



COMMISSIONE EUROPEA

Bruxelles, 19.1.2026
C(2026) 404 final

SENSITIVE (*): *COMP Operations*

**Oggetto: Aiuto di Stato SA.121059 (2025/N) – Italia
Lombardia: Promozione dei prodotti agricoli**

Signor Ministro,

1. PROCEDURA

- (1) Con lettera del 21 novembre 2025, protocollata dalla Commissione lo stesso giorno, l'Italia ha notificato la misura di aiuto di Stato in oggetto come regime di aiuti ("il regime", cfr. il considerando (44)).

2. DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELLA MISURA

2.1. Obiettivo

- (2) L'obiettivo del regime è sostenere la realizzazione di campagne promozionali relative ai prodotti agricoli. Le misure promozionali sostenute possono contribuire a creare nuove opportunità di mercato per gli agricoltori e per la filiera agroalimentare e aumentare il grado di conoscenza nonché il consumo sostenibile dei prodotti da parte dei consumatori.
- (3) Le autorità italiane hanno indicato che il regime contribuisce agli obiettivi di cui all'articolo 5, lettera a), e all'articolo 6, paragrafo 1, lettere a), b) e c), del regolamento (UE) 2021/2115¹.

(*) Distribution only on a need-to-know basis. Do not read or carry openly in public places. Must be encrypted in transmission and stored securely, where possible by using encrypted storage. Destroy copies by shredding or secure deletion. Full handling instructions: <https://europa.eu/db43PX>

¹ Regolamento (UE) 2021/2115 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 2 dicembre 2021, recante norme sul sostegno ai piani strategici che gli Stati membri devono redigere nell'ambito della politica agricola comune (piani strategici della PAC) e finanziati dal Fondo europeo agricolo di garanzia (FEAGA) e dal Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) e che abroga i regolamenti (UE) n. 1305/2013 e (UE) n. 1307/2013 (GU L 435 del 6.12.2021, pag. 1).

Onorevole Antonio Tajani
Ministro degli Affari esteri e della cooperazione internazionale
P.le della Farnesina 1
00135 Roma
ITALIA

2.2. Base giuridica

- (4) La base giuridica è la deliberazione n. XII/5216 della giunta regionale del 27 ottobre 2025, "Determinazioni in ordine al regime di aiuti per la promozione dei prodotti agricoli e agroalimentari di cui all'art. 12 della l.r. n. 31-2008".

2.3. Durata

- (5) Il regime si applica a decorre dalla data di notifica della decisione della Commissione che approva il regime e termina il 31 dicembre 2029.
- (6) La base giuridica del regime contiene una clausola sospensiva che prevede che il regime non si applichi fino a quando la Commissione non avrà concluso la procedura di notifica di cui all'articolo 108, paragrafo 2, del trattato sul funzionamento dell'Unione europea ("TFUE") con una decisione definitiva e non avrà dichiarato il regime compatibile con il mercato interno a norma dell'articolo 107, paragrafo 3, lettera c), TFUE.

2.4. Dotazione finanziaria

- (7) Il bilancio complessivo ammonta a 6 milioni di EUR.
- (8) Il bilancio è finanziato con fondi nazionali a titolo del bilancio generale dello Stato.

2.5. Beneficiari

- (9) I beneficiari sono microimprese, piccole e medie imprese, quali definite al punto (33)56 degli orientamenti per gli aiuti di Stato nei settori agricolo e forestale e nelle zone rurali (gli "orientamenti")², attive nella produzione agricola primaria e nella trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli.
- (10) Il numero dei beneficiari è stimato a un massimo di 1 000 imprese.

2.6. Descrizione del regime**2.6.1. Obiettivo e ambito del regime**

- (11) L'autorità che concede l'aiuto è la direzione generale Agricoltura, sovranità alimentare e foreste della Regione Lombardia.
- (12) La notifica riguarda unicamente gli aiuti per l'attuazione di campagne promozionali nel settore agricolo in linea con il punto (468), lettera d), degli orientamenti (cfr. il punto 7, lettera c), dell'allegato della base giuridica che descrive le condizioni del regime). La base giuridica del regime prevede inoltre misure di aiuto per l'organizzazione e la partecipazione a eventi, fiere ed esposizioni e per la produzione di pubblicazioni destinate a sensibilizzare il pubblico in merito ai prodotti agricoli (cfr. il punto 7, lettere a) e b), dell'allegato). Queste misure di aiuto sono state comunicate alla Commissione con il riferimento SA.120909 (2025/XA) il 7 novembre 2025, a norma del regolamento (UE) 2022/2472 della Commissione, del 14 dicembre 2022, che dichiara compatibili con il mercato interno, in applicazione degli articoli 107 e 108 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea, alcune categorie di aiuti nei settori agricolo e forestale e nelle zone rurali³.

