

APPEL A PROPOSITIONS POUR LA PROMOTION DES PRODUITS AGRICOLES ORIGINAIRES DE L'UNION EUROPEENNE SUR LE MARCHÉ INTERIEUR ET DANS LES PAYS TIERS

Conformément au règlement du Conseil n° 3/2008 du 17 décembre 2007, modifié par le R(CE) n°153/2009 du 19 février 2009, et au règlement (CE) n° 501/2008 de la Commission du 5 juin 2008, modifié par le R(CE) n° 1313/2008 du 19 décembre 2008, relatifs à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers, les autorités françaises lancent un appel à proposition pour les sujets suivants :

- Actions de relations publiques, promotion et publicité, notamment pour souligner les caractéristiques intrinsèques et les avantages des produits communautaires, en terme notamment de qualité, de sécurité des aliments, de méthode de production spécifiques d'aspects nutritionnels et sanitaires, d'étiquetage, de bien-être des animaux et de respect de l'environnement ;
- Campagnes d'information, notamment sur les régimes communautaires relatifs aux appellations d'origine protégées (AOP), aux indications géographiques protégées (IGP), aux spécialités traditionnelles garanties (STG) et à la production biologique, ainsi que sur d'autres régimes communautaires concernant les normes de qualité et l'étiquetage des produits agricoles et des denrées alimentaires, et les symboles graphiques prévus par la législation communautaire applicable ;
- Actions d'informations sur le système communautaire des vins avec Appellation d'Origine Protégée ou Indication Géographique Protégée, des vins avec indication de la variété à raisin de cuve et des boissons spiritueuses avec Indication Géographique ou Indication traditionnelle réservée ;
- Etudes d'évaluation des résultats des actions promotionnelles et d'information ;
- Participation à des manifestations, foires et expositions d'importance nationale ou européenne pour le marché intérieur (ou internationale pour les Pays Tiers), au moyen de stands destinés à valoriser l'image des produits communautaires ;
- Etude de marchés nouveaux, nécessaires à l'élargissement des débouchés (pour les pays tiers) ;
- Missions commerciales à haut niveau (pour les pays tiers).

Les programmes présentés doivent répondre aux spécifications précisées ci-après, notamment à celles prévues dans le " cahier des charges"» ci-joint.

Calendrier :

- Pour les actions destinées au marché intérieur :

La date limite de dépôt des programmes : 30 novembre 2011.

La décision de la Commission intervient au plus tard le 30 juin 2012

- Pour les actions vers les Pays Tiers :

La date limite de dépôt des programmes : 31 mars 2012.

La décision de la Commission intervient au plus tard le 30 novembre 2012.

Les propositions de programmes doivent parvenir à FranceAgriMer.

Elles doivent être envoyées à l'adresse suivante :

**FRANCEAGRIMER
(Etablissement national des produits de l'agriculture et de la mer)**

**Direction International
Unité Aides à la Promotion
12 rue Henri Rol-Tanguy
TSA 20002
93555 Montreuil sous Bois**

Les propositions doivent inclure les pièces justificatives mentionnées dans le cahier des charges qui indique notamment les critères d'exclusion, de sélection et d'attribution des programmes.

Pièces jointes : Cahier des charges et annexes.

**PARTICIPATION COMMUNAUTAIRE ET NATIONALE
A DES ACTIONS D'INFORMATION ET DE PROMOTION
EN FAVEUR DES PRODUITS AGRICOLES
SUR LE MARCHÉ INTERIEUR ET DANS LES PAYS TIERS**

CAHIER DES CHARGES

I.	CADRE GENERAL	2
I.1)	CONTEXTE.....	2
I.2)	OBJECTIFS	2
I.3)	TYPES D'ACTION	2
I.4)	EVALUATION DES ACTIONS PROMOTIONNELLES ET D'INFORMATION	3
I.5)	SOUTIEN FINANCIER.....	3
I.6)	ORGANISME COMPETENT.....	4
II.	PRESENTATION DES PROGRAMMES	5
II.1)	APPEL A PROPOSITIONS.....	5
II.2)	CONDITIONS GENERALES D'ELIGIBILITE DES ORGANISATIONS PROPOSANTES	5
II.3)	PRESENTATION DES PROPOSITIONS DE PROGRAMME	5
III.	ORGANISMES D'EXECUTION	8
III.1)	MISE EN COMPETITION.....	8
III.2)	CONDITIONS GENERALES D'ELIGIBILITE DES ORGANISMES D'EXECUTION	9
	<i>Capacité financière et économique</i>	<i>9</i>
	<i>Capacité technique et aptitude du personnel.....</i>	<i>9</i>
III.4)	CRITERES D'EXCLUSION DES ORGANISMES D'EXECUTION	10
III.5)	INFORMATIONS A TRANSMETTRE A FRANCEAGRIMER	10
III.6)	CAS PARTICULIER : MISE EN ŒUVRE DE CERTAINES PARTIES DU PROGRAMME D' ACTIONS PAR L'ORGANISATION PROPOSANTE.....	10
IV.	SELECTION DES PROGRAMMES PRESENTES.....	12
IV.1)	CALENDRIER PREVISIONNEL	12
IV.2)	EXAMENS ET CRITERES DE SELECTION DES ACTIONS	13
	<i>Contrôle administratif des propositions de programme.....</i>	<i>13</i>
	<i>Examen de l'opportunité des programmes.....</i>	<i>13</i>
V.	CONTRAT	15
VI.	GESTION DU PROGRAMME	15
VI.1)	LES DEMANDES DE PAIEMENT :	15
VI.2)	LES OBLIGATIONS DE L'ORGANISME D'EXECUTION	15
	<i>Exécution des actions.....</i>	<i>15</i>
	<i>Contrôles</i>	<i>16</i>
	<i>Diffusion et exploitation des résultats.....</i>	<i>16</i>
	ANNEXES DU CAHIER DES CHARGES.....	17

I. CADRE GENERAL

I.1) Contexte

Le 17 décembre 2007, le Conseil de l'Union européenne a adopté le règlement (CE) n° 3/2008 relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers, modifié par les règlements du Conseil (CE) n°479/2008 du 29 avril 2008, n° 72/2009 du 19 janvier 2009 et n°153/2009 du 19 février 2009.

Ce règlement envisage, en tout ou partie, le financement de telles actions présentées par les Etats membres.

Dans **le règlement (CE) n° 501/2008** du 5 juin 2008, modifié par le règlement du conseil (CE) n°1313/2008 du 19 décembre 2008 la Commission a établi les modalités d'application du règlement du Conseil et précisé en annexe de ce règlement la liste des produits et des thèmes couverts par ces mesures.

Conformément à l'article 8 du règlement (CE) n° 501/2008, le présent cahier des charges précise les critères généraux d'exclusion et de sélection des programmes présentés et d'attribution de la contribution financière de la Communauté.

Par ailleurs, la Commission Européenne a également émis les lignes directrices (réf. AGRI/60787/2007 du 2 octobre 2007), ainsi qu'un document d'interprétation (réf. AGRI/64545/2007/rev4) à prendre en considération dans l'élaboration des programmes.

Les 4 règlements (CE) précités, ainsi que les lignes directrices correspondantes et les interprétations de la Commission Européenne, sont joints en Annexe A1 à A4 de ce cahier des charges.

I.2) Objectifs

Compte tenu des perspectives d'évolution des marchés et du nouveau contexte des échanges intracommunautaires, l'objectif général de ces mesures est de renforcer et de compléter les actions menées par les Etats membres par la mise en œuvre d'actions d'information et de promotion visant à promouvoir l'image des produits agricoles et alimentaires de la Communauté dans les pays tiers et sur le marché intérieur, notamment en termes de qualité, d'aspects nutritionnels et de sûreté des denrées alimentaires et des modes de production.

I.3) Types d'action

L'article 2 du règlement n°3/2008 du Conseil du 17 décembre 2007, précise les types d'actions éligibles :

- a) Actions de relations publiques, promotion et publicité, notamment pour souligner les caractéristiques intrinsèques et les avantages des produits communautaires, en termes notamment de qualité, de sécurité des aliments, de méthodes de production spécifique, d'aspects nutritionnels et sanitaires, d'étiquetage, de bien-être des animaux et du respect de l'environnement ;
- b) Campagnes d'information, notamment sur les régimes communautaires relatifs aux appellations d'origine protégées (AOP), aux indications géographiques protégées

(IGP), aux spécialités traditionnelles garanties (STG) et à la production biologique, ainsi que sur d'autres régimes communautaires concernant les normes de qualité et l'étiquetage des produits agricoles et des denrées alimentaires, et les symboles graphiques prévus par la législation communautaire applicable ;

- c) Actions d'information sur le système communautaire des vins avec Appellation d'Origine Protégée ou Indication Géographique Protégée, des vins avec indication de la variété à raisin de cuve et des boissons spiritueuses avec indication géographique ou indication traditionnelle réservée ;
- d) Etudes d'évaluation des résultats des actions d'information et de promotion ;

Sur le marché intérieur:

- e) participation à des manifestations, foires, expositions d'importance nationale ou européenne, au moyen de stands destinés à valoriser l'image des produits communautaires ;

Dans les pays tiers:

- f) actions d'information sur le système communautaire des vins avec indication de la variété à raisin de cuve (anciennement dénommé Vins de tables) ;
- g) Participation à des manifestations, foires, et expositions d'importance internationale, notamment au moyen de stands destinés à valoriser l'image des produits communautaires ;
- h) Etudes de marchés nouveaux, nécessaires à l'élargissement des débouchés ;
- i) Missions commerciales à haut niveau.

I.4) Evaluation des actions promotionnelles et d'information

Nonobstant la réalisation, dans le cadre des programmes, d'études d'évaluation (Pré-tests ou Post-tests), la mise en œuvre des actions promotionnelles et d'information devra systématiquement faire l'objet, par un organisme indépendant, d'une évaluation *ex-post* des résultats par rapport aux objectifs attendus des programmes.

Par ailleurs, la Commission Européenne peut réaliser des évaluations ponctuelles dont elle assure intégralement le financement.

I.5) Soutien financier

L'article 13 du règlement du Conseil (CE) n° 3/2008, précise les modalités de financement des programmes.

Le montant de la contribution financière de la Communauté est déterminé en fonction des coûts et de la nature de chacune des actions proposées.

D'une manière générale :

- La participation financière de la Communauté aux programmes n'excède pas 50 % du coût réel des programmes, et la participation pour chaque année d'exécution ne dépasse pas ce plafond,

- Ce pourcentage passe à 60% pour les actions de promotion des fruits et légumes destinées spécifiquement aux enfants dans les établissements scolaires de la communauté,
- La ou les organisations proposantes participent au financement des programmes à concurrence d'au moins 20 % du coût réel des programmes,
- La part du financement restante peut être prise en charge par l'Etat ou les Etats membres concernés. Ce financement doit être demandé auprès des organismes compétents du ou des Etat(s) membres concernés en préalable du dépôt de dossier de demande d'aide.

Conformément à l'article 13 du règlement (CE) n° 3/2008, la Communauté européenne peut financer entièrement certaines des actions.

Les soutiens financiers communautaires seront accordés sous forme de subventions exonérées de tous droits et taxes, notamment de la taxe sur la valeur ajoutée, en application des dispositions des articles 3 et 4 du Protocole sur les privilèges et immunités des Communautés européennes.

Les soutiens financiers des États membres seront accordés sous forme de subventions exonérées de la taxe sur la valeur ajoutée, conformément à la jurisprudence de la Cour de justice européenne de Luxembourg (Références : Arrêt de la Cour n° C-215/94 du 29 février 1996 et Arrêt de la Cour n° C-384/95 du 18 décembre 1997). Cette jurisprudence précise que la taxe sur la valeur ajoutée est un impôt général sur la consommation des biens et des services. Or, l'Union européenne et les États membres participant à un programme de promotion n'acquièrent ni biens, ni services pour leur propre usage mais agissent dans l'intérêt général qui est de favoriser l'information et la promotion des produits agricoles européens dans les pays tiers.

I.6) Organisme compétent

FranceAgriMer est l'Etablissement chargé de la mise en œuvre et de la gestion administrative et financière des dispositions prévues par les règlements précités.

FRANCEAGRIMER
(Etablissement national des produits de l'agriculture et de la mer)
Directeur : Monsieur Fabien Bova

Direction International
Unité Aides à la Promotion
12 rue Henri Rol-Tanguy
TSA 20002
93555 Montreuil sous Bois

www.franceagrimer.fr

Tel : 01 73 30 30 00

Fax : 01 73 30 30 30

Contact : Unité Aides à la Promotion, 01 73 30 32 01,
marie-agnes.oberti@franceagrimer.fr

Dans le cas où un programme de promotion intéresse plusieurs Etats membres, les organismes compétents des différents pays intéressés se concertent en vue de la sélection et du suivi des programmes présentés par les organisations proposantes.

II. PRESENTATION DES PROGRAMMES

II.1) Appel à propositions

FranceAgriMer établit un appel à propositions, pour tous les secteurs d'activité, qui indique notamment les thèmes, les marchés et les types d'actions prioritaires ainsi que les dates limites pour l'envoi des propositions de programmes et demandes de financement et le démarrage prévisionnel des actions.

Afin d'assurer une coordination entre les programmes concernant plusieurs Etats membres, des appels à propositions communs peuvent être élaborés.

Ces appels à propositions sont transmis :

- Aux organisations professionnelles et interprofessionnelles nationales ;
- Aux organismes compétents des autres Etats membres de l'Union européenne.

Les appels à propositions transmis par les autres Etats membres sont communiqués, dans un délai de quinze jours après leur réception, aux organisations professionnelles et interprofessionnelles nationales.

II. 2) Conditions générales d'éligibilité des organisations proposantes

Toutes organisations professionnelles ou interprofessionnelles reconnues par les pouvoirs publics et agissants dans les secteurs concernés par ces mesures peuvent déposer des propositions de programmes et des demandes de financement.

Des organismes, constitués par exemple sous la forme d'une association, d'un syndicat, d'un groupement d'associations ou d'un groupement d'intérêt économique peuvent également déposer des propositions de programmes, à la condition d'apporter aux autorités compétentes, les garanties en termes notamment de :

- Représentativité dans le (ou les) secteur(s) concerné(s) ;
- Libre capacité d'adhésion ou d'association pour toutes associations, entreprises ou autres types d'organismes qui souhaiteraient s'associer au programme ;
- Capacité technique et financière à assurer ou coordonner le programme présenté.

II.3) Présentation des propositions de programme

En réponse à l'appel à propositions, les propositions de programme (cf. annexes B, C, D et D1) sont transmises à FranceAgriMer par les organisations intéressées dans les délais impartis et doivent être :

- Soumises dans le format exact demandé par la Commission Européenne (cf. Modèle en annexes B, C et D) ;
- Totalemment et correctement remplies et dactylographiées ;

- Adressées, signées et datées par la personne responsable du programme. Les propositions peuvent être envoyées sur support informatique mais doivent dans ce cas obligatoirement comporter un exemplaire sur papier signé et daté par la personne responsable du programme ;
- Envoyées par courrier recommandé avec accusé de réception ou déposées auprès de FranceAgriMer ;
- Transmises par courriel ;
- Rédigées dans une des langues officielles de la Communauté. Une description sommaire de la proposition dans d'autres langues officielles peut être jointe.

Outre le formulaire d'information relatif à l'organisation proposante dûment complété (Cf. annexe C), une analyse stratégique et marketing doit être communiquée (détaillée dans le formulaire de demande, annexe B), apportant les informations suivantes :

- Un rappel du contexte général du programme d'actions proposé ;
- Les états membres et organisations participantes ;
- Les marchés (pays de destination) et publics ciblés, notamment ceux indiqués dans les lignes directrices. La proposition peut concerner un ou plusieurs pays cibles. Toutefois, la présentation doit être faite par pays. Si la même stratégie, les mêmes groupes cibles et/ou les mêmes solutions sont envisagés pour un groupe de marchés, cela devra être clairement expliqué dans la proposition de programme ;
- L'identification des marchés. Pour chaque pays ciblé et pour le (ou les) thème(s) ou produit(s) concerné(s), le demandeur établit une analyse succincte du ou des marchés afin d'apprécier l'opportunité du programme proposé et de la stratégie de communication envisagée. Une copie des documents, études ou statistiques disponibles ayant permis l'élaboration de cette analyse pourra être demandée ;
- Une description des objectifs du programme ;
- Une description des moyens mis en œuvre, précisant notamment le nom et les modalités du choix des organismes chargés de l'exécution des programmes (agences de communication, de création, de relations presse, sociétés d'études, d'enquêtes ...)
- Une description détaillée du projet établie par types d'actions (Actions média et hors média, séminaires, conférences, participations à des salons, foires ou expositions, actions de relations presse ...), précisant pour chaque action l'organisme d'exécution chargé de leur réalisation ;
- Le calendrier détaillé et envisagé pour l'exécution du programme. La date de début des actions doit tenir compte du délai d'acceptation du programme par la Commission Européenne (cf. point IV.1) et du délai de signature du contrat (cf. point V).

Les programmes proposés peuvent s'étendre sur une période maximale de trois années.

La proposition sera complétée par **un budget prévisionnel** qui doit :

- Etre équilibré et exprimé en euros ;
- Etre suffisamment détaillé pour permettre l'identification, le suivi et le contrôle du programme d'actions proposé, notamment en précisant les types de dépenses prévues en annexe du contrat type (Cf. Annexe E) ;
- Etre daté et signé par la personne responsable du programme ;
- Comporter dans sa partie « recettes » :
 - a) La contribution directe de la (ou des) organisation(s) proposante(s) ;
 - b) Le détail des contributions d'autres bailleurs de fonds éventuels ;
 - c) Tout revenu potentiel généré par le projet, y compris le cas échéant les droits exigés aux participants de certaines actions ;
 - d) Les subventions demandées à la Commission et à un ou plusieurs Etats membres.

Le cas échéant, à la demande des autorités compétentes, les propositions de programme sont accompagnées des documents suivants :

- Statuts, organigramme, règlement intérieur et rapport d'activités le plus récent de la (ou des) organisation(s) proposante(s) ;
- Eléments financiers, bilans et comptes annuels des trois derniers exercices ;
- Tout document permettant d'apprécier la capacité financière, technique et professionnelle de la ou des organisations proposantes,
- Descriptif résumé des actions similaires réalisées au cours des cinq dernières années ;

NB : Information concernant la publication des montants versés par le FEAGA et le FEADER

Conformément au règlement (CE) n° 259/2008 qui impose aux Etats membres la publication des montants versés aux bénéficiaires des aides financées par le FEAGA et le FEADER, toute demande d'aide conduira à la collecte d'informations nominatives concernant les bénéficiaires.

Les nom / raison sociale, commune de résidence / siège social, code postal et le montant net des aides perçues de chaque bénéficiaire feront l'objet d'une publication annuelle.

Ces informations publiées pourront être traitées par les organes des Communautés et des Etats membres compétents en matière d'audit et d'enquête.

Les organisations proposant doivent donc accompagner leur proposition de programme du document joint en Annexe D1, signé par la personne responsable du programme.

III. ORGANISMES D'EXECUTION

En réponse à l'appel à proposition, les organisations proposant proposent un programme d'exécution.

Pour **définir la stratégie et le contenu du programme d'exécution** elles font appel à un ou des organismes d'exécution, choisis par une mise en compétition.

Les organisations proposant faisant appel à un ou plusieurs prestataires de services pour réaliser une partie ou de la totalité du programme d'actions, doivent veiller au respect des points suivants :

III.1) Mise en compétition

Les prestataires de services, dénommés « organismes d'exécution » sont nécessairement choisis après une mise en compétition, conformément à l'article 11 du règlement du Conseil (CE) n°3/2008 annexé.

Une invitation à participer aux séances de la mise en compétition, doit être adressée à l'unité Aides à la Promotion de FranceAgriMer qui se réserve le droit de participer à titre consultatif aux réunions organisées par l'instance délibérante.

Cette mise en compétition des organismes d'exécution qui mettront en œuvre les programmes d'actions doit intervenir **de préférence** avant le dépôt du projet auprès de l'autorité nationale compétente qui procédera à sa vérification. Toutefois conformément à l'article 8, paragraphe 3, du règlement (CE) n° 501/2008 du 5 juin 2008, le choix des organismes d'exécution peut intervenir après le dépôt du dossier auprès de l'Etat Membre et en tout état de cause avant la signature du contrat (article 12, du règlement précité). Il est rappelé que les programmes doivent être suffisamment développés pour que leur conformité à la réglementation applicable et leur rapport coût/efficacité puissent être évalués.

Les organisations proposant qui ne sont pas considérées comme des pouvoirs adjudicateurs (pouvoirs adjudicateurs : organisations financées majoritairement et d'une manière permanente par des crédits publics relevant pour la mise en compétition de la législation applicable aux marchés publics, doivent choisir les organismes d'exécution dans le respect des règles fondamentales du traité de l'Union Européenne et notamment du principe de non discrimination.

Ce principe implique une obligation de transparence, consistant à garantir un degré de publicité adéquat permettant une ouverture du marché de services à la concurrence et le contrôle de l'impartialité de la procédure (CJCE, 7 décembre 2000, Teleaustria, C-324/98).

Il implique également que la procédure d'attribution du marché respecte, à tous les stades, le principe d'égalité de traitement des candidats, afin que tous

disposent des mêmes chances dans la formulation de leurs offres (CJCE 12 décembre 2002, Universale Bai AG, C-470/99).

A ce titre, il est indispensable que le délai de remise des offres fixé par les organisations professionnelles ou interprofessionnelles aux organismes d'exécution consultés soit adapté à la difficulté du dossier et de leur permettre d'établir leur offre dans des conditions satisfaisantes.

Des critères de sélection objectifs doivent également être fixés préalablement au lancement de la consultation et être portés à la connaissance des organismes consultés dans l'invitation à présenter une offre qui leur est adressée.

Les organisations proposant s'assurent, lors de cette mise en compétition, de l'aptitude économique, financière et technique des organismes d'exécution et prestataires de services et notamment des éléments décrits ci-après.

III.2) Conditions générales d'éligibilité des organismes d'exécution

Les organismes d'exécution choisis par les organisations proposant doivent fournir des informations montrant que leur entreprise est financièrement saine, et dispose des infrastructures nécessaires et du personnel disposant de l'expérience appropriée pour la réalisation des actions

Capacité financière et économique

La justification de la capacité financière et économique du ou des organismes d'exécution sera appréciée par la présentation des références suivantes :

- Une brève description de l'activité économique de l'entreprise en rapport avec les services et prestations concernés par le programme d'actions envisagé et qui lui seraient confiés ;
- La présentation des 3 derniers bilans ou extraits de bilans, dans les cas où la publication des bilans est prescrite par la législation sur les sociétés du pays où le prestataire de service est établi.

Capacité technique et aptitude du personnel

Les organismes d'exécution doivent fournir les informations suivantes :

- Description des capacités professionnelles du personnel ;
- Principaux services fournis pendant les trois dernières années ;
- Connaissance de la situation dans le ou les pays concernés par le programme dans le domaine couvert par celui-ci ;
- Connaissance générale des produits ou thèmes concernés, expérience de travail avec d'autres organisations professionnelles ou interprofessionnelles et/ou entreprises du secteur agricole ou agro-alimentaire et/ou institutions du secteur public.

III.4) Critères d'exclusion des organismes d'exécution

Les organismes d'exécution devront être automatiquement disqualifiés par les organisations proposantes si une au moins des éventualités suivantes se réalise :

- Ils sont en état de faillite, de liquidation, de cessation ou de suspension d'activités, de règlement judiciaire, de concordat ou de compromis (ou tout autre mesure similaire) ou s'ils font l'objet de procédures de ce type ;
- Ils ont été définitivement jugés coupables d'une infraction ;
- Ils ont à répondre de dettes impayées de cotisations de sécurité sociale, d'impôts et de taxes ;

Afin de permettre une vérification appropriée de l'existence de ces motifs d'exclusion, les organismes d'exécution communiquent aux organisations proposantes les documents rendant possibles ces vérifications, en particulier :

- Un extrait récent de leur inscription dans le registre professionnel ou dans le registre du commerce prévu par la législation du pays dans lequel ils sont établis ;
- L'attestation du paiement de ses cotisations sociales, des impôts et taxes conformément aux dispositions légales de son pays d'établissement ;
- L'attestation sur l'honneur du fait qu'ils ne font pas l'objet d'une procédure de faillite, de règlement judiciaire, de liquidation ou de concordat ou de toutes autres procédures équivalentes du ou des pays concernés.

III.5) Informations à transmettre à FranceAgriMer

Les organisations proposantes conservent tous les documents justifiant du choix du ou des organismes d'exécution.

A l'appui de leurs propositions, ils communiquent à FranceAgriMer, pour chaque prestataire, une fiche d'information selon le formulaire joint, en Annexe D, au présent cahier des charges.

