



Carlo E. Baldi

Università di Bologna – Europroject

HYPOTHESES DE CRITERES D'EVALUATION DES AIDES DANS LE SECTEUR DU TOURISME

Ce rapport présente un certain nombre d'hypothèses de travail en vue de la définition des modalités d'application de la réglementation en matière d'aides de l'Etat dans le domaine touristique. Il n'est pas question ici d'arrêter des orientations formelles mais bien de fixer des critères d'évaluation susceptibles d'être appliqués plus ou moins systématiquement lors de l'examen des propositions d'aide qui seront soumises à la Commission, sans préjudice des cas particuliers qui, dans le secteur touristique, sont probablement plus fréquents qu'ailleurs.

L'analyse des différents cas de figure suivra l'ordre proposé par l'article 87 du traité. Un paragraphe spécial sera par ailleurs consacré à la promotion, facteur particulièrement important aux fins touristiques.

Aides n'affectant pas les échanges entre Etats membres:

Il s'agit des cas où, faute de l'un des éléments essentiels établissant l'incompatibilité desdites aides avec les règles du marché commun, le paragraphe 1 de l'article 87 n'est pas applicable.

Côté **structures d'accueil**, ces dispositions ne concernent pas, par exemple, les structures qui – de par les services qu'elles fournissent, leur lieu d'implantation, leur clientèle et l'unicité de leur offre – ne se trouvent pas sur un marché compétitif. La Commission en a décidé ainsi dans de nombreux cas portant les refuges de haute montagne (décision relative à la loi de la province de Bolzano n. 4/1997) ou les petits hôtels bas de gamme des banlieues ou des quartiers dégradés des grandes villes (Encadrement des aides d'État aux entreprises dans les quartiers urbains défavorisés).

La deuxième catégorie de structures d'accueil pour laquelle l'on peut exclure qu'une aide puisse fausser la concurrence est celle des hôtels situés dans ces aires où le client est obligé de loger pour des raisons liées au travail, ou aux déplacements ou encore à la religion. En l'occurrence, la qualité de la structure et le coût de l'hébergement sont tout à fait secondaires, voire même insignifiants, face à la nécessité d'être hébergés à cet endroit précis, où peuvent, et doivent, être fournis ces services que l'on pourrait définir essentiels.

Figurent au nombre de ces structures les hôtels situés dans des aires urbaines et servant essentiellement d'appoint au monde des affaires (par exemple, à proximité d'importants centres pour les foires et salons, ou de vastes complexes industriels), dans les lieux de pèlerinage ou d'un grand intérêt religieux (Lourdes, Fatima, Santiago), ou bien près des aéroports et le long des autoroutes ou des grandes voies de communication, au profit des usagers de passage.

Les aides destinées à ces structures d'accueil seraient exclues du champ d'application du paragraphe 1 de l'art. 87 indépendamment de la taille de ces dernières, sauf au cas où celles-ci feraient partie d'une chaîne ou d'un groupement.

La troisième catégorie regroupe enfin les structures d'accueil à des fins résidentielles non touristiques, les centres de vacances pour les personnes âgées, les enfants ou les handicapés, ainsi que les chambres à louer, sans aucun égard à leur zone d'implantation.

Sont, en revanche, soumises de plein droit à la réglementation en vigueur en matière d'aides de l'Etat les aides au profit des structures destinées ou directement liées aux activités autres que l'hôtellerie au sens propre, telles que les casinos et les centres de remise en forme.

Quant au secteur des **thermes**, la variété des situations ne permet pas une analyse suivant des critères uniformes. Les stations d'intérêt local, d'importance mineure, côtoient les localités de renom prisées par une clientèle internationale. Un peu partout, les services liés au bien-être, au sens le plus large du mot, ont intégré – quand ils n'ont pas remplacé – l'activité médicale, ce qui a transformé certaines stations en des structures évoluant sur un marché très compétitif. Dans ce contexte, il est difficile de dire avec certitude quels sont les cas qui ne tombent pas sous le coup des règles en matière d'aides de l'Etat.

Deux critères à la fois alternatifs et complémentaires pourraient s'avérer utiles à cet effet. Ainsi, l'on pourrait exclure du champ d'application du paragraphe 1 de l'art. 87 les aides allouées au secteur des thermes dans les deux cas suivants:

- lorsque les fonds sont attribués à des stations thermales jugées – d'après les données sur la fréquentation – d'intérêt local et fournissant principalement des prestations médico-sanitaires ;
- lorsque les fonds doivent servir à réaliser ou à moderniser des structures principalement consacrées aux activités médico-sanitaires, ou à acheter les appareils et les équipements nécessaires aux mêmes fins.

