



COMMISSION EUROPEENNE

Bruxelles, le 23.6.2015
C(2015) 4208 final

**Objet : Aide d'Etat/France - SA 39677 (2014/N)
"Aides aux actions de promotion des produits agricoles"**

Monsieur le Ministre,

J'ai l'honneur de vous faire savoir que la Commission a décidé de ne pas soulever d'objection à l'égard du régime susmentionné, étant donné qu'il est compatible avec le Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne. Pour prendre cette décision, qui concerne l'ensemble des mesures notifiées, la Commission s'est fondée sur les considérations suivantes :

PROCÉDURE

- (1) Conformément à l'article 108, paragraphe 3, du TFUE la Représentation permanente de la France auprès de l'Union européenne a notifié le régime en objet à la Commission par courriel du 22 octobre 2014, enregistré le même jour.
- (2) Par lettres du 13 novembre 2014, du 5 février 2015 et du 30 avril 2015, la Commission a demandé des informations complémentaires, qui ont été fournies par lettres reçues et enregistrées par la Commission le 18 décembre 2014, le 31 mars 2015 et le 26 mai 2015.

DESCRIPTION DU REGIME

Titre

- (3) Aides aux actions de promotion des produits agricoles.

Objectif

- (4) Les aides seront destinées à financer des campagnes de promotion afin de renforcer l'image et la consommation des produits agricoles sur le marché français et dans les pays tiers. Les activités de promotion seront destinées à informer et accroître les connaissances du public sur les caractéristiques et la

Son Excellence Monsieur Laurent FABIUS
Ministre des Affaires étrangères
37, Quai d'Orsay
F - 75351 PARIS

qualité des produits agricoles, par exemple, par des opérations de relations publiques et des campagnes d'information, et aussi par l'organisation de concours, la participation à des foires commerciales, la vulgarisation des connaissances scientifiques ou des publications d'information factuelles. Elles visent également à encourager les opérateurs économiques ou les consommateurs à acheter le produit en question, au moyen de campagnes de promotion.

Description de l'aide et dépenses éligibles

- (5) Les campagnes de promotion prévues dans le régime en objet pourront être mises en œuvre par des prestataires de services mais également par l'apport d'un soutien financier aux associations, organisations interprofessionnelles et groupements professionnels qui se proposeront d'organiser des campagnes de promotion. Dans ce cas, la participation ne sera pas subordonnée à l'affiliation à ces groupements ou organisation et toute contribution en termes de frais administratifs du groupement ou organisation sera limitée aux coûts occasionnés par la fourniture de l'action de promotion.
- (6) Les campagnes seront notamment faites à l'attention des consommateurs, des opérateurs économiques ou des prescripteurs d'opinion. Les campagnes revêtiront un caractère générique, sans référence à l'origine, et profiteront à tous les producteurs du type de produit concerné, sauf quand les campagnes de promotion seront axées sur des produits couverts par les systèmes de qualité visés au point (282) des lignes directrices de l'Union européenne concernant les aides d'État dans les secteurs agricole et forestier et dans les zones rurales 2014–2020¹ (ci-après "lignes directrices").
- (7) Les coûts admissibles au bénéfice de l'aide pourront porter sur :
 - (a) des publications (documents, édition de recettes, d'affiches, de bannières, de dépliants, de visuels, dossiers de presse) ;
 - (b) des études de conception des campagnes, notamment si elles concernent des marchés peu connus au regard des produits considérés ;
 - (c) des interventions dans les médias grand public ou professionnels (création d'articles d'actualité, de kits, réalisation de publi-reportages, de vidéos à diffuser sur des sites partenaires des campagnes, de spots télévisés, de campagnes radio et web, confection de newsletter, de campagnes de bannières, réalisation et mise à jour de plateformes et sites internet dédiés aux cibles de la campagne, création d'applications pour smartphones, tablettes, présence sur les réseaux sociaux, blogs, forums...) ;
 - (d) des actions de nature à stimuler l'intérêt des consommateurs ou des professionnels (jeux, concours), des actions d'information auprès des consommateurs sur les lieux de vente (animations en magasin, ateliers culinaires, guirlandes, fanions, bâches de stands, matériel de théâtralisation des rayons, kits de fiches, affiches, dépliants, visuels divers...) ;

¹ JO C 204 du 1.7.2014, p. 1.