III.6) Cas particulier : Mise en œuvre de certaines parties du programme d'actions par l'organisation proposante

En application de l'article 11, point 2, du règlement n(CE) n°3/2008 et de l'article 13 du règlement 5CE) n° 501/2008, l'organisation proposante peut prendre en charge une partie de la mise en œuvre du programme. Les conditions suivantes doivent alors être remplies :

- a) l'organisation proposante remplit les obligations énoncées de l'article 11, paragraphe 3, du règlement (CE) n°3/2008 ;
- b) l'organisation proposante dispose d'une expérience d'au moins cinq années dans l'exécution du même type d'action ;

c) la partie du programme réalisée par l'organisation proposante ne représente pas plus de 50 % de son coût total, sauf dans des cas exceptionnels dûment justifiés et après autorisation écrite de la Commission ;

d) l'organisation proposante s'assure que le coût des actions qu'elle compte réaliser elle-même ne dépasse pas les tarifs pratiqués couramment sur le marché.

Ces conditions seront vérifiées par FranceAgriMer. **L'organisation proposante souhaitant réaliser par elle-même une partie du programme doit donc joindre à sa demande tout justificatif relatif aux conditions listées ci-dessus.**

IV. SELECTION DES PROGRAMMES PRESENTES

Pour l'établissement de leurs propositions et la vérification de leur éligibilité au financement communautaire, les organisations intéressées sont invitées à lire attentivement :

- Les dispositions des règlements en vigueur, et notamment les règlements (CE) n°3/2008 du Conseil et le règlement (CE) n°501/2008 de la Commission ; annexes, règlements modificatifs, interprétations de la Commission Européenne et lignes directrices comprises. (cf. Annexes A1 à A4)
- Les dispositions du contrat type, joint en annexe E du présent cahier des charges,
- Le document n°228549 D.4/MO/VS Ares (2009)256506, du 7 septembre 2009 : Note explicative de la Commission Européenne pour la préparation et l'évaluation des programmes d'information et de promotion des produits agricoles, en conformité avec l'art. 19 § 1(a) du Règlement n°501/2008. (Annexe F),
- Le document intitulé " Comment concevoir un programme de promotion de produits agricoles ?", réalisé par la société Euréval à la demande du Ministère de l'agriculture pour aider les organisations proposant à l'élaboration de leurs programmes de promotion (Annexe G)

En outre, le ou les organisations proposant doivent s'engager à ne pas demander d'autres aides communautaires ou nationales aux fins de l'exécution du programme proposé.

La priorité est donnée aux programmes proposés par plusieurs Etats membres ou prévoyant des actions dans plusieurs Etats membres ou pays tiers (Article 8 du règlement (CE) 3/2008).

IV.1) Calendrier prévisionnel

La sélection des programmes présentés est réalisée en deux étapes :

- Un premier contrôle de l'opportunité et de l'éligibilité des actions par FranceAgriMer, au regard des dispositions des règlements communautaires, du présent cahier des charges et des appels à propositions ;
- Un examen et une évaluation des programmes par la Commission Européenne selon la procédure décrite à l'article 11 du règlement (CE) n°501/2008.

Date limite de dépôt des programmes à FranceAgriMer :

- **pour le marché intérieur : le 30 novembre 2010**
- **pour les pays tiers : le 31 mars 2011.**

Date limite de communication des programmes à la Commission Européenne :

- **pour le marché intérieur : le 15 février 2011,**
- **pour les pays tiers : le 30 juin 2011.**

La décision de la Commission intervient au plus tard :

- **pour le marché intérieur : le 30 juin 2011,**
- **pour les pays tiers : le 30 novembre 2011.**

IV.2) Examens et critères de sélection des actions

FranceAgriMer procède à un contrôle administratif et à un examen de l'opportunité des programmes.

Contrôle administratif des propositions de programme

FranceAgriMer se réserve le droit de ne pas prendre en considération les propositions qui :

- Ne satisfont pas aux spécifications techniques et administratives du cahier des charges et des appels à propositions ;
- Ne sont pas dûment complétées et paraphées par la personne responsable de l'action ;
- Ne sont pas accompagnées d'une présentation budgétaire détaillée, équilibrée et contenant toutes les informations demandées. FranceAgriMer se réserve le droit de demander toutes informations complémentaires aux organisations proposant, qui doivent les communiquer intégralement et dans les plus brefs délais.

Examen de l'opportunité des programmes

FranceAgriMer sélectionne les propositions sur les bases suivantes :

	Pondération
1. Intérêt général du programme	30
1.1 Pertinence du programme au regard de la situation de marché/des besoins du secteur	20
1.2 Pertinence du programme au regard des groupes cibles	10
2. Qualité et efficacité du programme	40
2.1 Cohérence entre les objectifs, les messages, les actions et les canaux d'information	10
2.2 Ampleur et couverture des actions du programme en termes de durée et de groupes cibles (par exemple européen/national/régional, nombre de contacts prévus)	10
2.3 Qualité des messages (créativité, pouvoir d'arrêt)	10
2.4 Méthode de mesure de l'impact	5
2.5 Qualité de la présentation	5
3. Dimension communautaire (nombre d'EM concernés en tant qu'opérateurs ou marchés cibles, intérêt du programme au regard des politiques communautaires)	10
4. Rapport coût-efficacité du programme (en termes de coût/groupe cible, coût/nombre de contacts anticipés, coût/volume ou valeur de la production concernée ou tout autre indicateur approprié)	20
TOTAL	100

En particulier, seront appréciés :

La qualité, la pertinence et l'intérêt général des actions au regard :

- De l'adéquation du contenu du programme avec la réglementation en vigueur et les thèmes prioritaires indiqués dans les appels à propositions ;
- De l'adéquation entre les actions proposées et les moyens financiers et humains envisagés ;
- De l'adéquation entre les actions envisagées et le ou les marchés et le ou les publics ciblés.

La dimension et la plus-value communautaire au regard :

- Du nombre d'Etats membres concernés par le programme ;
- Du nombre de produits couverts par les actions ;
- Du nombre des organisations impliquées dans la conception et la réalisation des actions ;
- De la coopération efficace et équilibrée entre les différents partenaires en ce qui concerne la programmation, la réalisation des actions et la participation financière.

Le bon rapport coût-efficacité du programme présenté au regard :

- De son montant global ;
- Des coûts indiqués pour chaque poste ;
- De l'équilibre entre les différents postes de dépenses.

En fonction du nombre de propositions présentées, la priorité sera donnée aux programmes concernant plusieurs Etats membres de l'Union européenne puis relatifs à plusieurs produits éligibles dans le cadre de ces mesures.

Les organisations proposantes sont invitées à utiliser le document de la Commission Européenne n°228549 D.4/MO/VS Ares (2009)256506, du 7 septembre 2009 et le document "Comment concevoir un programme de promotion de produits agricoles" (Cf. Annexes F et G) comme grille de lecture pour évaluer ces différents points.

V. CONTRAT

Les propositions sélectionnées feront l'objet de la conclusion de contrats entre FranceAgriMer et les organisations proposantes concernées, dont un modèle est annexé au présent cahier des charges (Annexe E).

Les actions ne pourront être engagées, sous peine de non éligibilité du programme, avant la signature de ce contrat. Celle-ci interviendra au plus tard dans les 90 jours suivant la notification de l'accord de financement par les services de la Commission Européenne, conformément à l'article 16, point 1, paragraphe.2 du règlement (CE) n°501/2008.

VI. GESTION DU PROGRAMME

VI.1) Les demandes de paiement :

Le suivi du programme et le paiement de l'aide sont détaillés dans l'annexe H : Notice sur le paiement des aides à la promotion sur le marché intérieur et dans les pays tiers.

VI.2) Les obligations de l'organisme d'exécution

Exécution des actions

FranceAgriMer et la Commission peuvent exercer les mêmes droits et bénéficier des mêmes garanties et contrôles vis-à-vis des organismes d'exécution que vis-à-vis du contractant lui-même.

Le contractant s'engage tant pour lui-même que pour l'organisme d'exécution et les sous-contractants éventuels :

- à ne pas orienter les actions en fonction des marques commerciales, à ne pas promouvoir de noms de firmes ou de l'origine sous le couvert des actions du programme ;
- à indiquer clairement et lisiblement sur tous les matériels qu'il produira que l'Union Européenne a participé au financement des actions du programme.

Le contractant doit informer FranceAgriMer en lui transmettant, trente jours avant le début de chaque trimestre, un **calendrier provisoire des actions prévues** (annexe VII du contrat type). Lorsqu'il y a des changements, il transmet, au moins quinze jours ouvrables à l'avance, une indication des dates ou périodes de réalisation des actions prévues au programme.

Le contractant doit transmettre à FranceAgriMer tous les projets des matériels d'information et promotion produits dans le cadre du programme avant la réalisation des actions. Le ou les États membres veillent à ce que le projet de matériel soit conforme à la réglementation communautaire en vigueur. Le matériel approuvé est transmis à la Commission par FranceAgriMer ou l'organisation proposante.

Contrôles

Pour le suivi du programme, l'organisation proposante et les organismes d'exécution doivent tenir une comptabilité analytique permettant l'identification des recettes et dépenses relatives à l'exécution des actions régies par le contrat. Ils tiennent à la disposition de FranceAgriMer et de la Commission toutes informations et documents nécessaires à la vérification du respect de leurs obligations.

FranceAgriMer et la Commission peuvent, à tout moment, faire procéder à des contrôles techniques et comptables, leur permettant de suivre l'état d'avancement et de réalisation des actions concernées.

Les agents mandatés de FranceArgiMer, de la Commission et de la Cour des comptes ont également accès aux livres et à tous les autres documents ayant trait aux paiements effectués dans le cadre du contrat, dès la signature du contrat et jusqu'à cinq ans après la date du paiement du solde chez les organisations proposantes et les organismes d'exécution du programme.

La Commission peut participer aux contrôles organisés par les États membres et procéder à tous les contrôles supplémentaires qu'elle estime nécessaires.

Diffusion et exploitation des résultats

L'organisation proposante doit protéger ou faire protéger les résultats susceptibles de faire l'objet de droits de propriété, acquis à l'occasion de l'exécution du programme.

L'organisation proposante doit s'engager tant pour elle-même que pour les organismes d'exécution et ses sous-prestataires éventuels, à réserver à la Commission et à ou aux État(s) membre(s) tous les droits d'utilisation des résultats des actions faisant l'objet du contrat.

La Commission et les États membres peuvent communiquer ou publier des informations concernant les actions prévues au contrat, l'évaluation finale des actions, ainsi que le ou les organismes qui ont participé à leur exécution.

Le matériel réalisé et financé dans le cadre du programme, y compris les créations graphiques, visuelles et audiovisuelles, ainsi que les sites Internet, peut faire l'objet d'utilisations ultérieures moyennant autorisation écrite préalable de la Commission, des organisations proposantes concernées et des États membres qui apportent une contribution au financement du programme.

ANNEXES DU CAHIER DES CHARGES

▪ Bases réglementaires :

Annexe A1- Règlement (CE) n°3/2008 du Conseil, du 17 décembre 2007, relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers

Version consolidée du 03/03/2009 après modifications par les règlements :

- R(CE) n°479/2008 du Conseil du 29 avril 2008,
- R(CE) n°72/2009 du Conseil du 19 janvier 2009
- R(CE) n°153/2009 du Conseil, du 19 février 2009.

Annexe A2 - Règlement (CE) n°501/2008 de la Commission, du 5 juin 2008, portant modalités d'application du règlement CE n° 3/2008 du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers

Version consolidée du 27/12/2008 après modifications par le règlement (CE) n° 1313/2008 de la Commission, du 19 décembre 2008,

Annexe A3 - Lignes directrices à prendre en considération lors de l'évaluation et de la gestion des programmes de co-financement relatifs à la promotion des produits agricoles communautaires (réf. AGRI/60787/2007)

Annexe A4 - Prises de positions et interprétations données par la Commission Européenne dans le cadre de la mise en œuvre des programmes de promotion et d'information (réf. MBU D(2009) AGRI-64545-2007-rev. 4 du 23 novembre 2009)

▪ Formulaires de demande d'aide

Annexe B - Formulaire de demande relatif aux programmes de promotion cofinancés par l'UE

Annexe B1 - Note explicative relative à différents points du formulaire de demande

Annexe C - Formulaire n°1 relatif aux organisations proposant

Annexe D - Formulaire n°2 relatif aux organismes d'exécution et sous-traitants

Annexe D1 - Attestation d'information de la publication des montants versés aux bénéficiaires de la PAC.

▪ Contrat

Annexe E - Modèle de contrat et ses annexes (I à VIII)

▪ Documents d'aide à l'évaluation de la qualité des programmes de promotion

Annexe F - Document n°228549 D.4/MO/VS Ares (2009)256506, du 7 septembre 2009 : Note explicative de la Commission Européenne pour la préparation et l'évaluation des programmes d'information et de promotion des produits agricoles, en conformité avec l'art. 19 § 1(a) du Règlement n° 501/2008.

Annexe G - "Comment concevoir un programme de promotion de produits agricoles ?", réalisé par Euréval à la demande du Ministère de l'agriculture pour aider les organisations proposant à l'élaboration de leurs programmes de promotion

- **Gestion administrative de la réalisation des programmes de promotion**

Annexe H – Notice sur le paiement des aides à la promotion Pays Tiers et Marché Intérieur et ses annexes (HI à HXIII)

Annexe A1

**Règlement (CE) n°3/2008 du Conseil, du 17 décembre 2007,
relatif à des actions d'information et de promotion
en faveur des produits agricoles
sur le marché intérieur et dans les pays tiers**

Ce document constitue un outil de documentation et n'engage pas la responsabilité des institutions

► B

RÈGLEMENT (CE) N° 3/2008 DU CONSEIL

du 17 décembre 2007

relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers

(JO L 3 du 5.1.2008, p. 1)

Modifié par:

		Journal officiel		
		n°	page	date
► <u>M1</u>	Règlement (CE) n° 479/2008 du Conseil du 29 avril 2008	L 148	1	6.6.2008
► <u>M2</u>	Règlement (CE) n° 72/2009 du Conseil du 19 janvier 2009	L 30	1	31.1.2009
► <u>M3</u>	Règlement (CE) n° 153/2009 du Conseil du 19 février 2009	L 51	1	24.2.2009

Rectifié par:

► C1 Rectificatif, JO L 40 du 11.2.2009, p. 58 (3/2008)



RÈGLEMENT (CE) N° 3/2008 DU CONSEIL

du 17 décembre 2007

relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers

LE CONSEIL DE L'UNION EUROPÉENNE,

vu le traité instituant la Communauté européenne, et notamment ses articles 36 et 37,

vu la proposition de la Commission,

vu l'avis du Parlement européen,

considérant ce qui suit:

- (1) En vertu des règlements (CE) n° 2826/2000⁽¹⁾ et (CE) n° 2702/1999⁽²⁾ du Conseil, la Communauté peut réaliser des actions d'information et de promotion sur le marché intérieur et dans les marchés des pays tiers pour un certain nombre de produits agricoles. Les résultats obtenus à ce jour sont très encourageants.
- (2) Compte tenu de l'expérience acquise, des perspectives d'évolution des marchés tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de la Communauté, ainsi que du nouveau contexte des échanges internationaux, il convient de développer une politique globale et cohérente d'information et de promotion en ce qui concerne les produits agricoles et leur mode de production, ainsi que les produits alimentaires à base de produits agricoles, sur le marché intérieur et dans les pays tiers, sans toutefois inciter à la consommation d'un produit en raison de son origine particulière.
- (3) Dans un souci de clarté, il convient donc d'abroger les règlements (CE) n° 2702/1999 et (CE) n° 2826/2000 et de les remplacer par un seul, tout en conservant les spécificités des actions en fonction de leur lieu de réalisation.
- (4) Une telle politique complète et renforce utilement les actions menées par les États membres, en promouvant notamment l'image de ces produits auprès des consommateurs au sein de la Communauté et dans les pays tiers, en particulier en termes de qualité, d'aspects nutritionnels et de sécurité des denrées alimentaires, et des modes de production. Une telle activité, en contribuant à l'ouverture de nouveaux débouchés dans les pays tiers, est également susceptible d'avoir un effet multiplicateur à l'égard des initiatives nationales ou privées.
- (5) Il convient de définir les critères de sélection des produits et secteurs concernés, ainsi que des thèmes et marchés sur lesquels porteront les programmes communautaires.
- (6) Les actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles dans les pays tiers devraient pouvoir concerner aussi

⁽¹⁾ Règlement (CE) n° 2826/2000 du Conseil du 19 décembre 2000 relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur (JO L 328 du 23.12.2000, p. 2). Règlement modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 1182/2007 (JO L 273 du 17.10.2007, p. 1).

⁽²⁾ Règlement (CE) n° 2702/1999 du Conseil du 14 décembre 1999 relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles dans les pays tiers (JO L 327 du 21.12.1999, p. 7). Règlement modifié par le règlement (CE) n° 2060/2004 (JO L 357 du 2.12.2004, p. 3).

▼B

bien des produits qui bénéficient de restitutions à l'exportation que des produits n'en bénéficiant pas.

- (7) La réalisation des actions devrait être assurée dans le cadre de programmes d'information et de promotion. Il convient d'établir, en ce qui concerne les actions à réaliser sur le marché intérieur et pour assurer la cohérence et l'efficacité des programmes, des lignes directrices définissant, pour chaque produit ou secteur concerné, les orientations générales relatives aux éléments essentiels des programmes communautaires en question.
- (8) Compte tenu du caractère technique des tâches à accomplir, il convient de prévoir la possibilité pour la Commission d'être assistée d'un comité d'experts en communication ou de recourir à des assistants techniques.
- (9) Il convient de définir les critères du financement des actions. En règle générale, la Communauté ne devrait prendre en charge qu'une partie des coûts des actions afin de responsabiliser les organisations proposant ainsi que les États membres intéressés. Toutefois, dans des cas exceptionnels, il peut s'avérer opportun de ne pas exiger la participation financière de l'État membre concerné. En ce qui concerne l'information sur les systèmes communautaires en matière d'origine, de production biologique et d'étiquetage ainsi que sur les symboles graphiques prévus par la réglementation agricole, notamment pour les régions ultrapériphériques, un financement partagé entre la Communauté et les États membres peut se justifier en raison de la nécessité d'une information appropriée sur ces mesures relativement récentes.
- (10) Il y a lieu de prévoir que l'exécution des actions soit confiée, par des procédures appropriées, à des organismes disposant des structures et compétences nécessaires, afin d'assurer le meilleur rapport coût/efficacité des actions choisies.
- (11) En raison de l'expérience acquise et des résultats obtenus par le Conseil oléicole international dans son activité promotionnelle, il convient, toutefois, de prévoir que la Communauté puisse continuer à lui confier la réalisation d'actions entrant dans le domaine de sa compétence. Il convient également qu'elle puisse recourir à l'assistance d'organisations internationales similaires existant pour d'autres produits.
- (12) Afin de contrôler la bonne exécution des programmes ainsi que l'impact des actions, il y a lieu de prévoir un suivi efficace par les États membres, ainsi que l'évaluation des résultats par un organisme indépendant.
- (13) Il convient de traiter les dépenses liées au financement des actions prévues par le présent règlement, selon les cas, conformément au règlement (CE) n° 1290/2005 du Conseil du 21 juin 2005 relatif au financement de la politique agricole commune ⁽¹⁾.
- (14) Il y a lieu d'arrêter les mesures nécessaires pour la mise en œuvre du présent règlement en conformité avec la décision 1999/468/CE du Conseil du 28 juin 1999 fixant les modalités de l'exercice des compétences d'exécution conférées à la Commission ⁽²⁾,

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

⁽¹⁾ JO L 209 du 11.8.2005, p. 1. Règlement modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 1437/2007 (JO L 322 du 7.12.2007, p. 1).

⁽²⁾ JO L 184 du 17.7.1999, p. 23. Décision modifiée par la décision 2006/512/CE (JO L 200 du 22.7.2006, p. 11).

▼B*Article premier***Objet et champ d'application**

1. Les actions d'information et de promotion des produits agricoles et de leur mode de production, ainsi que des produits alimentaires à base de produits agricoles, réalisées sur le marché intérieur ou dans les pays tiers et visées à l'article 2, peuvent être financées par le budget communautaire, en tout ou en partie, dans les conditions prévues par le présent règlement.

Ces actions sont mises en œuvre dans le cadre d'un programme d'information et de promotion.

2. Les actions visées au paragraphe 1 ne sont pas orientées en fonction des marques commerciales et n'incitent pas à la consommation d'un produit en raison de son origine particulière. L'origine du produit faisant l'objet des actions peut, toutefois, être indiquée lorsqu'il s'agit d'une désignation faite au titre de la réglementation communautaire.

*Article 2***Actions d'information et de promotion**

1. Les actions visées à l'article 1^{er}, paragraphe 1, sont les suivantes:

- a) actions de relations publiques, de promotion et de publicité, notamment pour souligner les caractéristiques intrinsèques et les avantages des produits communautaires, en termes notamment de qualité, de sécurité des aliments, de méthodes de production spécifiques, d'aspects nutritionnels et sanitaires, d'étiquetage, de bien-être des animaux et de respect de l'environnement;
- b) campagnes d'information, notamment sur les régimes communautaires relatifs aux appellations d'origine protégées (AOP), aux indications géographiques protégées (IGP), aux spécialités traditionnelles garanties (STG) et à la production biologique, ainsi que sur d'autres régimes communautaires concernant les normes de qualité et l'étiquetage des produits agricoles et des denrées alimentaires, et sur les symboles graphiques prévus par la législation communautaire applicable;

▼M1

- c) actions d'information sur le système communautaire des vins avec appellation d'origine protégée ou indication géographique protégée, des vins avec indication de la variété à raisins de cuve et des boissons spiritueuses avec indication géographique protégée;

▼B

- d) études d'évaluation des résultats des actions d'information et de promotion.

▼M1

2. Sur le marché intérieur, les actions visées à l'article 1^{er}, paragraphe 1, peuvent inclure les actions d'information sur les modes de consommation responsables en matière de boisson et sur les méfaits de la consommation dangereuse d'alcool.

Sur le marché intérieur, les actions éligibles peuvent aussi prendre la forme d'une participation à des manifestations, des foires et expositions d'importance nationale ou européenne, au moyen de stands destinés à valoriser l'image des produits communautaires.

▼B

3. Dans les pays tiers, les actions visées à l'article 1^{er}, paragraphe 1, peuvent aussi prendre les formes suivantes:

- a) actions d'information sur le système communautaire des vins de table;

▼B

- b) participation à des manifestations, foires et expositions d'importance internationale, notamment au moyen de stands destinés à valoriser l'image des produits communautaires;
- c) études de marchés nouveaux, nécessaires à l'élargissement des débouchés;
- d) missions commerciales à haut niveau.

*Article 3***Secteurs et produits concernés**

1. Les secteurs ou produits pouvant faire l'objet des actions visées à l'article 1^{er}, paragraphe 1, à réaliser sur le marché intérieur, sont déterminés compte tenu des critères suivants:

- a) opportunité de la mise en valeur de la qualité, du caractère typique, des méthodes de production spécifiques, des aspects nutritionnels et sanitaires, de la sécurité alimentaire, du bien-être des animaux ou du respect de l'environnement des produits en cause, par des campagnes thématiques ou adressées à des cibles particulières;
- b) pratique d'un système d'étiquetage informant les consommateurs et de systèmes de traçabilité et de contrôle des produits;
- c) nécessité de faire face à des problèmes spécifiques ou conjoncturels dans un secteur déterminé;
- d) opportunité d'informer sur la signification des systèmes communautaires relatifs aux AOP, IGP, STG et aux produits biologiques;

▼M1

- e) opportunité d'informer sur la signification du système communautaire des vins avec appellation d'origine protégée ou indication géographique protégée, des vins avec indication de la variété à raisins de cuve et des boissons spiritueuses avec indication géographique protégée et nécessité d'informer sur les modes de consommation responsables en matière de boisson et sur les méfaits de la consommation dangereuse d'alcool.

▼B

2. Les produits pouvant faire l'objet des actions visées à l'article 1^{er}, paragraphe 1, à réaliser dans les pays tiers sont notamment les suivants:

- a) produits destinés à la consommation directe ou à la transformation, pour lesquels il existe des possibilités d'exportation ou de débouchés nouveaux dans les pays tiers, notamment sans l'octroi de restitutions;
- b) produits typiques ou de qualité avec une forte valeur ajoutée.

*Article 4***Listes des thèmes, produits et pays pouvant faire l'objet d'actions**

La Commission détermine, selon la procédure visée à l'article 16, paragraphe 2, les listes des thèmes et produits visés à l'article 3, ainsi que des pays tiers concernés. Ces listes sont revues tous les deux ans. Toutefois, en cas de besoin, ces listes peuvent être modifiées dans l'intervalle, selon la même procédure.