Pour ce qui est de l'aide aux investissements dans les structures hôtelières reliées aux stations thermales, les critères applicables sont ceux généralement suivis au profit des structures d'accueil.

En ce qui concerne les **structures complémentaires**, ne relèvent pas des dispositions du paragraphe 1 de l'art. 87 les aides octroyées en vue de la réalisation, de la modernisation et du maintien d'installations sportives publiques ou privées ne faisant pas partie de structures d'accueil et ce, même si elles ne sont pas réservées aux activités de compétition (cours de tennis, terrains de basket-ball et de volley-ball, patinoires, piscines, terrains de golf, etc.). Il en est de même des équipements utilisés à des fins culturelles ou pour les congrès ou les spectacles (théâtres, cinémas, salles de conférences, etc.), lorsqu'ils ne sont pas directement reliés à des structures d'accueil.

Au cas où ces installations et équipements seraient annexés à de telles structures, il est fait application des limites et des plafonds prévus pour ces dernières.

Quant à l'**infrastructure**, secteur où les effets des aides sur la concurrence sont généralement encore moins importants que dans l'hôtellerie, il y a lieu d'exclure du champ d'application des règles en matière de subventions publiques les allocations en faveur des équipements énumérés ci-après:

- installations essentiellement destinées aux transports (funiculaires urbains, transports par câble remplaçant d'autres moyens ou combinés avec ceux-ci);

- transports par câble isolés, ne desservant aucun domaine skiable ou site touristique remarquable, ou non inclus dans les grands circuits touristiques; remontées mécaniques de faible dimensions gérées par des familles et desservant des pistes de ski pour enfants ou similaires (comparables, de par leur fonction, aux espaces verts publics).

Dans les cas susénoncés, il s'avère parfois difficile d'évaluer si les conditions pour la non application du paragraphe 1 de l'art. 87 sont réunies. Bien qu'en l'occurrence l'autorisation de la Commission ne soit pas exigée – ni, partant, la notification préalable –, il serait toutefois opportun de prévoir l'obligation d'informer ladite Commission en temps utile pour qu'elle puisse formuler ses observations et, donc, avec une certaine marge d'avance sur l'octroi des subventions ou l'entrée en vigueur de tout nouveau régime d'aide. Les dossiers d'information devraient par ailleurs comprendre les données statistiques et économiques nécessaires à l'évaluation de l'existence des conditions devant justifier l'exclusion du champ d'application du paragraphe 1 de l'art. 87.

Aides compatibles de plein droit (paragraphe 2, article 87)

Le secteur touristique bénéficie, évidemment, des dérogations visées au point b) du paragraphe 2 de l'art. 87 en matière d'aides destinées à remédier aux dégâts causés par les **calamités naturelles** ou par d'autres événements extraordinaires. Il s'agit notamment de l'indemnisation des entreprises ayant subi en de telles circonstances des dommages matériels. Mais, comme cela a déjà été anticipé dans l'autre intervention, il faudrait également prendre en compte les conséquences néfastes des intempéries sur l'activité touristique.

La mise en œuvre d'aucun dispositif nouveau ne serait nécessaire à cet effet: il suffirait d'avoir recours à la procédure déjà en vigueur pour l'agriculture (Lignes directrices de la Communauté concernant les aides d'État dans le secteur agricole – 2000/C 28/02). En l'occurrence, des indemnités sont versées lorsque les dégâts provoqués par les conditions atmosphériques défavorables (gel, grêle, verglas, pluie ou sécheresse) dépassent 20 % de la production normale. S'agissant du tourisme, et notamment des remontées mécaniques, d'autres facteurs pourraient être pris en considération tels que le niveau des précipitations de neige et la distribution de celles-ci au cours de la saison.

L'indemnisation, qui comporte des problèmes d'évaluation et de calcul évidents, pourrait être remplacée par la comptabilisation du risque sous forme de forfait, soit d'une augmentation du pourcentage de l'aide aux investissements pour la prévention du même risque et, donc, pour l'installation d'équipements d'enneigement artificiel.