- (e) des matériels publicitaires destinés aux prescripteurs (journalistes et autres professionnels ou personnalités influant sur l'opinion), aux opérateurs, utilisateurs ou consommateurs ;
 - (f) l'organisation d'opérations événementielles (colloques, séminaires, conférences, déjeuners de presse, journées professionnelles, salons, foires ou expositions) ainsi que la participation à ces événements (frais de participation, de voyage et de transport des animaux...) ;
 - (g) partenariats avec des événements grand public sportifs, avec des célébrités comme des chefs, des experts (vin), fabrication de « goodies » (objets publicitaires en lien avec la campagne comme tabliers, autocollants, coloriations pour les enfants...) ;
 - (h) les coûts liés à la diffusion de connaissances scientifiques et d'informations factuelles.
- (8) Les campagnes de promotion dont le budget annuel serait supérieur à 5 millions d'euros seront notifiées individuellement.
- (9) Pour les actions portant sur des produits sous des appellations ou des symboles graphiques reconnus par l'Union européenne, il sera vérifié que la référence à l'origine des produits correspond parfaitement à l'appellation telle qu'enregistrée par l'Union.
- (10) Lorsque l'activité concerne des produits couverts par des systèmes de qualité autres que les systèmes portant sur les dénominations reconnues par l'Union, l'origine des produits peut être mentionnée pour autant qu'elle soit secondaire dans le message. Afin de déterminer si la référence à l'origine est secondaire, les autorités françaises prendront en considération le volume global du texte et/ou la dimension du symbole, y compris des images, ainsi que la présentation générale de la référence à l'origine par rapport au texte et/ou au symbole faisant référence aux principaux arguments de vente, c'est-à-dire à la partie de la promotion non ciblée sur l'origine du produit. Ce caractère secondaire des messages portant sur l'origine des produits sous label national ou régional sera exigé par l'autorité compétente pour déclarer éligibles ou non les projets. Cette autorité vérifiera les proportions de la partie relative à l'origine, tant au niveau du texte que des images ou des symboles, par rapport à la partie du message publicitaire non consacrée à l'origine, pour vérifier que le message sur l'origine soit effectivement uniquement subsidiaire.
- (11) Les campagnes de promotion seront conformes aux dispositions de l'article 2 de la directive 2000/13/CE² et, le cas échéant, aux règles spécifiques en matière d'étiquetage.
- (12) Les actions de promotion prévues concernant la diffusion des connaissances scientifiques et des informations factuelles ne mentionneront aucune entreprise,

² Directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mars 2000 relative au rapprochement des législations des États membres concernant l'étiquetage et la présentation des denrées alimentaires ainsi que la publicité faite à leur égard (JO L 109 du 6.5.2000, p. 29–42).

marque ou origine particulière. Aucune campagne de promotion ciblant les consommateurs, organisée dans les médias ou dans des points de vente de détail, ne sera consacrée aux produits d'une ou de plusieurs sociétés en particulier.

- (13) Ce régime cadre prend notamment la suite de régimes déjà notifiés et qui sont venus à échéance le 31 décembre 2014 :
- (a) N 311/2007 (SA.37542 (2013/N)), aides en faveur de la publicité des animaux, produits animaux et produits d'origine animale ;
 - (b) N 671/2007 (SA.37543 (2013/N)), aides à la publicité des secteurs des fruits, des légumes, de l'horticulture, des pommes de terres, des productions végétales spécialisées et de l'apiculture ;
 - (c) N 694/2007 (SA.37544 (2013/N)), aides à la publicité en faveur des produits viticoles.
- (14) L'intensité de l'aide pour les coûts concernant l'organisation de concours, foires commerciales et d'expositions et la participation à ces événements; les coûts des informations publiées sur papier et par voie électronique, des sites internet et des spots dans les médias électroniques, radiophoniques ou télévisuels; les coûts liés à la diffusion des connaissances scientifiques et des informations factuelles pourront atteindre 100 % des coûts admissibles.
- (15) L'intensité de l'aide pour des campagnes de promotion axées sur des produits couverts par des systèmes de qualité ne dépassera pas 50 % des coûts admissibles de la campagne. Si le secteur contribue au moins à hauteur de 50 % des coûts, quelle que soit la forme de la contribution, par exemple des taxes spéciales, l'intensité de l'aide pourra atteindre 100 %.
- (16) L'intensité de l'aide pour les campagnes de promotion génériques ciblant les consommateurs, organisées dans les médias ou dans des points de vente de détail, ainsi que de tout le matériel de promotion directement distribué aux consommateurs, pourra couvrir jusqu'à 100 % des coûts admissibles.
- (17) Les aides pourront être versées en nature, sur la base du remboursement des coûts réels engagés par le bénéficiaire ou sous forme de services subventionnés. Lorsque les aides seront accordées en nature, elles n'incluront pas de paiements directs aux bénéficiaires mais seront payées au prestataire des mesures de promotion.
- (18) Les actions éligibles dans les pays tiers ne seront pas des actions orientées en faveur de marques commerciales ni des actions incitant à la consommation d'un produit en raison de son origine nationale, à l'exception, pour cette deuxième condition, des actions s'appuyant sur des désignations de l'origine validées au titre de la réglementation européenne.
- (19) De plus, pour les campagnes dans les pays tiers, les autorités françaises n'attribueront pas d'aide à des projets qui seraient au bénéfice d'entreprises spécifiques, ni à des projets qui risqueraient de compromettre les ventes de produits d'autres États membres ou de les dénigrer.