Lors du choix des pays tiers, il est tenu compte des marchés des pays tiers dans lesquels existe une demande réelle ou potentielle.



Article 5

Lignes directrices

1. Pour la promotion sur le marché intérieur, la Commission établit pour chacun des secteurs ou produits retenus, conformément à la procédure visée à l'article 16, paragraphe 2, les lignes directrices définissant les modalités de la stratégie à suivre dans les propositions de programmes d'information et de promotion.

Ces lignes directrices donnent des indications générales, notamment sur:

- a) les objectifs et cibles à atteindre;
- b) l'indication d'un ou de plusieurs thèmes devant faire l'objet des actions choisies;
- c) les types d'actions à entreprendre;
- d) la durée des programmes;
- e) en fonction des marchés et des types d'actions envisagés, la répartition indicative du montant disponible pour la participation financière communautaire à la réalisation des programmes.

En ce qui concerne la promotion des fruits et légumes frais, une attention particulière est accordée aux actions de promotion qui s'adressent aux enfants dans les établissements scolaires.

2. Pour la promotion dans les pays tiers, la Commission peut établir, conformément à la procédure visée à l'article 16, paragraphe 2, des lignes directrices définissant les modalités de la stratégie à suivre dans les propositions de programmes d'information et de promotion pour certains ou pour l'ensemble des produits visés à l'article 3, paragraphe 2.

Article 6

Organisations en charge de la réalisation d'actions d'information et de promotion

1. Pour la réalisation des actions visées à l'article 2, paragraphe 1, points a), b) et c), paragraphe 2, et paragraphe 3, points a), b) et c), conformément aux lignes directrices visées à l'article 5, paragraphe 1, et sous réserve du paragraphe 2 du présent article, la ou les organisations professionnelles ou interprofessionnelles représentatives du ou des secteurs concernés dans un ou plusieurs États membres ou à l'échelle communautaire établissent des propositions de programmes d'information et de promotion, d'une durée maximale de trois ans.

2. Lorsque des actions de promotion dans les pays tiers sont décidées dans le secteur de l'huile d'olive et des olives de table, la Communauté peut les réaliser par l'intermédiaire du Conseil oléicole international.

Pour d'autres secteurs, la Communauté peut avoir recours à l'assistance d'organisations internationales donnant des garanties analogues.

Article 7

Élaboration et transmission des programmes d'information et de promotion

1. Les États membres définissent des cahiers des charges prévoyant les conditions et critères d'évaluation des programmes d'information et de promotion.

Le ou les États membres concernés examinent l'opportunité des propositions de programmes et vérifient leur conformité avec le présent règlement, les lignes directrices élaborées au titre de l'article 5 et le cahier

▼B

des charges respectifs. Ils vérifient également le rapport qualité/prix des programmes en question.

Après examen du ou des programmes, le ou les États membres établissent une liste des programmes retenus, dans la limite des crédits disponibles, et s'engagent à participer à leur financement, s'il y a lieu.

2. Le ou les États membres transmettent à la Commission la liste des programmes visée au paragraphe 1, troisième alinéa, ainsi qu'une copie de ces programmes.

Si la Commission constate qu'un programme soumis ou certaines de ses actions ne sont pas conformes à la réglementation communautaire ou, en ce qui concerne les actions à réaliser sur le marché intérieur, aux lignes directrices visées à l'article 5, ou qu'ils n'offrent pas un bon rapport qualité/prix, elle informe, dans un délai à déterminer conformément à la procédure visée à l'article 16, paragraphe 2, le ou les États membres concernés de l'inéligibilité de tout ou partie de ce programme. En l'absence d'une telle information dans ledit délai, le programme est réputé éligible.

Le ou les États membres tiennent compte des observations éventuelles formulées par la Commission et transmettent à celle-ci les programmes révisés en accord avec la ou les organisations proposantes visées à l'article 6, paragraphe 1, dans un délai à déterminer conformément à la procédure visée à l'article 16, paragraphe 2.

*Article 8***Sélection des programmes d'information et de promotion**

1. La Commission décide, conformément à la procédure visée à l'article 16, paragraphe 2, quels programmes sont retenus et les budgets correspondants. Priorité est donnée aux programmes proposés par plusieurs États membres ou prévoyant des actions dans plusieurs États membres ou pays tiers.

2. Conformément à la procédure visée à l'article 16, paragraphe 2, la Commission peut fixer des limites inférieures ou supérieures en ce qui concerne les coûts réels des programmes retenus conformément au paragraphe 1 du présent article. Ces limites peuvent être modulées en fonction de la nature des programmes concernés. Les critères appliqués peuvent être définis conformément à la procédure visée à l'article 16, paragraphe 2.

▼M3*Article 9***Procédure à suivre en l'absence de programmes d'actions d'information pour le marché intérieur ou dans les pays tiers**

1. En l'absence de programmes à réaliser sur le marché intérieur, pour l'une ou plusieurs des actions d'information visées à l'article 2, paragraphe 1, point b), présentés conformément à l'article 6, paragraphe 1, le ou les États membres concernés définissent, sur la base des lignes directrices visées à l'article 5, paragraphe 1, un programme et le cahier des charges correspondant, et procèdent par appel d'offres public à la sélection de l'organisme chargé de l'exécution du programme qu'ils s'engagent à cofinancer.

2. En l'absence de programmes à réaliser dans les pays tiers, pour l'une ou plusieurs des actions d'information visées à l'article 2, paragraphe 1, points a), b) et c), présentés conformément à l'article 6, paragraphe 1, le ou les États membres concernés définissent, sur la base des lignes directrices visées à l'article 5, paragraphe 2, un programme et le cahier des charges correspondant, et procèdent par appel d'offres public à la sélection de l'organisme chargé de l'exécution du programme qu'ils s'engagent à cofinancer.

▼M3

L'organisme chargé de l'exécution du programme, finalement sélectionné par le ou les États membres concernés, peut être une organisation internationale, notamment lorsque le programme porte sur la promotion du secteur de l'huile d'olive et des olives de table dans les pays tiers.

3. Le ou les États membres soumettent à la Commission le programme retenu conformément aux paragraphes 1 et 2, accompagné d'un avis motivé sur:

- a) l'opportunité du programme;
- b) la conformité du programme et de l'organisme proposé avec le présent règlement et, le cas échéant, avec les lignes directrices applicables;
- c) une évaluation du rapport qualité/prix du programme;
- d) le choix de l'organisme chargé de l'exécution du programme.

4. Aux fins de l'examen des programmes par la Commission, l'article 7, paragraphe 2, et l'article 8, paragraphe 1, s'appliquent.

5. Conformément à la procédure visée à l'article 16, paragraphe 2, la Commission peut fixer des limites inférieures ou supérieures en ce qui concerne les coûts réels des programmes soumis conformément au paragraphe 3 du présent article. Ces limites peuvent être modulées en fonction de la nature des programmes concernés. Les critères appliqués peuvent être définis conformément à la procédure visée à l'article 16, paragraphe 2.

▼B*Article 10***Actions d'information et de promotion à réaliser à l'initiative de la Commission**

Après information du comité visé à l'article 16, paragraphe 1, ou, le cas échéant, du comité institué par l'article 14, paragraphe 1, du règlement (CEE) n° 2092/91 du Conseil du 24 juin 1991 concernant le mode de production biologique de produits agricoles et sa présentation sur les produits agricoles et les denrées alimentaires ⁽¹⁾, du comité permanent des indications géographiques et des appellations d'origine protégées institué par l'article 15, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 510/2006 du Conseil du 20 mars 2006 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires ⁽²⁾ ou du comité permanent des spécialités traditionnelles garanties institué par l'article 18, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 509/2006 du Conseil du 20 mars 2006 relatif aux spécialités traditionnelles garanties des produits agricoles et des denrées alimentaires ⁽³⁾, la Commission peut décider de réaliser une ou plusieurs des actions suivantes:

- a) pour des actions à réaliser sur le marché intérieur et dans les pays tiers:
 - i) les actions visées à l'article 2, paragraphe 1, point d), du présent règlement,
 - ii) les actions visées à l'article 2, paragraphe 1, points b) et c), et paragraphe 2, du présent règlement, lorsque ces actions présentent un intérêt communautaire ou qu'aucune proposition appropriée n'a été soumise conformément aux articles 6 et 9 du présent règlement;

⁽¹⁾ JO L 198 du 22.7.1991, p. 1. Règlement modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 1319/2007 de la Commission (JO L 293 du 10.11.2007, p. 3).

⁽²⁾ JO L 93 du 31.3.2006, p. 12. Règlement modifié par le règlement (CE) n° 1791/2006 (JO L 363 du 20.12.2006, p. 1).

⁽³⁾ JO L 93 du 31.3.2006, p. 1.

▼B

- b) pour des actions à réaliser dans les pays tiers:
 - i) les actions visées à l'article 2, paragraphe 3, point d), du présent règlement,
 - ii) les actions visées à l'article 2, paragraphe 1, point a), et paragraphe 3, points a), b) et c), du présent règlement, lorsque ces actions présentent un intérêt communautaire ou qu'aucune proposition appropriée n'a été soumise conformément aux articles 6 et 9 du présent règlement.

*Article 11***Organismes chargés de l'exécution des programmes et des actions**

1. La Commission choisit, sur la base d'une procédure d'appel d'offres ouvert ou restreint:

- a) les éventuels assistants techniques nécessaires pour l'évaluation des propositions de programmes prévue à l'article 7, paragraphe 2, y compris les organismes d'exécution proposés;
- b) le ou les organismes chargés de l'exécution des actions visées à l'article 10.

2. Après une mise en concurrence par des moyens appropriés, l'organisation proposante sélectionne les organismes qui mettent en œuvre les programmes retenus conformément à l'article 7, paragraphe 1.

Toutefois, dans certaines conditions à déterminer conformément à la procédure visée à l'article 16, paragraphe 2, l'organisation proposante peut être autorisée à mettre en œuvre elle-même certaines parties d'un programme.

3. Les organismes chargés de l'exécution d'actions d'information et de promotion doivent avoir une expertise des produits et des marchés concernés et disposer des moyens nécessaires pour assurer l'exécution la plus efficace possible des actions, en tenant compte de la dimension communautaire des programmes concernés.

*Article 12***Suivi des programmes**

1. Un groupe de suivi, composé de représentants de la Commission, des États membres concernés et des organisations proposantes, assure le suivi des programmes retenus, visés aux articles 8 et 9.

2. Les États membres concernés sont responsables de la bonne exécution des programmes retenus, visés aux articles 8 et 9, ainsi que des paiements y afférents. Les États membres veillent à ce que le matériel d'information et de promotion produit dans le cadre desdits programmes soit conforme à la réglementation communautaire.

*Article 13***Financement**

1. Sans préjudice du paragraphe 4, la Communauté finance entièrement les actions visées à l'article 10. La Communauté finance aussi entièrement le coût lié aux assistants techniques sélectionnés conformément à l'article 11, paragraphe 1, point a).

2. La participation financière de la Communauté aux programmes retenus visés aux articles 8 et 9 n'excède pas 50 % du coût réel des programmes. Dans le cas des programmes d'information et de promotion d'une durée de deux ou trois ans, la participation pour chaque année d'exécution ne peut dépasser ce plafond.

▼B

Le pourcentage visé au premier alinéa est de 60 % pour les actions de promotion des fruits et légumes destinées spécifiquement aux enfants dans les établissements scolaires de la Communauté.

▼M1

Le pourcentage visé au premier alinéa est de 60 % pour les actions d'information menées dans la Communauté sur les modes de consommation responsables en matière de boisson et sur les méfaits de la consommation dangereuse d'alcool.

▼B

3. Les organisations proposant participent au financement des programmes qu'elles ont proposés, à concurrence d'au moins 20 % du coût réel des programmes, le reste du financement étant à la charge du ou des États membres concernés, s'il y a lieu, compte tenu de la participation financière de la Communauté, visée au paragraphe 2.

Les parts respectives des États membres et des organisations proposant sont fixées lorsque le programme est soumis à la Commission conformément à l'article 7, paragraphe 2.

Les paiements effectués par les États membres ou les organisations proposant peuvent provenir de recettes parafiscales ou de contributions obligatoires.

4. En cas d'application de l'article 6, paragraphe 2, la Communauté octroie, après approbation du programme, une contribution appropriée à l'organisation internationale concernée.

5. Pour les programmes visés à l'article 9, les États membres intéressés prennent en charge la partie du financement non supportée par la Communauté.

Le financement des États membres peut provenir de recettes parafiscales.

▼M2

6. Par dérogation à l'article 180 du règlement (CE) n° 1234/2007 ⁽¹⁾ et à l'article 3 du règlement (CE) n° 1184/2006 ⁽²⁾, dans le cas des programmes qui sont admissibles au bénéfice d'un soutien communautaire au titre de l'article 36 du traité et que la Commission a retenus conformément à l'article 8, paragraphe 1, du présent règlement, les articles 87, 88 et 89 du traité ne s'appliquent pas aux paiements effectués par les États membres, à leurs participations financières ni aux participations financières provenant de recettes parafiscales ou de contributions obligatoires des États membres ou organisations proposant.

▼B*Article 14***Dépenses communautaires**

Le financement communautaire des actions visées à l'article 1^{er}, paragraphe 1, est effectué, selon le cas, conformément à l'article 3, paragraphe 1, point d), ou à l'article 3, paragraphe 2, point b), du règlement (CE) n° 1290/2005.

⁽¹⁾ Règlement (CE) n° 1234/2007 du Conseil du 22 octobre 2007 portant organisation commune des marchés dans le secteur agricole et dispositions spécifiques pour certains produits agricoles (règlement OCM unique) (JO L 299 du 16.11.2007, p. 1).

⁽²⁾ Règlement (CE) n° 1184/2006 du Conseil du 24 juillet 2006 portant application de certaines règles de concurrence à la production et au commerce des produits agricoles (JO L 214 du 4.8.2006, p. 7).



Article 15

Modalités d'application

Les modalités d'application du présent règlement sont arrêtées conformément à la procédure visée à l'article 16, paragraphe 2.

Article 16

Comité

1. La Commission est assistée par le comité de gestion pour l'organisation commune des marchés agricoles institué par l'article 195 du règlement (CE) n° 1234/2007 du Conseil du 22 octobre 2007 portant organisation commune des marchés dans le secteur agricole et dispositions spécifiques en ce qui concerne certains produits de ce secteur (règlement «OCM unique»)⁽¹⁾.

2. Dans le cas où il est fait référence au présent paragraphe, les articles 4 et 7 de la décision 1999/468/CE s'appliquent.

La période prévue à l'article 4, paragraphe 3, de la décision 1999/468/CE est fixée à un mois.

Article 17

Consultation

Avant d'établir les listes prévues à l'article 4, de définir les lignes directrices prévues à l'article 5, d'approuver les programmes visés aux articles 6 et 9, d'arrêter une décision sur les actions conformément à l'article 10 ou d'adopter les modalités d'application visées à l'article 15, la Commission peut consulter:

- a) le groupe consultatif «promotion des produits agricoles» institué par la décision 2004/391/CE de la Commission⁽²⁾;
- b) des groupes de travail techniques ad hoc, composés de membres du comité ou d'experts en matière de promotion et de publicité.

Article 18

Rapport

Au plus tard le 31 décembre 2010, la Commission présente au Parlement européen et au Conseil un rapport sur l'application du présent règlement, accompagnant, le cas échéant, de propositions appropriées.

Article 19

Abrogation

Les règlements (CE) n° 2702/1999 et (CE) n° 2826/2000 sont abrogés.

Les références faites aux règlements abrogés s'entendent comme faites au présent règlement et sont à lire selon les tableaux de correspondance figurant en annexe.

⁽¹⁾ JO L 299 du 16.11.2007, p. 1.

⁽²⁾ JO L 120 du 24.4.2004, p. 50.

▼B

Article 20

Entrée en vigueur

Le présent règlement entre en vigueur le septième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel de l'Union européenne*.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

▼C1

ANNEXE

TABLEAUX DE CORRESPONDANCE VISÉS À L'ARTICLE 19

1. Règlement (CE) n° 2702/1999

Règlement (CE) n° 2702/1999	Présent règlement
Article 1 ^{er}	Article 1 ^{er}
Article 2	Article 2
Article 3	Article 3, paragraphe 2
Article 4	Article 4, dernier alinéa
Article 5, paragraphe 1	Article 4, premier alinéa
Article 5, paragraphe 2	Article 5, paragraphe 2
Article 6	Article 6, paragraphe 2
Article 7, paragraphe 1, premier alinéa	Article 6, paragraphe 1
Article 7, paragraphe 1, deuxième alinéa, et paragraphe 2	Article 7, paragraphe 1
Article 7, paragraphe 3	Article 7, paragraphe 2
Article 7, paragraphes 4 et 6	Article 8
Article 7, paragraphe 5	Article 11, paragraphe 2
—	Article 9
Article 7 <i>bis</i>	Article 10
Article 8, paragraphes 1 et 2	Article 11, paragraphes 1 et 3
Article 8, paragraphes 3 et 4	Article 12
Article 9, paragraphes 1 à 4	Article 13, paragraphes 1 à 4
—	Article 13, paragraphe 5
Article 9, paragraphe 5	Article 13, paragraphe 6
Article 10	Article 14
Article 11	Article 15
Article 12	Article 16
Article 12 <i>bis</i>	Article 17
Article 13	Article 18
Article 14	Article 19
Article 15	Article 20

▼ C1

2. Règlement (CE) n° 2826/2000

Règlement (CE) n° 2826/2000	Présent règlement
Article 1 ^{er}	Article 1 ^{er}
Article 2	Article 2
Article 3	Article 3, paragraphe 1
Article 4	Article 4, premier alinéa
Article 5	Article 5, paragraphe 1
Article 6, paragraphe 1, premier alinéa	Article 6, paragraphe 1
Article 6, paragraphe 1, deuxième alinéa, et paragraphe 2	Article 7, paragraphe 1
Article 6, paragraphe 3	Article 7, paragraphe 2
Article 6, paragraphes 4 et 6	Article 8
Article 6, paragraphe 5	Article 11, paragraphe 2
Article 7	Article 9
Article 7 <i>bis</i>	Article 10
Article 8	Article 11, paragraphe 1
Article 9	Article 13
Article 10, paragraphe 1	Article 11, paragraphe 3
Article 10, paragraphes 2 et 3	Article 12
Article 11	Article 14
Article 12	Article 15
Article 13	Article 16
Article 13 <i>bis</i>	Article 17
Article 14	Article 18
Article 15	Article 19
Article 16	—
Article 17	Article 20

RÈGLEMENT D'EXÉCUTION (UE) N° 688/2011 DE LA COMMISSION

du 18 juillet 2011

dérogeant, pour l'année 2011, au règlement (CE) n° 501/2008 en établissant un calendrier supplémentaire pour présenter et sélectionner les programmes d'information et de promotion des fruits et légumes frais sur le marché intérieur et dans les pays tiers

LA COMMISSION EUROPÉENNE,

convient dès lors de renforcer les possibilités d'exportation vers les pays tiers des fruits et légumes frais produits dans l'Union.

vu le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne,

vu le règlement (CE) n° 3/2008 du Conseil du 17 décembre 2007 relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers ⁽¹⁾, et notamment son article 15,

considérant ce qui suit:

- (1) L'article 3, paragraphe 1, point c), du règlement (CE) n° 3/2008 prévoit que les secteurs ou produits pouvant faire l'objet d'actions d'information et de promotion financés, en tout ou partie, par le budget de l'Union sont déterminés en tenant compte, notamment, de la nécessité de faire face à des problèmes spécifiques ou conjoncturels dans un secteur déterminé.
- (2) L'article 3, paragraphe 2, point a), du règlement (CE) n° 3/2008 prévoit que les produits pouvant faire l'objet d'actions d'information et de promotion financés, en tout ou partie, par le budget de l'Union et à réaliser dans les pays tiers sont notamment ceux pour lesquels il existe des possibilités d'exportation ou des débouchés nouveaux, notamment sans l'octroi de restitutions.
- (3) Le secteur des fruits et légumes frais est frappé par une crise sans précédent en raison d'une épidémie causée par la bactérie *Escherichia coli*. Cette épidémie a provoqué une crise de confiance des consommateurs, qui s'est traduite par une baisse substantielle de la consommation. Il convient dès lors de renforcer la confiance des consommateurs dans les fruits et légumes frais produits dans l'Union.
- (4) Cette crise de confiance a également provoqué des difficultés économiques aiguës, susceptibles de mettre en péril la survie économique de bon nombre d'exploitations dans le secteur des fruits et légumes frais de l'Union. Il

- (5) Dans ce contexte, il apparaît utile d'offrir aux organisations professionnelles du secteur des fruits et légumes frais la possibilité de bénéficier d'un cofinancement de l'Union dans le cadre du règlement (CE) n° 3/2008 et de pouvoir introduire à cette fin, au cours des prochaines semaines, des programmes d'information et de promotion auprès des autorités nationales compétentes, en vue de leur sélection et, le cas échéant, de leur adoption par la Commission avant la fin de l'année en cours. Ces programmes pourront être présentés en dehors du rythme annuel d'adoption des programmes et du calendrier ordinaire établi par le règlement (CE) n° 501/2008 de la Commission du 5 juin 2008 portant modalités d'application du règlement (CE) n° 3/2008 du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers ⁽²⁾, en ses articles 8 et 11.
- (6) Il y a lieu de déroger, par conséquent, pour les programmes d'information et de promotion des fruits et légumes frais visant le marché intérieur et les pays tiers, et pour l'année 2011, au règlement (CE) n° 501/2008.
- (7) Le comité de gestion de l'organisation commune des marchés agricoles n'a pas émis d'avis dans le délai imparti par son président,

A ADOPTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

Article premier

Pour l'année 2011 et sans préjudice du calendrier annuel ordinaire prévu à l'article 8, paragraphe 1, deuxième alinéa, et à l'article 11, paragraphes 1 et 3, du règlement (CE) n° 501/2008, le calendrier supplémentaire suivant est appliqué pour les programmes d'information et de promotion des fruits et légumes frais visant le marché intérieur et les pays tiers:

⁽¹⁾ JO L 3 du 5.1.2008, p. 1.

⁽²⁾ JO L 147 du 6.6.2008, p. 3.

- a) les organisations professionnelles et interprofessionnelles représentatives du secteur des fruits et légumes frais peuvent présenter leurs programmes aux États membres jusqu'au 16 août 2011;

- c) la Commission décide, au plus tard le 15 novembre 2011, quels programmes elle peut cofinancer.

- b) les États membres communiquent à la Commission la liste provisoire des programmes sélectionnés, au plus tard le 15 septembre 2011;

Article 2

Le présent règlement entre en vigueur le septième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel de l'Union européenne*.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le 18 juillet 2011.

Par la Commission
Le président
José Manuel BARROSO

Annexe A2

**Règlement (CE) n°501/2008 de la Commission, du 5 juin 2008,
portant modalités d'application
du règlement (CE) n° 3/2008 du Conseil
relatif à des actions d'information et de promotion
en faveur des produits agricoles
sur le marché intérieur et dans les pays tiers**

Version consolidée du 27/12/2008 après modifications par le règlement
(CE) n°1313/2008 de la Commission, du 19 décembre 2008.

**Règlement d'exécution (UE) n°688/2011 de la Commission du 18
juillet 2011 dérogeant, pour l'année 2011, au règlement (CE)
n°501/2008 en établissant un calendrier supplémentaire pour
présenter et sélectionner des programmes d'information et de
promotion des fruits et légumes frais sur le marché intérieur et
dans les pays tiers**

Ce document constitue un outil de documentation et n'engage pas la responsabilité des institutions

► **B**

RÈGLEMENT (CE) N° 501/2008 DE LA COMMISSION

du 5 juin 2008

portant modalités d'application du règlement (CE) n° 3/2008 du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers

(JO L 147 du 6.6.2008, p. 3)

Modifié par:

		Journal officiel		
		n°	page	date
► <u>M1</u>	Règlement (CE) n° 1313/2008 de la Commission du 19 décembre 2008	L 344	61	20.12.2008

**RÈGLEMENT (CE) N° 501/2008 DE LA COMMISSION****du 5 juin 2008****portant modalités d'application du règlement (CE) n° 3/2008 du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers**

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté européenne,

vu le règlement (CE) n° 3/2008 du Conseil du 17 décembre 2007 relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers ⁽¹⁾, et notamment son article 4, et ses articles 5, 9, et 15,

considérant ce qui suit:

- (1) Le règlement (CE) n° 3/2008 prévoit que la Commission détermine les modalités d'exécution des programmes d'information et de promotion cofinancés par le budget communautaire.
- (2) Compte tenu de l'expérience acquise, des perspectives d'évolution des marchés tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de la Communauté, ainsi que du nouveau contexte des échanges internationaux, il est indiqué de développer une politique globale et cohérente d'information et de promotion concernant les produits agricoles et leur mode de production ainsi que des produits alimentaires à base de produits agricoles, sur le marché intérieur et les marchés des pays tiers, sans toutefois inciter à la consommation d'un produit en raison de son origine particulière. Dans un souci de clarté, il convient donc d'abroger le règlement (CE) n° 1071/2005 de la Commission du 1^{er} juillet 2005 portant modalités d'application du règlement (CE) n° 2826/2000 du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur ⁽²⁾ et le règlement (CE) n° 1346/2005 de la Commission du 16 août 2005 portant modalités d'application du règlement (CE) n° 2702/1999 du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles dans les pays tiers ⁽³⁾ et de les remplacer par un règlement unique, tout en conservant, dans des chapitres distincts, les spécificités des actions en fonction de leur lieu de réalisation.
- (3) Dans un souci de bonne gestion, il convient de prévoir l'établissement et la mise à jour périodique de la liste des thèmes, des produits et des marchés faisant l'objet des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles, la désignation d'autorités nationales responsables de l'application du présent règlement, ainsi que la durée des programmes.
- (4) Dans un souci d'information et de protection des consommateurs, il convient de prévoir que tout message faisant référence à des effets sur la santé relatif à un produit agricole, destiné aux consommateurs et aux autres cibles, dans le cadre des programmes sur le marché intérieur, ait une base scientifique reconnue et que les sources de cette information soient reconnues.