² Orientamenti per gli aiuti di Stato nei settori agricolo e forestale e nelle zone rurali (GU C 485 del 21.12.2022, pag. 1, rettificata dalla comunicazione pubblicata nella GU C 1902 del 5 marzo 2024).

³ GU L 327 del 21.12.2022, pag. 1.

- (13) Il regime concede aiuti esclusivamente sotto forma di servizi sovvenzionati e non comporta sovvenzioni dirette. I servizi sovvenzionati saranno prestati da vari organismi, comprese le associazioni di produttori o altre organizzazioni, a prescindere dalla loro dimensione.
- (14) Le misure promozionali saranno concepite in modo da incoraggiare l'acquisto dei prodotti agricoli interessati. Le misure promozionali saranno realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi.
- (15) Le misure promozionali possono riguardare specificamente i prodotti agricoli coperti dai regimi di qualità di cui al punto (274) degli orientamenti o essere di carattere generico e a vantaggio di tutti i produttori del prodotto agricolo di cui trattasi.

2.6.2. *Costi ammissibili e intensità massima di aiuto*

- (16) I costi ammissibili sono i costi delle campagne promozionali destinate ai consumatori e agli operatori economici e organizzate nei mezzi di comunicazione o presso i punti vendita al dettaglio, nonché i costi di tutto il materiale promozionale distribuito direttamente ai consumatori e agli operatori economici.
- (17) I costi ammissibili comprendono la locazione e l'allestimento di locali per attività di degustazione e/o dimostrative, compresa la fornitura di prodotti (solo a fine espositivo e non commerciale) e di macchinari necessari alla conservazione e preparazione dei prodotti; la fornitura di servizi di assistenza, promozione, traduzione e interpretariato, ufficio stampa e spese di trasporto; servizi di consulenza e di agenzia per l'ideazione e la realizzazione della campagna, compresa la realizzazione di supporti per l'esposizione dei prodotti nei punti di vendita e di ristorazione, la realizzazione del messaggio pubblicitario da veicolare sui mezzi di comunicazione di massa e l'acquisto di spazi pubblicitari. Per le visite e i soggiorni di operatori economici sono ammissibili i costi di viaggio, vitto e alloggio dei partecipanti, compresi i costi di trasporto e spostamento necessari allo svolgimento della visita, traduzione e interpretariato.
- (18) Per gli aiuti alle campagne promozionali riguardanti specificamente prodotti coperti da regimi di qualità, l'intensità massima di aiuto è pari al 50 % dei costi ammissibili della campagna e all'80 % nel caso di campagne promozionali nei paesi terzi.
- (19) Per gli aiuti alle campagne pubblicitarie generiche, che non fanno riferimento all'origine del prodotto e giovino a tutti i produttori del tipo di prodotto di cui trattasi, l'intensità massima di aiuto è pari al 100 % dei costi ammissibili.
- (20) L'imposta sul valore aggiunto ("IVA") è ammissibile in quanto l'IVA non è recuperabile conformemente alla normativa nazionale.
- (21) L'autorità che concede l'aiuto calcola l'intensità massima e l'importo dell'aiuto al momento della concessione. I costi ammissibili sono giustificati da prove documentarie chiare e aggiornate. Ai fini del calcolo dell'intensità di aiuto e dei costi ammissibili, tutte le cifre utilizzate devono essere intese al lordo di qualsiasi imposta o altro onere.

2.6.3. *Cumulo*

- (22) Gli aiuti concessi nell'ambito del regime possono essere cumulati con altri aiuti di Stato o aiuti "de minimis" solo se riguardano diversi costi ammissibili o se il

cumulo non comporta il superamento dell'intensità di aiuto più elevata ai sensi degli orientamenti.

- (23) Gli aiuti concessi nell'ambito del regime non possono essere cumulati con pagamenti di cui agli articoli 145 e 146 del regolamento (UE) 2021/2115 in relazione agli stessi costi ammissibili.
- (24) Gli aiuti concessi nell'ambito del regime non possono essere cumulati con finanziamenti dell'Unione gestiti a livello centralizzato da istituzioni, organi, imprese comuni o altri organismi dell'Unione che non sono direttamente o indirettamente controllati dagli Stati membri.