- (20) Les campagnes de promotion concernées sont en cours de finalisation, les autorités françaises pourront fournir des échantillons représentatifs lorsque le régime d'aide aura été accepté par la Commission. Pour les cas des campagnes concernant des produits couverts par des systèmes de qualité autres que les systèmes portant sur les dénominations reconnues par l'Union, la mention de l'origine sera inférieure à 50 % (taille de la police, taille des images/drapeaux/logos, durée du message audio...) de la mention relative au produit. Cela permettra de minimiser significativement la portée de l'éventuel message sur l'origine des produits par rapport au message principal. Un exemple a été envoyé avec la notification.
- (21) Les autorités françaises ont aussi signalé que le régime n'est pas susceptible d'avoir une incidence spécifique sur l'environnement.
- (22) Les grandes entreprises, si elles veulent être bénéficiaires du régime, doivent décrire la situation en l'absence d'aide, la situation qui est prise en considération à titre de scénario contrefactuel ou d'autre projet ou activité, et présenter des documents attestant le scénario contrefactuel décrit dans la demande. Lorsqu'elle recevra une demande, l'autorité d'octroi correspondant devra vérifier la crédibilité du scénario contrefactuel et confirmer que l'aide a l'effet incitatif requis.

Base juridique

- (23) Articles L. 621-1 et suivants du code rural et de la pêche maritime, articles L. 1511-1 et suivants du code général des collectivités territoriales, articles D. 684-1 et suivants du code rural et de la pêche maritime.

Budget

- (24) Le budget total prévu pour le régime d'aides est de 310.000.000 EUR, avec un budget annuel de 62.000.000 EUR.

Bénéficiaires

- (25) Le bénéficiaire du régime d'aides sera tout le secteur agricole. Toutes les entreprises (grandes entreprises et petites et moyennes entreprises) peuvent être bénéficiaires ainsi que toutes les formes de structures professionnelles des filières (groupements, organismes de défense et de gestion, associations professionnelles, interprofessions...).
- (26) Les petites et moyennes entreprises (PME) seront les seules bénéficiaires des aides en faveur de l'organisation de concours, de foires commerciales ou d'expositions.
- (27) Le nombre de bénéficiaires prévu est de plus de 1.000.
- (28) Les autorités françaises confirment que les aides ne pourront pas être octroyées aux candidats considérés comme des entreprises en difficulté au sens de l'article 2, point 14) du Règlement (UE) n° 702/2014³, ni à ceux qui pourraient avoir des

³ Règlement (UE) n° 702/2014 de la Commission du 25 juin 2014 déclarant certaines catégories d'aides, dans les secteurs agricole et forestier et dans les zones rurales, compatibles avec le marché intérieur, en application des articles 107 et 108 du TFUE (JO L 193 du 1.7.2014, p. 1). Cette définition figure

aides déclarées incompatibles avec le marché intérieur à rembourser, tant que le remboursement n'aura pas été effectué ou que le montant à rembourser n'aura pas été placé sur un compte bloqué (avec les intérêts dus dans les deux cas).

Forme de l'aide

- (29) Il s'agit d'une subvention directe.

Durée de l'aide

- (30) Le régime d'aides est applicable pendant une période allant de la date d'approbation par la Commission au 31 décembre 2020.

Cumul

- (31) L'aide accordée en vertu du régime en objet peut être cumulée avec d'autres dans la limite des taux maximum autorisés.

- (32) Les services déconcentrés de l'Etat français sont chargés, avec chaque office concerné et en coordination avec les collectivités territoriales concernées, de s'assurer des plans de financement de chaque opération dont le financement est envisagé. La situation de cumul, quand il y a différentes aides projetées ou obtenues pour un objet identique, est vérifiée par les services déconcentrés de l'Etat français, qui renseignent les financeurs pour procéder aux corrections ou révisions nécessaires en fonction des plafonds applicables. Les demandeurs eux-mêmes sont rendus responsables des informations qu'ils doivent porter à la connaissance des services concernés, car ils sont avertis, dès qu'une aide leur est annoncée, des limites de financement autorisées et de leur devoir de notifier le plan complet de financement de leur projet aux services susvisés pour faciliter les contrôles de cumuls d'aides.

- (33) Les autorités françaises confirment qu'il n'y aura pas de double financement d'actions de promotion entre le régime en objet et les aides prévues par le règlement (CE) n° 3/2008⁴. Ainsi, au moyen d'une procédure de vérifications spécifiques des trois points de contrôle portant sur le produit, le pays cible et la période de réalisation, les autorités françaises :

- (a) s'assureront que le projet du bénéficiaire potentiel du régime, lorsqu'il s'agit d'une organisation professionnelle ou interprofessionnelle, ne se recoupe pas avec un programme déjà existant et présenté au titre du règlement (CE) 3/2008, et qui serait au bénéfice de l'organisation concernée; dans l'éventualité où le bénéficiaire en question proposerait des actions dont le produit, le pays cible et la période de réalisation sont déjà couverts par un programme relevant du règlement (CE) n°3/2008, son projet sera systématiquement rejeté ;

aussi au point (35) 15 des lignes directrices de l'Union européenne concernant les aides d'État dans les secteurs agricole et forestier et dans les zones rurales 2014-2020 (JO C 204 du 1.7.2014, p. 1).