⁽¹⁾ JO L 3 du 5.1.2008, p. 1.

⁽²⁾ JO L 179 du 11.7.2005, p. 1. Règlement modifié par le règlement (CE) n° 1022/2006 (JO L 184 du 6.7.2006, p. 3).

⁽³⁾ JO L 212 du 17.8.2005, p. 16.

▼B

- (5) Afin d'éviter tout risque de distorsion de concurrence, il y a lieu d'établir, d'une part, les lignes directrices et les orientations générales à suivre en matière de produits faisant l'objet de campagnes d'information et de promotion sur le marché intérieur et, d'autre part, les règles à suivre en matière de référence à l'origine particulière des produits faisant l'objet de campagnes d'information et de promotion dans les pays tiers.
- (6) Dans un souci de sécurité juridique, il convient de préciser que les programmes proposés pour le marché intérieur doivent respecter notamment l'ensemble de la législation communautaire relative aux produits concernés et à leur commercialisation, ainsi que lesdites lignes directrices.
- (7) Il apparaît approprié, afin d'établir une uniformité dans les modalités de choix des organismes d'exécution et de sélection des programmes, dans les pays tiers, d'appliquer les mêmes règles aux actions à réaliser par les organisations internationales visées à l'article 6, paragraphe 2, du règlement (CE) n° 3/2008. Dans un but de sécurité juridique, il convient que les messages diffusés dans le cadre des programmes soient conformes à la législation des pays tiers ciblés.
- (8) Il y a lieu de définir la procédure de présentation des programmes et de choix de l'organisme d'exécution, de manière à assurer la concurrence la plus large et la libre circulation des services, en tenant compte, dans le cas où l'organisation proposante est un organisme public, des dispositions de la directive 2004/18/CE du Parlement européen et du Conseil du 31 mars 2004 relative à la coordination des procédures de passation des marchés publics de travaux, de fournitures et de services ⁽¹⁾.
- (9) Le règlement (CE) n° 3/2008 prévoit la possibilité pour les organisations proposant de mettre elles-mêmes en œuvre certaines parties des programmes, de sélectionner les organismes d'exécution à un stade ultérieur de la procédure, et de maintenir le niveau de la contribution communautaire à un niveau constant et n'excédant pas 50 % du coût réel de chaque phase du programme, et de 60 % pour les actions prévues dans le secteur des fruits et légumes s'adressant aux enfants dans les établissements scolaires de la Communauté. Il convient de prévoir les modalités d'application de ces dispositions.
- (10) Il y a lieu d'établir les critères de sélection des programmes par les États membres et les critères d'examen des programmes sélectionnés par la Commission, de manière à assurer le respect des règles communautaires et l'efficacité des actions à réaliser. Après examen des programmes, la Commission doit décider quels sont les programmes acceptés et déterminer les budgets y afférents.
- (11) Pour les programmes visant les pays tiers, il est nécessaire, dans un souci d'efficacité des actions communautaires, que les États membres assurent la cohérence et la complémentarité des programmes approuvés avec les programmes nationaux ou régionaux, et il y a lieu de définir les critères préférentiels du choix des programmes de manière à optimiser leur impact.
- (12) En cas de programmes intéressant plusieurs États membres, il convient de prévoir les mesures qui assurent la concertation entre ceux-ci pour la présentation et l'examen des programmes.
- (13) Dans un souci de bonne gestion financière, les modalités de la participation financière des États membres et des organisations proposant doivent être précisées dans les programmes.
- (14) Afin d'éviter un risque de double financement, il convient d'exclure du soutien au titre du règlement (CE) n° 3/2008 les

⁽¹⁾ JO L 134 du 30.4.2004, p. 114. Directive modifiée en dernier lieu par le règlement (CE) n° 213/2008 de la Commission (JO L 74 du 15.3.2008, p. 1).

▼B

actions d'information et de promotion sur le marché intérieur, recevant un soutien au titre du règlement (CE) n° 1698/2005 du Conseil du 20 septembre 2005 concernant le soutien au développement rural par le Fonds européen agricole pour le développement rural (Feader) ⁽¹⁾.

- (15) Les diverses modalités d'exécution des engagements doivent faire l'objet de contrats conclus entre les intéressés et les autorités nationales compétentes dans un délai raisonnable, sur la base de modèles de contrats mis à la disposition des États membres par la Commission.
- (16) Afin de garantir la bonne exécution du contrat, il convient que le contractant constitue une garantie en faveur de l'autorité nationale compétente, égale à 15 % des contributions de la Communauté et des États membres concernés. Dans le même but, une garantie doit être constituée en cas de demande d'une avance pour chaque phase annuelle.
- (17) Les contrôles à réaliser par les États membres doivent être définis.
- (18) Il convient de préciser que l'exécution des mesures prévues dans les contrats constitue une exigence principale au sens de l'article 20 du règlement (CEE) n° 2220/85 de la Commission du 22 juillet 1985 fixant les modalités communes d'application du régime des garanties pour les produits agricoles ⁽²⁾.
- (19) Pour les exigences de gestion budgétaire, il est indispensable de prévoir une sanction pécuniaire en cas de non-respect du délai de présentation des demandes de paiements intermédiaires ou en cas de retard dans les paiements des États membres.
- (20) Dans un souci de bonne gestion financière et pour éviter le risque que les versements prévus épuisent la participation financière de la Communauté de manière qu'il n'y ait plus de solde à payer, il convient de prévoir que l'avance et les différents paiements intermédiaires ne puissent pas dépasser 80 % de la contribution communautaire et de celle des États membres. Dans le même souci, la demande de solde doit parvenir à l'autorité nationale compétente dans un délai déterminé.
- (21) Il convient que les États membres vérifient tout le matériel d'information et de promotion produit dans le cadre des programmes. Les conditions de son utilisation après la fin des programmes doivent être définies.
- (22) À la lumière de l'expérience acquise, et afin de surveiller la bonne exécution des programmes, il convient de préciser les modalités du suivi assuré par le groupe établi à cette fin par le règlement (CE) n° 3/2008.
- (23) Il apparaît nécessaire que les États membres exercent un contrôle de l'exécution des actions et que la Commission soit tenue informée des résultats des mesures de vérification et de contrôle prévues au présent règlement. Dans un souci de bonne gestion financière, il convient de prévoir une collaboration entre les États membres, lorsque les actions sont réalisées dans un État membre autre que celui où est établie l'organisation contractante compétente.
- (24) Afin de protéger efficacement les intérêts financiers de la Communauté, il importe d'adopter des mesures adéquates pour lutter contre les fraudes et les négligences graves. Des remboursements et des sanctions doivent être instaurés à cette fin.

⁽¹⁾ JO L 277 du 21.10.2005, p. 1. Règlement modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 146/2008 (JO L 46 du 21.2.2008, p. 1).

⁽²⁾ JO L 205 du 3.8.1985, p. 5. Règlement modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 1913/2006 (JO L 365 du 21.12.2006, p. 52).

▼B

- (25) Il convient d'établir clairement que, pour les programmes multi-annuels, un rapport d'évaluation interne doit être présenté après l'achèvement de chaque phase annuelle, même lorsque aucune demande de versement n'est présentée.
- (26) Le taux d'intérêt que doit verser le bénéficiaire d'un paiement indu doit être aligné sur le taux d'intérêt pour les créances non remboursées à leur date d'échéance, visé à l'article 86 du règlement (CE, Euratom) n° 2342/2002 de la Commission du 23 décembre 2002 établissant les modalités d'exécution du règlement (CE, Euratom) n° 1605/2002 du Conseil portant règlement financier applicable au budget général des Communautés européennes ⁽¹⁾.
- (27) Les mesures prévues au présent règlement sont conformes à l'avis du comité de gestion pour l'organisation commune des marchés agricoles,

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

CHAPITRE I

DISPOSITIONS GÉNÉRALES

Article premier

Objet et définition

1. Le présent règlement établit les modalités d'application du règlement (CE) n° 3/2008, notamment en ce qui concerne l'élaboration, la sélection, la mise en œuvre, le financement et le contrôle des programmes visés à l'article 6 dudit règlement.

2. On entend par «programme» un ensemble d'actions cohérentes qui revêtent une ampleur suffisante pour contribuer à accroître l'information sur les produits concernés ainsi que leur écoulement.

Article 2

Désignation des autorités compétentes

Les États membres désignent les autorités compétentes chargées de l'application du présent règlement (ci-après «autorités nationales compétentes»).

Ils communiquent à la Commission les noms et coordonnées complètes des autorités désignées ainsi que toute modification à cet égard.

La Commission met ces informations à la disposition du public sous une forme appropriée.

Article 3

Durée des programmes

Les programmes sont réalisés sur une période d'au moins une année et de trois années au plus à compter de la date de prise d'effet du contrat, visé à l'article 16, paragraphe 1, y afférent.

⁽¹⁾ JO L 357 du 31.12.2002, p. 1. Règlement modifié en dernier lieu par le règlement (CE, Euratom) n° 478/2007 (JO L 111 du 28.4.2007, p. 13).



Article 4

Caractéristiques des messages d'information et de promotion pour les programmes visant le marché intérieur

1. Dans le respect des critères visés à l'article 3, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 3/2008, tout message d'information ou de promotion destiné aux consommateurs et aux autres cibles dans le cadre des programmes (ci-après «le message») est fondé sur les qualités intrinsèques du produit concerné ou ses caractéristiques.

2. Toute référence à l'origine des produits doit être secondaire par rapport au message principal transmis par la campagne. Toutefois, l'indication de l'origine d'un produit peut apparaître dans le cadre d'une action d'information ou de promotion, lorsqu'il s'agit d'une désignation faite au titre de la réglementation communautaire, ou d'un produit témoin nécessaire pour illustrer les actions d'information ou de promotion.

3. Dans les messages à diffuser, toute référence à des effets sur la santé de la consommation des produits concernés est fondée sur des données scientifiques généralement reconnues.

Les messages faisant référence à de tels effets doivent être acceptés par l'autorité nationale compétente en matière de santé publique.

L'organisation professionnelle ou interprofessionnelle, visée à l'article 6, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 3/2008 et proposant un programme, tient à la disposition de l'État membre concerné et de la Commission la liste des études scientifiques et des opinions des institutions scientifiques autorisées sur lesquelles sont fondés les messages du programme faisant référence à des effets sur la santé.

Article 5

Caractéristiques des messages d'information et de promotion pour les programmes visant les pays tiers

1. Tout message est fondé sur les qualités intrinsèques du produit concerné ou ses caractéristiques.

Les messages doivent être conformes à la législation applicable dans les pays tiers auxquels ils sont destinés.

2. Toute référence à l'origine des produits doit être secondaire par rapport au message principal transmis par la campagne. Toutefois, l'indication de l'origine d'un produit peut apparaître dans le cadre d'une action d'information ou de promotion, lorsqu'il s'agit d'une désignation faite au titre de la réglementation communautaire, ou d'un produit témoin nécessaire pour illustrer les actions d'information ou de promotion.

Article 6

Objet des actions à réaliser et budgets indicatifs

1. La liste des thèmes et des produits pouvant faire l'objet des actions à réaliser sur le marché intérieur, conformément à l'article 3, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 3/2008, figure à l'annexe I, partie A, du présent règlement.

Elle est mise à jour tous les deux ans, au plus tard le 31 mars.

2. La liste des produits pouvant faire l'objet des actions à réaliser dans les pays tiers conformément à l'article 3, paragraphe 2, du règlement (CE) n° 3/2008 figure à l'annexe II, partie A, du présent règlement. La liste des marchés tiers dans lesquels ces actions peuvent être réalisées figure à l'annexe II, partie B.

▼B

Les listes sont mises à jour tous les deux ans, au plus tard le 31 décembre.

3. Les budgets indicatifs annuels pour les différents secteurs figurent à l'annexe III.

CHAPITRE II

SÉLECTION DES PROGRAMMES VISÉS AUX ARTICLES 6 À 8 DU RÈGLEMENT (CE) N° 3/2008*Article 7***Programmes visant les pays tiers réalisés en collaboration avec des organisations internationales**

1. En cas d'application de l'article 6, paragraphe 2, du règlement (CE) n° 3/2008, les organisations internationales visées audit article présentent, à la demande de la Commission, des propositions de programmes envisagés pour l'année suivante.

Les conditions d'octroi et de versement de la contribution communautaire, visées à l'article 13, paragraphe 4, du règlement (CE) n° 3/2008, sont réglées par une convention de subvention conclue entre la Communauté et l'organisation internationale concernée.

2. La directive 2004/18/CE s'applique dans le cas de la réalisation des actions par les organisations internationales visées à l'article 6, paragraphe 2, du règlement (CE) n° 3/2008.

*Article 8***Présentation des programmes**

1. Pour la réalisation des actions faisant partie des programmes, l'État membre intéressé procède chaque année à des appels de propositions.

Au plus tard le 30 novembre, en ce qui concerne le marché intérieur, et au plus tard le 31 mars, en ce qui concerne les pays tiers, les organisations professionnelles ou interprofessionnelles de la Communauté, représentatives des secteurs concernés (ci-après «organisations proposant»), présentent leurs programmes à l'État membre.

Les programmes sont soumis dans un format établi par la Commission et disponible sur son site internet. Ce format est annexé aux appels de propositions visés au premier alinéa.

2. Les programmes présentés conformément au paragraphe 1 doivent:

- a) respecter la réglementation communautaire relative aux produits concernés et à leur commercialisation;
- b) respecter le cahier des charges contenant des critères d'exclusion, de sélection et d'attribution diffusés par les États membres intéressés à cette fin;
- c) être suffisamment développés pour que leur conformité avec la réglementation applicable et leur rapport coût/efficacité puissent être évalués.

3. En vue de la mise en œuvre de ses programmes, chaque organisation proposante choisit, après une mise en concurrence selon des moyens appropriés et vérifiés par l'État membre, un ou plusieurs organismes d'exécution. Au cas où ce choix a été effectué avant la présentation du programme, l'organisme d'exécution peut participer à l'élaboration de celui-ci.



Article 9

Sélection préalable des programmes par les États membres

1. Les États membres établissent la liste provisoire des programmes qu'ils sélectionnent sur la base des critères fixés dans le cahier des charges visé à l'article 8, paragraphe 2, point b).
2. Les programmes visant les pays tiers sont examinés par les États membres en fonction, notamment, des critères suivants:
 - a) la cohérence des stratégies proposées avec les objectifs fixés;
 - b) la qualité des actions proposées;
 - c) l'impact prévisible de leur réalisation en termes d'évolution de la demande des produits concernés;
 - d) les garanties d'efficacité et de représentativité des organisations proposantes;
 - e) les capacités techniques et les garanties d'efficacité de l'organisme d'exécution proposé.
3. Les programmes visant le marché intérieur respectent, outre les obligations prévues à l'article 8 et au présent article, les lignes directrices pour la promotion sur le marché intérieur, visées à l'article 5, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 3/2008 et figurant à l'annexe I, partie B, du présent règlement.
4. Dans le cas où un programme intéressant plusieurs États membres est envisagé, les États membres concernés se concertent pour sélectionner le programme et nomment un État membre coordinateur. Ils s'engagent notamment à participer à leur financement conformément à l'article 14, paragraphe 2, et à établir entre eux une collaboration administrative afin de faciliter le suivi, l'exécution et le contrôle des programmes.
5. Pour les programmes visant les pays tiers, chaque État membre veille à la concordance des actions nationales ou régionales prévues avec celles cofinancées au titre du règlement (CE) n° 3/2008, ainsi qu'à la complémentarité des programmes présentés avec les campagnes nationales ou régionales.

Article 10

Priorité dans la sélection des programmes visant les pays tiers

1. Parmi les programmes visés à l'article 6, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 3/2008 présentés par plusieurs États membres, une préférence sera donnée, pour les programmes visant les pays tiers, à ceux qui concernent un ensemble de produits et mettent l'accent, notamment, sur les aspects liés à la qualité, à la valeur nutritionnelle et à la sécurité alimentaire de la production communautaire.
2. Dans le cas de programmes, intéressant un seul État membre ou un seul produit, une préférence sera donnée à ceux qui mettent en évidence l'intérêt communautaire en termes, notamment, de qualité, de valeur nutritionnelle ainsi que de sécurité et de représentativité de la production agricole et alimentaire européenne.

Article 11

Sélection des programmes par la Commission

1. Chaque année, au plus tard le 15 février, en ce qui concerne le marché intérieur, et au plus tard le 30 juin, en ce qui concerne les pays tiers, les États membres communiquent à la Commission la liste visée à l'article 9, paragraphe 1, incluant, le cas échéant, la liste des organismes

▼B

d'exécution qu'ils ont retenus, lorsque ceux-ci ont déjà été choisis conformément à l'article 8, paragraphe 3, ainsi qu'une copie des programmes.

Dans le cas de programmes intéressant plusieurs États membres, cette communication est effectuée d'un commun accord par les États membres concernés.

2. La Commission informe les États membres concernés si elle constate la non-conformité totale ou partielle d'un programme présenté:

- a) avec la réglementation communautaire; ou
- b) avec les lignes directrices, en ce qui concerne le marché intérieur; ou
- c) avec les critères visés à l'article 9, paragraphe 2, en ce qui concerne les pays tiers.

L'information visée au premier alinéa intervient dans les soixante jours de calendrier suivant la réception de la liste visée à l'article 9, paragraphe 1.

3. Conformément à l'article 7, paragraphe 2, troisième alinéa, du règlement (CE) n° 3/2008, les États membres transmettent les programmes révisés à la Commission dans un délai de trente jours de calendrier après l'information visée au paragraphe 2 du présent article.

Après vérification des programmes révisés, la Commission décide, au plus tard le 30 juin, en ce qui concerne le marché intérieur et, au plus tard le 30 novembre, en ce qui concerne les pays tiers, quels programmes elle peut cofinancer conformément à la procédure visée à l'article 16, paragraphe 2, du règlement (CE) n° 3/2008.

4. La ou les organisations proposantes sont responsables de la bonne exécution et de la gestion du programme retenu.

*Article 12***Approbation par l'État membre des organismes d'exécution**

1. La sélection de l'organisme d'exécution conformément à l'article 8, paragraphe 3, est approuvée par l'État membre qui en informe la Commission avant la signature du contrat visé à l'article 16, paragraphe 1.

2. L'État membre vérifie que l'organisme d'exécution sélectionné dispose des moyens financiers et techniques nécessaires pour assurer l'exécution la plus efficace des actions, conformément à l'article 11, paragraphe 3, du règlement (CE) n° 3/2008. Il informe la Commission de la procédure suivie à cette fin.

*Article 13***Mise en œuvre de certaines parties d'un programme par l'organisation proposante**

1. Une organisation proposante peut mettre en œuvre certaines parties d'un programme conformément à l'article 11, paragraphe 2, du règlement (CE) n° 3/2008 sous les conditions suivantes:

- a) l'organisation proposante remplit les obligations énoncées de l'article 11, paragraphe 3, du règlement (CE) n° 3/2008;
- b) l'organisation proposante dispose d'une expérience d'au moins cinq années dans l'exécution du même type d'action;
- c) la partie du programme réalisée par l'organisation proposante ne représente pas plus de 50 % de son coût total, sauf dans des cas exceptionnels dûment justifiés et après autorisation écrite de la Commission;

▼B

- d) l'organisation proposante s'assure que le coût des actions qu'elle compte réaliser elle-même ne dépasse pas les tarifs pratiqués couramment sur le marché.

L'État membre vérifie que ces conditions soient respectées.

2. Au cas où l'organisation proposante est un organisme de droit public au sens de l'article 1^{er}, paragraphe 9, deuxième alinéa, de la directive 2004/18/CE, les États membres prennent les mesures nécessaires pour que les pouvoirs adjudicateurs fassent respecter les dispositions de ladite directive.

CHAPITRE III

MODALITÉS DE FINANCEMENT DES PROGRAMMES

Article 14

Modalités de financement générales

1. La participation financière de la Communauté est versée aux États membres concernés.
2. Au cas où plusieurs États membres participent au financement d'un programme, leur quote-part complète la participation financière de l'organisation proposante établie sur leurs territoires respectifs. Dans ce cas, la participation financière de la Communauté ne dépasse pas les limites visées à l'article 13, paragraphe 2, du règlement (CE) n° 3/2008.
3. Les participations financières prévues à l'article 13 du règlement (CE) n° 3/2008 sont mentionnées dans le programme communiqué à la Commission.

Article 15

Règles spécifiques pour le marché intérieur

1. En cas d'application de l'article 9 du règlement (CE) n° 3/2008, la procédure prévue à l'article 11, paragraphes 1, 2 et 3, du présent règlement ainsi que les articles 14 à 23 du présent règlement s'appliquent.
Pour les programmes prévus à l'article 9 du règlement (CE) n° 3/2008, les contrats sont conclus entre les États membres concernés et les organismes d'exécution retenus.
2. Les activités d'information et de promotion recevant un soutien en vertu du règlement (CE) n° 1698/2005 ne peuvent pas bénéficier d'une participation financière de la Communauté en vertu du présent règlement.

Article 16

Conclusion des contrats et dépôt des garanties

1. Dès l'adoption de la décision de la Commission visée à l'article 11, paragraphe 3, chaque organisation proposante est informée par l'État membre de la suite donnée à sa demande.
Les États membres concluent des contrats avec les organisations proposantes retenues dans un délai de quatre-vingt-dix jours de calendrier suivant la notification de la décision de la Commission visée à l'article 11, paragraphe 3. Après expiration de ce délai, aucun contrat ne peut plus être conclu sans l'autorisation préalable de la Commission.
2. Les États membres utilisent les modèles de contrat que la Commission met à leur disposition.

▼B

Le cas échéant, les États membres peuvent modifier certaines conditions des modèles de contrats pour tenir compte des règles nationales, seulement dans la mesure où cela ne porte pas atteinte à la législation communautaire.

3. Le contrat ne peut être conclu par les deux parties qu'après la constitution, par l'organisation proposante au profit de l'État membre, dans les conditions prévues par le titre III du règlement (CEE) n° 2220/85, d'une garantie égale à 15 % du montant maximal annuel du financement de la Communauté et des États membres concernés, destinée à garantir la bonne exécution du contrat.

Toutefois, si l'organisation contractante est un organisme de droit public ou si elle agit sous la tutelle d'un tel organisme, une garantie écrite de son autorité de tutelle, couvrant le pourcentage visé au premier alinéa, peut être acceptée par l'autorité nationale compétente, pour autant que ladite autorité de tutelle prenne à son compte:

- a) l'engagement de veiller à l'exécution correcte des obligations souscrites;
- b) la vérification que les sommes reçues sont bien utilisées pour l'exécution des obligations souscrites.

La preuve de la constitution de la garantie doit parvenir à l'État membre avant l'expiration du délai visé au paragraphe 1.

4. L'exigence principale au sens de l'article 20 du règlement (CEE) n° 2220/85 est l'exécution des mesures prévues dans le contrat.

5. L'État membre transmet immédiatement une copie du contrat et la preuve de la constitution de la garantie à la Commission.

Il lui communique également copie du contrat conclu par l'organisation proposante sélectionnée avec l'organisme d'exécution. Ce dernier contrat prévoit l'obligation de l'organisme d'exécution de se soumettre aux contrôles visés à l'article 25.

Article 17

Régime des avances

1. Dans les trente jours de calendrier qui suivent la signature du contrat visé à l'article 16, paragraphe 1, et, dans le cas de programmes pluriannuels, dans les trente jours qui suivent le début de chaque période de douze mois, l'organisation contractante peut présenter à l'État membre une demande d'avance accompagnée de la garantie visée au paragraphe 3 du présent article. Après expiration du délai, l'avance ne peut plus être demandée.

