december 2008 för alla åtgärder utom reklamåtgärderna för miljömärkningen, där den relevanta perioden är 1 januari 1995–31 december 2006, och övriga marknadsföringsåtgärder, där den aktuella perioden är 1 januari 1995–20 oktober 2004.

7. STÖDETS OLAGLIGHET

- (153) Enligt artikel 108.3 i EUF-fördraget måste kommissionen underrättas om eventuella planer på att bevilja eller ändra stöd. Enligt artikel 1 f i förordning (EG) nr 659/1999 är nytt stöd som införs i strid med artikel 108.3 i EUF-fördraget olagligt. Skyldigheten att anmäla statligt stöd fastställs i artikel 2 i samma förordning.
- (154) Österrike underrättade inte kommissionen i enlighet med artikel 108.3 i EUF-fördraget om de bestämmelser som införde åtgärderna och avgiften innan de trädde i kraft.
- (155) Som framgår ovan i kapitel 6 utgör de åtgärder som genomförts av Österrike statligt stöd. Såsom anges i skäl 34 har marknadsföringsåtgärderna varit i kraft sedan 1994, dvs. innan 1 januari 1995, det datum då Österrike anslöt sig till Europeiska unionen. AMA:s åtgärder anmäldes dock aldrig av de österrikiska myndigheterna till kommissionen i enlighet med artiklarna 143 eller 144 i anslutningsakten för Österrike. Stödet utgjorde därför nytt stöd vid tidpunkten för anslutningen och de österrikiska myndigheterna borde ha anmält det. I avsaknad av en korrekt anmälan är stödet olagligt enligt gällande bestämmelser i EUF-fördraget (se i detta avseende också skäl 144).
- (156) Som beskrivs i skälen 9, 36 och 148 kan dessutom varken skrivelsen av den 23 juni 1997 eller skrivelsen av den 19 december 2002 betraktas som en giltig anmälan av detta nya stöd.

8. BEDÖMNING AV STÖDENS FÖRENLIGHET MED DEN GEMENSAMMA MARKNADEN

8.1 REGLER RÖRANDE PRODUKTERNAS URSPRUNG

- (157) Tribunalen ogiltigförklarade kommissionens beslut NN 34A/2000 på grund av en motsättning i 1992 års AMA-förordning. I förordningens punkt 21a om avgiftens syfte gjordes en hänvisning till inhemska produkter. Mer specifikt hänvisade led 1 till syftet att "främja och garantera försäljningen av inhemska jordbruks- och skogsprodukter och deras derivat" ⁽⁶⁷⁾. Led 2 hänvisade till ett "främjande av andra marknadsföringsåtgärder (i synnerhet tillhandahållande av tjänster och personalkostnader i förbindelse med detta)".
- (158) Tribunalen konstaterade att begränsningen till inhemska produkter i led 1 i punkt 21a i 1992 års AMA-förordning gav anledning till tvivel rörande stödets förenlighet med den gemensamma marknaden, något som borde ha föranlett kommissionen att inleda ett formellt granskningsförfarande ⁽⁶⁸⁾.
- (159) Frågan om det nationella ursprunget är därför ett inslag som kräver en utförlig analys.
- (160) Klagandena hävdade att märkningen och de subventionerade åtgärderna endast var tillgängliga för österrikiska producenter. De hävdade att endast österrikiska produkter enligt punkt 21a.1 i 1992 års AMA-förordning skulle dra fördel av de subventionerade reklamåtgärderna.

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

⁽⁶⁸⁾ Mål T-375/04, *Scheucher-Fleisch GmbH m.fl. mot Europeiska kommissionen*, ECLI:EU:T:2009:445, punkterna 86 och 87.

- (161) I detta avseende har de österrikiska myndigheterna i en skrivelse av den 19 december 2002 klargjort att AMA:s kvalitetsmärkning och AMA:s miljömärkning var tillgängliga för alla produkter oavsett ursprung. Genom en skrivelse av den 5 mars 2004 översände de österrikiska myndigheterna de nya interna riktlinjerna som utfärdats av AMA Marketing och godkänts av det österrikiska federala ministeriet för jordbruk, skogsbruk, miljöskydd och hydrologiska resurser (BMLFUW), som reglerar beviljandet av dessa märkningar. Enligt dessa regler kunde märkningarna beviljas för alla produkter som uppfyller kvalitetskraven, oavsett om de var från Österrike eller från andra medlemsstater. Dessutom åtog sig de österrikiska myndigheterna att anpassa 1992 års AMA-förordning, som ändrades genom lag med verkan från och med juli 2007. Sedan detta datum innehåller punkt 21a.1 i AMA-förordningen inte längre någon hänvisning till "inhemska" produkter ⁽⁶⁹⁾.
- (162) Perioden efter 30 juni 2007 ger därför inte anledning till några särskilda problem när det gäller produkternas ursprung och de som gagnas av dessa märkningar eller åtgärder, men det behövs en utförligare analys av perioden före detta datum. På grund av att hänvisningen till nationellt ursprung är olika viktig för de olika åtgärder som ingår i denna ordning och på grund av dessa åtgärders specifika karaktär måste en separat analys genomföras av varje enskild åtgärd.
- (163) Vad gäller kvalitetsmärkningen innehöll riktlinjerna för genomförande av AMA-förordningen (Regulativ zur Verwendung des AMA-Gütesiegels für Lebensmittel) från och med januari 2000 inte någon hänvisning till inhemska produkter utan omfattade alla produkter oavsett härkomst. I artikel 23 om uppgift om ursprung hänvisas uttryckligen till en region (t.ex. Tyrolen eller Bayern) eller ett land (t.ex. Österrike, Frankrike) som produktens ursprung, vilket därmed visar att vilken region eller vilket land som helst kunde anges som produkternas ursprung. Påståendet att kvalitetsmärkningen endast var tillgänglig för inhemska (dvs. österrikiska) produkter måste ogillas för perioden efter detta datum.
- (164) Vidare innehåller alla bestämmelser om produktens ursprung följande definition av "inhemsk" (heimisch): "I dessa riktlinjer avser termen 'inhemsk' den region som anges som den plats där produkten har sitt ursprung" ("Wird in diesen Richtlinien der Begriff 'heimisch' verwendet, ist darunter die im Herkunftsanteil des Zeichens angeführte Region zu verstehen") ⁽⁷⁰⁾. Detta tyder återigen på att den hänvisning till "inhemska produkter" som görs i genomförandeakterna inte endast hänvisar till österrikiska produkter utan att vilken region som helst skulle kunna anges som ursprung.
- (165) En miljömärkning i sig syftar främst på de särskilda kvalitetskraven för en produkt. Respektive märkningar inom ramen för ordningen hade hänvisningen till "BIO" som sina viktigaste budskap och var tillgängliga för alla produkter oavsett ursprung. Den senare uppgiften kunde endast anges som en upplysning av underordnad betydelse.
- (166) När det gäller stödet för kvalitetsprodukter beviljades detta för utveckling av system för kvalitetssäkring, kvalitetskontroller och kontroller för ekologiska produkter (skäl 98). Sådana åtgärder är i sig inte heller begränsade till varor av ett visst nationellt ursprung.
- (167) Stöd för generisk reklam ger inte upphov till problem rörande produkternas ursprung, eftersom reklamkampanjer för eller hänvisningar till en produkt är en rent allmän angelägenhet som inte på något sätt hänvisar till ursprung.

8.2 TILLÄMPLIGA BESTÄMMELSER

- (168) Enligt artikel 107.3 c i EUF-fördraget kan stöd för att underlätta utveckling av vissa näringsverksamheter eller vissa regioner anses förenligt med den gemensamma marknaden om ett sådant stöd inte påverkar handeln i negativ riktning i en omfattning som strider mot det gemensamma intresset.
- (169) Enligt kommissionens tillkännagivande om vilka regler som är tillämpliga för att avgöra om ett statligt stöd är olagligt ⁽⁷¹⁾ ska allt olagligt stöd i den mening som avses i artikel 1 f i förordning (EG) nr 659/1999 bedömas i enlighet med de regler som var tillämpliga när stödet beviljades.
- (170) Mellan den 1 januari 2000 och 31 december 2006 var 2000–2006 års riktlinjer tillämpliga. Från och med den 1 januari 2007 var gemenskapens riktlinjer för statligt stöd till jordbruk och skogsbruk 2007–2013 ⁽⁷²⁾ (nedan kallade 2007–2013 års riktlinjer) tillämpliga i enlighet med deras punkt 194.

⁽⁶⁹⁾ BGBl, del I, nr. 55/2007.

⁽⁷⁰⁾ Denna hänvisning återfinns sedan 1995 i alla artiklar om produkters ursprung i de bestämmelser som reglerar färskt kött-märkningen.

⁽⁷¹⁾ EGT C 119, 22.5.2002, s. 22.

⁽⁷²⁾ EUT C 319, 27.12.2006, s. 1.

- (171) I detta avseende kan man konstatera att medlemsstaterna enligt punkt 196 i 2007–2013 års riktlinjer hade en övergångsperiod till och med 31 december 2007 under vilken befintliga stödordningar skulle anpassas till bestämmelserna i riktlinjerna. Definitionen av befintligt stöd fastställs i artikel 1 b i förordning (EG) nr 659/1999. Enligt artikel 1 b ii, som är tillämplig på det föreliggande ärendet, avses med befintligt stöd godkänt stöd, det vill säga stödordningar och individuellt stöd som har godkänts av kommissionen eller av rådet.
- (172) Stödordning NN 34A/2000 godkändes mycket riktigt av kommissionen den 30 juni 2004. Men i september 2004 bestreds beslutet av klagandena vid förstainstansrätten (nu tribunalen), som ogiltigförklarade kommissionens beslut i en dom av den 18 november 2009. Denna dom överklagades av Österrike och domstolen avlog överklagandet och fastställde tribunalens dom den 27 oktober 2011.
- (173) De österrikiska myndigheterna hävdar att den föreliggande ordningen utgör befintligt stöd och ska bedömas enligt de nya 2007–2013 års riktlinjer endast från och med den 1 januari 2008. I sin inlägga av den 14 september 2012 hänvisar Österrike också till principen om berättigade förväntningar och hävdar att kommissionens beslut inte ogiltigförklarades förrän 2011.
- (174) Enligt rättspraxis ⁽⁷³⁾ när det gäller berättigade förväntningar ska det ”konstateras att mottagaren av ett stöd inte heller kan hysa någon sådan säkerhet när en talan om ogiltigförklaring har väckts, så länge gemenskapsdomstolen inte har meddelat något definitivt avgörande”. Därför kan berättigade förväntningar inte återopas i det föreliggande ärendet.
- (175) Stödordning NN 34A/2000 uppfyller följaktligen inte kraven på befintligt stöd utifrån kommissionens beslut av den 30 juni 2004, och därför är inte heller övergångsperioden i punkt 196 i 2007–2013 års riktlinjer tillämplig. Stödordningen borde ha anpassats till 2007–2013 års riktlinjer från och med den 1 januari 2007.

8.3 STÖD FÖR REKLAMÅTGÄRDER

- (176) När det gäller reklamåtgärder måste förenligheten av det stöd som beviljats under perioden 1 januari 1995–31 december 2001 bedömas mot bakgrund av kommissionens meddelande om statens medverkan i säljfrämjande åtgärder för jordbruks- och fiskeriprodukter ⁽⁷⁴⁾ (nedan kallat *1986 års meddelande*) och ramverket för nationellt stöd för reklam för jordbruksprodukter och vissa produkter som inte förtecknas i bilaga II till EG-fördraget, med undantag av fiskeriprodukter ⁽⁷⁵⁾ (nedan kallat *1987 års reklamramverk*).
- (177) Stöd som beviljas från och med den 1 januari 2002 ska bedömas i enlighet med gemenskapens riktlinjer för statligt stöd till reklam för produkter som omfattas av bilaga I till EG-fördraget och vissa produkter som inte omfattas av bilaga I till fördraget (nedan kallade *2001 års reklamriktlinjer*) ⁽⁷⁶⁾.
- (178) Vid bedömning av statligt stöd till reklam för jordbruksprodukter som beviljats efter den 1 januari 2007 tillämpar kommissionen avsnitt VI.D i 2007–2013 års riktlinjer.

8.3.1 REKLAMENS OMFATTNING

- (179) 1987 års reklamramverk tillämpas på reklam, vilket definieras som alla åtgärder som med hjälp av media (såsom press, radio, TV eller affischering) är avsedda att få konsumenterna att köpa en viss produkt. Rambestämmelserna omfattar inte marknadsföring i en vidare bemärkelse, såsom spridning till allmänheten av vetenskapliga rön, anordnande av mässor eller utställningar och deltagande i dessa eller liknande PR-arrangemang, samt marknadsanalyser och marknadsundersökningar ⁽⁷⁷⁾.

⁽⁷³⁾ Dom i mål C-199/06, CELF mot SIDE, ECLI:EU:C:2008:79, punkt 68.

⁽⁷⁴⁾ EGT C 272, 28.10.1986, s. 3.

⁽⁷⁵⁾ EGT C 302, 12.11.1987, s. 6.

⁽⁷⁶⁾ EGT C 252, 12.9.2001, s. 5.

⁽⁷⁷⁾ Punkt 1.1 i 1987 års reklamramverk.

- (180) Omfattningen av 2001 års reklamriktlinjer är i princip densamma som omfattningen av 1987 års reklamramverk ovan, men med vissa skillnader. Den första betydande ändringen är att ekonomiska aktörer har lagts till som möjliga mottagare av reklam ⁽⁷⁸⁾. Den andra ändringen är att definitionen av reklam har utvidgats till att omfatta reklamverksamhet (till exempel spridning av material för detta ändamål) riktade till konsumenter på försäljningsstället ⁽⁷⁹⁾.
- (181) Omfattningen av avsnitt IV.D i 2007–2013 års riktlinjer är identisk med omfattningen av 2001 års reklamriktlinjer ⁽⁸⁰⁾.
- (182) Både 1987 års reklamramverk och 2001 års reklamriktlinjer gäller reklamverksamhet men inte marknadsföringsverksamhet. Stöd till den senare kategorin klassificeras som tekniskt stöd, för vilket särskilda regler gäller.
- (183) I föreliggande ärende beviljades stöd till reklamkampanjer med hjälp av olika medier och andra reklamåtgärder. Reklamkampanjerna avsåg
- miljö- och kvalitetsmärkningarna,
 - generiska produkter och
 - reklam utanför Österrike.
- (184) Utifrån de uppgifter som tillhandahållits av de österrikiska myndigheterna kan man konstatera att syftet med åtgärderna var att förmå konsumenterna att köpa produkten i fråga (se skälen 75 och 94). Därför betecknas ovannämnda åtgärder som reklam och måste undersökas mot bakgrund av de tillämpliga reglerna.

8.3.2 STÖD TILL REKLAM UNDER PERIODEN 1 JANUARI 1995–31 DECEMBER 2001

Villkor för förenlighet med den gemensamma marknaden

- (185) Förenligheten med den gemensamma marknaden för stöd som beviljats före den 1 januari 2002 måste bedömas mot bakgrund av 1986 års meddelande och 1987 års reklamramverk (skäl 176).