2.7. Altri impegni

- (25) Le autorità italiane hanno confermato che il regime, le condizioni cui è subordinato e le attività che finanzia non comportano una violazione del pertinente diritto dell'Unione.
- (26) Le autorità italiane hanno confermato che non sono concessi aiuti per attività connesse all'esportazione.
- (27) Le autorità italiane hanno confermato che gli aiuti non sono subordinati all'obbligo per l'impresa beneficiaria di utilizzare prodotti o servizi nazionali.
- (28) Il regime rispetta le norme sull'organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli⁴ Le misure promozionali devono rispettare il regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio⁵ e, se del caso, le norme specifiche in materia di etichettatura.
- (29) Le autorità italiane hanno confermato che le campagne promozionali non saranno destinate a prodotti di imprese particolari e non denigreranno i prodotti originari di altri Stati membri né rischieranno di pregiudicarne le vendite. Tutte le campagne promozionali devono in generale rispettare i principi enunciati dal regolamento (UE) n. 1144/2014⁶.
- (30) Nel caso la campagna pubblicitaria sia generica, non farà riferimento all'origine del prodotto.
- (31) Quando sono concessi aiuti per campagne promozionali che riguardano specificamente prodotti coperti dai regimi di qualità di cui al punto (274) degli orientamenti, le campagne rispettano le seguenti condizioni:

⁴ Regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, recante organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli e che abroga i regolamenti (CEE) n. 922/72, (CEE) n. 234/79, (CE) n. 1037/2001 e (CE) n. 1234/2007 del Consiglio (GU L 347 del 20.12.2013, pag. 671).

⁵ Regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, che modifica i regolamenti (CE) n. 1924/2006 e (CE) n. 1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio e abroga la direttiva 87/250/CEE della Commissione, la direttiva 90/496/CEE del Consiglio, la direttiva 1999/10/CE della Commissione, la direttiva 2000/13/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, le direttive 2002/67/CE e 2008/5/CE della Commissione e il regolamento (CE) n. 608/2004 della Commissione (GU L 304 del 22.11.2011, pag. 18).

⁶ Regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio (GU L 317 del 4.11.2014, pag. 56).

- (a) se riguarda specificamente le denominazioni riconosciute dall'Unione di cui al titolo II del regolamento (UE) 2024/1143⁷, l'attività promozionale o la campagna promozionale può fare riferimento all'origine dei prodotti, purché tale riferimento corrisponda esattamente a quello registrato dall'Unione;
 - (b) se la campagna promozionale riguarda prodotti coperti dai regimi di qualità diversi dai regimi per le denominazioni riconosciute dall'Unione di cui al titolo II del regolamento (UE) 2024/1143, l'origine dei prodotti può essere menzionata purché tale riferimento sia secondario nel messaggio. Il riferimento all'origine non deve avere carattere discriminatorio, non deve avere lo scopo di incoraggiare il consumo del prodotto agricolo per il solo motivo della sua origine, deve rispettare i principi generali del diritto dell'Unione e non deve equivalere a una restrizione della libera circolazione dei prodotti agricoli, in violazione dell'articolo 34 TFUE.
- (32) Quando sono concessi aiuti per campagne promozionali sui mercati locali o per campagne che riguardano prodotti sui mercati locali, che si prefiggono di preservare la comunità agricola, la campagna promozionale deve essere proporzionata all'obiettivo perseguito e l'indicazione di origine del prodotto deve essere secondaria nel messaggio principale.
- (33) Le autorità italiane si sono impegnate a fornire campioni di materiale promozionale, non disponibili al momento della notifica, prima dell'avvio di una campagna promozionale.
- (34) Le campagne promozionali possono essere realizzate da associazioni di produttori o da altre organizzazioni, a prescindere dalla loro dimensione. Se le campagne promozionali sono realizzate da associazioni di produttori o da altre organizzazioni, la partecipazione alla misura stessa non dipenderà dall'adesione a tali organizzazioni o associazioni e i contributi alle spese amministrative dell'associazione o dell'organizzazione saranno limitati ai costi di prestazione della misura promozionale.
- (35) Le autorità italiane hanno confermato che, al fine di rispettare gli obblighi di trasparenza, la pubblicazione del regime e delle sovvenzioni in linea con il punto (112) degli orientamenti avverrà tramite un sito web nazionale sugli aiuti di Stato⁸. Le informazioni saranno pubblicate dopo l'adozione della decisione di concessione dell'aiuto, conservate per almeno dieci anni e saranno accessibili al pubblico senza restrizioni.
- (36) Le autorità italiane hanno confermato che saranno effettuate relazioni e revisioni secondo quanto previsto nella parte III, sezione 3, degli orientamenti.