Chaque avance couvre au maximum 30 % du montant de la contribution communautaire annuelle ainsi que de celle du ou des États membres concernés, visées respectivement aux paragraphes 2 et 3 de l'article 13 du règlement (CE) n° 3/2008.

2. Le paiement d'une avance par l'État membre intervient dans les trente jours de calendrier suivant le dépôt de la demande d'avance. Sauf cas de force majeure, tout retard dans les versements donne lieu à une réduction du montant de l'avance mensuelle versée par la Commission à l'État membre, conformément aux règles prévues à l'article 9 du règlement (CE) n° 883/2006 de la Commission ⁽¹⁾.

3. Le paiement d'une avance est subordonné à la constitution par l'organisation contractante, en faveur de l'État membre, d'une garantie d'un montant égal à 110 % de cette avance, dans les conditions prévues par le titre III du règlement (CEE) n° 2220/85. L'État membre transmet immédiatement à la Commission une copie de chaque demande d'avance et une preuve de la constitution de la garantie correspondante.

⁽¹⁾ JO L 171 du 23.6.2006, p. 1.

▼B

Toutefois, si l'organisation contractante est un organisme de droit public ou si elle agit sous la tutelle d'un tel organisme, une garantie écrite de son autorité de tutelle, couvrant le pourcentage visé au premier alinéa, peut être acceptée par l'autorité nationale compétente, pour autant que ladite autorité de tutelle s'engage à verser le montant couvert par la garantie au cas où le droit au montant avancé n'a pas été établi.

*Article 18***Paiements intermédiaires**

1. Les demandes de paiement intermédiaire de la contribution communautaire et de la contribution des États membres sont introduites par les organisations proposantes auprès des États membres avant la fin du mois calendrier suivant celui de l'expiration de chaque période de trois mois calculée à partir de la date de signature du contrat visé à l'article 16, paragraphe 1.

Ces demandes concernent les paiements effectués durant la période trimestrielle en question et sont accompagnées d'un état récapitulatif financier, des copies des factures et pièces justificatives y afférentes et d'un rapport intermédiaire d'exécution du contrat pour la période trimestrielle en question (ci-après «rapport trimestriel»). Lorsque aucun paiement n'a été effectué ou qu'aucune activité n'a eu lieu durant la période trimestrielle en question, ces documents sont transmis à l'autorité nationale compétente dans le délai visé au premier alinéa.

Sauf cas de force majeure, le dépôt tardif d'une demande de paiement intermédiaire accompagnée des documents visés au deuxième alinéa donne lieu à une réduction du paiement de 3 % par mois entier de retard.

2. Le versement des paiements intermédiaires est subordonné à la vérification par l'État membre des documents visés au paragraphe 1, deuxième alinéa.

3. Les paiements intermédiaires et le paiement des avances visées à l'article 17 ne peuvent dépasser globalement 80 % de la totalité de la contribution financière annuelle communautaire et des États membres concernés, visées respectivement aux paragraphes 2 et 3 de l'article 13 du règlement (CE) n° 3/2008. Dès que ce niveau est atteint, aucune nouvelle demande de paiement intermédiaire ne peut être introduite.

*Article 19***Paiement du solde**

1. La demande de paiement du solde est introduite par l'organisation proposante auprès de l'État membre dans un délai de quatre mois suivant la date d'achèvement des actions annuelles prévues dans le contrat visé à l'article 16, paragraphe 1.

Pour être considérée comme recevable, la demande est accompagnée d'un rapport (ci-après «rapport annuel») composé:

- a) d'un état récapitulatif des réalisations et d'une évaluation des résultats obtenus pouvant être constatés à la date du rapport;
- b) d'un état récapitulatif financier, mettant en évidence les dépenses planifiées et réalisées.

Le rapport annuel est accompagné des copies des factures et pièces justificatives relatives aux paiements effectués.

Sauf cas de force majeure, le dépôt tardif d'une demande de paiement du solde donne lieu à une réduction du solde de 3 % par mois de retard.

2. Le versement du solde est subordonné à la vérification par l'État membre des factures et pièces visées au paragraphe 1, troisième alinéa.

▼B

Le solde est réduit en fonction de l'importance du non-respect de l'exigence principale visée à l'article 16, paragraphe 4.

*Article 20***Versements par l'État membre**

L'État membre effectue les versements prévus aux articles 18 et 19 dans un délai de soixante jours de calendrier à compter de la réception de la demande de paiement.

Toutefois, ce délai peut être suspendu, à tout moment de la période de soixante jours après le premier enregistrement de la demande de paiement, par notification à l'organisation contractante créancière que sa demande n'est pas recevable, soit que la créance n'est pas exigible, soit qu'elle n'est pas appuyée par les pièces justificatives requises pour toutes les demandes complémentaires, soit que l'État membre estime nécessaire de recevoir des renseignements supplémentaires ou de procéder à des vérifications. Le délai continue à courir de nouveau à partir de la date de réception des renseignements demandés ou de la date des vérifications effectuées par l'État membre, lesquels doivent être respectivement transmis ou effectués dans un délai de trente jours de calendrier à compter de la notification.

Sauf cas de force majeure, tout retard dans les versements donne lieu à une réduction du montant de l'avance mensuelle versée par la Commission à l'État membre, conformément aux règles prévues à l'article 9 du règlement (CE) n° 883/2006.

*Article 21***Garanties**

1. La garantie visée à l'article 17, paragraphe 3, est libérée dans la mesure où le droit définitif au montant avancé a été établi par l'État membre concerné.

2. La garantie visée à l'article 16, paragraphe 3, doit avoir une durée de validité jusqu'au paiement du solde et est libérée par lettre de décharge de l'autorité nationale compétente.

La libération de la garantie a lieu dans les délais et conditions visés à l'article 20 pour le versement du solde.

3. Les garanties acquises ainsi que les pénalités appliquées sont portées en déduction des dépenses déclarées au Fonds européen agricole de garantie (FEAGA), pour la partie correspondant au financement communautaire.

*Article 22***Documents à transmettre à la Commission**

1. Le rapport annuel est présenté après l'achèvement de chaque phase annuelle, même lorsque aucune demande de paiement du solde n'est introduite.

2. L'État membre transmet à la Commission, dans les trente jours de calendrier après le versement du solde visé à l'article 19, paragraphe 2, les états récapitulatifs visés à l'article 19, paragraphe 1, deuxième alinéa, points a) et b).

3. L'État membre transmet à la Commission, deux fois par an, les rapports trimestriels nécessaires pour les paiements intermédiaires conformément à l'article 18.

▼B

Les premier et deuxième rapports trimestriels sont envoyés dans un délai de soixante jours de calendrier à compter de la réception du deuxième rapport trimestriel par l'État membre et les troisième et quatrième rapports trimestriels accompagnent les états récapitulatifs visés au paragraphe 2 du présent article.

Le rapport annuel portant sur l'année écoulée peut inclure le rapport trimestriel relatif au quatrième trimestre.

4. Dans un délai de trente jours de calendrier après le paiement du solde, l'État membre adresse à la Commission un bilan financier des dépenses réalisées dans le cadre du contrat, présenté selon un format établi par la Commission et transmis aux États membres. Ce bilan est accompagné d'un avis motivé de l'État membre sur l'exécution des tâches prévues durant la phase écoulée.

Le bilan atteste en outre que, à la suite des vérifications effectuées conformément à l'article 18, paragraphe 2, et à l'article 19, paragraphe 2, l'ensemble des dépenses sont à considérer comme éligibles conformément aux termes du contrat.

CHAPITRE IV**SUIVI ET CONTRÔLES***Article 23***Utilisation du matériel**

1. Les États membres vérifient la conformité avec la réglementation communautaire du matériel d'information et de promotion réalisé ou utilisé dans le cadre des programmes bénéficiant d'un financement au titre du présent règlement.

Ils transmettent à la Commission le matériel approuvé.

2. Le matériel réalisé et financé dans le cadre d'un programme visé au paragraphe 1, y compris les créations graphiques, visuelles et audiovisuelles, ainsi que les sites internet, peut faire l'objet d'utilisations ultérieures moyennant autorisation écrite préalable de la Commission, des organisations proposantes concernées et des États membres qui apportent une contribution au financement du programme, en tenant compte des droits des contractants découlant du droit national qui régit le contrat.

*Article 24***Suivi des programmes**

1. Le groupe de suivi prévu à l'article 12, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 3/2008 se réunit régulièrement pour suivre l'état d'avancement des différents programmes bénéficiant d'un financement au titre du présent règlement.

À cette fin, le groupe de suivi est informé, pour chaque programme, du calendrier des actions prévues, des rapports trimestriels et annuels ainsi que des résultats des contrôles exécutés en application des articles 18, 19 et 25 du présent règlement.

Le groupe est présidé par un représentant de l'État membre concerné. En cas de programmes intéressant plusieurs États membres, il est présidé par un représentant désigné par les États membres concernés.

2. Les fonctionnaires et agents de la Commission peuvent assister aux activités organisées dans le cadre d'un programme bénéficiant d'un financement au titre du présent règlement.



Article 25

Contrôles effectués par les États membres

1. L'État membre concerné détermine les moyens les plus appropriés pour assurer le contrôle des programmes et actions bénéficiant d'un financement au titre du présent règlement et en informe la Commission.

Les contrôles sont réalisés chaque année, sur 20 % au moins des programmes terminés au cours de l'année écoulée, avec un minimum de deux programmes, et portent sur au moins 20 % des budgets totaux de ces programmes terminés au cours de l'année écoulée. L'échantillonnage pour le choix des programmes est effectué sur la base d'une analyse de risque.

L'État membre transmet à la Commission un rapport par programme contrôlé, décrivant les résultats des contrôles effectués ainsi que les anomalies détectées. Ce rapport est transmis immédiatement après sa finalisation.

2. L'État membre prend les mesures nécessaires en vue de vérifier, notamment par des contrôles techniques et comptables auprès de l'organisation contractante et de l'organisme d'exécution:

- a) l'exactitude des informations et pièces justificatives fournies;
- b) l'accomplissement de toutes les obligations prévues au contrat visé à l'article 16, paragraphe 1.

Sans préjudice du règlement (CE) n° 1848/2006 de la Commission ⁽¹⁾, l'État membre informe dans les meilleurs délais la Commission de toute irrégularité constatée lors des contrôles effectués.

3. Dans le cas de programmes intéressant plusieurs États membres, ceux-ci prennent les mesures nécessaires pour coordonner leur activité de contrôle et en informent la Commission.

4. La Commission peut, à tout moment, participer aux contrôles visés aux paragraphes 1, 2 et 3. À cette fin, les autorités nationales compétentes transmettent à la Commission, au moins trente jours avant les contrôles, un calendrier prévisionnel des contrôles à effectuer par l'État membre.

La Commission peut procéder à tous contrôles supplémentaires qu'elle estime nécessaires.

Article 26

Recouvrement des paiements indus

1. En cas de paiement indu, le bénéficiaire rembourse les montants en cause augmentés d'un intérêt calculé en fonction du délai écoulé entre le paiement et le remboursement par le bénéficiaire.

Le taux d'intérêt à appliquer est fixé conformément à l'article 86, paragraphe 2, point b), du règlement (CE, Euratom) n° 2342/2002.

2. Les montants recouverts ainsi que les intérêts sont versés aux organismes ou aux services payeurs des États membres, et déduits par ceux-ci des dépenses financées par le FEAGA, au prorata de la participation financière communautaire.

⁽¹⁾ JO L 355 du 15.12.2006, p. 56.

▼B*Article 27***Sanctions**

1. En cas de fraude ou de négligences graves, l'organisation proposante rembourse le double de la différence entre le montant initialement payé et le montant effectivement dû.
2. Sous réserve de l'article 6 du règlement (CE, Euratom) n° 2988/95 du Conseil ⁽¹⁾, les réductions prévues par le présent règlement s'appliquent sans préjudice de sanctions supplémentaires éventuellement applicables en vertu d'autres dispositions du droit communautaire ou des droits nationaux.

CHAPITRE V

ABROGATION, DISPOSITIONS TRANSITOIRES ET FINALES*Article 28***Abrogation**

Le règlement (CE) n° 1071/2005 et le règlement (CE) n° 1346/2005 sont abrogés.

Toutefois, les règlements abrogés restent applicables aux programmes d'information et de promotion dont le financement a été décidé par la Commission avant l'entrée en vigueur du présent règlement.

Les références faites aux règlements abrogés s'entendent comme faites au présent règlement et sont à lire selon le tableau de correspondance figurant à l'annexe IV.

*Article 29***Entrée en vigueur**

Le présent règlement entre en vigueur le septième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel de l'Union européenne*.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

⁽¹⁾ JO L 312 du 23.12.1995, p. 1.

▼B

ANNEXE I
MARCHÉ INTÉRIEUR

A. LISTE DES THÈMES ET PRODUITS

- Fruits et légumes frais,
- fruits et légumes transformés,
- lin textile,
- plantes vivantes et produits de l'horticulture ornementale,
- huile d'olive et olives de table,
- huiles de graines,
- lait et produits laitiers,
- viandes fraîches, réfrigérées ou congelées, produites conformément à un régime de qualité communautaire ou national,
- marquage des œufs destinés à la consommation humaine,
- miel et produits de l'apiculture,

▼M1

- vins avec appellation d'origine protégée ou indication géographique protégée, vins avec indication de la variété à raisins de cuve,

▼B

- symbole graphique des régions ultrapériphériques comme indiqué dans la législation agricole,
- appellation d'origine protégée (AOP), indication géographique protégée (IGP) ou spécialité traditionnelle garantie (STG) conformément aux règlements (CE) n° 509/2006 du Conseil ⁽¹⁾ et (CE) n° 510/2006 du Conseil ⁽²⁾ et produits enregistrés dans le cadre de ces régimes,
- agriculture biologique conformément au règlement (CEE) n° 2092/91 du Conseil ⁽³⁾ et produits enregistrés conformément audit règlement,
- viande de volaille.

B. LIGNES DIRECTRICES

Les présentes lignes directrices ont pour objet de donner une orientation en ce qui concerne les messages, les groupes cibles et les instruments qui doivent être au centre des programmes d'information ou de promotion des différentes catégories de produits.

Sans préjudice des priorités présentées à l'article 8, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 3/2008, il convient que les propositions de programmes soient, d'une manière générale, préparées en tenant compte des principes suivants:

- lorsque les programmes sont proposés par plusieurs États membres, il importe qu'ils comportent des stratégies, actions et messages coordonnés,
- il convient que les programmes soient de préférence pluriannuels et que leur portée soit suffisante pour avoir une incidence significative sur les marchés ciblés. Le cas échéant, ils peuvent être mis en œuvre sur les marchés de plusieurs États membres,
- il y a lieu que les messages des programmes donnent des informations objectives sur les propriétés essentielles et/ou sur la valeur nutritionnelle des produits dans le cadre d'un régime équilibré, sur leur mode de production ou sur leur vertu écologique,
- il importe que les programmes contiennent des messages clés présentant un intérêt pour les consommateurs, les professionnels et le secteur du commerce de plusieurs États membres.

⁽¹⁾ JO L 93 du 31.3.2006, p. 1.

⁽²⁾ JO L 93 du 31.3.2006, p. 12.

⁽³⁾ JO L 198 du 22.7.1991, p. 1.



FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

1. Aperçu de la situation

Tandis que la production communautaire de fruits et légumes progresse, la consommation de ces produits demeure généralement stable.

On observe un désintérêt de la part des consommateurs, encore plus marqué chez les populations jeunes, notamment chez les enfants et les adolescents dans les établissements scolaires. Ce comportement nuit à une alimentation équilibrée.

2. Objectifs

Il s'agit d'améliorer l'image de «fraîcheur» et de «nature» des produits, d'encourager leur consommation régulière et de rajeunir l'âge de la population consommatrice. Ce dernier objectif peut être atteint en encourageant cette consommation auprès des jeunes, en particulier auprès des enfants et des adolescents dans les établissements scolaires.

3. Groupes cibles

- Ménages,
- enfants dans les établissements scolaires,
- restauration collective,
- médecins et nutritionnistes.

4. Principaux messages

- Promouvoir une approche du type «cinq par jour» (recommandation consistant à encourager la consommation d'au moins cinq portions de fruits et légumes par jour). Il convient de privilégier cette approche dans le cas d'actions de promotion des fruits et légumes destinées spécifiquement aux enfants et adolescents dans les établissements scolaires,
- produits naturels et frais,
- qualité (sécurité, valeur nutritionnelle et organoleptique, modes de production, protection de l'environnement, lien avec l'origine),
- plaisir,
- régime équilibré,
- diversité et caractère saisonnier de l'approvisionnement en produits frais, informations relatives à leur goût et à leur utilisation,
- traçabilité,
- accessibilité et simplicité de la préparation: de nombreux fruits et légumes ne requièrent aucune cuisson.

5. Principaux instruments

- Instruments électroniques (sites internet présentant l'offre avec des jeux en ligne pour les jeunes),
- ligne d'information téléphonique,
- relations publiques avec les médias, publicité (presse spécialisée, presse féminine, revues et magazines pour les jeunes, etc.),
- contacts avec les médecins et les nutritionnistes,
- actions pédagogiques auprès des enfants et adolescents dans les établissements scolaires avec mobilisation des enseignants et des responsables des cantines scolaires,
- actions d'information des consommateurs dans les points de vente,
- autres instruments (dépliants et brochures contenant des informations sur les produits et des recettes, jeux pour enfants, etc.),
- médias visuels (cinéma, chaînes TV spécialisées),
- spots radio,
- participation à des foires.

▼B**6. Durée des programmes**

De douze à trente-six mois, avec une préférence pour les programmes pluriannuels fixant des objectifs pour chaque étape.

FRUITS ET LÉGUMES TRANSFORMÉS

1. Aperçu de la situation

Le secteur doit faire face à la concurrence de plus en plus vive de plusieurs pays tiers.

Étant donné que la demande augmente progressivement, en particulier en raison de la facilité de consommation de ces produits, il est important que l'industrie communautaire puisse en profiter. C'est pourquoi l'aide aux actions d'information et de promotion est justifiée.

2. Objectifs

Moderniser et rajeunir l'image du produit, et fournir les informations nécessaires pour encourager sa consommation.

3. Groupes cibles

- Ménages,
- restauration collective et cantines scolaires,
- médecins et nutritionnistes.

4. Principaux messages

- Qualité (sécurité, valeur nutritionnelle et organoleptique, modes de préparation),
- facilité d'utilisation,
- plaisir,
- variété de l'offre et disponibilité durant toute l'année,
- régime équilibré,
- traçabilité.

5. Principaux instruments

- Instruments électroniques (sites internet),
- ligne d'information téléphonique,
- relations publiques avec les médias et publicité (presse spécialisée, féminine, culinaire, etc.),
- démonstrations dans les points de vente,
- contacts avec les médecins et les nutritionnistes,
- autres instruments (dépliants et brochures de produits et recettes),
- médias visuels,
- participation à des foires.

6. Durée des programmes

De douze à trente-six mois, avec une préférence pour les programmes pluriannuels fixant des objectifs pour chaque étape.

LIN TEXTILE

1. Aperçu de la situation

En raison de la libéralisation des échanges internationaux dans le secteur du textile et de l'habillement, le lin communautaire a dû faire face à une vive concurrence du lin d'autres origines à des prix très attractifs. Il est en outre en concurrence avec d'autres fibres textiles. De plus, la consommation textile indique une tendance à la stagnation.

2. Objectifs

- Développer l'image et la notoriété du lin communautaire et mettre en valeur ses qualités particulières,
- augmenter la consommation de ce produit,

▼B

- informer les consommateurs sur les caractéristiques des nouveaux produits mis sur le marché.

3. Groupes cibles

- Principaux professionnels dans le secteur (stylistes, créateurs, designers, confectionneurs, éditeurs),
- distributeurs,
- établissements d'enseignement des métiers du secteur du textile, de la mode et de la décoration (enseignants et étudiants),
- faiseurs d'opinion,
- consommateurs.

4. Principaux messages

- Qualité liée aux conditions de production de la matière première, aux variétés adaptées et au savoir-faire des différents acteurs de la filière,
- grande diversité et richesse de l'offre communautaire, tant en termes de produits (habillement, décoration, linge de maison) qu'en termes de créativité et d'innovation.

5. Principaux instruments

- Instruments électroniques (sites internet),
- foires et salons professionnels,
- actions d'information auprès de l'aval de la filière (créateurs, confectionneurs, distributeurs et éditeurs),
- information dans les points de vente,
- relations avec la presse spécialisée,
- actions d'information didactiques dans les écoles d'ingénieurs textiles, de mode, etc.

6. Durée des programmes

De douze à trente-six mois, avec une préférence pour les programmes pluriannuels fixant des objectifs pour chaque étape

PLANTES VIVANTES ET PRODUITS DE L'HORTICULTURE ORNEMENTALE

1. Analyse globale de la situation

Le secteur doit faire face à la concurrence accrue entre les produits de la Communauté et ceux des pays tiers en ce qui concerne l'approvisionnement.

Des études d'évaluation des campagnes de promotion menées entre 1997 et 2000 indiquent que, pour faciliter la vente des produits communautaires dans la Communauté, il faut améliorer et rationaliser l'organisation de l'ensemble de la chaîne, du producteur au distributeur, et mieux informer les consommateurs des qualités particulières et des variétés des produits communautaires.

2. Objectifs

- Augmenter la consommation de fleurs et de plantes d'origine communautaire,
- encourager les pratiques écologiques et mieux faire connaître les modes de production respectueux de l'environnement,
- renforcer le partenariat entre les professionnels de plusieurs États membres, ce qui permet notamment de partager les connaissances les plus pointues dans le secteur et de mieux informer l'ensemble des acteurs de la chaîne de production.

3. Groupes cibles

- Producteurs, pépinières, distributeurs et autres opérateurs du secteur,
- étudiants et enfants d'âge scolaire,
- relais d'opinion: journalistes, enseignants,

▼B

— consommateurs.

4. Principaux messages

- Informations relatives à la qualité et à la variété des produits communautaires,
- méthodes de production respectueuses de l'environnement,
- techniques visant à l'élaboration de produits plus durables,
- variété optimale de plantes et de fleurs,
- rôle des plantes et fleurs dans le bien-être et dans la qualité de la vie.

5. Principaux instruments

- Contacts avec les médias,
- salons et foires: stands présentant les produits de plusieurs États membres,
- actions de formation destinées aux professionnels, aux consommateurs et aux étudiants,
- actions d'échange de connaissances relatives à l'amélioration de la durabilité des produits,
- actions d'information du consommateur par voie de presse et par des initiatives telles que la publication d'un catalogue, par des calendriers de jardinage et, éventuellement, des campagnes «Plante du mois»,
- utilisation accrue des moyens électroniques (internet, CD-ROM, etc.).

6. Durée des programmes

De douze à trente-six mois, avec une préférence pour les programmes présentant, pour chaque phase, une stratégie et des objectifs dûment justifiés.

HUILE D'OLIVE ET OLIVES DE TABLE

1. Analyse globale de la situation

L'offre d'huile d'olive et d'olives de table augmente, mais les points de vente sur les marchés intérieur et international ont un rôle important à jouer pour préserver l'équilibre du marché communautaire. La situation au niveau de la demande est très différente selon qu'il s'agit de marchés traditionnellement consommateurs ou de marchés dans lesquels la présence de l'huile d'olive et des olives de table est relativement récente.

Dans les États membres «traditionnellement consommateurs» (Espagne, Italie, Grèce et Portugal), les produits concernés sont généralement bien connus et leur consommation atteint des niveaux élevés. Il s'agit de marchés matures où il est peu probable que la demande globale progresse mais qui, compte tenu de leur part actuelle dans la consommation d'huile d'olive, demeurent très intéressants pour le secteur.

Dans les États membres «nouvellement consommateurs», la consommation par habitant a progressé mais est toujours relativement faible (dans la Communauté dans sa composition au 30 avril 2004) voire marginale (dans la majorité des États membres ayant adhéré le 1^{er} mai 2004). De nombreux consommateurs ignorent les vertus ou les différentes utilisations possibles de l'huile d'olive et des olives de table. Ce marché présente donc plus de perspectives d'évolution de la demande.

2. Objectifs

- En priorité, accroître la consommation de ces produits dans les États membres «nouvellement consommateurs» en améliorant leur pénétration des marchés et augmenter leur consommation en diversifiant leur utilisation et en fournissant l'information nécessaire,
- renforcer et développer la consommation dans les États membres «traditionnellement consommateurs», en améliorant l'information des consommateurs sur des aspects moins connus et en fidélisant les couches jeunes de la population.