⁴ Le règlement 3/2008 sera remplacé par le règlement (UE) n° 1144/2014, qui sera applicable à compter du 1.12.2015.

- (b) s'assureront qu'un membre d'une organisation professionnelle ou interprofessionnelle ne puisse pas bénéficier du régime d'aides d'Etat en question dès lors que, par ailleurs, cet organisme auquel il appartient met en œuvre un programme de promotion relevant du règlement (CE) n° 3/2008 dont la vérification des points de contrôles (produit, pays cible et période de réalisation) révèle une similitude avec ceux prévus dans les actions de promotion couvertes par le présent régime d'aides.

Élément incitatif

- (34) Les autorités françaises ont confirmé que les aides auront un effet incitatif. Elles ont confirmé que ne seront éligibles aux aides que les actions qui seront réalisées après le dépôt de la demande d'aide auprès de l'autorité compétente. Une demande d'aide doit être adressée à l'autorité compétente avant le début du projet. Elle contiendra au moins le nom du demandeur et la taille de l'entreprise concernée, la description du projet ou de l'activité mentionnant notamment le site et les dates de début et de fin de sa réalisation, le montant de l'aide nécessaire pour le réaliser et une liste des coûts admissibles. Les aides seront octroyées uniquement pour des activités entreprises ou des services reçus lorsque ce régime aura été mis en place et déclaré compatible avec le traité par la Commission. Conformément au point (75) m) des lignes directrices, feront exception à cette règle les aides en faveur d'activités de promotion conformes aux points (464) b) et c) des lignes directrices, et les aides en faveur des campagnes de promotion qui revêtent un caractère générique conformes au point (464) d).

ÉVALUATION

Application de l'article 107, paragraphe 1, du TFUE

- (35) L'article 107, paragraphe 1, du TFUE prévoit que sont incompatibles avec le marché intérieur, dans la mesure où elles affectent les échanges entre Etats membres, les aides accordées par les Etats membres ou au moyen de ressources d'Etat sous quelque forme que ce soit, qui faussent ou qui menacent de fausser la concurrence en favorisant certaines entreprises ou certains produits.
- (36) Les bénéficiaires de l'aide exercent une activité économique. Une aide qui est octroyée par l'Etat et au moyen de ressources d'Etat affecte la concurrence et les échanges entre Etats membres. Selon une jurisprudence constante aux fins de cette disposition, la condition de l'affectation des échanges est remplie dès lors que le bénéficiaire exerce une activité économique qui fait l'objet d'échanges entre les Etats membres⁵. Le simple fait que l'aide renforce la position du bénéficiaire par rapport à d'autres concurrents dans les échanges intra-communautaires permet de considérer que ces échanges ont été affectés. Les produits concernés par l'activité des bénéficiaires font l'objet d'échanges entre la

⁵ Selon la jurisprudence de la Cour, lorsqu'une aide financière accordée par l'État renforce la position d'une entreprise par rapport à d'autres entreprises concurrentes dans les échanges intracommunautaires, elle est de nature à affecter les échanges entre États membres et menace de fausser la concurrence entre les entreprises établies dans différents États membres (Arrêt de la Cour du 17 septembre 1980. - Philip Morris Holland BV contre Commission, affaire 730/79, Rec. 1980, p. 2671, p. 11 et 12).

France et le reste des Etats membres. En conséquence, les conditions prévues à l'article 107, paragraphe 1, du TFUE sont remplies dans le cas d'espèce.