Allmänna villkor

- (186) I punkt 2.2 i 1987 års reklamramverk förbjuds stöd för reklam som avser särskilda företag.
- (187) I punkt 3 anges villkoret att reklamen bör avse minst en av följande kategorier (**positiva kriterier**):
- jordbruksprodukter som det finns överskott av,
 - nya produkter eller ersättningsprodukter som ännu inte produceras i överskott,
 - utveckling av vissa regioner,
 - utveckling av små och medelstora företag, eller
 - reklam för högkvalitativa produkter och hälsokost.
- (188) Slutligen får enligt punkt 4 i 1987 års reklamramverk stöd som beviljats enligt ovannämnda ramverk inte överstiga det belopp som sektorn själv har åtagit sig att betala för en viss reklamkampanj, vilket innebär att en högsta stödnivå på 100 % kan tillåtas men endast om handeln bidrar med minst 50 % av kostnaderna, antingen

⁽⁷⁸⁾ Punkt 5 b i 2001 års reklamriktlinjer.

⁽⁷⁹⁾ Punkt 7 i 2001 års reklamriktlinjer.

⁽⁸⁰⁾ Punkt 152 a i 2007–2013 års riktlinjer.

genom frivilliga bidrag eller genom insamling av skattelikhande avgifter eller obligatoriska avgifter. En högsta stödnivå på 100 % är alltså tillåten.

Överträdelse av artikel 30 i EG-fördraget

- (189) Både i punkt 2 i 1986 års meddelande och i punkt 2.1. i 1987 års reklamramverk ⁽⁸¹⁾ betonas att stöd för reklam inte kan anses förenligt med den gemensamma marknaden om marknadsföringsmaterialet strider mot artikel 30 i EG-fördraget (nuvarande artikel 34 i EUF-fördraget).
- (190) Enligt punkt 2.1 i 1986 års meddelande strider inte följande mot artikel 34 i EUF-fördraget: marknadsföringskampanjer som inte innehåller någon hänvisning till produktens ursprung, exportfrämjande marknadsföringskampanjer som organiseras i andra medlemsstater samt kampanjer på hemmamarknaden till förmån för särskilda produkttegenskaper eller produktsorter som inte innehåller några särskilda hänvisningar till produktens nationella ursprung annat än vad som eventuellt framgår av hänvisningarna till de berörda egenskaperna eller sorterna eller av produktens normala beteckning.
- (191) Däremot strider enligt punkt 2.2 i 1986 års meddelande följande kampanjer tydligt mot artikel 30 i EG-fördraget (nu artikel 34 i EUF-fördraget): marknadsföringskampanjer som rekommenderar konsumenter att köpa inhemska produkter enbart på grund av deras nationella ursprung eller marknadsföringskampanjer avsedda att motverka köp av produkter från andra medlemsstater eller som nedvärderar dessa produkter i konsumentens ögon (negativ marknadsföring).
- (192) Vidare föreskrivs i punkt 2.3 i 1986 års meddelande att invändningar i enlighet med artikel 30 i EG-fördraget (nuvarande artikel 34 i EUF-fördraget) kan göras mot marknadsföringskampanjer på en medlemsstats hemmamarknad på grund av hänvisningar till nationellt ursprung och såvida inte vissa begränsningar iakttas.
- (193) I enlighet med punkt 2.3.1 i 1986 års meddelande är marknadsföringskampanjer som uppmärksammar produktsorter eller egenskaper hos produkter som producerats inom en medlemsstat i praktiken inte begränsade till nationella eller regionala specialiteter, utan uppmärksammar ofta de särskilda egenskaperna hos produkter som producerats inom en medlemsstat och produkternas nationella ursprung, även om dessa produkter och deras egenskaper liknar produkter som produceras på andra platser. Om otillbörlig vikt läggs vid produktens nationella ursprung i sådana marknadsföringskampanjer föreligger risk för överträdelse av artikel 30 i EG-fördraget (nuvarande artikel 34 i EUF-fördraget).
- (194) I 1986 års meddelande anmodades därför medlemsstaterna att särskilt se till att följande riktlinjer strikt respekterades:
- Producentlandet får identifieras med ord eller symboler under förutsättning att det råder en rimlig balans mellan hänvisningarna dels till produktens egenskaper och sort, dels till produktens nationella ursprung.
 - Hänvisningar till nationellt ursprung bör vara underordnade kampanjens huvudbudskap till konsumenterna och bör inte utgöra det främsta skälet till varför konsumenterna uppmanas att köpa produkten.
 - Bland de produkttegenskaper som är tillåtna att nämna ingår smak, arom, friskhet, mognad, värde för pengarna, näringsvärde, befintliga sorter, användbarhet (recept, etc.). Det man däremot ska undvika är superlativ som "den bästa", "den godaste", "den finaste" och uttryck som "äka vara", eller marknadsföringskampanjer som, på grund av att det nationella ursprunget omnämns, leder till att den marknadsförda produkten jämförs med produkter från andra medlemsstater. Hänvisningar till kvalitetskontroll bör endast göras om produkten har genomgått en genuin och objektiv procedur för kontroll av dess egenskaper.

Bedömning

- (195) I ett rättsligt yttrande som bifogades informationsinlagan av den 25 februari 2015 hävdade de österrikiska myndigheterna att överträdelsen av artikel 30 i EG-fördraget (nuvarande artikel 34 i EUF-fördraget) måste bedömas i ett "historiskt perspektiv" och att det under perioden från 1995 till 2002 inte förekom några rättsfall

⁽⁸¹⁾ Det bör noteras att punkt 2.1.1 (med fotnot 1) i reklamramverket innehåller en direkt hänvisning till kommissionens riktlinjer i 1986 års meddelande.

där texten och det grafiska meddelandet i en märkning ansågs strida mot artikel 30 i EG-fördraget. Kommissionen anser att detta argument är ovidkommande. Som visats ovan innehåller både 1986 års meddelande ⁽⁸²⁾ och 1987 års reklamramverk uttryckliga och detaljerade riktlinjer för medlemsstaterna om hur de ska utforma sina åtgärder för att undvika överträdelser av artikel 30 i EG-fördraget.

- (196) På grundval av den information som kommissionen hade tillgång till rörande perioden före 2002 var det inte möjligt att bedöma reklamåtgärdernas förenlighet med de ovannämnda bestämmelserna vid tidpunkten för beslutet att inleda förfarandet. Av denna anledning uppmanades de österrikiska myndigheterna att tillhandahålla nödvändiga uppgifter med avseende på ovannämnda villkor.
- (197) Svaret från de österrikiska myndigheterna av den 14 september 2012 innehåller inte tillräcklig information för att möjliggöra en förenlighetsbedömning (de österrikiska myndigheterna hänvisade endast till årsrapporterna för 1995–2001). En ny begäran om information rörande dessa punkter skickades därför den 19 februari 2014 och Österrike svarade den 5 maj 2014.
- (198) I sitt svar uppgav de österrikiska myndigheterna att reklamkampanjerna avsåg jordbruksprodukter som det finns överskott av och/eller reklam för högkvalitativa produkter. Därmed uppfylldes de **positiva kriterier** som anges i punkt 3 i 1987 års reklamramverk.
- (199) Enligt den information som tillhandahölls av de österrikiska myndigheterna hänvisade reklamen inte till särskilda företag.
- (200) När det gäller den **högsta stödnivån** utgjorde avgifterna från sektorn mer än 50 % av stödbeloppet (se även skälen 43 och 56). Av denna anledning uppfylldes kriteriet rörande stödnivån i punkt 4 i 1987 års reklamramverk.
- (201) I beslutet att inleda förfarandet uttryckte kommissionen tvivel när det gäller en **potentiell överträdelse av artikel 30 i EG-fördraget** (nuvarande artikel 34 i EUF-fördraget). Enligt kommissionens preliminära uppfattning verkade hänvisningen till nationellt ursprung i kvalitetsmärkningen inte vara av underordnad betydelse (se skäl 65). Dessutom konstaterade kommissionen att hänvisningen till produktens ursprung i en stor del av reklamaterialet inte begränsades till kvalitetsmärkningen utan även förekom på andra håll i annonseringen (se skäl 83).
- (202) I beslutet att inleda förfarandet uppmanades därför de österrikiska myndigheterna att beskriva utseendet på kvalitets- och miljömärkningen under perioden 1995–2001 och att ge representativa exempel på marknadsföringsmaterial där märkningarna användes.
- (203) De österrikiska myndigheterna svarade den 14 september 2012 att årsrapporterna om statligt stöd för åren 1995–2004 redan innehöll denna information. I en skrivelse av den 19 februari 2014 svarade kommissionen att denna information inte var tillräcklig för en förenlighetsbedömning och bad om en ingående redogörelse (dvs. anmälningsformulär) på grundval av gällande regler vid tiden för åtgärdens genomförande. Denna bedömning tillhandahölls tillsammans med svaret av den 5 maj 2014.
- (204) De särskilda förenlighetskriterierna för de olika typerna av reklam analyseras nedan.

Stöd för generisk reklam

- (205) När det gäller hänvisningen till särskilda företag i vissa reklamkampanjer (skäl 90) noterar kommissionen att stöd för reklam som avser särskilda företag är förbjudet enligt punkt 2.2 i 1987 års reklamramverk.

⁽⁸²⁾ Som klargörs i texten i 1986 års meddelande är den ett försök till vägledning som skulle säkerställa att marknadsföringskampanjer som bedrivs av medlemsstaterna håller sig inom ramen för vad som är tillåtet enligt domstolens rättspraxis, i synnerhet mål 222/82, Apple & Pear Development Council mot K.J. Lewis Ltd m.fl., EU:C:1983:370.

- (206) I sin inlägga av den 14 september 2012 hävdade de österrikiska myndigheterna att de företag som omnämns hade bidragit till vissa av kostnaderna för kampanjen (*Druck und Werbeeinschaltung*). Det oaktat kan inte kampanjer som hänvisar till särskilda företag godkännas enligt reglerna om statligt stöd (punkt 2.2 i 1987 års reklamramverk). Det faktum att företagen delvis bidrog till kostnaderna för kampanjen ändrar inte denna bedömning.
- (207) Av den tillgängliga informationen framgår att **några av de generiska reklamkampanjerna** uttryckligen hänvisar till produktens ursprung (dvs. Österrike) (se exemplen i skälen 84 och 90).
- (208) Åtgärderna uppfyllde därmed inte kraven i punkterna 2.1 ⁽⁸³⁾ och 2.2 i 1987 års reklamramverk och bröt mot artikel 30 i EG-fördraget (nuvarande artikel 34 EUF-fördraget). Därför anser kommissionen att stödet för de reklamåtgärder under perioden 1 januari 1995–31 december 1999 som hänvisar till produkternas ursprung eller till särskilda företag är oförenligt med den gemensamma marknaden ⁽⁸⁴⁾.
- (209) Under perioden 1 januari 2000–31 december 2001 hänvisade reklamkampanjerna endast till produkternas särskilda egenskaper eller till produktsorter utan särskilda hänvisningar till deras nationella ursprung.
- (210) Under denna senare period bröt kampanjerna därför inte mot artikel 30 i EG-fördraget och uppfyllde därmed kraven i 1987 års reklamramverk. Kommissionen anser därför att dessa kampanjer är förenliga med den gemensamma marknaden.

Stöd för kvalitetsmärknigen

- (211) I sitt svar av den 14 september 2012 förklarade de österrikiska myndigheterna att för **kvalitetsmärknigen** användes samma märkningar som de som godkännts i kommissionens beslut i ärende N 589/08. Därför drog de österrikiska myndigheterna slutsatsen att hänvisningen till det nationella ursprunget var av underordnad betydelse.
- (212) Kommissionen instämmer inte i de österrikiska myndigheternas kommentarer. Som visats skäl 65 användes en annan märkning för kvalitetsmärknigen under perioden **1995 till 1999**. I denna märkning är hänvisningen till ursprunget inte underordnad märkningens meddelande om kvalitet. Både det visuella meddelandet (den österrikiska flaggan) och den text som används pekar på Österrike som huvudbudskap.
- (213) Därmed uppfylldes inte kravet i punkt 2.3.1 i 1986 års meddelande, enligt vilket hänvisningar till det nationella ursprunget ska vara underordnade kampanjens huvudbudskap som förmedlas till konsumenterna och inte utgöra det främsta skälet till varför konsumenterna uppmanas att köpa produkten. Kommissionen anser därför att stödet till kvalitetsmärknigen under perioden 1 januari 1995–31 december 1999 är oförenligt med den gemensamma marknaden.
- (214) Under perioden 1 januari 2000–31 december 2001 anser kommissionen att de nya märkningarna, som var desamma som de som bedömdes i kommissionens beslut i ärende N 589/2008, uppfyller villkoren i 1987 års reklamramverk, och att det därmed förbundna stödet därför är förenligt med den gemensamma marknaden.

Stöd för miljömärknigen

- (215) I reklamåtgärderna för miljömärknigen, som visas i skäl 65, användes samma märkningar som under perioden efter 2002.
- (216) Eftersom denna typ av reklam fäster uppmärksamheten på produktsorter eller egenskaperna hos produkter som produceras inom en medlemsstat, omfattas de av kravet i punkt 2.3.1 i 1986 års meddelande, enligt vilket det inte får läggas för stor vikt vid det nationella ursprunget.

⁽⁸³⁾ Med hänvisning till 1986 års meddelande.

⁽⁸⁴⁾ Se även skäl 65.

- (217) En av märkningens två versioner innehöll inte någon hänvisning till produkternas ursprung. I den andra angavs ursprunget för produkten som ett underordnat meddelande. Den förra var inte orsak till några problem när det gäller en potentiell överträdelse av artikel 30 i EG-fördraget (nuvarande artikel 34 i EUF-fördraget). När det gäller den senare uppfylldes villkoren i punkt 2.3.1 i 1986 års meddelande av följande skäl:
- I märkningen iaktogs en rimlig jämvikt mellan hänvisning till produktens egenskaper (dvs. miljövänlig) å ena sidan, och identifiering av produktionslandet med ord eller symbol å den andra.
 - Hänvisningen till nationellt ursprung var underordnad det viktigaste budskapet som förmedlas till konsumenterna och utgör inte det främsta skälet till varför konsumenterna uppmanas att köpa produkten.
 - De berörda produkternas egenskaper avser objektiva egenskaper hos produkten, och inga superlativ används som leder till att den marknadsförda produkten jämförs med produkter från andra medlemsstater.
 - Hänvisningar till kvalitetskontroll gjordes om produkten via AMA har genomgått en genuin och objektiv procedur för kontroll av dess egenskaper.
- (218) Av denna anledning uppfyllde stödet för reklam för miljömärkningen under perioden 1 januari 1995–31 december 2001 villkoren i 1986 års meddelande. Kommissionen anser därför att detta stöd är förenligt med den gemensamma marknaden.