3. Groupes cibles

- Responsables des achats: dans le cas des États membres «traditionnellement consommateurs», les personnes de 20 à 40 ans principalement,

▼B

- faiseurs d'opinion (gastronomes, chefs de cuisine, restaurateurs, journalistes), presse grand public et presse spécialisée (gastronomique, féminine, de style divers),
- presse médicale et paramédicale,
- distributeurs (dans les États membres «nouvellement consommateurs»).

4. Principaux messages

- Les qualités gastronomiques et les caractéristiques organoleptiques de l'huile d'olive vierge (arôme, couleur, goût) diffèrent selon les variétés, les terroirs, les récoltes, les AOP/IGP, etc. Cette diversité offre un large éventail de sensations et de possibilités gastronomiques,
- il existe différentes catégories d'huile d'olive,
- ses qualités nutritionnelles font de l'huile d'olive un élément fondamental d'un régime sain et équilibré: elle parvient à marier les plaisirs culinaires et les exigences d'une alimentation saine et équilibrée,
- informations sur les règles relatives au contrôle et à la certification de la qualité, ainsi qu'à l'étiquetage des huiles d'olive,
- informations sur l'ensemble des huiles d'olive et/ou olives de table enregistrées comme AOP ou IGP dans la Communauté,
- les olives de table sont un produit naturel et sain, adapté tant aux besoins d'une consommation aisée qu'à la préparation de plats élaborés,
- caractéristiques variétales des olives de table.

Plus particulièrement, dans les États membres «nouvellement consommateurs»:

- l'huile d'olive, et en particulier l'huile d'olive extra vierge, est un produit naturel issu d'une tradition et d'un savoir-faire anciens, qui convient à une cuisine moderne pleine de saveurs; elle s'associe aisément à la cuisine méditerranéenne mais aussi à toute cuisine moderne,
- conseils d'utilisation.

Plus particulièrement, dans les États membres «traditionnellement consommateurs»:

- les avantages que présente l'achat d'une huile d'olive en bouteille (avec étiquette contenant des informations utiles pour le consommateur),
- la modernisation de l'image d'un produit de longue tradition et à dimension culturelle importante.

Sans préjudice de l'article 4, paragraphe 3, l'information relative aux qualités nutritionnelles de l'huile d'olive et des olives de table doit reposer sur des données scientifiques généralement admises et respecter les exigences établies dans la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil ⁽¹⁾.

5. Principaux instruments

- Internet et autres moyens électroniques (CD-ROM, DVD, etc.),
- promotion dans les points de vente (dégustation, recettes, diffusion d'information),
- relations avec la presse et relations publiques (événements, participation à des foires, etc.),
- publicité (ou publiprédactionnels) dans la presse (générale, gastronomique, féminine et de style de vie),
- actions en partenariat avec le corps médical et paramédical (relations publiques dans les cercles médicaux),
- moyens de communication audiovisuels (télévision et radio),
- participation à des foires.

⁽¹⁾ JO L 109 du 6.5.2000, p. 29.

▼B**6. Durée et ampleur des programmes**

De douze à trente-six mois, avec une préférence pour les programmes pluriannuels présentant, pour chaque phase, une stratégie et des objectifs dûment justifiés.

La priorité sera accordée aux programmes dont la mise en œuvre est prévue dans au moins deux États membres «nouvellement consommateurs».

HUILES DE GRAINES

Dans ce secteur, la priorité sera accordée aux programmes axés sur l'huile de colza ou aux programmes présentant les caractéristiques des différentes huiles de graines.

A. HUILE DE COLZA**1. Analyse globale de la situation**

À la suite de la réforme de la politique agricole commune, la production d'huile de colza ne reçoit aucune aide particulière et doit désormais se concentrer sur les besoins du marché. La promotion de l'huile de colza, qui offre des possibilités accrues de production et une alternative à la production céréalière caractérisée par une surproduction structurelle, contribuera à équilibrer le marché des cultures arables et la consommation des différentes huiles végétales dans la Communauté. La Communauté est actuellement exportateur net d'huile de colza.

Au cours des dernières décennies, des variétés de colza présentant des caractéristiques nutritionnelles appréciables ont été développées. Cela a entraîné une amélioration de la qualité. De nouveaux produits tels que les huiles de colza pressées à froid, au goût particulier de noisette, ont été développés.

La valeur nutritionnelle de l'huile de colza a fait l'objet de recherches mondiales dont les résultats confirment les caractéristiques diététiques et physiologiques bénéfiques du produit. Il convient d'informer les médecins, les nutritionnistes et les consommateurs des résultats des recherches les plus récentes.

2. Objectifs

- Faire connaître les caractéristiques de l'huile de colza et son évolution récente,
- augmenter la consommation en informant les consommateurs, ainsi que les professions médicales et paramédicales sur l'utilisation et sur la valeur nutritionnelle de l'huile de colza.

3. Groupes cibles

- Ménages, en particulier les personnes qui s'occupent des achats,
- faiseurs d'opinion (journalistes, chefs de cuisine, médecins et nutritionnistes),
- distributeurs,
- presse médicale et paramédicale,
- industrie agroalimentaire.

4. Principaux messages

- L'huile de colza, par ses qualités nutritionnelles, est un élément important d'une alimentation saine et équilibrée,
- la composition en acides gras de l'huile de colza est intéressante,
- conseils d'utilisation,
- informations relatives à l'évolution du produit et à ses variétés.

Sans préjudice de l'article 4, paragraphe 3, l'information relative aux qualités nutritionnelles de l'huile de colza doit reposer sur des données scientifiques généralement admises et respecter les exigences établies dans la directive 2000/13/CE.

▼B**5. Principaux instruments**

- Promotion dans les points de vente (dégustation, recettes, diffusion d'information),
- publicité (ou publipédagogiques) dans la presse (générale, gastronomique, féminine et de style de vie),
- actions de relations publiques (événements, participation à des salons de l'alimentation),
- actions en partenariat avec le corps médical et paramédical,
- actions en partenariat avec des restaurants, des entreprises de restauration et des chefs de cuisine,
- internet.

6. Durée des programmes

De douze à trente-six mois.

B. HUILE DE TOURNESOL

La priorité n'est accordée aux programmes en faveur de l'huile de tournesol que si et lorsque les conditions du marché le justifient.

1. Analyse globale de la situation

Dans la Communauté, plus de deux millions d'hectares sont plantés en tournesol et la production de graines de tournesol est supérieure à 3,5 millions de tonnes par an. L'huile de tournesol consommée dans la Communauté est principalement produite à partir de semences cultivées sur son territoire. Toutefois, la baisse de la trituration va réduire la production d'huile de tournesol communautaire au cours de la campagne 2004/2005. Étant donné que les prix mondiaux sont à la hausse et qu'une pénurie d'approvisionnement est possible, la priorité n'est pas accordée aux programmes qui se concentrent exclusivement sur l'huile de tournesol. Ces programmes peuvent néanmoins être présentés dans le cadre de programmes concernant plusieurs huiles de graines d'origine communautaire.

L'huile de tournesol est particulièrement intéressante pour certains usages, notamment pour faire frire des aliments. Elle est également riche en acides gras insaturés et en vitamines E. L'objectif des campagnes est d'informer les consommateurs, les commerçants et les distributeurs sur les différentes utilisations, sortes et caractéristiques de l'huile de tournesol, ainsi que sur la législation communautaire relative à sa qualité. Il importe que les campagnes soient conçues dans le but de transmettre une information objective.

2. Objectifs

Informar les consommateurs et les professionnels du secteur en ce qui concerne:

- les différentes utilisations de l'huile de tournesol, ses caractéristiques et sa valeur nutritionnelle,
- la réglementation et les normes en matière de qualité, les règles relatives à l'étiquetage.

3. Groupes cibles

- Ménages, en particulier les personnes qui s'occupent des achats,
- faiseurs d'opinion (journalistes, chefs de cuisine, médecins et nutritionnistes),
- distributeurs,
- industrie agroalimentaire.

4. Principaux messages

Les principaux messages des programmes doivent fournir des informations sur:

- les avantages d'une utilisation appropriée de l'huile de tournesol, la teneur élevée en vitamines E de l'huile obtenue à partir de graines de tournesol par rapport à d'autres huiles végétales, le fait que

▼B

l'huile de tournesol est réputée pour sa saveur légère et ses qualités d'huile de friture,

- la réglementation et les normes régissant la qualité de l'huile de tournesol,
- la composition en acides gras et la valeur nutritionnelle de l'huile de tournesol,
- les résultats de la recherche scientifique et de l'évolution technique en ce qui concerne l'huile de tournesol et d'autres huiles végétales.

Sans préjudice de l'article 4, paragraphe 3, l'information relative aux qualités nutritionnelles de l'huile de tournesol doit reposer sur des données scientifiques généralement admises et respecter les exigences établies dans la directive 2000/13/CE.

5. Principaux instruments

- Distribution de matériel d'information dans les points de vente (points de vente et commerce),
- publicité (ou publiprédactionnels) dans la presse générale, gastronomique, féminine et de style de vie,
- actions de relations publiques (événements, participation à des salons de l'alimentation),
- internet.

6. Durée des programmes

De douze à trente-six mois.

LAIT ET PRODUITS LAITIERS

1. Analyse globale de la situation

La consommation du lait liquide a baissé en particulier dans les pays gros consommateurs, essentiellement en raison de la concurrence des *soft drinks* auprès des jeunes. La consommation de divers substituts du lait remplace progressivement celle du lait liquide. En revanche, on observe une progression globale de la consommation des produits laitiers exprimés en quantité lait.

2. Objectifs

- Augmenter la consommation du lait liquide sur les marchés présentant un potentiel de croissance et maintenir le niveau de consommation sur les marchés saturés,
- augmenter la consommation des produits laitiers en général,
- encourager les jeunes, futurs adultes consommateurs, à consommer davantage de lait et de produits laitiers.

3. Groupes cibles

Les consommateurs en général et en particulier:

- les enfants et adolescents, en particulier les filles de 8 à 13 ans,
- les femmes de différentes tranches d'âge,
- les personnes âgées.

4. Principaux messages

- Le lait et les produits laitiers sont des produits sains et naturels, adaptés à la vie moderne, qui se consomment avec plaisir,
- le lait et les produits laitiers ont une valeur nutritionnelle particulière, bénéfique à certaines tranches d'âge en particulier,
- le contenu des messages doit être positif et tenir compte de la spécificité de la consommation dans les différents marchés,
- il existe une large gamme de produits laitiers adaptés aux différents consommateurs et situations de consommation,
- il existe du lait et des produits laitiers à faible teneur en matières grasses, qui conviennent mieux à certains consommateurs,

▼B

- il est essentiel d'assurer la continuité des principaux messages pendant toute la durée du programme, afin de convaincre les consommateurs des bienfaits qu'ils peuvent retirer de la consommation régulière de ces produits.

Sans préjudice de l'article 4, paragraphe 3, l'information relative aux qualités nutritionnelles du lait et des produits laitiers doit reposer sur des données scientifiques généralement admises et respecter les exigences établies dans la directive 2000/13/CE.

5. Principaux instruments

- Instruments électroniques,
- ligne d'information téléphonique,
- contacts avec les médias et publicité (presse spécialisée, presse féminine, presse pour les jeunes, etc.),
- contacts avec les médecins et les nutritionnistes,
- contacts avec le personnel enseignant et les écoles,
- autres instruments (dépliants et brochures, jeux pour enfants, etc.),
- démonstrations dans les points de vente,
- médias visuels (cinéma, chaînes de télévision spécialisées),
- spots radio,
- participation à des salons et foires.

6. Durée et ampleur des programmes

De douze à trente-six mois, avec une préférence pour les programmes pluriannuels fixant des objectifs pour chaque étape.

**VIANDES FRAÎCHES, RÉFRIGÉRÉES OU CONGELÉES, PRODUITES
CONFORMÉMENT À UN RÉGIME DE QUALITÉ COMMUNAUTAIRE
OU NATIONAL**

1. Analyse globale de la situation

Les problèmes sanitaires qui ont touché un grand nombre de produits d'origine animale ont souligné la nécessité de renforcer la confiance des consommateurs dans les produits à base de viande d'origine communautaire.

Pour y parvenir, il faut fournir des informations objectives sur les systèmes de qualité communautaires et nationaux et les contrôles qui sont requis en plus de la législation générale relative aux contrôles et à la sécurité alimentaire. Ces règles et contrôles constituent une garantie supplémentaire en prévoyant des cahiers des charges pour les produits et des structures de contrôle supplémentaires.

2. Objectifs

- Les campagnes d'information sont limitées aux produits élaborés dans le cadre des systèmes européens de qualité (AOP, IGP, STG et agriculture biologique) et des systèmes de qualité agréés par les États membres et satisfaisant aux critères énoncés à l'article 32 du règlement (CE) n° 1698/2005. Sans préjudice de l'article 15, paragraphe 2, du présent règlement, les campagnes d'information financées au titre du présent règlement ne peuvent pas bénéficier d'un financement au titre du règlement (CE) n° 1698/2005,
- leur objectif consiste à garantir des informations objectives et complètes sur la réglementation des systèmes de qualité communautaires et nationaux pour la sécurité des produits à base de viande. Elles doivent informer les consommateurs, les leaders d'opinion et les distributeurs des cahiers des charges des produits et des contrôles réels qu'impliquent ces systèmes de qualité.

3. Groupes cibles

- Consommateurs et associations de consommateurs,
- personne responsable des achats dans les ménages,
- institutions (restaurants, hôpitaux, écoles, etc.),

▼B

- distributeurs et associations de distributeurs,
- journalistes et faiseurs d'opinion.

4. Principaux messages

- Les régimes de qualité garantissent un mode de production spécifique et des contrôles qui sont plus stricts que ceux requis par la législation,
- les produits de qualité à base de viande ont des caractéristiques spécifiques ou sont d'une qualité supérieure aux normes commerciales habituelles,
- les régimes de qualité communautaires et nationaux sont transparents et assurent une parfaite traçabilité des produits,
- l'étiquetage des viandes permet au consommateur d'identifier les produits de qualité, leur origine et leurs caractéristiques.

5. Principaux instruments

- Internet,
- actions de relations publiques avec les médias et publicité (presse scientifique et spécialisée, presse féminine, journaux, revues culinaires),
- contacts avec les associations de consommateurs,
- moyens de communication audiovisuels,
- documentation écrite (dépliants, brochures, etc.),
- information dans les points de vente.

6. Durée et ampleur des programmes

Les programmes doivent avoir au moins une couverture nationale ou concerner plusieurs États membres.

De douze à trente-six mois, avec une préférence pour les programmes pluriannuels fixant des objectifs justifiés pour chaque étape.

MARQUAGE DES ŒUFS DESTINÉS À LA CONSOMMATION HUMAINE

1. Analyse globale de la situation

Conformément à l'article 4, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 1028/2006 du Conseil ⁽¹⁾, un code identifiant le producteur et le système utilisé pour l'élevage des poules pondeuses est imprimé sur la coquille de tous les œufs destinés à la consommation humaine. Ce code se compose d'un numéro identifiant le mode d'élevage (0 = élevage biologique, 1 = en plein air, 2 = sur perchoir, 3 = en cage), du code ISO de l'État membre dans lequel se trouve le centre de production, ainsi que d'un numéro attribué au centre de production par l'autorité compétente.

2. Objectifs

- Informer le consommateur des nouvelles normes relatives au marquage des œufs et fournir une explication exhaustive sur la signification du code imprimé sur les œufs,
- fournir des informations sur les systèmes de production des œufs grâce au code imprimé sur ces derniers,
- fournir des informations sur les systèmes de traçabilité existants.

3. Groupes cibles

- Consommateurs et distributeurs,
- faiseurs d'opinion.

4. Principaux messages

- Faire connaître l'existence du nouveau code imprimé sur les œufs en application de la directive 2002/4/CE de la Commission ⁽²⁾, en donner

⁽¹⁾ JO L 186 du 7.7.2006, p. 1.

⁽²⁾ JO L 30 du 31.1.2002, p. 44.

▼B

la signification et expliquer les caractéristiques des différentes catégories d'œufs auxquelles le code fait référence,

- les messages ne doivent pas privilégier un mode de production plutôt qu'un autre et ne doivent inclure aucune affirmation relative à la valeur nutritionnelle ou à l'effet sur la santé de la consommation d'œufs. Toute discrimination entre les œufs provenant d'États membres différents est interdite.

5. Principaux instruments

- Instruments électroniques (site internet, etc.),
- matériel sur support papier (brochures, dépliants, etc.),
- information dans les points de vente,
- publicité dans la presse et dans les revues sur l'alimentation, la presse féminine, etc.,
- relations avec les médias.

6. Durée du programme

De douze à vingt-quatre mois.

MIEL ET PRODUITS DE L'APICULTURE

1. Analyse globale de la situation

Le secteur communautaire du miel et des produits de l'apiculture de qualité, qui bénéficie de très peu d'aides communautaires, doit faire face à une concurrence mondiale accrue. La situation est encore aggravée par des coûts de production élevés.

Depuis 2001, le secteur est soumis à la directive 2001/110/CE du Conseil ⁽¹⁾, en vertu de laquelle l'étiquette doit établir un lien entre la qualité et l'origine. Les programmes bénéficiant d'une aide doivent porter essentiellement sur les miels et produits de l'apiculture communautaires qui fournissent des indications supplémentaires relatives à l'origine régionale, territoriale et topographique ou sur des labels de qualité agréés soit par la Communauté (AOP, IGP, STG ou «issu de l'agriculture biologique») soit par un État membre.

2. Objectifs

- Informer les consommateurs sur la diversité, les qualités organoleptiques et les conditions de production des produits de l'apiculture communautaire,
- informer les consommateurs sur les qualités des miels communautaires non filtrés et non pasteurisés,
- aider les consommateurs à comprendre l'étiquetage du miel communautaire et encourager les producteurs à améliorer la clarté de leurs étiquettes,
- orienter la consommation de miel vers des produits de qualité en attirant l'attention sur leur traçabilité.

3. Groupes cibles

- Les consommateurs, en particulier les personnes âgées de 20 à 40 ans,
- les personnes âgées et les enfants,
- les faiseurs d'opinion.

4. Principaux messages

- Information sur la réglementation communautaire relative à la sécurité, l'hygiène lors de la production, la certification de la qualité et l'étiquetage,
- le miel est un produit naturel fondé sur la tradition et sur un savoir-faire établi, offrant de multiples possibilités d'utilisation dans la cuisine moderne,
- large gamme de miels d'origines géographique et botanique variées et de différentes saisons,

⁽¹⁾ JO L 10 du 12.1.2002, p. 47.

▼B

- conseils relatifs à l'utilisation et à la valeur nutritionnelle,
- il est essentiel d'assurer la pollinisation pour préserver le maintien de la biodiversité.

5. Principaux instruments

- Publicité dans la presse générale et spécialisée (revues gastronomiques et de style de vie),
- internet, cinéma et autres moyens de communication audiovisuels (télévision, radio),
- points de vente,
- participation à des salons et foires,
- actions de relations publiques destinées au grand public, organisation d'événements prévoyant des actions dans les restaurants et dans les entreprises de restauration,
- information dans les écoles (instructions destinées au personnel enseignant, aux étudiants des écoles d'hôtellerie et de restauration).

6. Durée et ampleur des programmes

De douze à trente-six mois, avec une préférence pour les programmes présentant, pour chaque phase, une stratégie et des objectifs dûment justifiés.

▼M1

VINS AVEC APPELLATION D'ORIGINE PROTÉGÉE OU INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE, VINS AVEC INDICATION DE LA VARIÉTÉ À RAISINS DE CUVE

1. Analyse globale de la situation

Le secteur est caractérisé par une production abondante, confrontée à une consommation stagnante, voire en déclin pour certaines catégories, ainsi qu'à une offre en progression en provenance des pays tiers.

2. Objectifs

- Informer les consommateurs sur la variété, la qualité et les conditions de production des vins de la Communauté, ainsi que sur les résultats d'études scientifiques.
- Informer les consommateurs sur la consommation responsable des boissons alcoolisées et sur les risques liés à l'abus d'alcool.

3. Groupes cibles

- Distributeurs.
- Consommateurs, à l'exclusion des jeunes et adolescents visés par la recommandation 2001/458/CE du Conseil ⁽¹⁾.
- Faiseurs d'opinion: journalistes, experts en gastronomie.
- Établissements d'enseignement du secteur de l'hôtellerie et de la restauration.

4. Principaux messages

- Législation communautaire dotée de règles strictes en ce qui concerne la production, les mentions relatives à la qualité, à l'étiquetage et à la commercialisation, assurant aux consommateurs la qualité et la traçabilité du produit offert.
- Plaisir de pouvoir effectuer une sélection parmi une très grande variété de vins de la Communauté de différentes origines.
- Information sur la viticulture de la Communauté et sur ses liens avec les conditions, les cultures et les goûts régionaux et locaux.
- Information sur les modes de consommation responsables en matière de boisson et sur les méfaits de l'alcool.

⁽¹⁾ JO L 161 du 16.6.2001, p. 38.

▼ M1**5. Principaux instruments**

- Actions d'information et de relations publiques.
- Action de formation auprès de la distribution et de la restauration.
- Contacts avec la presse spécialisée.
- Autres instruments (site internet, dépliants et brochures) pour orienter le choix des consommateurs.
- Salons et foires: stands présentant les produits de plusieurs États membres.

6. Durée des programmes

De douze à trente-six mois, avec une préférence pour les programmes pluriannuels fixant des objectifs pour chaque étape.

▼ B

**PRODUITS PROTÉGÉS PAR UNE APPELLATION D'ORIGINE (AOP),
UNE INDICATION GÉOGRAPHIQUE (IGP) OU UNE SPÉCIALITÉ
TRADITIONNELLE GARANTIE (STG)**

1. Aperçu de la situation

Le système communautaire de protection des dénominations de produits prévu par les règlements (CE) n° 509/2006 et (CE) n° 510/2006 constitue une priorité dans le cadre de la mise en œuvre du volet «qualité» de la politique agricole commune. C'est pourquoi il est nécessaire de poursuivre les efforts pour faire connaître les appellations et les produits portant des dénominations protégées à tous les acteurs potentiels de la chaîne de production, préparation, commercialisation et consommation de ces produits.

2. Objectifs

Les campagnes d'information et de promotion ne doivent pas se limiter à une seule ou à un petit nombre de dénominations de produits mais doivent plutôt porter sur des groupes de dénominations ou sur certaines catégories de produits, ou encore sur des produits élaborés dans une ou plusieurs régions ou dans un ou plusieurs États membres.

Ces campagnes doivent avoir pour objet:

- de fournir une information exhaustive sur le contenu, sur le fonctionnement et sur le caractère communautaire des régimes et, en particulier, sur leur incidence sur la valeur commerciale des produits dont la dénomination est protégée, qui bénéficient de la protection accordée par ces régimes dès qu'ils ont été enregistrés,
- d'accroître la notoriété des logos communautaires pour les produits à AOP/IGP et pour les STG auprès des consommateurs, des distributeurs et des professionnels du secteur de l'alimentation,
- d'encourager les groupements de producteurs et de transformateurs des régions concernées qui ne sont pas encore parties prenantes à ces régimes à enregistrer la dénomination des produits qui satisfont aux conditions essentielles pour obtenir l'enregistrement,
- d'encourager les groupements de producteurs et de transformateurs qui ne sont pas encore parties prenantes aux régimes à contribuer à l'élaboration des produits portant des dénominations enregistrées, en respectant les cahiers des charges approuvés, ainsi que les exigences en matière de contrôle établies pour les différentes dénominations protégées,
- de stimuler la demande des produits concernés en informant les consommateurs et les distributeurs de l'existence, de la signification et des avantages des régimes, et en leur donnant des explications sur les logos, sur les conditions d'attribution des appellations, sur les contrôles, ainsi que sur le système de traçabilité.

3. Groupes cibles

- Producteurs et transformateurs,
- distributeurs (grande distribution, grossistes, commerce de détail, traiteurs, cantines, restaurants),
- consommateurs et leurs associations,

▼B

— relais d'opinion.

4. Principaux messages

- Les produits dont la dénomination est protégée présentent des caractéristiques propres à leur origine géographique. En ce qui concerne les produits porteurs d'une AOP, la qualité ou les caractéristiques du produit doivent être essentiellement ou exclusivement liées à l'environnement géographique particulier (avec les facteurs naturels et humains inhérents que cela implique). En ce qui concerne les IGP, elles concernent des produits dont la qualité ou la réputation spécifique est imputable à une origine géographique; le lien géographique doit donc être établi au cours d'une des étapes au moins de la production, de la transformation ou de la préparation,
- les produits bénéficiant d'une STG présentent des caractéristiques liées à la particularité du mode de production traditionnel ou à l'utilisation de matières premières traditionnelles,
- les logos communautaires utilisés pour les AOP, IGP et STG sont des symboles compris dans l'ensemble de la Communauté comme désignant des produits répondant à des conditions de production spécifiques liées à leur origine géographique ou à la tradition, et étant soumis à des contrôles,
- autres aspects qualitatifs (sécurité, valeur nutritionnelle, saveur, traçabilité) des produits concernés,
- présentation de quelques produits bénéficiant d'une AOP, IGP ou STG à titre d'exemple de la possibilité de progression commerciale des produits dont la dénomination est enregistrée dans les régimes de protection,
- ces régimes de protection soutiennent l'héritage culturel communautaire, la diversité de la production agricole, ainsi que le maintien de l'espace naturel.