⁷ Regolamento (UE) 2024/1143 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 aprile 2024, relativo alle indicazioni geografiche dei vini, delle bevande spiritose e dei prodotti agricoli, nonché alle specialità tradizionali garantite e alle indicazioni facoltative di qualità per i prodotti agricoli, che modifica i regolamenti (UE) n. 1308/2013, (UE) 2019/787 e (UE) 2019/1753 e che abroga il regolamento (UE) n. 1151/2012 (PE/72/2023/REV/1) (GU L, 2024/1143, 23.4.2024). Poiché il regolamento (UE) n. 1151/2012 è stato abrogato dal regolamento (UE) 2024/1143, il riferimento al regolamento (UE) n. 1151/2012 di cui al punto (470), lettera a), punto i), degli orientamenti deve essere inteso come riferimento al regolamento (UE) 2024/1143.

⁸

<https://www.regione.lombardia.it/wps/portal/istituzionale/HP/DettaglioRedazionale/istituzione/regione/aiuti-di-stato/aiuti-di-stato-agricoltura/aiuti-di-stato-agricoltura>;
<https://www.sian.it/GestioneTrasparenza/>

3. VALUTAZIONE DELLA MISURA

3.1. Esistenza di un aiuto – applicazione dell'articolo 107, paragrafo 1, TFUE

- (37) Ai sensi dell'articolo 107, paragrafo 1, TFUE, "[s]alvo deroghe contemplate dai trattati, sono incompatibili con il mercato interno, nella misura in cui incidano sugli scambi tra Stati membri, gli aiuti concessi dagli Stati, ovvero mediante risorse statali, sotto qualsiasi forma che, favorendo talune imprese o talune produzioni, falsino o minaccino di falsare la concorrenza".
- (38) La qualifica di una misura come aiuto ai sensi di tale disposizione richiede pertanto che siano soddisfatte le seguenti condizioni cumulative: i) la misura deve essere imputabile allo Stato e finanziata mediante risorse statali; ii) la misura deve conferire un vantaggio al suo beneficiario; iii) tale vantaggio deve essere selettivo e iv) la misura deve falsare o minacciare di falsare la concorrenza e incidere sugli scambi tra Stati membri.
- (39) Il regime è imputabile allo Stato in quanto si basa sull'atto giuridico di cui al considerando (6). È finanziato mediante risorse statali in quanto è finanziato con fondi pubblici (considerando (10)).
- (40) Il regime conferisce un vantaggio ai beneficiari sotto forma di servizi sovvenzionati (considerando (13)). Il vantaggio è selettivo in quanto altre imprese che si trovano in una situazione de facto e de iure comparabile non sono ammissibili all'aiuto e pertanto non beneficeranno dello stesso vantaggio. Di norma gli operatori economici dovrebbero sostenere i propri costi. Gli aiuti concessi nell'ambito del regime conferiscono pertanto un vantaggio economico selettivo solo a determinate imprese (sezione 2.5), rafforzando la loro posizione concorrenziale sul mercato.
- (41) Secondo la giurisprudenza della Corte di giustizia, il semplice fatto che la posizione concorrenziale di un'impresa sia rafforzata rispetto a quella di altre imprese concorrenti tramite la concessione di un vantaggio economico che l'impresa non avrebbe altrimenti ottenuto nel normale corso della sua attività è indice di una possibile distorsione della concorrenza⁹.
- (42) Secondo la giurisprudenza della Corte di giustizia un aiuto a un'impresa risulta incidere sugli scambi tra Stati membri nei casi in cui l'impresa in questione è attiva in un mercato aperto al commercio intra-UE¹⁰. I beneficiari operano nel settore agricolo, dove si svolgono scambi intra-UE. Il settore interessato è aperto alla concorrenza a livello dell'UE ed è pertanto sensibile a qualsiasi misura adottata a favore della produzione in uno o più Stati membri. Il regime è dunque atto a falsare la concorrenza e a incidere sugli scambi tra Stati membri.
- (43) Le condizioni di cui all'articolo 107, paragrafo 1, TFUE sono pertanto soddisfatte e la Commissione conclude che il regime proposto costituisce un aiuto di Stato ai sensi di tale articolo.
- (44) La misura notificata è un atto in base al quale, senza che siano necessarie ulteriori misure di attuazione, possono essere adottate singole misure di aiuto a favore di imprese definite nell'atto in linea generale e astratta (sezioni 2.2, 2.5 e 2.6). La

⁹ Sentenza della Corte del 17 settembre 1980, *Philip Morris Holland BV/Commissione delle Comunità europee*, 730/79, EU:C:1980:209.

¹⁰ Sentenza della Corte del 13 luglio 1988, *Francia/Commissione*, 102/87, ECLI:EU:C:1988:391.

Commissione ritiene pertanto che si tratti di un regime di aiuti ai sensi del punto (33)13 degli orientamenti.