Reklam utanför Österrike

- (219) De reklamkampanjer som organiserades utanför Österrike gjorde inga särskilda hänvisningar till produktens nationella ursprung annat än vad som eventuellt framgår av hänvisningarna till de berörda egenskaperna eller sorterna eller av produktens normala beteckning. Dessa kampanjer stämmer således överens med punkt 2.1 i 1986 års meddelande och strider mot inte artikel 30 i EG-fördraget (nuvarande artikel 34 i EUF-fördraget).
- (220) Av denna anledning uppfyller stödet för reklam utanför Österrike under perioden 1 januari 1995–31 december 2001 villkoren i 1986 års meddelande. Kommissionen anser därför att detta stöd är förenligt med den gemensamma marknaden.

8.3.3 STÖD FÖR REKLAM UNDER PERIODEN 1 JANUARI 2002–31 DECEMBER 2006: KVALITETS- OCH MILJÖMÄRKNINGEN

- (221) Under perioden 1 januari 2002–31 december 2006 måste stöd för reklamverksamhet uppfylla villkoren i 2000–2006 års riktlinjer. Enligt punkt 18 i 2000–2006 års riktlinjer måste åtgärder för marknadsföring och reklam avseende jordbruksprodukter bedömas i enlighet med 1987 års reklamramverk.
- (222) Från och med 1 januari 2002 var 2001 års reklamriktlinjer tillämpliga och ersatte 1986 års meddelande och 1987 års reklamramverk (punkterna 69 och 75 i 2001 års reklamriktlinjer). Kommissionen kommer därför att göra sin bedömning av perioden 1 januari 2002–31 december 2006 på grundval av 2001 års reklamriktlinjer.
- (223) För att vara förenligt med den gemensamma marknaden bör stöd som beviljas för reklam för jordbruksprodukter och andra produkter enligt punkt 12 i 2001 års reklamriktlinjer inte påverka handeln i en omfattning som strider mot det gemensamma intresset (negativt kriterium), och bör dessutom underlätta utvecklingen av vissa näringsverksamheter eller vissa ekonomiska områden (positivt kriterium).

Negativa kriterier

- (224) I punkt 18 i 2001 års reklamriktlinjer fastställs att stöd inte kan beviljas för reklamkampanjer som bryter mot artikel 28 i EG-fördraget (nuvarande artikel 34 i EUF-fördraget) om förbud mot kvantitativa importrestriktioner samt åtgärder med motsvarande verkan mellan medlemsstaterna.

- (225) Stöd får inte beviljas för reklam som direkt avser produkter från ett särskilt företag eller flera särskilda företag. Om genomförandet av offentligt finansierade reklamkampanjer anförtros åt privata företag måste dessa företag ha valts ut i enlighet med marknadsprinciper (punkterna 29 och 30 i 2001 års reklamriktlinjer).
- (226) Dessutom får kampanjerna inte strida mot gemenskapens sekundärrätt och i synnerhet måste bestämmelserna i direktiv 2000/13/EG följas (punkterna 25 till 28 i 2001 års reklamriktlinjer).

Positiva kriterier

- (227) I punkterna 31 och 32 i 2001 års reklamriktlinjer anges att reklam, för att vara berättigad till undantag i enlighet med artikel 87.3 c i EG-fördraget (nuvarande artikel 107.3 c i EUF-fördraget), måste avse överskottsprodukter eller underutnyttjade arter, nya produkter eller ersättningsprodukter som ännu inte produceras i överskott, högkvalitativa produkter, utveckling av vissa regioner eller utveckling av små och medelstora företag.
- (228) I kapitel 4 i 2001 års reklamriktlinjer specificeras tillämpningen av ovanstående positiva kriterier på särskilda typer av reklam, nämligen stöd för reklam där ursprunget är en del av meddelandet (avsnitt 4.1) och stöd för reklam för kvalitetsprodukter (avsnitt 4.2).

Reklam där ursprunget är en del av meddelandet

- (229) Enligt punkt 23 i 2001 års reklamriktlinjer får produktionslandet identifieras med ord eller symboler under förutsättning att det råder en rimlig balans mellan hänvisningarna dels till produktens egenskaper och sort, dels till produktens nationella ursprung. Hänvisningarna till nationellt ursprung måste vara underordnade det viktigaste budskapet som förmedlas till konsumenterna och får inte utgöra det främsta skälet till varför konsumenterna uppmanas att köpa produkten. Reklam som nämner produktens (regionala) ursprung som ett underordnat meddelande anses inte strida mot artikel 28 i EG-fördraget (nuvarande artikel 34 i EUF-fördraget). För att bedöma om ursprunget rent faktiskt utgör ett underordnat meddelande ska kommissionen beakta den totala omfattningen av texten och/eller symbolen, inbegripet bilder och allmänna beskrivningar, som hänvisar till ursprunget, och omfattningen av texten och/eller symbolen som hänvisar till det särskilda säljargument som framförs i reklamen, dvs. den del av reklammeddelandet som inte är inriktat på ursprunget (punkterna 40 och 41 i 2001 års reklamriktlinjer).

Reklam för kvalitetsprodukter

- (230) När stöd beviljas för produkter som uppfyller särskilda kvalitetskrav måste detta vara tillgängligt för alla produkter som producerats i gemenskapen oavsett ursprung. Medlemsstaterna måste också erkänna resultaten från jämförbara kontroller som utförs i andra medlemsstater (punkt 49 i 2001 års reklamriktlinjer).

Reklam för produkter från i synnerhet ekologiskt jordbruk

- (231) Enligt punkt 55 i 2001 års reklamriktlinjer får stöd endast godkännas om de produkter som har en märkning som hänvisar till ekologiska jordbruksmetoder uppfyller kraven i förordning (EEG) nr 2092/91. Alla som producerar och bearbetar produkter från det ekologiska jordbruket ska omfattas av det kontrollsystem som föreskrivs i förordningen.

Bedömning

- (232) Efter att ha tillämpat ovanstående bestämmelser på reklamåtgärderna för kvalitets- och miljömärkningen under perioden 1 januari 2002–31 december 2006 drar kommissionen följande slutsatser:
- (233) Kvalitetsmärkningen och en av de två versionerna av miljömärkningen (se skäl 64) innehöll en hänvisning till produktens ursprung, men detta meddelande kan anses vara underordnat huvudbudskapet om produktens (ekologiska) kvalitet. Hänvisningen till produktens ursprung var av underordnad betydelse både i det grafiska meddelandet (bakgrunden) och i märkningens text.

- (234) När det gäller utformningen av märkningarna ser kommissionen att märkningarnas centrala fält upptogs av det fält där texten "AMA Gütesiegel" eller "BIO" stod i förgrunden och produktens ursprung angavs i betydligt mindre bokstäver. Sidofälten framställdes i de nationella färgerna (t.ex. rött och vitt för Österrike) utan några ytterligare symboler som anger produktionslandet. Det centrala fältet upptog inte endast den visuellt sett dominerande delen av märkningen utan utgjorde cirka 65 % av märkningens totala bredd (se skäl 64). De österrikiska myndigheterna har vidare angett att produktkvaliteten var huvudbudskapet i all reklam avseende båda märkningarna och att produktens ursprung, där detta nämndes, endast var av underordnad betydelse (se skäl 79).
- (235) Enligt de österrikiska myndigheterna märktes endast ekologiska produkter som uppfyller de kriterier som fastställs i förordning (EEG) 2092/91 med miljömärkningen (se skäl 69).
- (236) De österrikiska myndigheterna har försäkrat att den subventionerade reklamen följde bestämmelserna i direktiv 2000/13/EG (se skäl 68).
- (237) Reklamen avsåg inte produkter från ett särskilt företag eller flera särskilda företag. De österrikiska myndigheterna har angett att det i reklamen på försäljningsställen inte förekom reklam för några namngivna företag eller produkter och att ägaren till försäljningsstället inte drog fördel av stödet (se skäl 78).
- (238) De österrikiska myndigheterna har angett att all reklamverksamhet som finansieras av AMA Marketing utförs av privata företag som väljs ut genom ett offentligt anbudsförfarande (se skäl 52).
- (239) Vidare var enligt de österrikiska myndigheterna kvalitetsmärkningen tillgänglig för alla produkter som tillverkas i unionen om de uppfyllde de särskilda kraven för användning av märkningen. Dessa särskilda krav avsåg antingen produktens kvalitet eller var begränsade till att säkerställa produktens angivna geografiska ursprung. I vilket fall som helst kunde de särskilda kraven uppfyllas oavsett produktens geografiska ursprung (se skäl 161).
- (240) I beslutet att inleda förfarandet påpekade kommissionen att den inte hade någon information om frågan rörande erkännandet av motsvarande kontroller som utförts i andra medlemsstater. I sin inläga av den 14 september 2012 bekräftade de österrikiska myndigheterna att kontrollerna erkändes och tillhandahöll bevis på detta.
- (241) Även om de österrikiska myndigheterna bekräftade att kvalitets- och miljömärkningen från och med 2002 var tillgänglig för alla produkter oavsett ursprung uttryckte kommissionen tvivel i beslutet att inleda förfarandet eftersom hänvisningen till inhemska produkter i den huvudsakliga rättskällan för åtgärderna, AMA-förordningen, inte ströks förrän 2007 (se skäl 161).
- (242) I sina inlagor tillhandahöll de österrikiska myndigheterna de nya interna riktlinjerna, i enlighet med vilka märkningarna kunde användas på alla produkter, såväl som uppgifter som visade att ett antal icke-österrikiska produkter verkligen hade tilldelats märkningen efter 2001. De bekräftade också återigen att reglerna sedan 2002 gällde alla produkter oavsett ursprung.
- (243) I beslutet att inleda förfarandet konstaterade kommissionen att det var oklart huruvida AMA:s nya interna riktlinjer hade genomförts redan från och med den 26 september 2002 eller om det fanns en övergångsperiod efter 26 september 2002 under vilken stödet fortsatt beviljades enligt de gamla reglerna. I sin inläga av den 14 september 2012 förklarade de österrikiska myndigheterna att det inte fanns någon sådan övergångsperiod.
- (244) I skäl 175 i beslutet att inleda förfarandet uppgav kommissionen att den inte hade tillräcklig information för att bedöma om bestämmelserna rörande statligt stöd är tillämpliga på de samfinansierade marknadsföringsåtgärder för miljömärkningen som nämns i skäl 80 ovan. Därför uppmanades de österrikiska myndigheterna att tillhandahålla mer information om godkännandet av statligt stöd för dessa åtgärder samt om programperiodens varaktighet. I sin inläga av den 14 september 2012 uppgav de österrikiska myndigheterna att marknadsföringsåtgärderna för miljömärkningen var en del av det österrikiska medfinansierade informations- och marknadsföringsprogrammet för ekologiska produkter.

- (245) I sitt svar av den 14 september 2012 konstaterade de österrikiska myndigheterna också följande: Under perioden 2002–2008 (20 september 2002–15 september 2005) genomfördes ett samfinansierat informations- och marknadsföringsprogram för ekologiska produkter. Detta program godkändes genom kommissionens beslut K (2002) 3116 av den 22 augusti 2002 ⁽⁸⁵⁾. Dessutom godkändes genom kommissionens beslut K(2007) 3299 av den 10 juli 2007 ett nytt treårsprogram för miljömärkningen (1 oktober 2007–30 september 2010) ⁽⁸⁶⁾.
- (246) Av de skäl som anges ovan uppfyller stödet för reklamåtgärder som genomförts under perioden 1 januari 2002–31 december 2006 kraven i 2001 års reklamriktlinjer och således även i 2000–2006 års riktlinjer. Kommissionen anser därför att detta stöd är förenligt med den gemensamma marknaden.

8.3.4 REKLAMKAMPANJER UTANFÖR ÖSTERRIKE OCH GENERISK REKLAM I ÖSTERRIKE, 2002–2004 ⁽⁸⁷⁾

- (247) Reklamkampanjer får godkännas om de organiseras direkt eller indirekt av en medlemsstat på en annan medlemsstats marknad eller på den stödande medlemsstatens hemmamarknad och gör reklam för en produkt på ett rent allmänt sätt utan att göra någon hänvisning till produktens nationella ursprung (punkt 19 a–b i 2001 års reklamriktlinjer).
- (248) Enligt 2001 års reklamriktlinjer ser kommissionen positivt på reklamkampanjer som genomförs för att presentera jordbruksprodukter och andra produkter från en viss medlemsstat eller region för konsumenterna. Den primära inriktningen i sådana kampanjer kan vara produktens ursprung under förutsättning att kampanjen genomförs utanför den medlemsstat eller region där jordbruksprodukterna och de andra produkterna har producerats. Kampanjerna måste begränsas till att presentera de berörda produkternas objektiva egenskaper och bör i princip inte innehålla subjektiva påståenden om produkternas kvalitet (punkterna 35–39 i 2001 års reklamriktlinjer).
- (249) På grundval av den information som var tillgänglig vid tidpunkten för beslutet att inleda förfarandet för perioden 2002–2004 rörande generisk reklam och reklam utanför Österrike (se avsnitten 2.7.1.2 och 2.7.1.3 i beslutet att inleda förfarandet) var det inte möjligt att bedöma åtgärdernas förenlighet med de villkor som anges i punkterna 19 b, 29, 30 och 39 i 2001 års reklamriktlinjer.
- (250) I beslutet att inleda förfarandet uppmanades därför de österrikiska myndigheterna att lämna in nödvändig information rörande de ovannämnda bestämmelserna.

Positiva kriterier

- (251) Reklamkampanjer utanför medlemsstaten och generisk reklam inom medlemsstaten måste uppfylla de positiva kriterierna i 2001 års reklamriktlinjer (se skälen 227 och 228).
- (252) Dessutom föreskrivs i punkt 47 i 2001 års reklamriktlinjer att när det gäller reklam för produkter som uppfyller vissa kvalitetskrav bör sådana produkter uppfylla standarder eller specifikationer som är klart högre eller mer detaljerade än de som fastställs i den relevanta gemenskapslagstiftningen eller nationella lagstiftningen.
- (253) I punkt 60 i 2001 års reklamriktlinjer föreskrivs när det gäller stöd för reklam att storleken på det direkta stödet i allmänhet inte bör överstiga 50 % och att företag i sektorn måste bidra med minst 50 % av kostnaderna om det direkta stödet kommer från en allmän statlig budget. Bidragen till sektorn kan även komma från skattelikhande avgifter eller obligatoriska avgifter.

⁽⁸⁵⁾ Den sammanlagda budgeten för åtgärden var 4 165 399 euro och samfinansierades med EU-medel till en summa av 2 082 699 euro och med nationella medel till en summa av 709 721,78 euro. Resten finansierades av AMA-avgiften.

⁽⁸⁶⁾ Den totala budgeten uppgick till 2 659 974 euro. Under åren 2007 och 2008 uppgick EU-delen till 550 047 euro och den nationella delen till 142 967 euro.

⁽⁸⁷⁾ Perioden efter 2004 omfattas av beslut N 239/2004. Se skäl 39.