Dans le secteur des remontées mécaniques, il y aurait également lieu d'appliquer la dérogation recensée au point a) du paragraphe 2 de l'art. 87 et concernant les **aides à caractère social octroyées aux consommateurs individuels**. À titre d'exemple, dans toutes les stations de sports d'hiver, les résidents bénéficient d'un tarif sensiblement réduit. Ce traitement de faveur est justifié par le fait que ces derniers, en raison de leurs activités habituelles (travail ou école), ne sauraient fréquenter les pistes que sporadiquement et pendant des temps réduits, ce qui rend le prix en entier inintéressant à leurs yeux. En revanche, la réduction leur permet de pratiquer, à des conditions de coût acceptables, un minimum d'activité sportive dans des disciplines typiquement liées à leur lieu de résidence. En de telles

circonstances, il serait possible d'envisager un remboursement aux exploitants de ce type de réduction.

La condition pour laquelle ces aides doivent être «accordées sans discrimination liée à l'origine des produits» (selon une expression adaptée aux produits industriels) peut être considérée comme satisfaite du moment qu'il n'existe pas d'alternative pour le bénéficiaire, lequel, du fait de sa fréquentation irrégulière des pistes de ski, ne saurait être intéressé par des installations situées ailleurs. Tout au plus, dans le cas de localités frontalières, des accords de réciprocité peuvent être passés entre les domaines skiables limitrophes. Là aussi, l'indemnisation pourrait être remplacée par une intégration forfaitaire des plafonds relatifs aux aides à l'investissement.

Dérogations visées au paragraphe 3 de l'article 87

Les considérations sur le fond de la question ont déjà été faites lors de l'intervention de ce matin. Il ne fait pas de doute que la concurrence dans le secteur touristique est autre chose – à quelques exceptions près – par rapport à celle du secteur manufacturier: les répercussions sur les échanges sont différentes, tout comme l'évaluation de l'intérêt commun, pour la promotion de l'activité touristique et de régions et populations dont l'existence sur le territoire dépend de cette activité; les paramètres d'évaluation des aides à ce secteur doivent donc être nécessairement différents.

La diversité des situations, comme on l'a vu, est énorme. L'application stricte du traité comporterait, en principe, une évaluation au cas par cas. Mais nous savons que cela n'est point possible et que – pour des raisons qui tiennent à l'utilité pratique, à l'harmonisation des comportements et à ce que l'on pourrait définir, avec une certaine approximation, la «certitude du droit» – il est nécessaire d'établir des règles uniformes, sous réserve d'évaluations spécifiques.

Je tâcherai donc d'illustrer une méthodologie, en remettant à une autre fois la traduction des propositions en termes d'intensité des aides. Les quantifications ne sont donc ici indiquées qu'à titre d'exemple.

Le point de départ pourrait être l'encadrement des aides au PME. Il faudrait toutefois revoir l'idée même de PME, en éliminant la distinction entre petite et moyenne entreprise (presque négligeable dans le secteur touristique) et en considérant comme grands uniquement les établissements qui font partie de chaînes internationales (même s'ils ont moins de 250 employés).

Cette distinction permettrait d'établir le montant de base des aides éligibles, zone par zone: celle prévue respectivement pour les petites et grandes entreprises. A cela on devrait ajouter divers compléments du fait de circonstances particulières, à savoir:

- a) **Complément de base.** Il s'agit de reconnaître l'impact mineur sur les échanges des aides dans le secteur touristique, par rapport aux aides dans le secteur manufacturier. Elle ne s'applique pas dans les cas où la concurrence joue le même rôle dans les deux secteurs (par exemple, chaînes d'hôtels internationales).
- b) **Complément au profit des zones faibles fortement tributaires d'activités touristiques.** Il faut considérer l'absence d'alternatives: il ne s'agit point de zones comme Rimini, la Costa Brava ou Brighton, mais essentiellement de zones de montagne ou similaires du point de vue des possibilités de développement économique

qu'elles offrent. Ce régime d'aides ne devrait par ailleurs concerner que le secteur touristique, mais également les autres activités du ressort local (comme par exemple l'artisanat typique). Les aides au secteur touristique devraient être les plus élevées parmi celles fixées pour ce type de régions et pour les autres activités prises en compte dans la même région. Ainsi, par exemple, dans une région à laquelle s'appliquent les dérogations visées au point a) du paragraphe 3 de l'article 87, les aides prévues par cette dérogation devraient être appliquées.