5. Principaux instruments

- Instruments électroniques (site internet),
- relations publiques avec les médias (presse spécialisée, féminine, culinaire),
- contacts avec les associations de consommateurs,
- information et démonstration dans les points de vente,
- moyens de communication audiovisuels (spots télévisés ciblés, etc.),
- documentation écrite (dépliants, brochures, etc.),
- participation à des foires et salons,
- information et actions ou séminaires de formation concernant le fonctionnement du régime communautaire des AOP, IGP et STG.

6. Durée des programmes

De douze à trente-six mois. La priorité sera accordée aux programmes pluriannuels dont les objectifs et la stratégie de chaque phase sont clairement définis.

INFORMATION SUR LE SYMBOLE GRAPHIQUE DES RÉGIONS ULTRAPÉRIPHÉRIQUES

1. Analyse globale de la situation

La présente ligne directrice concerne les régions ultrapériphériques telles que définies à l'article 299, paragraphe 2, du traité. L'étude d'évaluation externe a montré que la campagne communautaire d'information sur le symbole graphique (logo) des régions ultrapériphériques, réalisée en 1998/1999, a suscité un véritable intérêt auprès des différents opérateurs de la filière.

Ainsi, un certain nombre de producteurs et transformateurs ont demandé l'agrément de leurs produits de qualité, en vue de l'utilisation de ce logo.

Compte tenu de la durée limitée de cette première campagne, il convient de renforcer la notoriété de ce logo auprès des différents groupes cibles,

▼B

en poursuivant l'activité d'information sur la signification et les avantages du logo.

2. Objectifs

- Faire connaître l'existence, la signification et les avantages du logo,
- inciter les producteurs et les transformateurs des régions concernées à utiliser le logo,
- améliorer la connaissance du logo auprès des distributeurs et consommateurs.

3. Groupes cibles

- Producteurs et transformateurs locaux,
- distributeurs et consommateurs,
- relais d'opinion.

4. Principaux messages

- Produit typique et naturel,
- produit originaire d'une région de la Communauté,
- qualité (sécurité, valeur nutritionnelle et organoleptique, mode de production, lien avec l'origine),
- exotisme,
- variété de l'offre, y compris hors saison,
- traçabilité.

5. Principaux instruments

- Instruments électroniques (site internet, etc.),
- ligne d'information téléphonique,
- relations publiques avec les médias (presse spécialisée, féminine, culinaire),
- démonstrations dans les points de vente, salons, foires, etc.,
- contacts avec les médecins et les nutritionnistes,
- autres instruments (dépliants, brochures, recettes, etc.),
- moyens de communication audiovisuels,
- publicité dans la presse spécialisée et locale.

6. Durée des programmes

De douze à trente-six mois.

PRODUITS ISSUS DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

1. Aperçu de la situation

Les produits issus de l'agriculture biologique remportent un franc succès en particulier auprès des populations urbaines, mais la part de marché de ces produits est encore assez limitée.

Les consommateurs et autres parties intéressées connaissent mieux les caractéristiques du mode de production biologique, mais leurs connaissances à ce sujet sont toujours insuffisantes.

Dans le plan d'action européen en matière d'alimentation et d'agriculture biologiques ⁽¹⁾, les actions d'information et de promotion sont considérées comme un facteur clé pour l'évolution de la demande de produits issus de l'agriculture biologique.

2. Objectifs

Il importe que les campagnes d'information et de promotion ne se concentrent pas sur un seul ou sur quelques produits précis, mais s'intéressent au contraire à des groupes de produits ou au mode de production biologique

⁽¹⁾ COM(2004) 415 final.

▼B

en vigueur dans une ou plusieurs régions d'un ou de plusieurs États membres.

Ces campagnes doivent avoir pour objet:

- d'encourager la consommation de produits issus de l'agriculture biologique,
- d'accroître auprès des consommateurs la notoriété de l'étiquetage, y compris le logo communautaire utilisé pour les produits issus de l'agriculture biologique,
- de fournir une information exhaustive et de sensibiliser le public aux avantages de l'agriculture biologique, en particulier en ce qui concerne la protection de l'environnement, le bien-être des animaux, l'entretien de l'espace naturel et le développement des régions rurales,
- de fournir des informations exhaustives sur le contenu et le fonctionnement du régime communautaire relatif au mode de production biologique,
- d'encourager les producteurs et transformateurs individuels, ainsi que les groupements de producteurs, de transformateurs ou de détaillants qui ne pratiquent pas l'agriculture biologique à se reconvertir dans ce mode de production, d'encourager les détaillants, les groupements de détaillants et les restaurateurs à vendre des produits issus de l'agriculture biologique.

3. Groupes cibles

- Les consommateurs, en général, ainsi que les associations de consommateurs et des sous-groupes de consommateurs particuliers,
- les relais d'opinion,
- les distributeurs (grande distribution, commerce de gros, commerce de détail spécialisé, traiteurs, cantines, restaurants),
- le personnel enseignant et les écoles.

4. Principaux messages

- Les produits issus de l'agriculture biologique sont des produits naturels, adaptés au mode de vie moderne, agréables à consommer. Leur mode de production est particulièrement respectueux de l'environnement et du bien-être des animaux. L'agriculture biologique contribue à assurer la diversité de la production agricole et l'entretien du paysage naturel,
- les produits sont soumis à des règles de production et de contrôle rigoureuses, y compris une parfaite traçabilité, afin de s'assurer qu'ils proviennent d'exploitations soumises au système d'inspection,
- l'utilisation des adjectifs «biologique» et «écologique», ainsi que leur équivalent dans les autres langues, pour qualifier des denrées alimentaires est protégée par la loi. Le logo communautaire, symbole utilisé pour les produits biologiques, est compris dans toute la Communauté et indique que les produits respectent les critères communautaires stricts de production et qu'ils ont été rigoureusement contrôlés; l'information relative au logo communautaire peut être fournie avec l'information sur les logos introduits dans les États membres,
- les autres aspects qualitatifs (sécurité, valeur nutritionnelle, saveur) des produits concernés peuvent être mis en évidence.

5. Principaux instruments

- Instruments électroniques (site internet),
- ligne d'information téléphonique,
- relations publiques avec les médias (presse spécialisée, presse féminine, presse culinaire, presse de l'industrie alimentaire),
- contacts avec les associations de consommateurs,
- information dans les points de vente,
- actions dans les écoles,

▼B

- moyens de communication audiovisuels (notamment les spots télévisés ciblés),
- documentation écrite (dépliants, brochures, etc.),
- participation à des foires et salons,
- information et actions ou séminaires de formation concernant le fonctionnement du régime applicable aux produits et à la production biologiques.

6. Durée des programmes

De douze à trente-six mois. La priorité sera accordée aux programmes pluriannuels dont les objectifs et la stratégie de chaque phase sont clairement définis.

VIANDE DE VOLAILLE

1. Analyse globale de la situation

La crise de confiance des consommateurs vis-à-vis de la viande de volaille liée à la médiatisation de la grippe aviaire s'est traduite par une baisse substantielle de la consommation. Il convient dès lors de renforcer la confiance des consommateurs dans la viande de volaille d'origine communautaire.

Pour y parvenir, il faut fournir des informations objectives sur les systèmes de production communautaires (normes de commercialisation) et les contrôles qui sont requis en plus de la législation générale relative aux contrôles et à la sécurité alimentaires.

2. Objectifs

- Les campagnes d'information et de promotion sont limitées aux produits élaborés dans l'UE,
- leur objectif consiste:
 - à garantir des informations objectives et complètes sur la réglementation des systèmes de production communautaires et nationaux pour la sécurité des produits à base de viande de volaille; en particulier, une information complète et précise sur les normes de commercialisation doit être apportée au consommateur,
 - à informer le consommateur sur la diversité et les qualités organoleptiques et nutritionnelles de la viande de volaille,
 - à attirer l'attention du consommateur sur la traçabilité.

3. Groupes cibles

- Consommateurs et associations de consommateurs,
- personne responsable des achats dans les ménages,
- institutions (restaurants, hôpitaux, écoles, etc.),
- distributeurs et associations de distributeurs,
- journalistes et faiseurs d'opinion.

4. Principaux messages

- La viande de volaille commercialisée sur le territoire de l'UE fait l'objet d'une réglementation communautaire couvrant l'ensemble de la chaîne de production, l'abattage et la consommation,
- des mesures de sécurité, y compris des contrôles, sont en place,
- conseils généraux d'hygiène relatifs à la manipulation de produits alimentaires d'origine animale.

5. Principaux instruments

- Internet,
- actions de relations publiques avec les médias et publicité (presse scientifique et spécialisée, presse féminine, journaux, revues culinaires),
- contacts avec les associations de consommateurs,

▼B

- moyens de communication audiovisuels,
- documentation écrite (dépliants, brochures, etc.),
- information dans les points de vente.

6. Durée et ampleur des programmes

Les programmes doivent avoir au moins une couverture nationale ou concerner plusieurs États membres.

De douze à vingt-quatre mois, avec une préférence pour les programmes pluriannuels fixant des objectifs justifiés pour chaque étape.

▼B*ANNEXE II***PAYS TIERS****A. LISTE DES PRODUITS POUVANT FAIRE L'OBJET D' ACTIONS DE PROMOTION**

- Viandes bovines et porcines fraîches, réfrigérées ou congelées; préparations alimentaires à base de ces produits,
- viandes de volaille de qualité,
- produits laitiers,
- huile d'olive et olives de table,

▼M1

- vins avec appellation d'origine protégée ou indication géographique protégée, vins avec indication de la variété à raisins de cuve,
- boissons spiritueuses avec indication géographique protégée,

▼B

- fruits et légumes frais et transformés,
- produits transformés à base de céréales et riz,
- lin textile,
- plantes vivantes et produits de l'horticulture ornementale,
- produits bénéficiant d'une appellation d'origine protégée (AOP), d'une indication géographique protégée (IGP) ou d'une spécialité traditionnelle garantie (STG) conformément au règlement (CE) n° 509/2006 ou au règlement (CE) n° 510/2006,
- produits issus de l'agriculture biologique conformément au règlement (CEE) n° 2092/91.

B. LISTE DES MARCHÉS TIERS DANS LESQUELS DES ACTIONS DE PROMOTION PEUVENT ÊTRE RÉALISÉES**A. Pays**

- Afrique du Sud
- Ancienne République yougoslave de Macédoine
- Australie
- Bosnie-et-Herzégovine
- Chine
- Corée du Sud
- Croatie
- Inde
- Japon
- Kosovo
- Monténégro
- Norvège
- Nouvelle-Zélande
- Russie
- Serbie
- Suisse
- Turquie
- Ukraine

B. Zones géographiques

- Afrique du Nord
- Amérique du Nord

▼B

- Amérique latine
- Asie du Sud-Est
- Proche- et Moyen-Orient

▼B*ANNEXE III***Budgets indicatifs annuels des différents secteurs prévus à l'article 6**

1. Fruits et légumes frais: 10 millions EUR
2. Fruits et légumes transformés: 2 millions EUR
3. Lin textile: 1 million EUR
4. Plantes vivantes et produits de l'horticulture ornementale: 3 millions EUR
5. Huile d'olive et olives de table: 7 millions EUR (dont minimum 3 millions EUR pour les pays tiers)
6. Huile de graines: 2 millions EUR
7. Lait et produits laitiers: 4 millions EUR
8. Viandes fraîches, réfrigérées ou congelées, produites conformément à un régime de qualité communautaire ou national: 4 millions EUR
9. Marquage des œufs: 2 millions EUR
10. Miel et produits de l'apiculture: 1 million EUR

▼M1

11. vins avec appellation d'origine protégée ou indication géographique protégée, vins avec indication de la variété à raisins de cuve: 12 millions EUR

▼B

12. Produits protégés par une appellation d'origine (AOP), une indication géographique (IGP) ou une spécialité traditionnelle garantie (STG): 3 millions EUR
13. Information sur le symbole graphique des régions ultrapériphériques: 1 million EUR
14. Produits issus de l'agriculture biologique: 3 millions EUR
15. Viande de volaille: p.m.



ANNEXE IV

Tableau de correspondance

Règlement (CE) n° 1071/2005 (marché intérieur)	Règlement (CE) n° 501/2008 (règlement unique de la Commission)	Règlement (CE) n° 1346/2005 (pays tiers)
Article 1 ^{er}	Article 1 ^{er}	Article 1 ^{er}
Article 2	Article 2	Article 2
Article 3	Article 3	Article 3
Article 4	Article 4	—
—	Article 5	Article 4
Article 5	Article 6, paragraphe 1	—
—	Article 6, paragraphe 2	Article 5
Article 7, paragraphe 2, point b)	Article 6, paragraphe 3, partiellement	—
—	Article 7	Article 6, et article 10, paragraphe 3, deuxième alinéa
Article 7, paragraphe 1, paragraphe 2, points a) et c), et paragraphe 3	Article 8	Article 7, paragraphe 1, paragraphe 2, deuxième alinéa, et paragraphe 3
Article 7, paragraphe 2, sauf points a) et c), et paragraphe 4	Article 9	Article 7, paragraphe 2, sauf premier alinéa, et paragraphes 4 et 5
—	Article 10	Article 8
Article 8	Article 11	Article 9
Article 9, paragraphe 1	Article 12	Article 10, paragraphe 1
Article 9, paragraphes 2 et 3	Article 13	Article 10, paragraphe 2, et paragraphe 3, premier alinéa
Article 10, paragraphes 1 à 3	Article 14	Article 11
Article 6 et article 10, paragraphe 4	Article 15	—
Article 11	Article 16	Article 12
Article 12	Article 17	Article 13
Article 13	Article 18	Article 14
Article 14	Article 19	Article 15
Article 15	Article 20	Article 16
Article 16	Article 21	Article 17
Article 17	Article 22	Article 18
Article 18	Article 23	Article 19
Article 19	Article 24	Article 20
Article 20	Article 25	Article 21
Article 21	Article 26	Article 22
Article 22	Article 27	Article 23
Article 23	Article 28	Article 24
Article 25	Article 29	Article 26

Annexe A3

**Lignes directrices à prendre en considération lors de l'évaluation
et de la gestion des programmes de co-financement relatifs à la
promotion des produits agricoles communautaires**

(réf. AGRI/60787/2007)



Bruxelles, le 02.10.2007
MO/cm D(2007)-AGRI/60787/2007

Lignes directrices à prendre en considération lors de l'évaluation et de la gestion des programmes de co-financement relatifs à la promotion des produits agricoles communautaires

1. CONTEXTE

La promotion des produits agricoles constitue une mesure de la politique agricole commune dont le financement est placé dans le cadre du Fonds européen agricole de garantie (FEAGA), finançant les mesures de marché.

Le règlement du Conseil relatif au financement de la politique agricole commune est le 1290/2005¹, tandis que le règlement d'application de la Commission est le 885/2006².

Afin de protéger efficacement les intérêts financiers de la Communauté, ces règlements requièrent entre autre des Etats membres :

- qu'ils prennent, pour cette mesure du FEAGA, toutes les dispositions législatives, réglementaires et administratives;
- qu'ils mettent en place un système de gestion et de contrôle efficace.

L'annexe I du règlement (CE) n° 885/2006 fournit les détails dans lesquels la mesure relative à la promotion des produits agricoles, doit être gérée et contrôlée.

¹ JO L209 du 11.8.2005.

² JO L171 du 23.6.2006.

Ainsi les règlements du Conseil n° 2702/1999³ et 2826/2000⁴ et ceux de la Commission n° 1071/2005⁵ et 1346/2005⁶ relatifs à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers sont mis en œuvre dans le cadre de la gestion administrative et financière régie par les règlements financiers précités de la politique agricole commune.

- Les Etats membres sont aussi invités à respecter intégralement les modèles de contrat type établis par la Commission pour la promotion dans le marché intérieur et les pays tiers. Toutefois, s'ils le jugent utile, les organismes compétents nationaux peuvent ajouter des clauses non prévues au contrat type.

2. OBJECTIFS

L'objectif général de cette mesure est de renforcer et compléter les actions menées par les Etats membres par la mise en œuvre d'actions d'information et de promotion visant à souligner les caractéristiques intrinsèques et les avantages des produits communautaires, en termes notamment de qualité, de sécurité des aliments, de méthodes de production spécifique, d'aspects nutritionnels et sanitaires, d'étiquetage, de bien-être des animaux et du respect de l'environnement (art. 2 des règlements 2826/2000 et 2702/1999).

L'objectif de ces lignes directrices est de permettre aux organismes compétents nationaux et aux organisations professionnelles représentatives de présenter des programmes de promotion et de les évaluer de la manière la plus objective possible sur la base d'une approche méthodologique uniforme et de gérer les programmes jusqu'à leur terme.

3. DEFINITIONS

- 3.1. *Programme* = un ensemble d'actions cohérentes qui revêtent une ampleur suffisante pour contribuer à accroître l'information sur les produits concernés ainsi que leur écoulement (art. 1, par. 2 des règlements 1071/05 et 1346/05).
- 3.2. *Organisation professionnelle représentative* = cette définition est de la compétence de l'Etat membre concerné sur la base des critères du droit national et en tenant compte des objectifs poursuivis par la réglementation communautaire, notamment les objectifs précisés par secteur dans les lignes directrices figurant à l'annexe II du règlement n° 1071/2005 (art. 7 des règlements 1071/2005 et 1346/2005).

³ JO L327 du 21.12.1999.

⁴ JO L328 du 23.12.2000.

⁵ JO L179 du 11.07.2005.

⁶ JO L212 du 17.08.2005.

3.3. *Actions* = actions d'information et de promotion portant sur les produits agricoles, leur mode de production ainsi que sur des produits alimentaires. Les actions ne doivent pas être orientées en fonction de marques commerciales (art. 1 des règlements 2826/2000 et 2702/1999).

4. PRESENTATION DES PROGRAMMES AU NIVEAU NATIONAL

- 4.1. Les organismes compétents nationaux établissent pour le (ou les) secteur(s) d'activité de leur compétence, des appels à propositions qui indiquent notamment les thèmes, les marchés et les types d'actions prioritaires ainsi que les dates limites pour l'envoi des propositions de programmes et demandes de financement et le démarrage prévisionnel des actions (art. 6 du règlement 2826/2000 et art. 7 du règlement 2702/1999).

Un appel à propositions peut concerner l'ensemble des programmes, un ou plusieurs marchés, thèmes ou types d'actions.

Afin d'assurer une coordination entre les programmes concernant plusieurs produits et plusieurs Etats membres, des appels à propositions communs peuvent être élaborés.

Ces appels à propositions sont transmis :

- Aux organisations professionnelles représentatives;
- Aux organismes compétents des autres Etats membres de l'Union européenne.

- 4.2. En réponse aux appels à propositions, les propositions de programme sont transmises aux autorités compétentes par les organisations professionnelles intéressées dans les délais impartis : 30 novembre pour le marché intérieur (art. 7 du règlement 1071/2005 et 31 mars pour les pays tiers (art. 7 du règlement 1346/2005).

Les propositions de programmes sont :

- Adressées, signées et datées par la personne responsable du programme aux organismes compétents nationaux;
- Rédigées dans une des langues officielles de la Communauté. Une description sommaire de la proposition dans d'autres langues officielles peut être jointe

Outre le formulaire d'information relatif à l'organisation proposante dûment complété, une analyse stratégique et marketing doit être communiquée, accompagnée d'un rappel du contexte général du programme d'actions proposé;

Les propositions de programmes indiquent :

- Les Etats membres et organisations participantes.
- Les marchés (Pays de destination) et publics ciblés, notamment ceux indiqués dans les lignes directrices du règlement 1071/2005. La proposition peut concerner un ou plusieurs pays cibles. Toutefois, la présentation doit être faite par pays. Si la même stratégie, les mêmes groupes cibles et/ou les mêmes solutions sont envisagés pour un groupe de marchés, cela devra être clairement expliqué dans la proposition de programme;
- L'identification des marchés. Pour chaque pays ciblé et pour le (ou les) thème(s) ou produit(s) concerné(s), le demandeur établit une analyse succincte du ou des marchés afin d'apprécier l'opportunité du programme proposé et de la stratégie de communication envisagée;
- Une description des objectifs du programme et le lien avec les actions proposées;
- Une description des moyens mis en œuvre, précisant notamment le nom ou les modalités du futur choix des organismes chargés de l'exécution des programmes (agences de communication, de création, de relations presse, sociétés d'études, d'enquêtes...);
- Une description détaillée du projet établie par types d'actions (Actions média et hors média, séminaires, conférences, participations à des salons, foires ou expositions, actions de relations presse ...), précisant si possible pour chaque action l'organisme d'exécution chargé de leur réalisation. Toutefois, le détail des actions est susceptible d'être modifié par avenant validé par l'organisme compétent national au vu de l'évaluation des résultats des actions déjà réalisées ou en cas d'événement majeur survenu après la signature du contrat.
- Le calendrier détaillé et envisagé pour l'exécution du programme.

Les programmes proposés peuvent s'étendre sur une période maximale de trois années.

Les propositions de programmes seront complétées par un budget prévisionnel qui doit :

- Etre suffisamment détaillé pour permettre l'identification, le suivi et le contrôle du programme d'actions proposé, notamment en précisant les types de dépenses prévues en annexe du contrat type;

- Comporter dans sa partie "recettes" :
 - a) La contribution directe de la (ou des) organisation(s) proposante(s);
 - b) Le détail des contributions d'autres bailleurs de fonds éventuels;
 - c) Tout revenu potentiel généré par le projet, y compris le cas échéant les droits exigés aux participants de certaines actions;
 - d) Les contributions financières demandées à la Commission et à un ou plusieurs Etats membres;
 - e) Les organisations proposantes devront s'engager, si leur programme est retenu, à ne pas bénéficier d'autres contributions financières et aides communautaires ou nationales aux fins de l'exécution du programme proposé.

Le cas échéant, à la demande des autorités compétentes, les propositions de programme sont accompagnées des documents suivants :

- Statuts, organigramme, règlement intérieur et rapport d'activités le plus récent de la (ou des) organisation(s) proposante(s);
- Eléments financiers, bilans et comptes annuels des deux derniers exercices;
- Tout document permettant d'apprécier la capacité financière, technique et professionnelle de la ou des organisations proposantes;
- Descriptif des actions similaires réalisées au cours des deux dernières années.

5. ORGANISMES D'EXECUTION

5.1. Mise en compétition

En réponse à l'appel à proposition, les organisations professionnelles proposent un programme d'exécution.

Pour définir la stratégie et le contenu du programme d'exécution elles peuvent le cas échéant faire appel à un ou des organismes d'exécution choisis par une mise en compétition.

Pour la réalisation d'une partie ou de la totalité du programme d'actions, les organisations proposant ont fait appel à un ou plusieurs prestataires de services ci-après dénommés "organismes d'exécution" nécessairement choisis après une mise en compétition, conformément aux articles 6 et 7 respectivement des règlements du Conseil (CE) n° 2702/1999 et n° 2826/2000 relatifs à des actions d'information et de promotion des produits agricoles dans les pays tiers. Conformément à l'article 7, paragraphe 3, du règlement (CE) n° 1346/2005 et l'article 9, paragraphe 1 du règlement (CE) n° 1071/2005, le choix des organismes d'exécution peut intervenir après le dépôt du dossier auprès de l'Etat membre mais en tout état de cause avant la signature du contrat. Il est rappelé que les programmes doivent être suffisamment développés pour que leur conformité à la réglementation applicable et leur rapport coût/efficacité puissent être évalués (art. 7 des règlements (CE) 1071/2005 et 1346/2005).

5.2. La mise en compétition se déroule dans le cadre du principe de non discrimination.

Ce principe implique une obligation de transparence, consistant à garantir un degré de publicité adéquat permettant une ouverture du marché de services à la concurrence et le contrôle de l'impartialité de la procédure.

Il implique également que la procédure d'attribution du marché respecte, à tous les stades, le principe d'égalité de traitement des candidats, afin que tous disposent des mêmes chances dans la formulation de leurs offres.

A ce titre, il est indispensable que le délai de remise des offres fixé par les organisations professionnelles ou interprofessionnelles aux organismes d'exécution consultés soit adapté à la difficulté du dossier et de leur permettre d'établir leur offre dans des conditions satisfaisantes.

Des critères de sélection objectifs doivent également être fixés préalablement au lancement de la consultation et être portés à la connaissance des organismes consultés dans l'invitation à présenter une offre qui leur est adressée.