Application de l'article 107, paragraphe 3, lettre c), du TFUE

- (37) Toutefois, l'interdiction prévue à l'article 107, paragraphe 1, du TFUE n'est pas inconditionnelle. Des dérogations sont prévues. L'article 107, paragraphe 3, point c), prévoit que peuvent être considérées comme compatibles avec le marché intérieur les aides destinées à faciliter le développement de certaines activités ou de certaines régions économiques, quand elles n'altèrent pas les conditions des échanges dans une mesure contraire à l'intérêt commun.
- (38) Les lignes directrices dans la section 1.3.2. de la Partie II, prévoient que les aides destinées aux actions de promotions des produits agricoles seront déclarées compatibles avec le marché intérieur par la Commission en vertu de l'article 107, paragraphe 3, point c), du traité, si elles respectent les principes d'évaluation communs des lignes directrices et les conditions spécifiques fixées dans cette section.
- (39) Concernant les conditions spécifiques fixées dans la section 1.3.2. pour ce type d'aide, le point (453) des lignes directrices signale que cette section s'applique à l'ensemble du secteur agricole mais que seules les PME peuvent bénéficier des aides en faveur de l'organisation de concours, de foires commerciales ou d'expositions. Les autorités françaises ont confirmé que seules les PME seront les bénéficiaires des aides du régime notifié en cas d'organisation de concours, de foires commerciales ou d'expositions (cf. *supra* paragraphe 26).
- (40) Selon le point (454) des lignes directrices, l'activité de promotion doit être destinée à informer le public sur les caractéristiques des produits agricoles, par exemple, par l'organisation de concours, la participation à des foires commerciales et des activités de relations publiques, la vulgarisation des connaissances scientifiques ou des publications d'information factuelles, ou à encourager les opérateurs économiques ou les consommateurs à acheter le produit en question, au moyen de campagnes de promotion. L'objectif du régime en objet communiqué par les autorités françaises, est inclus parmi ceux qui sont mentionnés au point (454) des lignes directrices (cf. *supra* paragraphe 4).
- (41) En accord avec le point (455) des lignes directrices, les autorités françaises ont confirmé que les campagnes de promotion seront axées sur des produits couverts par les systèmes de qualité visés au point (282) des lignes directrices ou revêtiront un caractère générique et profiteront à tous les producteurs du type de produit concerné (cf. *supra* paragraphe 6).
- (42) En accord avec le point (456) des lignes directrices, les autorités françaises ont confirmé que les campagnes de promotion couvertes par le régime en objet seront menées en conformité avec les dispositions de l'article 2 de la

directive 2000/13/CE⁶ et, le cas échéant, les règles spécifiques en matière d'étiquetage (cf. *supra* paragraphe 11).

- (43) Etant donné que le matériel des campagnes de promotion concernées est en cours de finalisation, les autorités françaises, en application du point (457) des lignes directrices, se sont engagées à le fournir à un stade ultérieur et, dans tous les cas, avant le lancement de la campagne de promotion (cf. *supra* paragraphe 20).
- (44) En application du point (458) des lignes directrices, les autorités françaises se sont engagées à notifier individuellement les campagnes de promotion dont le budget annuel serait supérieur à 5 millions d'euros (cf. *supra* paragraphe 8).
- (45) Le point (459) des lignes directrices indique que les mesures de promotion peuvent être mises en œuvre par des groupements de producteurs ou d'autres organisations, indépendamment de leur taille. À ce propos, les autorités françaises ont confirmé que lorsque la mesure de promotion sera mise en œuvre par des groupements de producteurs ou d'autres organisations, la participation ne sera pas subordonnée à l'affiliation à ces groupements ou organisations et toute contribution en termes de frais administratifs du groupement ou de l'organisation sera limitée aux coûts occasionnés par la fourniture de l'action de promotion. (cf. *supra* paragraphe 5).
- (46) Le point (460) des lignes directrices indique que les aides doivent être accordées en nature ou sur la base du remboursement des coûts réels engagés par le bénéficiaire. Par dérogation à cette disposition, le point (461) des lignes directrices dispose que les aides en faveur des campagnes de promotion doivent être accordées uniquement en nature sous la forme de services subventionnés. En tout cas, le point (462) des lignes directrices signale que lorsque les aides sont accordées en nature, elles ne doivent pas inclure de paiements directs aux bénéficiaires, mais être payées au prestataire des mesures de promotion.
- (47) Les autorités françaises se sont engagées à n'effectuer de paiements qu'aux prestataires des mesures de promotion; dans les autres cas les aides revêtiront la forme de services subventionnés (cf. *supra* paragraphe 17).
- (48) Le point (464) des lignes directrices indique les coûts admissibles pour ce type d'aides. Les coûts admissibles dans le régime en objet figurent parmi ceux qui sont mentionnés aux points (a) à (d) (cf. *supra* paragraphe 7).
- (49) Les autorités françaises ont indiqué que dans les campagnes de promotion du régime en objet, en application du point (465) des lignes directrices, les actions visées aux points (464) c) –diffusion des connaissances scientifiques et des informations factuelles- ne mentionneront aucune entreprise, marque ou origine particulière. Pour les campagnes de promotion visées au point (464) d) ne seront, quant à elles, pas consacrées aux produits d'une ou de plusieurs sociétés en particulier (cf. *supra* paragraphe 12).

⁶ Directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mars 2000 relative au rapprochement des législations des États membres concernant l'étiquetage et la présentation des denrées alimentaires ainsi que la publicité faite à leur égard (JO L 109 du 6.5.2000, p. 29).