c) **Complément au profit des activités qui présentent un impact mineur sur la concurrence.** Il s'agit d'activités liées le plus souvent au secteur de l'accueil:

- les remontées mécaniques, qui devraient bénéficier d'aides plus importantes, compte tenu de leur fonction essentielle dans le domaine du ski, des contraintes techniques et juridiques, des aléas du temps (la comptabilisation du risque sous forme de forfait susmentionnée), etc. ;
- les installations d'enneigement artificiel : dans ce cas l'on pourrait comptabiliser le risque sous forme de forfait et débloquer des aides plus importantes par rapport aux remontées mécaniques.

Bref, l'on pourrait prévoir – mais ce n'est qu'une hypothèse – une augmentation des aides de 10% pour le tourisme en général, de 10% supplémentaire pour les remontées mécaniques et de 5% en plus pour les investissements relatifs aux installations d'enneigement artificiel.

- les installations complémentaires à l'activité touristique (par exemple, parcs aquatiques d'intérêt local);
- les ports touristiques qui exercent aussi la fonction d'infrastructure au profit des résidents et, de ce point de vue, sont tout à fait assimilables à une route ou à un parking. Même s'ils sont gérés à la façon des entreprises, la concurrence entre structures analogues – notamment au niveau international – est très réduite;
- les activités et les investissements que l'on a exclues du champ d'application du paragraphe 1 de l'article 87 (au cas où cette hypothèse ne serait pas acceptée).

Le montant des aides éligibles pour les différents cas pris en considération devra être fixé compte tenu de l'exigence de compenser la distorsion de la concurrence (réduite par rapport au secteur manufacturier) par l'intérêt commun à développer certaines activités et/ou régions. Dans les faits, si cet intérêt justifie l'intensité des aides connues pour le secteur manufacturier, un effet de distorsion moins évident justifierait des niveaux d'aide plus élevés pour le tourisme.

Et ce, sans préjudice de la possibilité pour les Etats membres de mettre au point des régimes d'aides moins favorables, au cas où ils estimeraient que cela est conforme avec leurs choix de politique économique.

Activités promotionnelles

L'intervention publique en faveur d'initiatives promotionnelles pose deux types de problèmes: un premier, de compatibilité avec les dispositions de l'article 28 du traité (interdiction de mesures ayant un effet équivalent à des restrictions quantitatives), l'autre, de compatibilité avec l'encadrement des aides de l'Etat.

Pour ce qui est du premier problème, la directive de la Commission 70/50/CEE, relative à la suppression des mesures ayant un effet assimilable aux restrictions quantitatives, précise (point k de l'article 2) que «les mesures qui incitent à l'achat des seuls produits nationaux» sont en contradiction avec l'interdiction sanctionnée par l'article 28 (ex article 30). Ce principe a été repris par la Cour de Justice dans sa décision du 24 novembre 1982 sur la campagne publicitaire en faveur de la vente et de l'achat de produits nationaux «Buy Irish», lorsque celle-ci a affirmé que l'incitation de la part de l'autorité publique à acheter des produits nationaux (même si elle est faite à l'initiative d'organismes autres que l'administration publique, mais par des fonds publics) peut constituer une mesure ayant un effet équivalent à des restrictions quantitatives, dans la mesure où elle a des effets restrictifs réels ou potentiels sur les importations. Cela se produit – au dire de la Cour – lorsque les consommateurs sont invités à satisfaire à leurs exigences en faisant appel à des produits nationaux plutôt qu'à des produits d'importation.

La Cour a par ailleurs précisé que «une telle pratique n'échappe pas aux interdictions prévues par l'article 30 du traité CEE du fait qu'elle n'est pas fondée sur des décisions ayant un effet obligatoire pour les entreprises. En effet, même des actes d'un Gouvernement d'un Etat membre dépourvus de force contraignante peuvent être de nature à influencer sur le comportement des commerçants et des consommateurs sur le territoire de cet Etat et avoir ainsi pour effet de mettre en échec les finalités de la Communauté telles qu'énoncées à l'article 2 et élaborées par l'article 3 du traité».