- (254) När det gäller generisk reklam och reklam utanför Österrike var det inte möjligt att bedöma åtgärdernas förenlighet med bestämmelserna ovan på grundval av den information som kommissionen hade tillgång till vid tidpunkten för beslutet att inleda förfarandet för perioden 2002–2004. Därför uppmanades de österrikiska myndigheterna att lämna in nödvändig information med avseende på villkoret i punkt 32 i 2001 års reklamriktlinjer (skäl 174 i beslutet att inleda förfarandet).
- (255) I svaret av den 14 september 2012 hänvisade Österrike till sin inlaga av den 13 december 2002. Denna inlaga innehåller dock endast konkreta exempel och den nationella rättsliga grunden för åtgärderna. Kommissionen bad därför, i sin begäran om information av den 19 februari 2014, att de österrikiska myndigheterna skulle fylla i de relevanta anmälningsformulären och skicka dem till kommissionen. I sitt svar av den 30 april 2014 lämnade de österrikiska myndigheterna in de begärda anmälningsformulären. Den information som lämnats i de ifyllda formulären hänvisade dock endast till allmänna beskrivningar av villkoren för stödordningen och var inte tillräcklig för en korrekt bedömning av åtgärderna.
- (256) I sin begäran om information av den 17 december 2014 begärde kommissionen ytterligare information om denna åtgärd. Österrike bekräftade i sitt svar av den 25 februari 2015 att
- a) reklamkampanjerna gjorde reklam för produkter på ett rent allmänt sätt utan att göra någon hänvisning till deras nationella ursprung (punkt 19 a–b i 2001 års reklamriktlinjer),
 - b) stödet inte beviljades för reklam som direkt avser produkter från ett särskilt företag eller flera särskilda företag (punkt 29 i 2001 års reklamriktlinjer),
 - c) de privata företag som anförtrotts genomförandet av de offentligt finansierade reklamkampanjerna valdes ut i enlighet med marknadsprinciper (punkt 30 i 2001 års reklamriktlinjer),
 - d) kampanjerna begränsades till att presentera de berörda produkternas objektiva egenskaper och innehöll inte några subjektiva påståenden om produkternas kvalitet (punkterna 35–39 i 2001 års reklamriktlinjer),
 - e) reklamen i fråga gällde marknadsföring av produkter av hög kvalitet (punkterna 31 och 32 i 2001 års reklamriktlinjer). Standarderna eller specifikationerna för dessa var klart högre eller mer detaljerade än de som fastställs i den relevanta gemenskapslagstiftningen eller nationella lagstiftningen.
- (257) Av de skäl som anges ovan uppfyllde stödet för reklamkampanjer utanför Österrike och generisk reklam i Österrike som genomfördes under perioden 2002–2004 kraven i 2001 års reklamriktlinjer och därmed även i 2000–2006 års riktlinjer. Kommissionen anser därför att detta stöd är förenligt med den gemensamma marknaden.

8.3.5 STÖD FÖR REKLAM UNDER PERIODEN 2007–2008

- (258) Vid bedömning av statligt stöd till reklam för jordbruksprodukter som beviljats efter 1 januari 2007 tillämpar kommissionen avsnitt VI.D i 2007–2013 års riktlinjer.

Reklam för kvalitet

- (259) I samband med beslutet att inleda förfarandet hade att kommissionen inte tillräcklig information för att bedöma om dessa åtgärder överensstämde med 2007–2013 års riktlinjer. I detta sammanhang uttryckte kommissionen vissa tvivel när det gäller uppfyllandet av de villkor som skiljer sig från kraven i 2000–2006 års riktlinjer.
- (260) I synnerhet riktade kommissionen de österrikiska myndigheternas uppmärksamhet på de ändringar som anges i andra halvan av meningen i punkt 153 c, andra meningen i punkt 155 samt punkt 158 i 2007–2013 års riktlinjer. De österrikiska myndigheterna uppmanades därför att lämna in nödvändig information för att visa att reklamåtgärderna rörande kvalitet uppfyllde de ovannämnda villkoren i riktlinjerna.

- (261) Enligt punkt 153 i 2007–2013 års riktlinjer får statligt stöd för reklamkampanjer inom EU förklaras vara förenligt med fördraget om följande villkor uppfylls:
- reklamkampanjen avser kvalitetsprodukter (som definieras som produkter som uppfyller de kriterier som ska fastställas i enlighet med artikel 32 i rådets förordning (EG) nr 1698/2005⁽⁸⁸⁾), för beteckningar med gemenskaps erkännande (skyddade ursprungsbeteckningar (SUB), skyddade geografiska beteckningar (SGB) eller andra ursprungsbeteckningar som skyddas enligt gemenskapslagstiftningen) eller för nationella eller regionala kvalitetsmärkningsmärken,
 - reklamkampanjen begränsas inte till produkter från ett eller flera enskilda företag,
 - reklamkampanjen är förenlig med artikel 2 i direktiv 2000/13/EG och även med de särskilda märkningsregler som har fastställts för olika produkter, t.ex. vin, mjölkprodukter, ägg och fjäderfä (se punkt 152 j i 2007–2013 års riktlinjer).
- (262) Enligt den information som tillhandahölls av de österrikiska myndigheterna den 30 april 2014 uppfylldes villkoren i punkt 153 i 2007–2013 års riktlinjer.
- (263) I punkt 155 i 2007–2013 års riktlinjer föreskrivs att produkternas ursprung när det gäller nationella eller regionala kvalitetsmärkningsmärken (endast) får nämnas som ett underordnat meddelande. För att bedöma om ursprunget verkligen är ett underordnat meddelande måste kommissionen beakta den totala omfattningen av den text och/eller symbol, inbegripet bilder och allmänna beskrivningar, som hänvisar till ursprunget och omfattningen av den text och/eller symbol som hänvisar till det särskilda säljargument som framförs i reklamen, dvs. den del av reklambudskapet som inte är inriktat på ursprunget.
- (264) I sin inlägga av den 30 april 2014 bekräftade de österrikiska myndigheterna att de märkningsmärken som användes under 2007 var identiska med de märkningsmärken som godkänkts i kommissionens beslut från 2004 (se även skäl 233). Kommissionen hänvisar till denna bedömning och anser därför att villkoren i punkt 155 i 2007–2013 års riktlinjer uppfylls.
- (265) I punkt 156 i 2007–2013 års riktlinjer anges att den direkta stödnivån inte får överstiga 50 %. Om sektorn bidragit med minst 50 % av kostnaderna, oavsett bidragets form, kan stödnivån höjas till 100 % av de stödberättigande kostnaderna. Som visats i skäl 200 uppfylls detta villkor.
- (266) I punkt 158 i 2007–2013 års riktlinjer föreskrivs att reklamverksamhet med en årsbudget som överstiger fem miljoner euro ska anmälas separat. Utifrån den information som lämnats in av de österrikiska myndigheterna (skäl 45) kan det konstateras att detta villkor uppfylls, eftersom den årliga budget som avsattes för kvalitetsmärkningsmärken under åren 2007 och 2008 understeg fem miljoner euro.
- (267) Av de skäl som anges ovan överensstämmer de reklamåtgärder som genomfördes under perioden 2007 till 2008 med 2007–2013 års riktlinjer och är således förenliga med den inre marknaden.
- (268) Kommissionen noterar i detta sammanhang att reklamåtgärderna för **miljömärkningsmärken upphörde i slutet av 2006** och att de således inte omfattas av bedömningen enligt 2007–2013 års riktlinjer (se skäl 15).

Generisk reklam

- (269) Bestämmelserna om generisk reklam och reklam i tredjeländer är inte relevanta för perioden 2007–2008 eftersom de stödåtgärder som rör denna verksamhet upphörde under 2004 i och med antagandet av stödordning N 239/2004, såsom beskrivs i skäl 39.

⁽⁸⁸⁾ Rådets förordning (EG) nr 1698/2005 av den 20 september 2005 om stöd för landsbygdsutveckling från Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling (EJFLU) (EUT L 277, 21.10.2005, s. 1).

8.4 TEKNISKA STÖDÅTGÄRDER OCH STÖD FÖR KVALITETSPRODUKTER UNDER PERIODEN 1995–1999

- (270) Särskilda riktlinjer för statligt stöd har tillämpats på jordbrukssektorn endast sedan den 1 januari 2000. Förenligheten av det stöd som beviljats före detta datum måste således bedömas på grundval av fördraget och mot bakgrund av etablerad kommissionspraxis vid den berörda tiden (se skäl 169).

8.4.1 MARKNADSFÖRING I EN VIDARE BEMÄRKELSE OCH TEKNISKA STÖDÅTGÄRDER UNDER PERIODEN 1995–1999

- (271) Marknadsföringsverksamhet i en vidare mening, såsom spridning av vetenskaplig kunskap till allmänheten, organisation av mässor eller utställningar, deltagande i dessa och liknande PR-arrangemang, inklusive undersökningar och marknadsundersökningar uteslöts från tillämpningsområdet för 1987 års reklamramverk i kraft av dess punkt 1.1. Vad beträffar utgifter för denna verksamhet var det etablerad kommissionspraxis att anse att stöd på upp till 100 % var förenligt med den gemensamma marknaden i enlighet med artikel 92.3 c i EG-fördraget (nuvarande artikel 107.3 c i EUF-fördraget) ⁽⁸⁹⁾.
- (272) Enligt sin policy och praxis såg kommissionen dessutom positivt på mjuka stödåtgärder som var avsedda att ge tekniskt stöd inom jordbrukssektorn. Exempelvis godkändes stöd på upp till 100 % av de stödberättigande kostnaderna för åtgärder för att sprida ny teknik.
- (273) De av AMA:s marknadsföringsåtgärder som beskrivs i kapitel 4.3 omfattas av dessa kategorier.
- (274) Syftet med de berörda åtgärderna var att sprida allmänna kunskaper genom att anordna allmänna informationsprojekt. De var inriktade på att ge kunderna saklig information och försökte inte förmå dem att köpa en viss produkt.
- (275) Åtgärderna låg därför i linje med kommissionens dåvarande praxis att anse att det eftersträvade målet var berättigat. Stödnivån på 100 % överensstämde också med den högsta tillåtna stödnivå som vid den tiden ansågs vara proportionerlig mot bakgrund av detta syfte och den begränsade negativa inverkan på konkurrensen och handeln.
- (276) Stödet för marknadsföring i en vidare mening under perioden 1995–1999 överensstämde med etablerad kommissionspraxis vid den tiden, och kommissionen anser att dessa åtgärder därför var förenliga med den gemensamma marknaden enligt artikel 92.3 c i EG-fördraget (nuvarande artikel 107.3 c i EUF-fördraget).

8.4.2 TEKNISKT BISTÅND, RÅDGIVANDE TJÄNSTER OCH KONTROLLÅTGÄRDER FÖR KVALITETSPRODUKTER UNDER PERIODEN 1995–1999

- (277) När det gäller stöd till tekniskt bistånd och rådgivning i samband med utarbetandet av system för kvalitetssäkring, ansåg kommissionen att sådana tjänster utgör en form av "mjukt stöd" som eftersträvar ett mål av gemensamt intresse och är proportionerligt (i synnerhet med tanke på att det inte påverkar konkurrensvillkoren i någon större utsträckning), och att det därmed är förenligt med den gemensamma marknaden.
- (278) De åtgärder som beskrivs i kapitel 4.3 kan betraktas som sådant mjukt stöd som enligt den tidens etablerade kommissionspraxis ansågs vara förenligt med den gemensamma marknaden.

⁽⁸⁹⁾ Se i detta avseende till exempel kommissionens beslut i ärendena N 570/1998 (som redan citerats i skäl 41), N 662/1998 (kommissionens beslut av den 30 april 1999, SG(99) D/3095), och K(1999) 4227 (kommissionens beslut 2000/132/EG av den 25 november 1999 om den åtgärd som Tyskland planerar att genomföra till förmån för jordbruksprodukter i Mecklenburg-Vorpommern (EGT L 37, 12.2.2000, s. 31)). För bedömningen i detta avsnitt hänvisar kommissionen till den bedömning som gjorts i dessa beslut.

- (279) När det gäller kontrollåtgärder för att säkerställa överensstämmelsen med industriförvaltade kvalitets- eller spårbarhetsstandarder brukade kommissionen, i enlighet med det tillvägagångssätt som meddelades till medlemsstaterna i skrivelsen om boskapsuppfödning⁽⁹⁰⁾, konsekvent tillåta stöd på upp till 100 % av kostnaderna för obligatoriska kontroller. Detta baserades återigen på tanken att sådant stöd eftersträvade ett mål av gemensamt intresse och var proportionerligt, i synnerhet med tanke på den begränsade negativa inverkan på konkurrensen och handeln av sådant indirekt stöd.
- (280) När det gäller dessa åtgärder uppmanades de österrikiska myndigheterna att förklara om AMA:s kontroller var obligatoriska eller inte och, om det senare är fallet, ange om stödnivåns gräns respekterades.
- (281) I sin inlägga av den 30 april 2014 svarade de österrikiska myndigheterna att kontrollerna i fråga var obligatoriska enligt genomförandeakterna för AMA och att stödnivåns gräns respekterades.
- (282) Villkoren för stödets förenlighet med den gemensamma marknaden är således uppfyllda.

8.5 STATLIGT STÖD FÖR KVALITETSPRODUKTER UNDER PERIODEN 2000–2006

- (283) Verksamhet med anknytning till utveckling av kvalitetssystem och kvalitetskontroller var stödberättigande både när det gäller miljömärkningen och kvalitetsmärkningen. Detta utgör ett stöd för produktion och saluföring av kvalitetsprodukter, som ska bedömas enligt punkt 13 i 2000–2006 års riktlinjer.

Tillämpliga bestämmelser

- (284) I punkt 13 i 2000–2006 års riktlinjer fastställs villkor enligt vilka stöd för att uppmuntra produktion och saluföring av kvalitetsjordbruksprodukter får beviljas.
- (285) Enligt punkt 13.2 i 2000–2006 års riktlinjer får stöd beviljas bland annat för kostnader för konsulttjänster, tekniska undersökningar, genomförbarhetsstudier och förberedande studier samt marknadsundersökningar och införande av system för kvalitetssäkring. När det gäller små och medelstora företag får kostnaderna inte överstiga 100 000 euro per stödmottagare under en period på tre år eller 50 % av de stödberättigande kostnaderna, beroende på vilket belopp som är högst. För stora företag används endast det första gränsvärdet.
- (286) Som anges i punkt 13.3 i 2000–2006 års riktlinjer ansåg kommissionen att inget stöd bör beviljas för rutinmässiga kvalitetskontroller som utförs av tillverkaren. Stöd får endast beviljas för kontroller som genomförs av eller på uppdrag av tredje part, såsom tillsynsmyndigheterna eller organ som ansvarar för övervakning av märkningar. I punkt 13.4 i 2000–2006 års riktlinjer föreskrivs att stöd för kontroller av ekologiska produktionsmetoder som utförs inom ramen för förordning (EEG) nr 2092/91 får uppgå till upp till 100 % av de ådragna kostnaderna.
- (287) I punkt 13.5 i 2000–2006 års riktlinjer fastställs att stöd får beviljas med en initial omfattning på upp till 100 % av kostnaderna för kontroller som utförs av organ som ansvarar för övervakning av användningen av kvalitetsmärken och märkningar enligt erkända system för kvalitetssäkring. Sådant stöd ska gradvis minskas så att det är avskaffat inom sju år efter det att det har införts.