- (50) En application du point (466) des lignes directrices, la restriction concernant la référence à l'origine ne s'applique pas aux activités de promotion ni aux campagnes de promotion axées sur les produits couverts par les systèmes de qualité, pour autant que les conditions suivantes soient remplies:
- (a) lorsque l'activité de promotion est axée sur des dénominations reconnues par l'Union, elle peut faire référence à l'origine des produits à condition que la référence corresponde exactement à celle enregistrée par l'Union;
 - (b) lorsque l'activité concerne des produits couverts par des systèmes de qualité autres que les systèmes portant sur les dénominations reconnues par l'Union, l'origine des produits peut être mentionnée pour autant qu'elle soit secondaire dans le message; afin de déterminer si la référence à l'origine est secondaire, la Commission prendra en considération le volume global du texte et/ou la dimension du symbole, y compris des images, ainsi que la présentation générale de la référence à l'origine par rapport au texte et/ou au symbole faisant référence aux principaux arguments de vente, c'est-à-dire à la partie de la promotion non ciblée sur l'origine du produit.
- (51) Les autorités françaises ont confirmé que pour les actions portant sur des produits sous des appellations ou des symboles graphiques reconnus par l'Union européenne, il sera vérifié que la référence à l'origine des produits correspond parfaitement à l'appellation telle qu'enregistrée par l'Union, et que lorsque l'activité concernera des produits couverts par des systèmes de qualité autres que les systèmes portant sur les dénominations reconnues par l'Union, l'origine des produits pourra être mentionnée pour autant qu'elle soit secondaire dans le message. Afin de déterminer si la référence à l'origine est secondaire, les autorités françaises prendront en considération le volume global du texte et/ou la dimension du symbole, y compris des images, ainsi que la présentation générale de la référence à l'origine par rapport au texte et/ou au symbole faisant référence aux principaux arguments de vente, c'est-à-dire à la partie de la promotion non ciblée sur l'origine du produit. En tout état de cause, la mention de l'origine sera inférieure à 50 % (taille de la police, taille des images/drapeaux/logos, durée du message audio...) de la mention relative au produit. En plus, les autorités françaises ont envoyé un exemple du type de message à utiliser dans les campagnes concernant des produits couverts par des systèmes de qualité autres que les systèmes portant sur les dénominations reconnues par l'Union (cf. *supra* paragraphes 10 et 20). Sur la base de ces informations et de l'exemple présenté, la Commission a pu vérifier le caractère secondaire de la mention de l'origine des produits en conformité avec le point (466) b) des lignes directrices.
- (52) Le point (467) des lignes directrices indique que l'intensité de l'aide pour les coûts admissibles visés au point (464) a), b) et c) peut atteindre 100 % des coûts admissibles. Le point (468) des lignes directrices signale que l'intensité de l'aide pour des campagnes de promotion axées sur des produits couverts par des systèmes de qualité visés au point (464) d), en liaison avec le point (456), ne peut pas dépasser 50 % des coûts admissibles de la campagne. Si le secteur contribue au moins à hauteur de 50 % des coûts, quelle que soit la forme de la contribution, par exemple des taxes spéciales, l'intensité de l'aide peut atteindre 100 %. Le point (469) des lignes directrices dispose que l'intensité de l'aide pour les

campagnes de promotion génériques visées au point (464) d), en liaison avec le point (455), peut couvrir jusqu'à 100 % des coûts admissibles.

- (53) Les pourcentages communiqués par les autorités françaises pour le régime en objet respectent les limites fixées par les lignes directrices aux points (467) à (469) (cf. *supra paragraphes 14 à 16*).
- (54) En conformité avec le point (470) des lignes directrices, la Commission examinera les aides d'État en faveur de la promotion dans les pays tiers et les déclarera compatibles avec le marché intérieur si elles sont conformes aux conditions prévues par le règlement (UE) n° 3/2008. Toutefois, la Commission ne déclarera pas compatibles les aides d'État en faveur de la promotion qui sont accordées à des entreprises spécifiques ou à des marques commerciales, ou qui risquent de compromettre les ventes ou de dénigrer les produits d'autres États membres.
- (55) Les autorités françaises ont confirmé que les actions éligibles dans les pays tiers seront conformes aux conditions prévues par le règlement (CE) n° 3/2008 et qu'elles ne seront pas accordées à des entreprises spécifiques ou à des marques commerciales. Elles ne risqueront pas non plus de compromettre les ventes ou de dénigrer les produits d'autres États membres (cf. *supra paragraphes 18 et 19*).
- (56) En ce qui concerne les conditions générales à respecter, selon le point (43) des lignes directrices, les objectifs des aides dans les secteurs agricole et forestier et dans les zones rurales consistent à garantir une production alimentaire viable et à promouvoir l'utilisation efficace et durable des ressources, afin de parvenir à une croissance intelligente et durable. L'objectif fixé par les autorités françaises pour le régime en objet, et présenté au paragraphe 4 de la présente décision, vise les objectifs mentionnés au point (43) des lignes directrices.
- (57) Le point (47) des lignes directrices dispose qu'en ce qui concerne les mesures similaires aux mesures de développement rural financées exclusivement par des aides d'État, afin de veiller à la compatibilité avec les mesures de développement rural cofinancées par le Feader au titre des programmes de développement rural, les États membres devraient démontrer comment l'aide d'État envisagée s'inscrit dans le cadre des programmes de développement rural considérés et est compatible avec ceux-ci.
- (58) Les autorités françaises ont signalé que les aides aux investissements prévues dans les programmes de développement rural ne couvrent pas toutes les actions de promotion qui auraient pu être envisagées. Les autorités françaises estiment qu'elles peuvent donc avoir, en cours de programmation, des besoins spécifiques qui ne sont pas couverts par les programmes de développement rural. L'avantage du présent régime notifié est qu'il permettra de couvrir ces opérations. Dans ce sens, le champ des mesures pouvant être mises en œuvre dans le cadre des programmes de développement rural est parfois plus restreint que ce qui est autorisé par le biais des régimes d'aides d'État. Par exemple, les campagnes de promotion dans les pays tiers ne sont pas éligibles dans les programmes de développement rural. Le régime notifié complète donc les mesures de développement rural et permet de mettre en œuvre des actions non prévues dans les programmes de développement rural. Il est compatible avec ceux-ci car