3.2. Legittimità dell'aiuto

- (45) La base giuridica contiene una clausola sospensiva che prevede che il regime non si applichi e non siano pertanto concessi aiuti fino a quando la Commissione non avrà concluso la procedura di notifica di cui all'articolo 108, paragrafo 2, TFUE con una decisione definitiva e non avrà dichiarato il regime compatibile con il mercato interno a norma dell'articolo 107, paragrafo 3, lettera c), TFUE (considerando (6)).
- (46) L'Italia ha pertanto adempiuto agli obblighi di cui all'articolo 108, paragrafo 3, TFUE.

3.3. Compatibilità dell'aiuto

- (47) Gli aiuti di Stato possono essere considerati compatibili con il mercato interno unicamente se sono ammessi a beneficiare di una delle deroghe previste dal TFUE.

3.3.1. Applicazione dell'articolo 107, paragrafo 3, lettera c), TFUE

- (48) La Commissione ha valutato il regime sulla base dell'articolo 107, paragrafo 3, lettera c), TFUE.
- (49) A norma di tale disposizione, possono considerarsi compatibili con il mercato interno gli aiuti destinati ad agevolare lo sviluppo di talune attività o di talune regioni economiche, sempre che non alterino le condizioni degli scambi in misura contraria al comune interesse.
- (50) Per quanto riguarda il regime in questione, si applicano la parte I, la parte II, sezione 1.3.4 (Aiuti per le misure promozionali a favore dei prodotti agricoli) e la parte III degli orientamenti. La Commissione riterrà il regime compatibile con il mercato interno ai sensi dell'articolo 107, paragrafo 3, lettera c), TFUE se soddisferà le condizioni stabilite alla parte I, capitolo 3, e alla parte II, sezione 1.3.4, degli orientamenti.
- (51) Il regime è in vigore fino al 31 dicembre 2029 (considerando (5)), in linea con il punto (638) degli orientamenti.

3.3.2. Prima condizione: l'aiuto deve agevolare lo sviluppo di un'attività economica o di talune regioni economiche

3.3.2.1. Determinazione dell'attività economica sovvenzionata

- (52) Una misura di aiuto notificata sulla base dell'articolo 107, paragrafo 3, lettera c), TFUE deve mirare ad agevolare lo sviluppo di un'attività o di una regione economica.
- (53) Il regime sostiene le imprese attive nel settore agricolo contribuendo a creare nuove opportunità di mercato per gli agricoltori e per la filiera agroalimentare e aumentare il grado di conoscenza nonché il consumo sostenibile dei prodotti da parte dei consumatori (considerando (2)). La Commissione ritiene pertanto che il regime agevoli lo sviluppo di un'attività economica nel settore agricolo, in linea con il punto (43) degli orientamenti.

- (54) In linea con il punto (44) degli orientamenti la Commissione osserva che le autorità italiane hanno descritto in che modo il regime contribuisce agli obiettivi della PAC, in particolare favorendo lo sviluppo di un settore agricolo intelligente, competitivo, resiliente e diversificato che garantisca la sicurezza alimentare a lungo termine e sostenendo redditi agricoli sufficienti e la competitività delle aziende agricole (considerando (3)). La Commissione concorda sul fatto che il regime è in linea con tali obiettivi.

3.3.2.2. Effetto di incentivazione

- (55) Ai sensi del punto (47) degli orientamenti gli aiuti a finalità regionale sono considerati compatibili con il mercato interno solo se presentano un effetto di incentivazione.
- (56) Ai sensi del punto (55), lettera m), degli orientamenti, per gli aiuti alle misure promozionali a norma del punto (468), lettere b), c) e d) degli stessi non è richiesto o si presume un effetto di incentivazione. La Commissione osserva che tale disposizione è applicabile al caso di specie.
- (57) La Commissione ritiene pertanto che la misura notificata abbia un effetto di incentivazione.

3.3.2.3. Conclusioni sull'agevolazione dello sviluppo di un'attività economica

- (58) La Commissione conclude che la condizione relativa all'agevolazione dello sviluppo di un'attività economica è soddisfatta.