Bedömning

- (288) Stödet till kostnaderna för utarbetande och distribution av kvalitetssäkringsdokument och utveckling av datasystem inom AMA Marketing var avsett för finansiering av AMA Marketings administrativa kostnader (ett offentligt organ, inte en ekonomisk aktör) och utgör därför inte statligt stöd till produktion, distribution eller marknadsföring av de produkter som förtecknas i bilaga I till fördraget.

⁽⁹⁰⁾ Förslag till lämpliga åtgärder i fråga om stöd som beviljats av medlemsstaterna inom sektorn för boskapsuppfödning och boskapsuppfödningssystem. Nr S/75/29416 av den 29 september 1975.

- (289) Som beskrivs i skäl 98 var stöd för kvalitetskontroller tillgängligt för externa kontroller som genomförs av organ som valts ut för detta ändamål enligt villkoren för miljö- eller kvalitetsmärkningens användning. De kontroller som avser användningen av miljö- och kvalitetsmärkning subventionerades till 100 %, medan licensinnehavarna stod för kostnaderna för de rutinmässiga kontrollerna, som således inte subventionerades.
- (290) I sin inlägga av den 14 september 2012 bekräftade de österrikiska myndigheterna att stödet för kvalitetskontroller aldrig överskred tröskelvärdet på 100 000 euro per mottagare under en period på tre år. Villkoren i punkt 13.2 i 2000–2006 års riktlinjer har därmed uppfyllts.
- (291) I sina inlagor av den 14 september 2012 och 30 april 2014 tillhandahöll de österrikiska myndigheterna inte tillräcklig information för en bedömning av villkoren i punkterna 13.3, 13.4 och 13.5 i 2000–2006 års riktlinjer.
- (292) I sin begäran om information av den 17 december 2014 bad kommissionen därför återigen om ytterligare information rörande denna åtgärd. I sitt svar från februari 2015 bekräftade Österrike att
- a) stödet inte beviljades för rutinmässiga kvalitetskontroller som utförs av tillverkaren (punkt 13.3 i 2000–2006 års riktlinjer),
 - b) stödet endast beviljades för kontroller som genomförs av eller på uppdrag av tredje part, såsom tillsynsmyndigheterna eller organ som ansvarar för övervakning av märkningar (punkt 13.3 i 2000–2006 års riktlinjer),
 - c) stödet beviljades för kontroller av ekologisk produktion som bedrivs inom ramen för förordning (EEG) nr 2092/91 med upp till 100 % av de upplupna kostnaderna (punkt 13.4 i 2000–2006 års riktlinjer).
- (293) I sina tidigare inlagor av den 14 september 2012 och 30 april 2014 hade de österrikiska myndigheterna redan bekräftat att stödet gradvis hade minskats och att det helt eliminerades under 2009. Eftersom 2000–2006 års riktlinjer föreskriver en gradvis minskning av stödet uppfylls därför villkoren i punkt 13.5 i 2000–2006 års riktlinjer för alla åtgärder till och med 31 december 2006.
- (294) Eftersom dessa stöd även beviljades efter den 1 januari 2007 (dvs. under åren 2007–2008), gäller 2007–2013 års riktlinjer för denna period.
- (295) När det gäller det sistnämnda rättsliga instrumentet har villkoren ändrats jämfört med 2000–2006 års riktlinjer med avseende på två aspekter: förteckningen över stödtyperna har förfinats ⁽⁹¹⁾, och denna typ av stöd har endast varit tillgänglig för primärproducenter ⁽⁹²⁾.
- (296) Därför överensstämmer de åtgärder som främjar primärproducenter och som fortsatt har vidtagits efter 2007 med 2007–2013 års riktlinjer och är förenliga med den inre marknaden.
- (297) Stöd till bearbetnings- och marknadsföringsföretag måste dock bedömas i enlighet med punkt 99 i 2007–2013 års riktlinjer. Av denna anledning hänvisas till bedömningen i avsnitt 8.6.2.
- (298) När det gäller införandet av kvalitetssäkringssystemet ISO 9002 (se skäl 99) uppmanades de österrikiska myndigheterna i skäl 203 i beslutet att inleda förfarandet att ange om denna åtgärd var tillämplig även efter 1999. Om frågan besvarades jakande uppmanades de österrikiska myndigheterna att visa huruvida åtgärden uppfyllde villkoren i punkt 13 i 2000–2006 års riktlinjer.
- (299) I sitt svar från februari 2015 förklarade Österrike att varken ISO 9001:1994-standarderna eller någon annan certifiering någonsin har varit obligatorisk enligt AMA riktlinjerna (kvalitetsmärkning eller miljömärkning). Dessutom hävdar de österrikiska myndigheterna att kvalitetssäkringssystemet ISO 9002 inte heller erfordrades eller var tillämpligt.

⁽⁹¹⁾ Se skäl 304.

⁽⁹²⁾ För en utförlig analys av kapitel IV.J i 2007–2013 års riktlinjer, se avsnitt 8.6.

- (300) Av de skäl som anges ovan överensstämmer det stöd för kvalitetsprodukter som beviljades under perioden 2000–2006 med 2001 års reklamriktlinjer. Därför anser kommissionen att stödet var förenligt med den gemensamma marknaden.

8.6 STATLIGT STÖD FÖR KVALITETSPRODUKTER UNDER PERIODEN 1 JANUARI 2007–31 DECEMBER 2008

- (301) Detta stöd ska bedömas enligt kapitel IV.J i 2007–2013 års riktlinjer.

8.6.1 STÖD FÖR PRIMÄRPRODUCENTER

- (302) Enligt punkt 98 i 2007–2013 års riktlinjer fick kommissionen förklara att statligt stöd som beviljats till primärproducenter för att främja produktionen av kvalitetsprodukter är förenligt med den gemensamma marknaden enligt artikel 87.3 c i EG-fördraget (nuvarande artikel 107.3 c i EUF-fördraget) om det uppfyller alla villkor i artikel 14 i kommissionens förordning (EG) nr 1857/2006 ⁽⁹³⁾.
- (303) I artikel 14 i förordning (EG) nr 1857/2006 anges att stöd är förenligt med den gemensamma marknaden enligt artikel 87.3 c i EG-fördraget (nuvarande artikel 107.3 c i EUF-fördraget) om det beviljats för de stödberättigande kostnader som förtecknas i artikel 14.2 och uppfyller de villkor som anges i punkterna 3–6 i artikel 14 i förordning (EG) nr 1857/2006.
- (304) Enligt artikel 14.2 i förordning (EG) nr 1857/2006 får stöd för att främja produktionen av kvalitetsprodukter från jordbruket beviljas med
- a) upp till 100 % av de stödberättigande kostnaderna för marknadsundersökningar, produktutformning och produktdesign (inbegripet utarbetande av ansökningar om godkännande av geografiska beteckningar och ursprungs-beteckningar eller särartsskydd), avgifter som tas ut av erkända attesterande organ för inledande certifiering av kvalitetssäkring och liknande system,
 - b) upp till 100 % av de stödberättigande kostnaderna för införande av kvalitetssäkringssystem såsom ISO 9000-serien eller ISO 14000-serien, system baserade på riskanalys och kritiska styrpunkter (HACCP), spårbarhetssystem och system för att säkra att normer för äkthet, saluföringsnormer eller miljörevisionssystem efterlevs,
 - c) upp till 100 % av de stödberättigande kostnaderna för obligatoriska kontroller som genomförs som en följd av gemenskapslagstiftning eller nationell lagstiftning av eller på uppdrag av behöriga myndigheter, såvida inte gemenskapslagstiftningen har fastställt att företagen ska stå för dessa kostnader,
 - d) upp till de belopp som fastställs i bilagan till förordning (EG) nr 1698/2005 för stöd avseende åtgärder som anges i artikel 32 i den förordningen.
- (305) Enligt artikel 14.3 i förordning (EG) nr 1857/2006 får stöd endast beviljas för kostnader för tjänster som tillhandahålls av en tredje part och/eller kontroller som utförs av eller på uppdrag av en tredje part, t.ex. behöriga tillsynsmyndigheter eller organ som verkar på deras uppdrag, eller oberoende organ som är ansvariga för kontroll och övervakning av geografiska beteckningar, ursprungs-beteckningar, ekologisk märkning eller kvalitetsmärkning, förutsatt att dessa beteckningar och märkningar är förenliga med gemenskapslagstiftningen. Stöd får inte beviljas för investeringskostnader.
- (306) Enligt artikel 14.4 i förordning (EG) nr 1857/2006 får stöd inte beviljas för kostnader för kontroller som genomförs av jordbrukaren eller tillverkaren själv, eller om det i gemenskapslagstiftningen föreskrivs att producenterna ska stå för kontrollkostnaden, utan uppgift om den faktiska nivån på avgifterna.
- (307) I artikel 14.5 i förordning (EG) nr 1857/2006 föreskrivs att stödet, med undantag för det stöd som avses i punkt 2 f i den förordningen, måste beviljas som naturaförmån i form av subventionerade tjänster och inte får medföra direkta utbetalningar av pengar till producenterna.

⁽⁹³⁾ Kommissionens förordning (EG) nr 1857/2006 av den 15 december 2006 om tillämpningen av artiklarna 87 och 88 i fördraget på statligt stöd till små och medelstora företag som är verksamma inom produktion av jordbruksprodukter och om ändring av förordning (EG) nr 70/2001 (EUTL 358, 16.12.2006, s. 3).

- (308) Stödet måste vara tillgängligt för alla som är berättigade till det i det berörda området enligt objektivt utformade villkor. Om tjänsterna tillhandahålls av producentgrupper eller ömsesidiga stödorganisationer för jordbruk får medlemskap i sådana organisationer inte utgöra ett villkor för att få tillgång till tjänsten, och alla bidrag till de administrativa kostnaderna måste begränsas så att de står i proportion till kostnaderna för tillhandahållandet av tjänsten (artikel 14.6 i förordning (EG) nr 1857/2006).
- (309) Enligt punkt 100 i 2007–2013 års riktlinjer beviljar kommissionen inte statligt stöd för erlagda kostnader till förmån för stora företag.
- (310) De flesta materiella villkor i 2007–2013 års riktlinjer för förenligheten av stöd för primärproducenter har inte ändrats i jämförelse med 2000–2006 års riktlinjer ovan. Här hänvisas till bedömningen i avsnitt 8.5.
- (311) De väsentliga ändringarna jämfört med föregående period hade att göra med att stödet måste vara in natura (i form av subventionerade tjänster) och att stödet måste vara tillgängligt för alla som är berättigade till det i det berörda området enligt objektivt utformade villkor. De österrikiska myndigheterna har bekräftat att dessa villkor uppfylldes.
- (312) Stödet för kvalitetsprodukter för primärproducenter överensstämmer därför med 2007–2013 års riktlinjer. Av denna anledning anser kommissionen att detta stöd är förenligt med den gemensamma marknaden i enlighet med artikel 87.3 c i EG-fördraget (nuvarande artikel 107.3 c i EUF-fördraget).

8.6.2 STÖD TILL FÖRETAG VERKSAMMA INOM FÖRÄDLING OCH MARKNADSFÖRING

Tillämpliga regler

- (313) Enligt punkt 99 i 2007–2013 års riktlinjer får kommissionen förklara att statligt stöd för att främja produktion och marknadsföring av kvalitetsprodukter från jordbruket som beviljas till företag som är verksamma inom bearbetning och saluföring av jordbruksprodukter är förenligt med den gemensamma marknaden i enlighet med artikel 87.3 c i EG-fördraget (nuvarande artikel 107.3 c i EUF-fördraget) om det uppfyller alla angivna villkor i artikel 5 i kommissionens förordning (EG) nr 70/2001 ⁽⁹⁴⁾.
- (314) Förordning (EG) nr 70/2001 ersattes av kommissionens förordning (EG) nr 800/2008 ⁽⁹⁵⁾ (2008–2013 års allmänna gruppundantagsförordning) som i artikel 43 föreskriver att eventuella hänvisningar till förordning (EG) nr 70/2001 bör tolkas som hänvisningar till förordning (EG) nr 800/2008. Enligt artikel 45 i denna förordning trädde förordning (EG) nr 800/2008 i kraft på den tjugonde dagen efter dess offentliggörande i *Europeiska unionens officiella tidning*, dvs. den 29 augusti 2008. Följaktligen var artikel 5 a i förordning (EG) nr 70/2001 tillämplig på det omtvistade stödet mellan den 1 januari 2007 och den 28 augusti 2008, och efter detta senare datum blev artikel 26 i förordning (EG) nr 800/2008 tillämplig.
- (315) När det gäller stöd för konsulttjänster fastställs i dessa artiklar samma villkor: stöd får beviljas för små och medelstora företag, rådgivningskostnader för tjänster som tillhandahålls av externa konsulter är stödberättigande, stödnivån får inte överstiga 50 % av de stödberättigande kostnaderna för tjänsterna, och de berörda tjänsterna får inte utgöra en fortlöpande eller periodisk verksamhet eller röra företagets vanliga driftskostnader, såsom rutinmässiga skattekonsulttjänster, reguljära juridiska tjänster eller reklam.
- (316) När det gäller både primärproduktion samt bearbetning och saluföring får i enlighet med riktlinjerna i punkt 101 stöd till investeringar som är nödvändiga för att modernisera produktionsanläggningar, inbegripet investeringar som krävs för att hantera dokumentationssystemet och utföra process- och produktkontroller, endast beviljas i enlighet med reglerna som anges för investeringsstöd i 2007–2013 års riktlinjer.
- (317) I detta avseende uttryckte kommissionen i beslutet att inleda förfarandet vissa tvivel när det gäller uppfyllandet av de villkor som skiljer sig från de krav som fastställs i 2000–2006 års riktlinjer.

⁽⁹⁴⁾ Kommissionens förordning (EG) nr 70/2001 av den 12 januari 2001 om tillämpningen av artiklarna 87 och 88 i EG-fördraget på statligt stöd till små och medelstora företag (EUT L 10, 13.1.2001, s. 33).

⁽⁹⁵⁾ Kommissionens förordning (EG) nr 800/2008 av den 6 augusti 2008 genom vilken vissa kategorier av stöd förklaras förenliga med den gemensamma marknaden enligt artiklarna 87 och 88 i fördraget (EUT L 214, 9.8.2008, s. 3).

- (318) I synnerhet riktade kommissionen de österrikiska myndigheternas uppmärksamhet på följande materiella ändringar:
- a) I 2007–2013 års riktlinjer ansågs att stöd för kontroll av ekologiska produktionsmetoder inom ramen för förordning (EEG) nr 2092/91 och stöd för kontroller som utförs av andra organ som ansvarar för övervakning av användningen av kvalitetsmärken och märkningar enligt erkända system för kvalitetssäkring inte längre kan anses vara förenligt med den gemensamma marknaden.
 - b) Särskild uppmärksamhet drogs vidare till de krav som fastställs i artikel 14.5 och 14.6 i förordning (EG) nr 1857/2006. Enligt dessa artiklar måste tjänster tillhandahållas in natura och på grundval av objektiva fastställda villkor till alla stödberättigade företag i det berörda området.
 - c) En annan stor ändring jämfört med 2000–2006 års riktlinjer gäller särskiljandet mellan å ena sidan primärproduktion och å den andra bearbetning och saluföring av jordbruksprodukter. När det gäller bearbetning och saluföring fick endast stöd till små och medelstora företag beviljas från och med 2007, omfattningen av de stödberättigande kostnaderna begränsades till konsulttjänster och andra tjänster och stödnivån sänktes till 50 %. När det gäller primärproduktion kunde dessutom stöd till stora företag inte förklaras vara förenligt.