aucune mesure ne va pas à l'encontre des dispositions du règlement (UE) 1305/2013.

- (59) Le point (48) des lignes directrices indique que la Commission considère que le principe de contribution à la réalisation des objectifs de développement rural est respecté en ce qui concerne les mesures d'aide prévues à la partie II, section 1.3., des lignes directrices, étant donné que la Commission a acquis une expérience suffisante de la contribution de ces actions aux objectifs de développement rural.
- (60) L'article 11 du TFUE dispose par ailleurs que: «Les exigences de la protection de l'environnement doivent être intégrées dans la définition et la mise en œuvre des politiques et actions de l'Union, en particulier afin de promouvoir le développement durable». Le point (52) des lignes directrices signale qu'il convient d'accorder une attention particulière aux aspects environnementaux dans les futures notifications d'aides d'État. Toutes les notifications d'aides d'État devraient, à l'avenir, contenir une évaluation permettant de déterminer si l'activité bénéficiant de l'aide est susceptible d'avoir une incidence sur l'environnement. Dans les cas où il y a une incidence négative sur l'environnement, les notifications d'aides d'État devraient fournir des informations démontrant que la mesure d'aide n'entraînera pas de violation de la législation européenne en matière de protection de l'environnement.
- (61) Les autorités françaises ont confirmé que le régime en objet n'est pas susceptible d'avoir une incidence sur l'environnement (cf. *supra* paragraphe 21).
- (62) En ce qui concerne la nécessité de l'intervention de l'Etat, conformément au point (55) des lignes directrices, la Commission considère que le marché n'atteint pas les objectifs escomptés sans intervention de l'État en ce qui concerne les mesures d'aide remplissant les conditions spécifiques énoncées à la partie II des lignes directrices. Les aides du présent régime peuvent donc être considérées comme nécessaires à la réalisation des objectifs d'intérêt commun énoncés au point (43) des lignes directrices, en particulier, l'utilisation efficace et durable des ressources.
- (63) En application du point (57) des lignes directrices, la Commission considère que les aides accordées dans le cadre du régime en objet sont un instrument d'action approprié étant donné qu'elles remplissent les conditions de la section concernée de la partie II des lignes directrices.
- (64) Selon le point (59) des lignes directrices une aide peut être accordée sous diverses formes. Les États membres devraient toutefois s'assurer que l'aide est accordée sous une forme susceptible de générer le moins de distorsions des échanges et de la concurrence. Le point (64) établit que pour les aides en faveur des mesures de promotion, l'aide doit être accordée, indirectement et en nature, au bénéficiaire final, au moyen de services subventionnés. En pareils cas, l'aide est versée au prestataire du service.
- (65) Comme déjà indiqué ci-dessus au paragraphe 46, les autorités françaises se sont engagées à n'effectuer de paiements qu'aux prestataires des mesures de promotion, dans les autres cas les aides revêtiront la forme de services subventionnés.