Si dans le cas irlandais la volonté de promouvoir la vente des produits nationaux au détriment des produits d'importation (et donc des autres produits communautaires) était manifeste, cet objectif n'est pas toujours présent dans les campagnes publicitaires. Cette hypothèse avait été prise en considération par la Cour dans son arrêt «Apple & Pear» du 13 décembre 1983, où elle affirme que les dispositions du traité «ne s'opposent pas à ce qu'un tel conseil mette en valeur, dans sa publicité, les qualités spécifiques des fruits produits à l'intérieur de l'Etat membre en cause, ni à ce qu'il organise des campagnes de promotion pour la vente de certaines variétés en indiquant leurs propriétés particulières, même si ces variétés sont typiques de la production nationale; par contre, il serait contraire à l'article 30 du traité qu'un tel organisme fasse de la publicité visant à déconseiller l'achat de produits d'autres Etats membres ou à déprécier ces produits aux yeux des consommateurs ou conseille à ceux d'acheter les produits indigènes uniquement en raison de leur origine nationale».

La Commission, dans sa communication aux Etats membres du 28 octobre 1986, s'est inspirée de cette jurisprudence: elle a tracé les lignes directrices de la participation de l'Etat à des actions de promotion des produits agricoles et des produits halieutiques. La Commission estime que les campagnes de promotion des exportations réalisées dans un autre Etat membre ne sont pas contraires à l'article 28 du traité sur les exportations, ni celles organisées sur son propre marché et qui publicisent un produit national de façon générale ou qui favorisent des qualités ou des variétés spécifiques de la production nationale, sans qu'aucune référence soit faite à leur origine nationale. Sont par ailleurs clairement en contradiction avec les dispositions de l'article 28 du traité les campagnes de promotion qui conseillent l'achat de produits nationaux exclusivement du fait de leur origine, ou qui découragent l'achat de produits provenant d'autres Etats membres, ou les discréditent aux yeux des consommateurs (publicité négative).

Même s'ils s'appliquent spécialement à des produits agricoles, ces principes peuvent s'étendre également aux activités promotionnelles dans le secteur touristique. Il faut par ailleurs considérer comme des mesures ayant un effet assimilable aux restrictions quantitatives – et sont donc interdites – toutes les initiatives promotionnelles et publicitaires réalisées avec les fonds publics qui tendent à présenter le produit touristique national (ou, naturellement, d'une région ou d'une localité spécifique) comme un produit de qualité supérieure par rapport aux produits des autres Etats ou régions de l'Union. Sont par contre sûrement compatibles avec ces dispositions toutes les campagnes publicitaires neutres et objectives, qui ne visent pas à déconseiller ou à diminuer l'offre touristique des autres pays membres. La possibilité pour un Etat membre d'organiser et de promouvoir des campagnes publicitaires pour informer les consommateurs et leur fournir des renseignements objectifs susceptibles de les orienter dans leurs choix est un droit sacré.

Une fois établi ce qui est licite aux termes de l'article 28, il s'agit de vérifier la compatibilité avec l'encadrement communautaire des aides d'Etat, des campagnes promotionnelles réalisées sur fonds publics.

Les initiatives promotionnelles ou publicitaires à caractère général, qui illustrent les valeurs artistiques, culturelles, paysagères et environnementales d'un Etat membre ou d'une région, ou bien d'une localité, ou qui sponsorisent des événements culturels, artistiques ou sportifs qui s'y déroulent, rentrent dans le droit de l'Etat d'informer les consommateurs. Elles peuvent donc être considérées comme exclues du champ d'application du premier paragraphe de l'article 87; elles ne devraient donc comporter aucune obligation de notification et peuvent être réalisées totalement à la charge de l'Etat. Le soutien public à toutes les initiatives qui, en valorisant les traditions culturelles et gastronomiques, les événements sportifs ou autres, peuvent se traduire dans une promotion d'un certain territoire ou d'une localité (foires et marchés, fêtes du printemps, du vin ou de la bière, carnivals, «palli», manèges, etc.) est également exclu de l'encadrement des aides de l'Etat.

Dans tous les **autres cas** s'appliquent les règles des aides de l'Etat en vigueur dans chaque domaine, en tenant compte des particularités et des spécificités (notamment pour ce qui est de l'intensité des aides) propre au secteur touristique et aux secteurs spécifiques. Ainsi les initiatives promotionnelles en faveur des entreprises touristiques ou des groupements d'entreprises pourront-elles bénéficier du soutien public dans les limites prévues par l'encadrement des aides au secteur touristique; lorsque la publicité de l'entreprise s'inscrit dans le cadre d'une initiative plus vaste, l'on devra chiffrer les profits qui en découlent pour cette même entreprise (en termes de réduction des coûts qu'elle aurait dû soutenir pour réaliser cette même publicité, et non de retombées de la promotion générale qui est insignifiante).