3.3.2.4. Nessuna violazione dei principi generali e delle disposizioni pertinenti del diritto dell'Unione

- (59) Conformemente al punto (61) degli orientamenti un aiuto non può essere ritenuto compatibile con il mercato interno se la misura di aiuto stessa o l'attività che finanzia comportano una violazione del pertinente diritto dell'Unione. Ai sensi del punto (62) degli orientamenti la Commissione non autorizzerà un aiuto di Stato incompatibile con le disposizioni che disciplinano l'organizzazione comune dei mercati o che perturberebbe il corretto funzionamento di quest'ultima.
- (60) La Commissione non dispone di elementi che indichino che il regime o le attività sostenute comporterebbero una violazione del pertinente diritto dell'Unione (considerando (25)). Il regime rispetta le norme sull'organizzazione comune dei mercati dei prodotti agricoli (considerando (28)). La Commissione ritiene pertanto rispettati i punti (61) e (62) degli orientamenti.
- (61) In linea con il punto (63) degli orientamenti la Commissione osserva che i beneficiari non sono soggetti all'obbligo di utilizzare prodotti o servizi nazionali (considerando (27)).
- (62) Ai sensi del punto (64) degli orientamenti la Commissione non autorizzerà aiuti per attività connesse all'esportazione, verso paesi terzi o Stati membri, che siano direttamente legati ai quantitativi esportati, né aiuti subordinati all'impiego preferenziale di prodotti interni rispetto ai prodotti di importazione o per la costituzione e il funzionamento di una rete di distribuzione o per coprire altre spese connesse all'attività di esportazione. Il regime non prevede questo tipo di aiuti (considerando (26)). Il regime è quindi conforme al punto (64) degli orientamenti.

- (63) La Commissione conclude pertanto che il regime non viola le disposizioni pertinenti o i principi generali del diritto dell'Unione.
- 3.3.3. *Seconda condizione: l'aiuto non altera le condizioni degli scambi in misura contraria al comune interesse*
- 3.3.3.1. *Necessità dell'intervento statale*
- (64) L'aiuto di Stato deve essere destinato alle situazioni in cui può determinare uno sviluppo tangibile che il mercato non è in grado di fornire, ad esempio per porre rimedio a un fallimento del mercato riguardante l'attività che beneficia dell'aiuto.
- (65) Conformemente al punto (71) degli orientamenti la Commissione ritiene che il mercato non consegua gli obiettivi previsti senza un intervento dello Stato con riguardo a misure di aiuto che soddisfino le condizioni specifiche indicate alla pertinente sezione della parte II degli orientamenti. Il regime soddisfa i requisiti specifici di cui alla parte II degli orientamenti (considerando (89)).
- (66) La Commissione conclude pertanto che è necessario un intervento statale.
- 3.3.3.2. *Adeguatezza dell'aiuto*
- (67) Conformemente al punto (73) degli orientamenti gli aiuti che soddisfano le condizioni specifiche previsti nelle pertinenti sezioni della parte II costituiscono uno strumento di intervento adeguato.
- (68) La Commissione osserva che il regime è conforme alle disposizioni specifiche per misura relative agli obiettivi e alle condizioni del regime, ai costi ammissibili, all'intensità massima dell'aiuto e allo strumento di aiuto (servizi sovvenzionati) indicate alla parte II degli orientamenti (considerando (89)).
- (69) La Commissione ritiene pertanto soddisfatto il criterio dell'adeguatezza dell'aiuto.
- 3.3.3.3. *Proporzionalità dell'aiuto*
- (70) Ai sensi del punto (83) degli orientamenti gli aiuti sono considerati proporzionati se il relativo importo per beneficiario è limitato al minimo necessario per realizzare l'attività sovvenzionata. Conformemente al punto (86) degli orientamenti il criterio della proporzionalità si ritiene soddisfatto se i costi ammissibili sono calcolati correttamente e se sono rispettate le intensità massime di aiuto o gli importi massimi di aiuto stabiliti alle pertinenti sezioni della parte II degli orientamenti.
- (71) La Commissione osserva che il regime rispetta le intensità massime di aiuto di cui ai punti (472) e (473) degli orientamenti in quanto l'aiuto non supera il 50 %, l'80 % o il 100 % dei costi ammissibili per i diversi tipi di campagne promozionali (considerando (18) e (19)).
- (72) In linea con il punto (87) degli orientamenti la Commissione osserva che l'autorità che concede l'aiuto calcola l'intensità massima e l'importo dell'aiuto al momento della concessione. La Commissione osserva che i costi ammissibili saranno giustificati da prove documentarie chiare, specifiche e aggiornate. Nel calcolo dell'intensità di aiuto e dei costi ammissibili tutte le cifre saranno intese al lordo di qualsiasi imposta o altro onere (considerando (21)).
- (73) In linea con il punto (88) degli orientamenti la Commissione osserva che l'IVA è ammissibile in quanto non è recuperabile conformemente alla normativa nazionale (considerando (20)).

(74) La Commissione conclude pertanto che l'aiuto è proporzionato.

3.3.3.4. Trasparenza

(75) Il regime è conforme ai requisiti di trasparenza di cui ai punti (112) e (114) degli orientamenti (considerando (35)).