- (66) Le point (70) des lignes directrices signale que la Commission considère que l'aide est dépourvue d'effet incitatif pour son bénéficiaire lorsque ce dernier a adressé sa demande d'aide aux autorités nationales après le début des travaux liés au projet ou de l'activité concernés. Les autorités françaises ont confirmé que les demandes des intéressés devront être présentées avant le début des campagnes de promotion (cf. *supra* paragraphe 34).
- (67) En application du point (72) des lignes directrices, les grandes entreprises bénéficiaires du régime doivent décrire la situation en l'absence d'aide, la situation qui est prise en considération à titre de scénario contrefactuel ou d'autre projet ou activité, et présenter des documents attestant le scénario contrefactuel décrit dans la demande. Selon le point (73) des lignes directrices, lorsqu'elle reçoit une demande, l'autorité d'octroi doit vérifier la crédibilité du scénario contrefactuel et confirmer que l'aide a l'effet incitatif requis. Les autorités françaises ont confirmé que, pour bénéficier du régime, les demandes des grandes entreprises devront inclure les documents présentant le scénario contrefactuel (cf. *supra* paragraphe 22). Compte tenu de ce qui est indiqué dans ce paragraphe et dans le paragraphe précédent, la Commission considère que l'effet incitatif de l'aide est respecté.
- (68) Le point (81) des lignes directrices indique que l'aide est considérée comme proportionnée si le montant d'aide par bénéficiaire est limité au minimum nécessaire pour atteindre l'objectif commun visé. Selon le point (82) des lignes directrices, pour que l'aide soit proportionnée, le montant de l'aide ne devrait pas être supérieur aux coûts admissibles. Le point (84) indique que le critère de proportionnalité est respecté si les coûts admissibles sont calculés correctement et si les intensités maximales de l'aide ou les montants maximaux de l'aide fixés dans la partie II des lignes directrices sont respectés. Dans le cas en objet, compte tenu des indications du paragraphe 52 ci-dessus, les intensités maximales fixées pour ce type d'aide dans la section 1.3.2. de la partie II des lignes directrices ont été respectées et les aides prévues peuvent donc être considérées comme proportionnées.
- (69) La Commission rappelle aux autorités françaises que selon le point (85) des lignes directrices, l'intensité maximale de l'aide et le montant de l'aide par projet doivent être calculés par l'autorité d'octroi au moment où elle accorde l'aide. Les coûts admissibles doivent être démontrés par des pièces justificatives claires, spécifiques et contemporaines des faits. Aux fins du calcul de l'intensité de l'aide et des coûts admissibles, tous les chiffres utilisés doivent être avant impôts ou autres prélèvements.
- (70) En conformité avec les points (99) et (100) des lignes directrices, les autorités françaises ont indiqué que l'aide en objet peut être cumulée avec une autre aide dans la limite des taux maximums autorisés et fixés aux points (467) à (469) des lignes directrices (cf. *supra* paragraphe 31).
- (71) Comme indiqué au paragraphe 33 ci-dessus, les autorités françaises confirment qu'il n'y aura pas de double financement d'actions de promotion entre le régime en objet et les aides prévues par le règlement (CE) n° 3/2008.
- (72) Selon le point (108) des lignes directrices, pour que l'aide soit compatible avec le marché intérieur, ses effets négatifs en termes de distorsion de la concurrence et

d'incidence sur les échanges entre États membres doivent être limités et inférieurs aux effets positifs en matière de contribution à l'objectif d'intérêt commun. Le point (113) des lignes directrices signale que, en raison de ses effets positifs sur le développement du secteur, la Commission estime que lorsqu'une aide satisfait aux conditions et ne dépasse pas les plafonds d'intensité de l'aide énoncés dans les sections concernés de la partie II des lignes directrices, les effets négatifs sur la concurrence et les échanges sont limités au minimum. Dans le cas en objet, compte tenu des indications du paragraphe 52 ci-dessus, les plafonds d'intensité énoncés pour ce type d'aide dans la section 1.3.2. de la partie II des lignes directrices ont été respectés.

- (73) La Commission constate également que les autorités françaises se sont engagées à exclure du régime les entreprises qui seraient en difficulté au sens de la définition du point (35) 15 des lignes directrices, et à suspendre le versement de toute aide dans le cadre du régime notifié à toute entreprise ayant bénéficié d'une aide illégale antérieure, déclarée incompatible par une décision de la Commission, jusqu'à ce que cette entreprise ait remboursé ou versé sur un compte bloqué le montant total de l'aide illégale et incompatible avec les intérêts de récupération correspondants (cf. *supra* paragraphe 28).
- (74) En vertu de toutes ces considérations, le régime d'aide notifié remplit les conditions pertinentes des lignes directrices et peut bénéficier de la dérogation prévue à l'article 107, paragraphe 3, point c), du TFUE au titre de mesures destinées au développement du secteur agricole.

CONCLUSION

En conséquence, la Commission a décidé:

- de ne pas soulever d'objections à l'égard de l'aide au motif qu'elle est compatible avec le marché intérieur en vertu de de l'article 107, paragraphe 3, point c), du TFUE.

Dans le cas où la présente lettre contiendrait des éléments confidentiels qui ne doivent pas être divulgués à des tiers, vous êtes invité à en informer la Commission, dans un délai de quinze jours ouvrables à compter de la date de réception de la présente. Si la Commission ne reçoit pas de demande motivée à cet effet dans le délai prescrit, elle considérera que vous acceptez la communication à des tiers et la publication du texte intégral de la lettre, dans la langue faisant foi, sur le site Internet: <http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/index.cfm>.

Votre demande doit être envoyée par le système de courrier électronique sécurisé Public Key Infrastructure (PKI), à l'adresse suivante: agri-state-aids-notifications@ec.europa.eu.

Je vous prie d'agréer, monsieur le ministre, l'expression de ma très haute considération.

Par la Commission

Phil HOGAN
Membre de la Commission

AMPLIATION CERTIFIÉE CONFORME
Pour la Secrétaire générale,

Jordi AYET PUIGARNAU
Directeur du Greffe
COMMISSION EUROPÉENNE