Bedömning

- (319) Utifrån den information som var tillgänglig under det preliminära granskningsförfarandet stod det inte klart om de österrikiska myndigheterna under 2007 anpassade de granskade åtgärderna till villkoren i 2007–2013 års riktlinjer. De österrikiska myndigheterna uppmanades därför att lämna ytterligare information för att bevisa att kvalitetsstödåtgärderna under perioden 1 januari 2007–31 december 2007 följde de nya regler som gäller från den 1 januari 2007.
- (320) I sin inlägga av den 14 september 2012 hävdade de österrikiska myndigheterna att skyldigheten att anpassa sig till nya reglerna för statligt stöd gällde från den 1 januari 2008 och inte från den 1 januari 2007, som framhållits av kommissionen (se även skälen 172–173). De österrikiska myndigheterna tillhandahöll därför inga ytterligare uppgifter för förenlighetsbedömningen. I sin begäran om upplysningar av den 19 februari 2014 uppmanade kommissionen återigen de österrikiska myndigheterna att tillhandahålla de nödvändiga uppgifterna rörande denna punkt. I sitt svar av den 30 april 2014 uttryckte de österrikiska myndigheterna samma uppfattning som i sin föregående inlägga och tillhandahöll inga ytterligare uppgifter för förenlighetsbedömningen.
- (321) I sin begäran om upplysningar av den 17 december 2014 bad kommissionen återigen de österrikiska myndigheterna att tillhandahålla den information som behövdes för att en förenlighetsbedömning skulle kunna genomföras. De österrikiska myndigheterna vidhöll att skyldigheten att anpassa sig till de nya reglerna för statligt stöd gällde från den 1 januari 2008 och inte från den 1 januari 2007.
- (322) I motsats till vad de österrikiska myndigheterna hävdar vill kommissionen påpeka att skyldigheten att anpassa ordningen till de nya bestämmelserna gällde från den 1 januari 2007 och inte från den 1 januari 2008.
- (323) Vid samma tid som de nya reglerna trädde i kraft (dvs. den 1 januari 2007) pågick rättsfallet T-375/04 (se skäl 22), som ledde till att kommissionens beslut NN 34A/2000 av den 30 juni 2004 ogiltigförklarades. Ogiltigförklaringen av kommissionens beslut den 18 november 2009 hade retroaktiv verkan.
- (324) Av denna anledning kunde Österrike inte stödja sig på detta beslut för att betrakta stödet som en befintlig stödordning i enlighet med punkt 196 i 2007–2013 års riktlinjer.
- (325) I enlighet med etablerad rättspraxis kan

”i princip [...] inte ett av kommissionen fattat positivt beslut väcka berättigade förväntningar hos stödmottagaren om detta beslut har bestritts inom fristen för talan vid domstol och därefter ogiltigförklarats av gemenskapsdomstolen, och inte heller så länge som fristen för att väcka talan inte har löpt ut eller, för det fall talan väckts, så länge gemenskapsdomstolen inte har meddelat något definitivt avgörande” ⁽⁹⁶⁾.

⁽⁹⁶⁾ Dom i mål C-1/09, Centre d'exportation du livre français (CELF) och Ministre de la Culture et de la Communication mot Société internationale de diffusion et d'édition, (SIDE), ECLI:EU:C:2010:136, punkt 45.

- (326) Även om de åtgärder som tas upp i detta avsnitt hade förklarats förenliga genom kommissionens beslut NN 34A/2000 av den 30 juni 2004 skapades inga befogade förväntningar grundat på detta beslut, varken på stödmottagnivå eller på medlemsstatsnivå. Redan den 17 september 2004 inleddes en talan om ogiltigförklaring, och denna hade ännu inte avgjorts vid tidpunkten då de nya reglerna om statligt stöd trädde i kraft. På grund av den pågående ogiltighetstalan borde de österrikiska myndigheterna därför ha tillämpat 2007–2013 års riktlinjer från och med den 1 januari 2007.
- (327) Som visats ovan har reglerna för företag som är verksamma inom bearbetning och saluföring av jordbruksprodukter ändrats i sak i 2007–2013 års riktlinjer. Eftersom de österrikiska myndigheterna inte gjorde några anpassningar till detta, överensstämde inte åtgärderna för ekologiska produkter, stora företag och åtgärder annat än tjänster in natura (som beskrivs i skäl 318) med 2007–2013 års riktlinjer. Kommissionen anser därför att dessa stödåtgärder är oförenliga med den gemensamma marknaden. Övriga åtgärder (dvs. i den mån som de inte avser ekologiska produkter, stora företag och åtgärder annat än tjänster in natura⁽⁹⁷⁾) stämde överens med 2007–2013 års riktlinjer och är därför förenliga med den gemensamma marknaden.

8.7 TEKNISKT STÖD UNDER PERIODEN 1 JANUARI 2000–31 DECEMBER 2006

- (328) Stöd för tekniskt stöd under perioden 1 januari 2000–31 december 2006 måste bedömas i enlighet med punkt 14 i 2000–2006 års riktlinjer. Enligt punkt 14.1 i dessa riktlinjer ansåg kommissionen att sådant stöd utgjorde ”mjukt stöd” som bidrog till den långsiktiga livskraften hos jordbruket i gemenskapen samtidigt som det endast hade mycket begränsad inverkan på konkurrensen. Stöd fick beviljas för upp till 100 % av kostnaderna för bland annat följande typer av verksamhet: organisering av tävlingar, utställningar och mässor, inklusive stöd för kostnader för deltagande i sådana evenemang, samt annan verksamhet för spridning av kunskap om nya tekniker, till exempel rimliga småskaliga pilotprojekt eller demonstrationsprojekt.
- (329) Den totala mängden beviljat stöd fick inte överstiga 100 000 euro under någon treårsperiod per stödmottagare eller, när det gäller små och medelstora företag, 50 % av de stödberättigande kostnaderna, beroende på vilket belopp som är högst (punkt 14.3 i 2000–2006 års riktlinjer). Sådant stöd skulle vara tillgängligt för alla som är berättigade till det i det berörda området enligt objektiva utformade villkor (punkt 14.2 i 2000–2006 års riktlinjer).

8.7.1 TEKNISKA STÖDÅTGÄRDER FÖR KVALITETS- OCH MILJÖMÄRKNINGEN UNDER PERIODEN 1 JANUARI 2000–31 DECEMBER 2006

- (330) När det gäller miljö- och kvalitetsmärknings beviljades stöd för allmänna informationsprojekt, PR-verksamhet för att sprida allmän kunskap om märkningarna och för kvalitetstävlingar (se skälen 100–103). Dessa åtgärder lockar inte kunderna att köpa en viss produkt. I stället för reklamåtgärder är dessa åtgärder därför snarare allmänna marknadsföringsåtgärder och mjukt stöd som omfattas av punkt 14 i 2000–2006 års riktlinjer.
- (331) Informationsåtgärderna räknas som spridning av kunskap om ny teknik. Per definition gynnar sådana allmänna åtgärder alla producenter som använder märkningarna.
- (332) Stöd för att täcka kostnaderna för tekniska stödåtgärder faller under punkt 14.1 i 2000–2006 års riktlinjer. I den information som tillhandahållits med avseende på stödordning NN 34A/2000 angav de österrikiska myndigheterna att detta stöd aldrig skulle överstiga 100 000 euro per mottagare under en period på tre år (se skäl 109). I beslutet att inleda förfarandet uppmanades de österrikiska myndigheterna att tillhandahålla information för att bevisa att ovanstående försäkringar verkligen efterkommit. Dessutom ombads de att ange om kraven i punkterna 14.2 och 14.3 i 2000–2006 års riktlinjer uppfylldes också med avseende på perioden 2000–2001⁽⁹⁸⁾.
- (333) I sin inlägga av den 14 september 2012 bekräftade de österrikiska myndigheterna att stödet för dessa åtgärder aldrig överskred tröskelbeloppet på 100 000 euro per mottagare under en period på tre år. Villkoret i punkt 14.3 i 2000–2006 års riktlinjer har således uppfyllts.

⁽⁹⁷⁾ I motsats till vad som fastställdes i den tidigare rättsliga ramen var dessa kategorier inte längre berättigade till stöd enligt 2007–2013 års riktlinjer. Se skäl 318.

⁽⁹⁸⁾ När det gäller den referensperiod för vilken information ska lämnas uppmanades de österrikiska myndigheterna att ta hänsyn till synpunkterna i skäl 243 beträffande förekomsten av en övergångsperiod (eller avsaknaden därav).

- (334) När det gäller villkoren i punkt 14.2 i 2000–2006 års riktlinjer uppmanade kommissionen de österrikiska myndigheterna i en ny begäran om upplysningar av den 17 december 2014 att tillhandahålla den information som behövdes för att en förenlighetsbedömning skulle kunna genomföras.
- (335) I sitt svar av den 25 februari 2015 bekräftade de österrikiska myndigheterna att stödordningen var tillgänglig för alla som var berättigade till det i det berörda området enligt objektiva utformade villkor. Villkoret i punkt 14.2 i 2000–2006 års riktlinjer har således uppfyllts.
- (336) Stödet till tekniskt stöd uppfyller därför de villkor som fastställs i 2000–2006 års riktlinjer, och kommissionen anser att stödet är förenligt med den gemensamma marknaden enligt artikel 87.3 c i EG-fördraget (nuvarande artikel 107.3 c i EUF-fördraget).

8.7.2 TEKNISKT STÖD FÖR GENERISKA PRODUKTER UNDER PERIODEN 1 JANUARI 2000–31 DECEMBER 2004 ⁽⁹⁹⁾

- (337) Stöd för att täcka kostnaderna för tekniska stödåtgärder när det gäller generiska produkter så som beskrivs i skälen 104–107 omfattas av punkt 14.1 (fjärde strecksatsen) i 2000–2006 års riktlinjer. När det gäller punkterna 14.2 och 14.3 hade kommissionen vid tiden för beslutet att inleda förfarandet ingen information om denna period som kunde användas som grundval för en bedömning av huruvida dessa villkor var uppfyllda. De österrikiska myndigheterna uppmanades således att lämna in den information som var nödvändig.
- (338) I sin inlägga av den 14 september 2012 bekräftade de österrikiska myndigheterna att stödet för dessa åtgärder aldrig överskred tröskelbeloppet på 100 000 euro per mottagare under en period på tre år. Villkoret i punkt 14.3 i 2000–2006 års riktlinjer har således uppfyllts.
- (339) Vad gäller villkoret i punkt 14.2 i 2000–2006 års riktlinjer om att stöd ska vara tillgängligt för alla stödberättigade i det berörda området konstaterar kommissionen att detta villkor är uppfyllt eftersom de tekniska stödåtgärderna avser allmän information om produkter. Villkoret i punkt 14.2 i 2000–2006 års riktlinjer har således uppfyllts.
- (340) Av denna anledning uppfylls villkoren i 2000–2006 års riktlinjer för stöd till tekniskt stöd. Kommissionen anser därför att detta stöd är förenligt med den gemensamma marknaden enligt artikel 87.3 c i EG-fördraget (nuvarande artikel 107.3 c i EUF-fördraget).

8.8 TEKNISKT STÖD UNDER PERIODEN 1 JANUARI 2007–31 DECEMBER 2008

8.8.1 TILLÄMPLIGA BESTÄMMELSER

Stöd till jordbrukets primärproducenter

- (341) Enligt punkt 103 i 2007–2013 års riktlinjer får kommissionen förklara att statligt stöd för tillhandahållande av tekniskt stöd som ges till primärproducenter är förenligt med den gemensamma marknaden enligt artikel 87.3 c i EG-fördraget (nuvarande artikel 107.3 c i EUF-fördraget) om det uppfyller alla villkoren i artikel 15 i förordning (EG) nr 1857/2006.
- (342) Enligt artikel 15 i förordning (EG) nr 1857/2006, anses ett stöd vara förenligt med den gemensamma marknaden enligt artikel 87.3 c i EG-fördraget (nuvarande artikel 107.3 c i EUF-fördraget) om det beviljats för de stödberättigande kostnaderna avseende den tekniska stödverksamhet som anges i artikel 15.2 i förordning (EG) nr 1857/2006 och uppfyller de villkor som anges i artikel 15.3 och 15.4 i förordning (EG) nr 1857/2006.
- (343) Enligt artikel 15.2 d i förordning (EG) nr 1857/2006 avseende organisation av och deltagande i forum för kunskapsutbyte mellan företag, tävlingar, utställningar och mässor, får stöd beviljas för följande stödberättigande kostnader: deltagaravgifter, resekostnader, publikationskostnader, hyra av utställningslokaler eller symboliska priser som delas ut inom ramen för tävlingar upp till ett värde av 250 euro per pris och vinnare.

⁽⁹⁹⁾ Generiska åtgärder efter 2004 omfattades av kommissionens beslut N 239/2004 (se även skäl 20). Detta beslut har inte påverkats av de av domstolens domar som nämndes i skäl 22 och följande skäl.

- (344) Enligt artikel 15.2 e i förordning (EG) nr 1857/2006 får stöd beviljas för kostnader kopplade till popularisering av vetenskaplig kunskap och för faktauppgifter om kvalitetssystem som är tillgängliga för produkter från andra länder (utan någon hänvisning till enskilda företag, varumärken eller ursprung).
- (345) Enligt artikel 15.2 f i förordning (EG) nr 1857/2006 får stöd beviljas för kostnader för publikationer såsom kataloger eller webbplatser som presenterar faktabaserad information om tillverkare från en viss region eller tillverkare av en viss vara, förutsatt att informationen och presentationen hela tiden är neutral och att alla berörda producenter har haft samma möjlighet att vara med i publikationen.
- (346) Enligt artikel 15.3 och 15.4 i förordning (EG) nr 1857/2006 får stöd för tekniskt stöd beviljas med en omfattning på upp till 100 % av kostnaderna om följande villkor uppfylls: stödet måste beviljas som naturaförmån i form av subventionerade tjänster och får inte medföra direkta utbetalningar av pengar till producenterna, stödet måste vara tillgängligt för alla som är berättigade till det i det berörda området enligt objektiva utformade villkor, och om det tekniska stödet tillhandahålls av producentgrupper eller andra organisationer får inte medlemskap i en sådan grupp vara ett villkor för tillgång till tjänsten. Icke-medlemmars bidrag till den berörda gruppens eller organisationens administrativa kostnader måste begränsas till kostnaderna för tillhandahållandet av tjänsten.