3.3.3.5. Prevenzione di effetti negativi che alterino le condizioni della concorrenza e degli scambi

(76) Gli aiuti per i settori agricolo e forestale, nonché per le zone rurali, possono potenzialmente causare distorsioni dei mercati dei prodotti. Ai sensi del punto (116) degli orientamenti, perché l'aiuto sia considerato compatibile, i suoi effetti negativi in termini di distorsione della concorrenza e incidenza sugli scambi tra Stati membri devono essere ridotti al minimo. Ai sensi del punto (118) degli orientamenti, se gli aiuti sono ben mirati, proporzionati e limitati ai sovraccosti netti necessari, il loro impatto negativo è alleviato e il rischio che determinino una distorsione sfavorevole della concorrenza sarà più limitato.

(77) Nel caso di specie la Commissione osserva che gli aiuti nell'ambito del regime sono ben mirati (considerando (9)), dotati di uno strumento di intervento adeguato (considerando (69)) e proporzionati (considerando (74)).

(78) La Commissione conclude pertanto che gli effetti negativi sulla concorrenza e sugli scambi siano limitati al minimo.

3.3.4. *Valutazione specifica in base alla categoria di aiuto: parte II, sezione 1.3.4, degli orientamenti – Aiuti per le misure promozionali a favore dei prodotti agricoli*

(79) Ai sensi del punto (458) degli orientamenti la sezione 1.3.4 si applica all'intero settore agricolo quale definito al punto (33)⁹ degli stessi. La Commissione osserva che i beneficiari del regime sono imprese attive nella produzione agricola primaria e nella trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli (considerando (9)).

(80) Ai sensi del punto (459) degli orientamenti le campagne promozionali sovvenzionate devono essere destinate a informare il pubblico sulle caratteristiche dei prodotti agricoli, ad esempio mediante la divulgazione di conoscenze scientifiche o mediante pubblicazioni contenenti dati fattuali, oppure a incoraggiare gli operatori economici o i consumatori ad acquistare il prodotto agricolo in questione mediante campagne promozionali. La Commissione osserva che le attività ammissibili nell'ambito del regime rientrano nella descrizione di cui sopra (considerando (14)).

(81) La Commissione osserva che, in linea con il punto (460) degli orientamenti, le misure promozionali nell'ambito del regime possono riguardare specificamente i prodotti agricoli coperti dai regimi di qualità di cui al punto (274) degli orientamenti o essere di carattere generico e a vantaggio di tutti i produttori del prodotto agricolo di cui trattasi (considerando (15)).

(82) In linea con il punto (461) degli orientamenti le campagne promozionali nell'ambito del regime devono essere conformi al regolamento (UE) n. 1169/2011 (considerando (28)).

(83) La Commissione osserva che, in linea con il punto (462) degli orientamenti, le autorità italiane si sono impegnate a fornire campioni di materiale promozionale,

non disponibili al momento della notifica, prima dell'avvio di una campagna promozionale (considerando (33)).

- (84) In linea con il punto (464) degli orientamenti le campagne promozionali possono essere realizzate da associazioni di produttori o da altre organizzazioni, a prescindere dalla loro dimensione, e in tal caso la partecipazione alla misura stessa non dipenderà dall'adesione a tali organizzazioni o associazioni e i contributi alle spese amministrative dell'associazione o dell'organizzazione saranno limitati ai costi di prestazione della misura promozionale (considerando (34)).
- (85) La Commissione osserva che, in linea con i punti (465) e (466) degli orientamenti, gli aiuti sono concessi esclusivamente sotto forma di servizi sovvenzionati (considerando (13)).
- (86) La Commissione osserva che i costi ammissibili nell'ambito del regime (considerando da (16) a (17)) sono in linea con quelli di cui al punto (468), lettera d), degli orientamenti.
- (87) In linea con i punti (469) e (470) degli orientamenti le campagne promozionali rispetteranno le seguenti condizioni:
- (a) non saranno destinate a prodotti di imprese particolari e non denigreranno i prodotti originari di altri Stati membri né rischieranno di pregiudicarne le vendite (considerando (29));
 - (b) nel caso di campagne pubblicitarie generiche, non faranno riferimento all'origine del prodotto (considerando (30));
 - (c) nel caso di campagne promozionali che riguardano specificamente le denominazioni riconosciute dall'Unione di cui al titolo II del regolamento (UE) 2024/1143, faranno riferimento all'origine dei prodotti solo se tale riferimento corrisponda esattamente a quello registrato dall'Unione (considerando (31)(a));
 - (d) nel caso di campagne promozionali che riguardano prodotti coperti da regimi di qualità diversi dai regimi per le denominazioni riconosciute dall'Unione di cui al titolo II del regolamento (UE) 2024/1143, l'origine dei prodotti può essere menzionata purché tale riferimento sia secondario nel messaggio, non abbia carattere discriminatorio e non abbia lo scopo di incoraggiare il consumo del prodotto agricolo per il solo motivo della sua origine (considerando (31)(b));
 - (e) nel caso di campagne promozionali sui mercati locali o che riguardano prodotti sui mercati locali, che si prefiggono di preservare la comunità agricola, saranno proporzionate all'obiettivo perseguito e le indicazioni di origine del prodotto saranno secondarie nel messaggio principale (considerando (32)).
- (88) La Commissione osserva che, in linea con i punti (472) e (473) degli orientamenti, l'intensità di aiuto non supera il 50 %, l'80 % o il 100 % dei costi ammissibili per i diversi tipi di campagne promozionali (considerando (18) e (19)).
- (89) Alla luce dei considerando da (79) a (88) la Commissione conclude che il regime è conforme alle pertinenti disposizioni della parte II, sezione 1.3.4, degli orientamenti.