Pour ce qui est de la participation à des **foires**, il y a lieu d'appliquer les règles générales fixées par la Commission: des aides pourront être accordées aux entreprises, uniquement au titre de leur première participation à chaque foire; l'intensité des aides pourrait plafonner, comme pour les autres secteurs, à 50% des coûts de location, d'installation et de gestion du stand. Les dépenses relatives à la participation à des manifestations ultérieures doivent être considérées comme dépenses de fonctionnement et ne seraient donc éligibles que si la règle *de minimis* leur est appliquée. Et ce, pour ce qui est des dépenses relatives au stand et imputables à des entreprises spécifiques (même associées); la participation à des foires

promues par des organismes publics afin de promouvoir des pays, des régions ou des sites touristiques ne tomberait pas sous l'application du premier paragraphe de l'article 87.

Bref, la situation pourrait se présenter de la façon suivante:

- A) Le soutien public à des initiatives promotionnelles, qui tendent à présenter les produits touristiques nationaux comme des produits de qualité meilleure par rapport aux produits des autres Etats ou régions de l'Union européenne, est interdit, car il est en violation de l'article 28 du traité;
- B) Les campagnes publicitaires visant à informer les consommateurs et à leur fournir des indications qui les guident dans leurs choix sont par contre éligibles. Parmi les initiatives qui ne sont pas contraires à l'article 28, figurent:
 - a) Les initiatives promotionnelles et publicitaires à caractère général ou qui sponsorisent des événements particuliers sont exclues du champ d'application du premier paragraphe de l'article 87 (elles ne doivent donc pas être notifiées à la Commission et peuvent être entièrement à la charge de l'Etat).
 - b) Les aides à des activités promotionnelles relatives à des entreprises (même associées) peuvent faire l'objet de restrictions et ne devront dépasser les plafonds fixés pour le secteur touristique.
 - c) Les aides pour la participation à des foires sont éligibles, dans la limite de 50% des frais de location, d'aménagement et de gestion du stand, au titre de la première participation; les dépenses relatives à la participation aux manifestations suivantes, ne sont, en tant que dépenses de fonctionnement, éligibles que si leur est appliquée la règle *de minimis*.

Renvoi à la réglementation générale

L'adoption de paramètres spécifiques pour le secteur du tourisme ne porte pas préjudice à la validité des règles en vigueur sur le plan transversal: aides à la **formation**, à l'**emploi**, à la **recherche**, à la protection de l'**environnement**. Les orientations relatives seront donc applicables même lorsque les aides concerneront investissements et activités dans le secteur du tourisme.

TABLEAU RECAPITULATIF

N'AFPECTENT PAS LES ECHANGES

(en dehors de l'application du premier de l'article 87, paragraphe 1)

- les petites structures d'accueil dans des zones urbaines périphériques ou dégradées
- les refuges de montagne et assimilés
- les hôtels dans des lieux de pèlerinage, sur les autoroutes et grandes voies de communication, au service exclusif ou prioritaire des affaires
- les thermes d'intérêt local
- les installations sportives et récréatives et les structures pour la culture, les congrès et les spectacles (si elles ne sont pas attenantes à des structures d'accueil)
- les installations de transport par câble qui remplacent ou intègrent d'autres moyens de transport et les petites installations à usage local

COMPTABILITE DE DROIT

(article 87, paragraphe 2)

- catastrophes naturelles: remboursement des dégâts (ou comptabilisation sous forme de forfait)
- remboursement des remises de prix au profit de la population locale (ou comptabilisation sous forme de forfait)

DEROGATIONS

(article 87, paragraphe 3)

	PME	GRANDES ENTREPRISES
Base standard	15%	
Dérogations (87,3,a)		suivant la zone
Dérogations (87,3,c)		idem
Complément de base tourisme*	X	X
Complément au profit des zones faibles dépendant du tourisme*	Y	Y
Complément au profit des activités qui présentent un faible impact sur la concurrence*	Z	Z

* Elles ne sont pas applicables aux régions visées au point a) du troisième paragraphe de l'article 87 mais peuvent être cumulées.