Företag verksamma inom bearbetning och saluföring

- (347) Enligt punkt 105 i 2007–2013 års riktlinjer får kommissionen förklara att statligt stöd för tillhandahållande av tekniskt stöd till företag som är verksamma inom bearbetning och saluföring av jordbruksprodukter är förenligt med den gemensamma marknaden enligt artikel 87.3 c i EG-fördraget (nuvarande artikel 107.3 c i EUF-fördraget) om det uppfyller alla villkoren i artikel 5 i förordning (EG) nr 70/2001. I artikel 43 i förordning (EG) nr 800/2008 som ersatte förordning (EG) nr 70/2001 anges att alla hänvisningar till förordning (EG) nr 70/2001 bör tolkas som hänvisningar till förordning (EG) nr 800/2008 ⁽¹⁰⁰⁾.
- (348) När de gäller villkoren i artikel 26 i förordning (EG) nr 800/2008 och artikel 5 a i förordning (EG) nr 70/2001 hänvisas till skäl 315.
- (349) I artikel 27 i förordning (EG) nr 800/2008 och artikel 5 b i förordning (EG) nr 70/2001 fastställs att stödnivån när det gäller stöd för deltagande i mässor och utställningar inte får överstiga 50 % av de stödberättigande kostnaderna och att "stödberättigande kostnader" innebär ådragna kostnader för hyra samt uppförande och drift av utställningsmontern vid ett företags första deltagande i en viss mässa eller utställning.

8.8.2 BEDÖMNING AV DET TEKNISKA STÖDET (PRIMÄRPRODUCENTER SAMT BEARBETNING OCH SALUFÖRING)

Stöd till jordbrukets primärproducenter

- (350) Kommissionen är av den uppfattningen att reglerna som gäller från och med 1 januari 2007 rörande tekniskt stöd för primärproducenter inom jordbruket är nästan identiska med de villkor som anges i 2000–2006 års riktlinjer. De stödberättigande kostnader som anges i artikel 15.2 i förordning (EG) nr 1857/2006 är i allt väsentligt identiska med de kostnader som nämns i punkt 14 i 2000–2006 års riktlinjer ⁽¹⁰¹⁾. De villkor som föreskrivs i artiklarna 15.4 i förordning (EG) nr 1857/2006 är identiska med bestämmelsen i punkt 14.2 i 2000–2006 års riktlinjer. I motsats till 2000–2006 års riktlinjer fastställdes dock i 2007–2013 års riktlinjer att stödet skulle ges in natura i form av subventionerade tjänster. Gällande denna punkt påpekade de österrikiska myndigheterna att även under perioden före 2007 utgjordes det tekniska stödet av subventionerade tjänster.

⁽¹⁰⁰⁾ Som förklaras i skäl 314 var artikel 5 a och b i förordning (EG) nr 70/2001 tillämplig på stödet i fråga mellan den 1 januari 2007 och den 28 augusti 2008, och efter detta datum var artiklarna 26 och 27 i förordning (EG) nr 800/2008 tillämpliga. Eftersom samma villkor föreskrivs i dessa artiklar är det dock inte nödvändigt att i bedömningen göra åtskillnad mellan perioderna ovan.

⁽¹⁰¹⁾ 2000–2006 års riktlinjer innehåller en icke-uttömmande förteckning över verksamhet som räknas som tekniskt stöd.

- (351) Här hänvisas till förenlighetsbedömningen i avsnitt 8.7. Kommissionen anser därför att detta stöd är förenligt med den gemensamma marknaden.

Företag verksamma inom bearbetning och saluföring

- (352) När det gäller tekniskt stöd för företag verksamma inom bearbetning och saluföring infördes genom 2007–2013 års riktlinjer ändringar i sak jämfört med tidigare regler, och av denna anledning är en separat bedömning nödvändig för denna kategori. Utifrån den information som var tillgänglig vid tiden för beslutet att inleda förfarandet står det inte klart om de österrikiska myndigheterna under 2007 anpassade de granskade åtgärderna till ovannämnda villkor i riktlinjerna. De österrikiska myndigheterna uppmanades därför att lämna ytterligare information för att bevisa att åtgärderna under perioden 1 januari 2007–31 december 2008 överensstämde med de nya reglerna. I detta avseende uttryckte kommissionen tvivel om uppfyllandet av de villkor som skilde sig från de krav som fastställs i 2000–2006 års riktlinjer. I synnerhet riktade kommissionen de österrikiska myndigheternas uppmärksamhet på följande materiella ändringar:
- särskiljandet mellan primärproduktion samt bearbetning och saluföring av jordbruksprodukter,
 - när det gäller det senare kunde enbart stöd till små och medelstora företag anses vara förenligt enligt 2007–2013 års riktlinjer, omfattningen av de stödberättigande kostnaderna begränsades till konsulttjänster och deltagande i mässor och utställningar, och stödnivån sänktes till 50 %.
- (353) I sin inlägga av den 14 september 2012 hävdade de österrikiska myndigheterna att skyldigheten att anpassa sig till nya reglerna för statligt stöd gällde från den 1 januari 2008 och inte från den 1 januari 2007, som framhållits av kommissionen (se även skälen 172–175). De österrikiska myndigheterna tillhandahöll därför inga ytterligare uppgifter för förenlighetsbedömningen. I sin begäran om upplysningar av den 19 februari 2014 uppmanade kommissionen återigen Österrike att tillhandahålla de nödvändiga uppgifterna rörande denna punkt. I sitt svar av den 30 april 2014 uttryckte de österrikiska myndigheterna samma uppfattning som i sin inlägga från 2012 och tillhandahöll inga ytterligare uppgifter för förenlighetsbedömningen.
- (354) Här hänvisas till resonemanget i skälen 322–326, som i lika hög grad gäller den typ av stöd som avses i detta avsnitt.
- (355) Av de skäl som anges ovan anser kommissionen, i den mån som det stöd för tekniskt stöd som beviljats till företag som är verksamma inom bearbetning och saluföring av jordbruksprodukter under perioden 1 januari 2007–31 december 2008 inte uppfyllde de nya villkor som fastställts för denna stödkategori i 2007–2013 års riktlinjer (dvs. stöd till stora företag, stöd till första deltagande i mässor, en stödnivå på över 50 % för alla tjänster men över 50 % eller ersättning in natura för konsulttjänster och deltagande i mässor) (skäl 350), att detta stöd var oförenligt med den gemensamma marknaden enligt artikel 87.3 c i EG-fördraget (nuvarande artikel 107.3 c i EUF-fördraget).
- (356) När det gäller åtgärder annat än dem som avses i skäl 355 har förenlighetskriterierna inte ändrats jämfört med 2000–2006 års riktlinjer. Här hänvisas till förenlighetsbedömningen i skäl 328 och följande skäl. Dessa åtgärder är därför förenliga med den gemensamma marknaden.

8.9 SKATTELIKLANDE AVGIFTER OCH ÖRONMÄRKNING AV STÖDET

- (357) Eftersom de åtgärder som är föremål för föreliggande beslut finansieras genom en skattelikhande avgift måste kommissionen undersöka både de åtgärder som finansieras, dvs. det stöd som faktiskt ges, och hur de finansieras.
- (358) Enligt domstolens etablerade rättspraxis måste kommissionen vid sin granskning av ett stöd beakta finansieringsmetoden för stödet om denna metod, särskilt i fråga om obligatoriska avgifter, är en integrerad del av stödåtgärden ⁽¹⁰²⁾.

⁽¹⁰²⁾ Domstolens dom av den 21 oktober 2003 i förenade målen C-261/01 och C-262/01, Van Calster, ECLI:EU:C:2003:571, punkt 49.

- (359) För att en skatt eller en del därav ska anses utgöra en del av en stödåtgärd krävs att skatten enligt relevanta nationella bestämmelser är öronmärkt för finansiering av stödåtgärden⁽¹⁰³⁾, och att avgiftens storlek direkt påverkar storleken på det statliga stödet⁽¹⁰⁴⁾.

8.9.1 PERIODEN 1995–2001

- (360) Enligt skäl 235 i beslutet att inleda förfarandet ledde tillämpningen av dessa kriterier på de granskade åtgärderna kommissionen till följande, preliminära slutsatser: det första kriteriet tycks vara uppfyllt eftersom de uppburna avgifterna enligt de österrikiska myndigheterna endast använts för de stödåtgärder som omfattas av beslutet (se skäl 53).
- (361) Vad gäller frågan huruvida avgiftsbeloppet hade direkt inverkan på det statliga stödets storlek hade kommissionen i samband med beslutet att inleda förfarandet inte tillgång till all den information som var nödvändig för att bedöma om detta kriterium uppfylldes. För detta ändamål uppmanades de österrikiska myndigheterna att förklara huruvida det berörda stödbeloppet var direkt kopplat till intäkterna från avgiften, dvs. om detta fastställdes i förväg eller om det var beroende av AMA:s konkreta marknadsföringsbehov.
- (362) Kommissionen tillkännagav också att om den efter inlämnandet av de nödvändiga uppgifterna skulle dra slutsatsen att avgifterna utgör en integrerad del av stödåtgärden, skulle den behöva undersöka om finansieringen av ordningen diskriminerar mellan importerade produkter och produkter som framställs i Österrike⁽¹⁰⁵⁾, eller mellan exporterade nationella produkter och nationella produkter som saluförs på den inhemska marknaden⁽¹⁰⁶⁾ (skäl 236 i beslutet att inleda förfarandet).
- (363) De österrikiska myndigheterna uppmanades att tillhandahålla information rörande dessa punkter. I synnerhet uppmanades de att ange huruvida § 21c.2 i AMA-förordningen, enligt vilken varor som har sitt ursprung utanför Österrike är befriade från avgiften (se skäl 58), var i kraft redan 1995 eller om den infördes genom en senare ändring av lagen. Dessutom uppmanades medlemsstaten att förklara huruvida österrikiska produkter som marknadsförs utanför Österrike kunde dra nytta av åtgärden i samma utsträckning som produkter som marknadsförs i Österrike.
- (364) I skäl 237 i beslutet att inleda förfarandet underströk kommissionen att den också måste kontrollera om debiteringen av avgiften strider mot målen för den gemensamma organisationen av marknaden på jordbruksområdet. I detta sammanhang måste man fastställa om avgiften påverkade slutprodukternas priser och således huruvida inhemska produkter diskriminerades jämfört med importerade produkter.
- (365) I detta avseende uppmanades de österrikiska myndigheterna i beslutet att inleda förfarandet att tillhandahålla uppgifter som visar hur stor andel av respektive försäljningspris som utgjordes av avgiften och att förklara i vilken utsträckning en eventuell negativ inverkan av importavgiften uppvägdes av de positiva effekterna av de åtgärder som finansierades av samma avgift. Dessutom uppmanades de österrikiska myndigheterna att förklara om priserna för de aktuella produkterna till stor del är marknadsstyrda.
- (366) I sin inläga av den 14 september 2012 informerade de österrikiska myndigheterna kommissionen att utländska produkter var undantagna från att betala avgiften enligt artikel 2c.2 i AMA-förordningen. Detta undantag gäller sedan den 1 januari 1994 och har därmed tillämpats under hela bedömningsperioden.
- (367) När det gäller förhållandet till målen för den gemensamma organisationen av marknaden inom jordbrukssektorn uppgav de österrikiska myndigheterna i sin inläga av den 14 september 2012 att eftersom priserna fastställdes på grundval av tillgång och efterfrågan på de relevanta marknaderna och att det inte förekom något ingripande från myndigheternas sida, var det inte möjligt att beräkna hur stor andel av försäljningspriserna som utgjordes av avgiften.

⁽¹⁰³⁾ Domstolens dom av den 13 januari 2005 i mål C-174/02, Streekgewest Westelijk Noord-Brabant, ECLI:EU:C:2005:10, punkt 26, domstolens dom av den 27 oktober 2005 i förenade målen C-266/04 till C-270/04, C-276/04 och C-321/04 till C-325/04, Nazairdis SAS m.fl. mot Caisse nationale de l'organisation autonome d'assurance vieillesse des travailleurs non salariés des professions industrielles et commerciales (Organic), ECLI:EU:C:2005:657, punkterna 46 till 49.

⁽¹⁰⁴⁾ Streekgewest Westelijk Noord-Brabant, enligt hänvisning i fotnot 102 ovan, punkt 28 och domstolens dom av den 15 juni 2006 i mål C-41/05, Air Liquide, ECLI:EU:C:2006:403, punkt 46.

⁽¹⁰⁵⁾ När det gäller diskriminering mellan inhemska och exporterade produkter, se bl.a. domstolens dom av den 23 april 2002 i mål C-234/99, Nygård, ECLI:EU:C:2002:244, punkterna 21–22.

⁽¹⁰⁶⁾ När det gäller diskriminering mellan inhemska och importerade produkter, se bl.a. dom av den 11 mars 1992 i förenade målen C-78/90, C-79/90, C-80/90, C-81/90, C-82/90 och C-83/90, Compagnie Commerciale de l'Ouest, ECLI:EU:C:1992:118, punkt 26.

- (368) De österrikiska myndigheterna hävdade i samma svar att avgiftsbeloppet inte hade någon direkt inverkan på det statliga stödets storlek. Förutom intäkterna från AMA-avgiften fanns ytterligare finansieringskällor. Förutom de "nettoinkomster" som härrör från avgiften samt EU-medel (för samfinansierade åtgärder), uppbars andra intäkter från ekonomiska aktörer genom licensavgifter och från behållningen från royaltyer från AMA-butiken (kokböcker, etc.) för att finansiera åtgärderna.
- (369) I själva verket visade de österrikiska myndigheterna att en del av finansieringen av AMA-åtgärderna inte omfattades av avgiften ⁽¹⁰⁷⁾, och att det stödbelopp som utbetalats (vilket i sin tur påverkade omfattningen av de åtgärder som faktiskt genomfördes) därmed inte uteslutande berodde på intäkterna från avgiften. Dessutom gick dessa intäkter inte uteslutande till finansiering av stödet ⁽¹⁰⁸⁾.
- (370) Därför anser kommissionen att kriterierna för öronmärkning i den mening som avses i rättspraxis inte uppfylls för perioden 1995–2001.

8.9.2 PERIODEN 2002–2008

- (371) De österrikiska myndigheterna uppmanades också att inkomma med den information som krävdes för att göra det möjligt för kommissionen att bedöma om den skatteliknande finansieringen av åtgärden (avgiften) utgjorde en integrerad del av stödåtgärderna under perioden 2002–2008 (skäl 238 i beslutet att inleda förfarandet).
- (372) Av de skäl som anges ovan, och mot bakgrund av att finansieringskällorna förblivit desamma, anser kommissionen att det inte förekom någon öronmärkning mellan avgiften och de statliga stödåtgärderna även under perioden 2002–2008.