3.3.5. *Raffronto tra gli effetti positivi e negativi degli aiuti (test comparativo)*

- (90) Ai sensi del punto (134) degli orientamenti la Commissione valuta se gli effetti positivi di una misura di aiuto superino gli effetti negativi individuati sulle condizioni degli scambi e della concorrenza. La Commissione può concludere che la misura di aiuto è compatibile con il mercato interno solo se gli effetti positivi superano quelli negativi.
- (91) Ai sensi del punto (135) degli orientamenti gli effetti distorsivi negativi sulla concorrenza tenderanno a superare gli effetti positivi della misura se le misure di aiuto non pongono rimedio a un constatato fallimento del mercato in modo appropriato e proporzionato.
- (92) La Commissione ritiene che il regime affronti un fallimento del mercato individuato (considerando (66)) in modo appropriato (considerando (69)) e proporzionato (considerando (74)).
- (93) In linea con il punto (44) degli orientamenti le autorità italiane hanno descritto in che modo il regime contribuisce agli obiettivi della PAC (considerando (3)). La Commissione ha tenuto conto di questo aspetto nella sua valutazione, in linea con il punto (136) degli orientamenti.
- (94) In linea con il punto (137) degli orientamenti, poiché l'aiuto soddisfa le condizioni e non supera le pertinenti intensità massime di aiuto stabilite ai punti (472) e (473) degli orientamenti (considerando (18) e (19)), la Commissione ritiene che gli effetti negativi sulla concorrenza e sugli scambi siano limitati al minimo.
- (95) La Commissione conclude pertanto che l'impatto positivo del regime è superiore ai suoi effetti negativi in termini di distorsioni della concorrenza e di incidenza sugli scambi tra Stati membri.

3.4. Conclusioni sulla compatibilità del regime

- (96) Alla luce delle considerazioni precedenti la Commissione conclude che l'aiuto agevola lo sviluppo di un'attività economica e non altera le condizioni degli scambi in misura contraria al comune interesse. La Commissione ritiene pertanto che l'aiuto sia compatibile con il mercato interno ai sensi dell'articolo 107, paragrafo 3, lettera c), TFUE, come interpretato dalle pertinenti disposizioni degli orientamenti.

4. CONCLUSIONI

La Commissione ha deciso pertanto di non sollevare obiezioni nei confronti del regime di aiuto poiché esso è compatibile con il mercato interno ai sensi dell'articolo 107, paragrafo 3, lettera c), del trattato sul funzionamento dell'Unione europea.

Ove la presente lettera dovesse contenere informazioni riservate da non divulgare, si prega di informarne la Commissione entro quindici giorni lavorativi dalla data di ricezione. Qualora non riceva una domanda motivata in tal senso entro il termine indicato, la Commissione presumerà l'esistenza del consenso alla comunicazione a terzi e alla pubblicazione del testo integrale della lettera nella lingua facente fede, sul sito internet: <https://competition-cases.ec.europa.eu/search?caseInstrument=SA>.

La domanda deve essere trasmessa per via elettronica al seguente indirizzo:

Commissione europea,
Direzione generale della Concorrenza
Protocollo Aiuti di Stato
B-1049 Bruxelles
Stateaidgreffe@ec.europa.eu

Voglia gradire, signor Ministro, i sensi della mia più alta considerazione.

Per la Commissione

Teresa RIBERA
Vicepresidente esecutiva

<p>PER COPIA CONFORME Per la Segretaria generale</p> <p>Martine DEPREZ Direttrice Processo decisionale e collegialità COMMISSIONE EUROPEA</p>