9. SLUTSATSER OM FÖREKOMSTEN AV STÖD OCH OM DESS FÖRENLIGHET MED DEN GEMENSAMMA MARKNADEN

- (373) Av de skäl som anges ovan, och oaktat vad som anförs i skäl 378, utgör AMA:s marknadsföringsåtgärder statligt stöd.
- (374) Av de skäl som anges ovan, och oaktat vad som anförs i skäl 378, är de stödåtgärder som avses i skälen 208, 213, tredje meningen av skäl 327 samt skäl 355 oförenliga med den inre marknaden. Övriga åtgärder som bedömts ovan är förenliga med den inre marknaden.
- (375) All ersättning som vid tidpunkten för beviljandet uppfyllde de villkor som fastställs i förordningen rörande stöd av mindre betydelse ⁽¹⁰⁹⁾ anses inte utgöra stöd. Allt stöd som vid tidpunkten för beviljandet uppfyllde villkoren i ett gruppundantag eller en godkänd stödordning är förenligt med den inre marknaden upp till de högsta stödnivåer som kan tillämpas på denna typ av stöd.

⁽¹⁰⁷⁾ Enligt inlagan av den 25 februari 2015 uppgick de belopp som uppburits från licenser till mellan 2,01 % och 2,84 % av de årliga intäkterna. Behållningen från AMA-butiken varierade mellan 0,08 % och 0,48 % av de årliga intäkterna.

⁽¹⁰⁸⁾ Se till exempel situationen för 2001. Som kan utläsas av tabellerna som återges i skälen 43 och 56 uppgick beloppet av den avgift som uppbars till 15 miljoner euro, medan endast 12 miljoner euro betalades ut som stöd. Även om summorna och andelarna är olika för varje år (under vissa år överstiger stödbeloppet beloppet för de avgifter som inkasseras), är det tydligt att beloppet för avgiften inte direkt går att översätta till en särskild stödnivå.

⁽¹⁰⁹⁾ Kommissionens förordning (EU) nr 1407/2013 av den 18 december 2013 om tillämpningen av artiklarna 107 och 108 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt på stöd av mindre betydelse (EUT L 352, 24.12.2013, s. 1), kommissionens förordning (EG) nr 1998/2006 av den 15 december 2006 om tillämpningen av artiklarna 87 och 88 i fördraget på stöd av mindre betydelse (EUT L 379, 28.12.2006, s. 5), kommissionens förordning (EG) nr 69/2001 av den 12 januari 2001 om tillämpningen av artiklarna 87 och 88 i EG-fördraget på stöd av mindre betydelse (EGT L 10, 13.1.2001, s. 30), kommissionens meddelande om försumbart stöd (EGT C 68, 6.3.1996, s. 9), kommissionens förordning (EU) nr 1408/2013 av den 18 december 2013 om tillämpningen av artiklarna 107 och 108 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt på stöd av mindre betydelse inom jordbrukssektorn (EUT L 352, 24.12.2013, s. 9), kommissionens förordning (EG) nr 1535/2007 av den 20 december 2007 om tillämpningen av artiklarna 87 och 88 i EG-fördraget på stöd av mindre betydelse inom sektorn för produktion av jordbruksprodukter (EUT L 337, 21.12.2007, s. 35), kommissionens förordning (EG) nr 1860/2004 av den 6 oktober 2004 om tillämpningen av artiklarna 87 och 88 i EG-fördraget på stöd av mindre betydelse inom jordbruks- och fiskerisektorn (EUT L 325, 28.10.2004, s. 4).

10. ÅTERKRAV

- (376) I enlighet med fördraget och EU-domstolens fasta rättspraxis är kommissionen behörig att besluta att den berörda medlemsstaten ska upphäva eller ändra stödet ⁽¹¹⁰⁾ när kommissionen har funnit att detta stöd är oförenligt med den inre marknaden. Domstolen har också konsekvent hävdats att avsikten med en medlemsstats skyldighet att upphäva stöd som kommissionen har betraktat som oförenligt med den inre marknaden är att återställa den situation som rådde innan stödet beviljades. ⁽¹¹¹⁾ I detta sammanhang har domstolen förklarat att detta mål är uppnått så snart mottagaren har återbetalat de belopp som har beviljats som olagligt stöd, varigenom stödmottagaren förlorar de fördelar han åtnjöt på marknaden i förhållande till sina konkurrenter och den situation som förelåg före utbetalningen av stödet är återställd ⁽¹¹²⁾.
- (377) I artikel 16 i rådets förordning (EG) nr 2015/1589 ⁽¹¹³⁾ (nedan kallad *procedurförordningen*) fastställdes i enlighet med denna rättspraxis att ”vid negativa beslut i fall av olagligt stöd ska kommissionen besluta att den berörda medlemsstaten ska vidta alla nödvändiga åtgärder för att återkräva stödet från mottagaren”.
- (378) Enligt artikel 17 i *procedurförordningen* ska en preskriptionstid på tio år gälla för kommissionens befogenheter att återkräva oförenligt stöd. Preskriptionstiden ska börja den dag då det olagliga stödet beviljas mottagaren. Alla enskilda åtgärder som vidtas av kommissionen när det gäller det olagliga stödet avbryter preskriptionstiden. Preskriptionstiden ska avbrytas under den tid då kommissionens beslut är föremål för förfaranden vid domstolen.
- (379) Klagomålet som utlöste det nuvarande förfarandet togs emot den 21 september 1999 (se skäl 4) och kommissionen registrerade år 2000 ordningen som ett icke anmält stöd (se skäl 8). Dessutom bekräftas i beslutet från 2004 att kommissionen av administrativa skäl har beslutat att dela upp förfarandet (se skäl 10) och bedöma åtgärderna före och efter 2003 separat. Denna uppdelning av förfarandet var en begäran av de österrikiska myndigheterna daterad den 8 mars 2004.
- (380) Ovanstående åtgärder (uppdelningen av förfarandet som bekräftades av beslutet från 2004) och skrivelser (Österrikes begäran av den 8 mars 2004) är händelser som avbryter förfarandet i den mening som avses i artikel 17 i förordning (EU) 2015/1589.
- (381) Detta innebär att kommissionen har befogenhet att besluta om återkrav från och med den 1 januari 1995, datumet för Österrikes anslutning till Europeiska unionen.
- (382) Kommissionens beslut NN 34A/2000 bestreds i tribunalen den 30 juni 2004 och tribunalens dom överklagades vid domstolen den 27 januari 2010. Domstolens dom avkunnades den 27 oktober 2011 (se skäl 22). Enligt tredje meningen i artikel 15.2 i förordning (EG) nr 659/1999 avbröts därför preskriptionstiden mellan den 30 juni 2004 och den 27 oktober 2011.
- (383) Av de skäl som anges ovan har preskriptionstiden på tio år för återkrav med avseende på de åtgärder som bedöms i detta beslut inte löpt ut. Det oförenliga statliga stöd som anges i skäl 374 måste därför återkrävas av de österrikiska myndigheterna.
- (384) I artikel 16.1 i *procedurförordningen* anges följande: ”Vid negativa beslut i fall av olagligt stöd ska kommissionen besluta att den berörda medlemsstaten ska vidta alla nödvändiga åtgärder för att återkräva stödet från mottagaren”.
- (385) I artikel 16.3 i *procedurförordningen* anges att ”återkravet [ska] verkställas utan dröjsmål och enligt den berörda medlemsstatens förfaranden enligt nationell lagstiftning, förutsatt att dessa förfaranden gör det möjligt att omedelbart och effektivt verkställa kommissionens beslut”.
- (386) De sätt på vilka medlemsstaterna enligt deras egna nationella lagstiftning genomför beslut om återkrav bör innebära att beslutet om återkrav genomförs i sin helhet. De nationella åtgärder som medlemsstater vidtar måste därför leda till en effektiv och omedelbar verkställighet av kommissionens beslut.

⁽¹¹⁰⁾ Mål C-70/72, kommissionen mot Tyskland, ECLI:EU:C:1973:87, punkt 13.

⁽¹¹¹⁾ Se de förenade målen C-278/92, C-279/92 och C-280/92, Spanien mot kommissionen, ECLI:EU:C:1994:325, punkt 75.

⁽¹¹²⁾ Mål C-75/97, Belgien mot kommissionen, ECLI:EU:C:1999:311, punkterna 64–65.

⁽¹¹³⁾ Rådets förordning (EU) 2015/1589 av den 13 juli 2015 om genomförandebestämmelser för artikel 108 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (EUT L 248, 24.9.2015, s. 9).

- (387) Enligt etablerad rättspraxis får kommissionen vid negativa beslut för icke anmält stöd, i synnerhet om en betydande tidsperiod har förflutit, utföra ungefärliga värderingar av de belopp som ska återkrävas ⁽¹¹⁴⁾.
- (388) Kommissionen vill påpeka att det enligt etablerad rättspraxis inte finns någon ”bestämmelse i gemenskapsrätten att kommissionen vid beslutet om återkrav av ett stöd som förklarats oförenligt med den gemensamma marknaden fastställer det exakta belopp som ska återvinnas. Det är tillräckligt att kommissionens beslut innehåller uppgifter som gör det möjligt för beslutets adressat att själv utan alltför stora svårigheter fastställa detta belopp” ⁽¹¹⁵⁾.
- (389) Mot bakgrund av några av de berörda åtgärdernas beskaffenhet (dvs. åtgärder rörande indirekt stöd till ett stort antal stödmottagare) är kommissionen inte i stånd att i detta beslut avgöra det exakta stödbeloppet per mottagare för varje åtgärd för vilken återkrav har beslutats.
- (390) Kommissionen vill därför påpeka att de belopp som meddelats av de österrikiska myndigheterna under undersökningsperiodens gång (se skälen 43–45) utgör utgångspunkten för beräkningen av de stöd som ska återkrävas från respektive stödmottagare. De stödkategorier som är oförenliga, liksom tidsperioderna i fråga, har fastställts i beslutet.
- (391) Kommissionen anser därför att de österrikiska myndigheterna inom ramen för återkravsförfarandet måste tillhandahålla en rimlig metod för att beräkna stödbeloppet per mottagare, och att denna ska meddelas kommissionen i en anda av lojalt samarbete med kommissionen.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

Det statliga stöd som Österrike har genomfört för följande åtgärder och tidsperioder är **förenligt** med den inre marknaden enligt artikel 107.3 c i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt:

- stöd för generisk reklam under perioden 1 januari 2000–31 december 2001,
- stöd för reklam under perioden 1 januari 2002–31 december 2006,
- stöd för/genom reklamkampanjer utanför Österrike och generisk reklam i Österrike under perioden 1 januari 2002–1 januari 2004,
- stöd för reklam rörande kvalitet under perioden 1 januari 2007–31 december 2008,
- stöd för/genom marknadsföringsåtgärder i en vidare mening och tekniska stödåtgärder under perioden 1 januari 1995–31 december 1999,
- stöd i form av tekniskt stöd, rådgivningstjänster och kontrollåtgärder avseende kvalitetsprodukter under perioden 1 januari 1995–31 december 1999,
- stöd för kvalitetsprodukter under perioden 1 januari 2000–31 december 2006,
- stöd i form av tekniskt stöd under perioden 1 januari 2000–31 december 2006,
- stöd i form av tekniskt stöd för generiska produkter under perioden 1 januari 2000–31 december 2004,
- stöd i form av tekniskt stöd under perioden 1 januari 2007–31 december 2008 för primärproducenter.

⁽¹¹⁴⁾ Mål T-366/00, Scott SA mot kommissionen, ECLI:EU:T:2007:99, punkt 96.

⁽¹¹⁵⁾ Mål C-480/98, Spanien mot kommissionen, ECLI:EU:C:2000:559, punkt 25.

Artikel 2

Följande statliga stödordningar som olagligen har införts av Österrike, i strid med artikel 108.3 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt, är **oförenliga** med den inre marknaden för respektive period som anges nedan:

- stöd för generisk reklam under perioden 1 januari 1995–31 december 1999,
- stöd för kvalitetsmärknings under perioden 1 januari 1995–31 december 1999,
- stöd för kvalitetsprodukter under perioden 1 januari 2007–31 december 2008,
- tekniskt stöd för företag verksamma inom bearbetning och saluföring under perioden 1 januari 2007–31 december 2008.

Artikel 3

De enskilda stöd som har beviljats enligt den stödordning som avses i artikel 2 utgör inte stöd, om de vid tidpunkten för beviljandet uppfyllde villkoren i en förordning som antagits i enlighet med artikel 2 i rådets förordning (EG) nr 994/98 ⁽¹⁶⁾ och som var tillämplig vid tidpunkten i fråga.

Artikel 4

De enskilda stöd som har beviljats enligt den stödordning som avses i artikel 2, och som vid tidpunkten för beviljandet uppfyllde villkoren i en förordning som antagits i enlighet med artikel 1 i förordning (EG) nr 994/98 eller i någon annan godkänd stödordning, är förenliga med den inre marknaden upp till den högsta tillåtna stödnivån för den typen av stöd.

Artikel 5

Österrike ska av stödmottagarna återkräva det oförenliga stöd som anges i artikel 2.

De belopp som ska återkrävas ska omfatta ränta från och med dagen för utbetalningen till och med dagen för återbetalningen.

Räntan ska beräknas som sammansatt ränta enligt kapitel V i kommissionens förordning (EG) nr 794/2004 ⁽¹⁷⁾.

Artikel 6

Återkravet av det stöd som avses i artikel 2 ska genomföras omedelbart och effektivt.

Österrike ska säkerställa att detta beslut genomförs inom fyra månader efter den dag då detta beslut delgavs.

Artikel 7

Inom två månader efter den dag då detta beslut har delgivits ska Österrike lämna följande uppgifter till kommissionen:

- a) En förteckning över de stödmottagare som har mottagit stöd enligt den stödordning som avses i artikel 2 och det totala stödbelopp som var och en av dem har mottagit genom stödordningen.
- b) Det totala belopp (kapital och räntor) som ska återkrävas från stödmottagarna.

⁽¹⁶⁾ Rådets förordning (EG) nr 994/98 av den 7 maj 1998 om tillämpningen av artiklarna 92 och 93 i Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen på vissa slag av övergripande statligt stöd (EGTL 142, 14.5.1998, s. 1).

⁽¹⁷⁾ Kommissionens förordning (EG) nr 794/2004 av den 21 april 2004 om genomförande av rådets förordning (EG) nr 659/1999 om tillämpningsföreskrifter för artikel 93 i EG-fördraget (EUTL 140, 30.4.2004, s. 1).

- c) En ingående beskrivning av de åtgärder som redan har vidtagits eller som planeras för att efterleva detta beslut.
- d) Dokumentation som visar att stödmottagaren har anmodats att betala tillbaka stödet.

Österrike ska hålla kommissionen underrättad om utvecklingen med avseende på de nationella åtgärder som har vidtagits för att genomföra detta beslut till dess att återkravet av det stöd som avses i artikel 2 har slutförts. Österrike ska på kommissionens begäran omgående lämna uppgifter om de åtgärder som redan har vidtagits eller som planeras för att efterleva detta beslut. Österrike ska också lämna ingående uppgifter om de stödbelopp och räntebelopp som redan har återkrävts från stödmottagarna.

Artikel 8

Detta beslut riktar sig till Republiken Österrike.

Utfärdat i Bryssel den 7 april 2016.

På kommissionens vägnar
Phil HOGAN
Ledamot av kommissionen