Les organisations proposant s'assurent, lors de cette mise en compétition, de l'aptitude économique, financière et technique des organismes d'exécution et prestataires de services et notamment des éléments décrits ci-après.

5.3. Pour la réalisation d'une partie du programme d'actions, les organisations proposant peuvent mettre en œuvre, par leurs propres moyens certaines parties du programme, selon les conditions suivantes :

- a) la proposition de mise en œuvre est conforme aux dispositions de l'article 8, paragraphe 2, du règlement (CE) n° 2702/1999 et l'article 10, paragraphe 1 du règlement (CE) n° 2826/2000;
- b) l'organisation proposant dispose d'une expérience d'au moins cinq années dans l'exécution du même type d'action (art. 9 du règlement (CE) n° 1071/2005);

- c) la partie du programme réalisée par l'organisation proposante ne représente pas plus de 50% de son coût total, sauf dans des cas exceptionnels dûment justifiés et après autorisation écrite de la Commission;
- d) l'organisation proposante s'assure que le coût des actions qu'elle compte réaliser elle-même ne dépasse pas les tarifs pratiqués couramment sur le marché.

Ces conditions seront vérifiées par l'organisme compétent.

5.4. Conditions générales d'éligibilité des organismes d'exécution

Les organismes d'exécution choisis par les organisations proposantes doivent fournir des informations montrant que leur entreprise est financièrement saine, et dispose des infrastructures nécessaires et du personnel disposant de l'expérience appropriée pour la réalisation des actions.

5.4.1. *Capacité financière et économique*

La justification de la capacité financière et économique du ou des organismes d'exécution sera appréciée par la présentation des références suivantes :

- Une brève description de l'activité économique de l'entreprise en rapport avec les services et prestations concernés par le programme d'actions envisagé et qui lui seraient confiés;
- La présentation des bilans ou extraits de bilans, dans les cas où la publication des bilans est prescrite par la législation sur les sociétés du pays où le prestataire de service est établi.

5.4.2. *Capacité technique et aptitude du personnel*

Les organismes d'exécution doivent fournir les informations suivantes :

- Description des capacités professionnelles du personnel;
- Principaux services fournis dans le passé;
- Connaissance de la situation dans le ou les pays concernés par le programme dans le domaine couvert par celui-ci;
- Connaissance générale des produits ou thèmes concernés, expérience de travail avec d'autres organisations professionnelles ou interprofessionnelles et/ou entreprises du secteur agricole ou agro-alimentaire et/ou institutions du secteur public.

5.5. Critères d'exclusion des organismes d'exécution

Les organismes d'exécution devront être automatiquement disqualifiés par les organisations proposantes si une au moins des éventualités suivantes se réalise :

- Ils sont en état de faillite, de liquidation, de cessation ou de suspension d'activités, de règlement judiciaire, de concordat ou de compromis (ou tout autre mesure similaire) où s'ils font l'objet de procédures de ce type;
- Ils ont été définitivement jugés coupables d'une infraction;
- Ils ont à répondre de dettes impayées de cotisations de sécurité sociale, d'impôts et de taxes.

5.6. Informations à transmettre aux organismes compétents

Les organisations proposantes conservent tous les documents justifiant du choix du ou des organismes d'exécution aux fins des contrôles prévus aux articles 20 et 21 des règlements (CE) n° 1071/2005 et 1346/2005.

6. PRESENTATION DES PROGRAMMES AUX SERVICES DE LA COMMISSION

La réglementation communautaire établit un certain nombre de dispositions générales en matière de définitions, de caractéristiques des messages d'information et de promotion diffusées dans le cadre des programmes, de listes de thèmes et de produits, de présentation des programmes, de sélection des programmes par la Commission, de participations financières, de conclusion de contrats et dépôt des garanties, de régime des avances, de paiements intermédiaires, de paiement du solde, de documents à transmettre à la Commission, de suivi des programmes, de contrôles effectués par les Etats membres et des sanctions.

L'ensemble de ces dispositions constitue autant de critères de sélection des programmes présentés par les Etats membres.

6.1. Aspects formels

6.1.1. *Dates*

La liste des programmes pour le marché intérieur doit être communiquée à la Commission au plus tard le 15 février tandis que celle destinée au pays tiers pour le 30 juin (art. 8 du règlement 1071/2005 et art. 9 du règlement 1346/2005).

6.1.2. *Format*

Les programmes de promotion sont soumis dans un format établi par la Commission et disponible sur son site internet (art. 7, par. 1 du règlement 1071/05 et règlement 1346/05).

6.1.3. *Participations financières*

Les participations financières des Etats membres et des organisations professionnelles représentatives doivent être présentées dans le programme communiqué à la Commission.

6.1.4. *Double participations financières*

Les actions d'information et de promotion recevant un soutien du règlement (CE) n° 1698/2005 ne peuvent pas bénéficier du co-financement prévu par le règlement (CE) n° 1071/2005 (art. 10, par. 4 du règlement 1071/2005).

6.2. Précisions relatives au programme

6.2.1. Les produits éligibles communautaires sont énumérés dans les annexes des règlements (CE) n° 1346/2005 (pays tiers) et n° 1071/2005 (marché intérieur). La promotion de produits de marque n'est pas éligible au cofinancement de l'Union européenne. Toute référence à l'origine des produits doit être secondaire par rapport au message principal, bien que l'origine des produits ayant une appellation conformément à la législation communautaire (AOP, IGP, STG, production biologique) puisse être mentionnée (art. 1 par. 2 des règlements 2826/2000 et 2702/1999).

6.2.2. Indiquer si le programme porte principalement sur des éléments d'information, de promotion, ou les deux.

6.2.3. Dans le cas où un programme est présenté de façon conjointe par plusieurs organisations dans plus d'un Etat membre, l'accord de chaque Etat membre pour sa partie du programme doit être obtenu. Les Etats membres se réunissent et se concertent et nomment un Etat membre coordinateur. Les Etats membres établissent entre eux une collaboration administrative afin de faciliter le suivi, l'exécution et le contrôle des programmes (art. 7, par. 4 des règlements 1071/2005 et 1346/2005).

- 6.2.4. La liste des marchés éligibles pour l'exécution des programmes dans les pays tiers se trouve à l'annexe du règlement (CE) n° 1346/2005. Dans le cas des programmes dans le marché intérieur, les pays cibles ne peuvent inclure que les Etats membres de l'Union européenne.
- 6.2.5. La durée minimale d'un programme est de une année, et la durée maximale est de 3 années. Le programme doit être divisé en phases de une année.
- 6.2.6. Si la proposition constitue la poursuite d'un (ou des) programme(s) antérieur(s) ou si des programmes similaires sont en cours ou ont été achevés récemment,
- indiquer le nom, la durée et les marchés cibles du (ou des) programme(s) antérieur(s)
 - indiquer les résultats obtenus, dans la mesure où ils sont connus au moment de la présentation du programme. Dans ce cas, joindre des rapports.

Pour pouvoir poursuivre un programme sur une seconde période triennale, l'organisation proposante doit se manifester dès la fin de l'année 2 de la première période triennale afin d'éviter toute rupture temporelle de nature à nuire gravement à l'impact des campagnes.

6.3. Description du programme

- 6.3.1. Décrire les motivations ayant amené à présenter la proposition, par exemple en termes de situation du marché ou de demande du/des produit(s) concerné(s) ou le besoin de disséminer l'information au moyen du programme.
- 6.3.2. Préciser les objectifs du programme en termes d'objectifs concrets et, si possible, quantifiés. Le cas échéant, inclure une différenciation par groupe cible et/ou marché cible.
- 6.3.3. Pour les propositions concernant le marché intérieur, veiller à ce que la stratégie du programme et ses principales actions et instruments soient conformes aux lignes directrices figurant dans le règlement (CE) n° 1071/2005 (art. 7 du règlement 1071/2005).
- 6.3.4. Les objectifs, la stratégie, et les groupes cibles d'un programme doivent constituer un ensemble cohérent. Dans le cas des programmes pour le marché intérieur, les lignes directrices en annexe du règlement (CE) n° 1071/2005 donnent des informations concernant les groupes cibles recommandés pour des différents secteurs (art. 1 et 7 du règlement 1071/2005).

6.3.5. Lorsque des références à des effets sur la santé ou aux valeurs nutritionnelles de la consommation des produits sont mentionnées, leur base scientifique doit être précisée. Toutes ces références doivent être conformes à la législation nationale et communautaire dans le domaine de la santé. Pour les programmes concernant le marché intérieur, le matériel contenant des allégations relatives à la santé doit être accepté par les autorités compétentes (art. 4 du règlement 1071/2005).

6.3.6. Si le pays ou la région d'origine du produit est mentionnée, cette indication doit être secondaire par rapport au message principal qui donne des informations sur les caractéristiques et les qualités du produit.

Pour les programmes dans des pays tiers, l'organisme proposant devra confirmer que les messages d'information et/ou promotion qui seront transmis aux consommateurs et autres groupes cibles seront conformes à la législation d'application dans les pays cibles.

6.3.7. Il est à noter que par "programme", on entend un ensemble d'actions cohérentes (c'est-à-dire plus qu'une seule action). Donnez suffisamment d'informations concernant les actions et les instruments qui seront utilisés pour leur mise en œuvre, y compris leur nombre, volume et/ou dimensions et les coûts unitaires prévus, de façon à justifier le budget proposé.

Toutes les actions incluses dans le programme devront prévoir une description claire de la composition des différents coûts liés. Par exemple,

Action X "Participation à l'exposition AAA"

Location de l'espace	€/m ²	Coût total
Construction du stand	€/m ²	Coût total
Personnel chargé du stand	€/personne/jour	Coût total
Autres coûts (svp spécifier dîners, transports, etc...)	€/participant	Coût total
....

Cependant, dans le cas où un nombre élevé des actions similaires (par ex. points de vente) est prévu, il est suffisant de décrire le contenu de la structure des coûts d'une de ces actions.

Un calendrier provisoire pour la mise en place des différentes actions doit être inclus dans la proposition. Les endroits où les activités seront menées doivent être indiqués (mentionner la ville ou, dans des cas exceptionnels, la région; par exemple "les Etats-Unis" n'est pas suffisamment précis). Si des actions sont proposées, un média plan doit être joint en annexe.

La description des actions doit suivre la même structure (titres/catégories) et ordre (numérotation) que la présentation du tableau budgétaire.

6.4. Organisation(s) proposante(s)

6.4.1. Fournir des informations sur la représentativité de(s) organisation(s) proposante(s) pour le(s) secteur(s) concerné(s) au niveau national et/ou européen (par exemple : part de marché, produits et/ou régions couvertes) (art. 7, par. 1 du règlement 2702/1999 et art. 6, par. 1 du règlement 2826/2000).

6.4.2. Pour chaque organisation, confirmation de la disponibilité des ressources techniques et financières nécessaires pour assurer la mise en œuvre efficace des mesures. L'Etat membre demande les documents qu'il considère les plus appropriés à cette fin, comme par exemple les copies d'états financiers et/ou de rapports annuels pour les trois dernières années. Décrivez des expériences antérieures dans le cadre de la mise en œuvre de programmes nationaux ou régionaux comparables.

6.5. Evaluations

Les évaluations doivent aider les gestionnaires des programmes à contribuer à la conception de meilleurs programmes de promotion et à l'amélioration des résultats de tous types d'actions.

Les évaluations doivent aussi leur fournir en temps utile, des analyses objectives de l'efficacité et de la pertinence des programmes et de leurs actions, ainsi que les méthodes alternatives pour obtenir les résultats escomptés.

Les évaluations doivent permettre aux décideurs des programmes d'obtenir des informations fiables sur les points suivants :

- si l'action prévue se justifie en termes de pertinence, de cohérence, d'économie, d'efficacité, de valeur ajoutée et de viabilité;
- si l'action réalisée ou en cours de réalisation
 - atteint les objectifs du programme ou produit des résultats imprévus;
 - est menée efficacement, avec un bon rapport coût/efficacité;
 - produit des impacts escomptés et si ces impacts sont durables;
 - représente le meilleur moyen d'atteindre les objectifs fixés, doit être poursuivie ou non, si oui de la même manière ou sous une autre forme
- quels objectifs de programme restent pertinents pour l'avenir;
- quelles modifications au programme prévu doivent être apportées à court terme pour optimiser l'impact de la campagne.

L'évaluation doit notamment contenir, à titre d'exemple, les éléments suivants :

- le contexte, les motifs et les objectifs de l'évaluation
- les destinataires et utilisateurs de l'évaluation
- le champ de l'intervention évaluée
- les questions clés à traiter
- des indications sur les informations disponibles
- les rapports intermédiaires et finaux à produire

Les rapports d'évaluation finaux décrivent les éléments mentionnés ci-dessus et présentent les résultats, conclusions et recommandations.

Les recommandations sont compréhensibles, utiles, applicables et assez détaillées pour être concrètement mises en œuvre.
(art. 14 du règlement 1071/2005 et 15 du règlement 1346/2005).

6.6. Dimension communautaire du programme

Décrire les bénéfices éventuels au niveau de l'Union européenne qui découleront du programme et justifiant son cofinancement au niveau de l'Union européenne.

La dimension et la plus-value communautaire peut être vérifiée au regard :

- du nombre d'Etats membres concernés par le programme
- du nombre de produits couverts par les actions
- du nombre des organisations impliquées dans la conception et la réalisation des actions
- de la coopération efficace et équilibrée entre les différents partenaires en ce qui concerne la programmation, la réalisation des actions et la participation financière (art. 10 du règlement 2826/2000 et art. 8 du règlement 2702/1999).

6.7. Budget

Si un programme implique plusieurs pays et/ou organisations proposant, un seul budget coordonné couvrant l'ensemble du programme doit être présenté.

Dans le cas où certaines actions prévues s'avèrent identiques ou très similaires, une ventilation budgétaire claire, détaillée et structurée des éléments composant ladite action "type" devrait être également annexée.

Le budget (en euro) doit être présenté suivant la même structure (titres/catégories) et l'ordre (numérotation) que la liste des actions. Si le programme couvre plusieurs pays, les coûts doivent être détaillés par pays et par action. Les honoraires de l'organisme/des organismes de mise en œuvre doivent être présentés séparément.

Si les honoraires de l'organisme/des organismes de mise en œuvre sont présentés comme une somme forfaitaire, leur niveau maximal est de 13 % des coûts effectifs de la réalisation des actions dans le cas de programmes proposés par un seul Etat membre, et de 15 % dans le cas de programmes programmés par plusieurs Etats membres. S'il est envisagé de facturer les honoraires de l'organisme/des organismes de mise en oeuvre sur base des travaux réellement effectués, la proposition doit inclure une estimation du nombre d'heures nécessaires pour lesdits travaux ainsi comme leur coût unitaire.

Le budget doit être présenté sous la forme d'un tableau récapitulatif de toutes les actions prévues dans le programme et indiquant leur coût annuel et total. Une attention particulière doit être accordée aux dépenses qui ne sont pas éligibles à un cofinancement par la Communauté (voir l'annexe III du modèle contrat).

6.8. Rapport coût-efficacité

Le budget doit être suffisamment détaillé pour permettre l'identification, le suivi et le contrôle du programme des actions proposées.

Le bon rapport coût-efficacité du programme est présenté entre autre au regard :

- de son montant global
 - des coûts indiqués pour chaque poste et sous-postes
 - de l'équilibre entre les différents postes de dépenses
 - de l'atteinte des publics cibles (taux de couverture)
 - de l'implication des professionnels et des intermédiaires
 - d'une meilleure perception du/des produit(s) promu(s)
 - de l'amélioration des connaissances des consommateurs
 - des développements de nouveaux débouchés
 - de l'évolution du marché en qualité et quantité
 - des moindres coûts et/ou dans les meilleurs délais
- (art. 7, par. 2 des règlements 1071/2005 et 1346/2005).

6.9. Priorité

La priorité est donnée aux programmes proposés par plusieurs Etats membres ou prévoyant des actions dans plusieurs Etats membres ou plusieurs pays tiers (art. 6, par. 4 du règlement 2826/2000 et art. 7, par. 4 du règlement 2702/1999).

7. CONCLUSION DES CONTRATS ET DEPOT DES GARANTIES

En fonction de l'article 11 du règlement 1071/2005 et de l'article 12 du règlement 1346/2005, les Etats membres concluent des contrats avec les organisations professionnelles représentatives retenues dans un délai de 90 jours calendrier suivant la notification de la décision de la Commission.

Pour ce faire les Etats membres utilisent les modèles de contrat établis par la Commission.

Avant la conclusion du contrat, l'organisation proposante constitue au profit des autorités nationales (organisme payeur) une garantie égale à 15 % du montant maximal annuel du financement de la Communauté et de l'Etat membre. Les organismes de droit public contractants sont autorisés à constituer une garantie écrite de leur autorité de tutelle.

Dans le cas où l'exécution correcte des obligations souscrites ne se réalise pas, il faut se référer à l'article 20 du règlement 2220/1985 qui donne la définition de "l'exigence principale".

Important :

L'Etat membre transmet immédiatement à la Commission :

- copie du contrat
- la preuve de la constitution de la garantie
- copie du contrat conclu entre l'organisation proposante et l'organisme d'exécution

8. PARTICIPATIONS FINANCIERES

La participation financière de la Communauté ne dépasse pas 50 % du coût total du programme.

Les organisations proposantes participent au financement à concurrence d'au moins 20 % du coût réel du programme.

Le reste du financement est à la charge du ou des Etats membres.

(art. 9 des règlements 2702/1999 et 2826/2000).

9. AVANCES, PAIEMENTS INTERMEDIAIRES

- 9.1. Une avance d'un montant maximal de 30 % du montant total de la contribution communautaire et de celle de l'Etat membre peut être demandée dans les 30 jours qui suivent le début de chaque période de 12 mois.

Le paiement de cette avance est subordonné à la constitution par l'organisation contractante d'une garantie d'un montant égal à 110 % de cette avance en faveur de l'Etat membre.

Important :

L'Etat membre transmet immédiatement à la Commission une copie de chaque demande d'avance et une preuve de la constitution de la garantie correspondante.

(art. 12 et 13 des règlements 1071/2005 et 1346/2005).

- 9.2. Les demandes de paiement intermédiaire peuvent être introduites avant la fin du mois calendrier suivant celui de l'expiration de chaque période de 3 mois calculée à partir de la date de signature du contrat.

(art. 13 du règlement 1071/2005 et art. 14 du règlement 1346/2005).

Les versements sont effectués dans un délai de 60 jours.

(art. 16 des règlements 1071/2005 et 1346/2005).

10. PAIEMENT DU SOLDE

La demande du paiement du solde est introduite par l'organisation proposante dans un délai de 4 mois suivant la date d'achèvement des actions annuelles.

Cette demande est accompagnée d'un rapport comprenant :

- un état récapitulatif des réalisations
- une évaluation des résultats obtenus
- un état récapitulatif financier mettant en évidence les dépenses planifiées et réalisées
- des pièces justificatives relatives aux paiements effectués dont la vérification à 100 % est exigée pour pouvoir verser le solde

(art. 14 et 15 des règlements 1071/2005 et 1346/2005).

11. DOCUMENTS A TRANSMETTRE A LA COMMISSION

- copie du contrat
- la preuve de la constitution de la garantie égale à 15 %
- copie du contrat conclu entre l'organisation proposante et l'organisme d'exécution
- copie de chaque demande d'avance
- preuve de la constitution de la garantie correspondante à l'avance
- rapports trimestriels à transmettre deux fois par an nécessaires pour les paiements intermédiaires
- rapport annuel à transmettre après l'achèvement de chaque phase annuelle
- bilan financier à transmettre dans un délai de 30 jours après le paiement du solde attestant entre autre que l'ensemble des dépenses sont à considérer comme éligibles conformément aux termes du contrat
- informations sur les activités de contrôles intéressant les programmes multipays

12. GROUPE DE SUIVI

Le groupe est composé de représentants de la Commission, des Etats membres concernés, des organisations proposantes.

Il surveille la bonne exécution des programmes :

- suivi des programmes et du calendrier des actions
 - suivi des paiements
 - suivi sur la conformité du matériel d'information et de promotion
 - suivi des rapports trimestriels et annuels
 - suivi des résultats des contrôles
 - suivi des recommandations contenues dans les rapports d'évaluation intermédiaires et finaux, dans le cas de la poursuite du programme pour une nouvelle période de 3 années
- (art. 19 et 20 des règlements 1071/2005 et 1346/2005).

13. CONTROLES

L'Etat membre réalise chaque année des contrôles sur 20 % au moins des programmes terminés au cours de l'année écoulée, avec un minimum de 2 programmes et portant sur au moins 20 % des budgets totaux de ces programmes terminés.

L'échantillonnage pour ce contrôle se base sur une analyse des risques.

Ces contrôles ont lieu auprès de l'organisation contractante et de l'organisme d'exécution pour vérifier entre autre :

- l'exactitude des informations et pièces justificatives fournies
- l'accomplissement de toutes les obligations contractuelles

Toute irrégularité est à transmettre à la Commission sur la base du règlement 595/1991.

Important

La Commission peut, à tout moment, participer aux contrôles. Les autorités nationales compétentes transmettent à la Commission, au moins trente jours avant les contrôles, un calendrier prévisionnel des contrôles.

(art. 20 du règlement 1071/2005 et art. 21 du règlement 1346/2005).

14. REDUCTIONS, RECOUVREMENT ET SANCTIONS

- Le dépôt tardif d'une demande de paiement intermédiaire et de solde donne lieu à une réduction du solde de 3 % par mois de retard après le délai prévu
(art. 13 et 14 du règlement 1071/2005 et art. 14 et 15 du règlement 1346/2005).
- En cas de paiement indû, le bénéficiaire rembourse les montants augmentés des intérêts calculés en fonction du délai écoulé entre le paiement et le remboursement
(art. 21 du règlement 1071/2005 et art. 22 du règlement 1346/2005).
- En cas de fraude ou de négligences graves, l'organisation proposante rembourse le double de la différence entre le montant initialement payé et le montant effectivement dû
(art. 22 du règlement 1071/2005 et art. 23 du règlement 1346/2005).

15. REMARQUES FINALES

En complément aux dispositions réglementaires, les gestionnaires des programmes sont invités d'élaborer des standards et des bonnes pratiques qui couvrent les points suivants :

- cohérence entre les actions financées et les objectifs. Il n'est pas nécessaire de reprendre tous les objectifs des lignes directrices de l'annexe 2 du règlement 1071/05 mais de sélectionner les objectifs appropriés afin de rechercher l'efficacité et l'efficacités de la stratégie de promotion

- les programmes de promotion doivent être précédés d'études de marché approfondies afin de justifier les logiques de l'intervention proposée. Ceci permettra d'identifier préalablement les publics cibles, les lieux de mise en œuvre des actions, les différents matériels à utiliser dans le cadre des programmes et de développer une approche systématique
- la complémentarité entre les programmes des Etats membres et du secteur privé et ceux cofinancés par l'Union européenne est à préciser. Ceci dans le but de créer plus de synergies entre les différents programmes et d'assurer un renforcement mutuel efficace.
- les programmes doivent contenir les rapports d'évaluations tels qu'indiqués au point 6.5.
- une préférence doit être accordée à la recherche de programmes multipays et multiproduits afin de mener des campagnes de promotion innovatives et en partenariat pour des produits connus et moins connus
- la méthode que les autorités nationales emploieront pour mener leur politique de supervision des programmes doit aussi être illustrée préventivement.

Annexe A4

**Prises de Positions et interprétations données par la Commission
Européenne dans le cadre de la mise en œuvre des programmes de
promotion et d'information**

(réf. MBU(D(2009) AGRI-64545-2007- rev 4 du 23 novembre 2009)



Bruxelles, le 23 novembre 2009
MBU D(2009) AGRI-64545-2007-rev. 4

Prises de positions et interprétations données dans le cadre de la mise en œuvre des programmes de promotion et d'information

1. Application des dispositions légales nationales

Les autorités des Etats membres et autres intervenants respectent la législation nationale applicable dans l'exécution des programmes. Cela peut les amener à adapter les dispositions du modèle de contrat.

(Réunion bilatérale avec une délégation néerlandaise, mercredi 16 mai 2006)

2. Prolongation des contrats

1. La prolongation de la durée de validité d'un contrat ne peut pas faire l'objet d'un accord entre les parties contractantes à la demande de l'une d'entre elles conformément à l'article 1, paragraphe 2, premier alinéa, du modèle de contrat.

2. Une pareille prolongation peut être accordée par l'autorité compétente, dans des circonstances exceptionnelles telles que la force majeure, après un examen du cas d'espèce.

(Note de l'unité AGRI-H-1 n° 009797 du 10 avril 2006)

3. Calcul des frais généraux

La rédaction actuelle du modèle de contrat permet, en son annexe II, dans le tableau "Budget récapitulatif", de calculer le plafond de 3 ou 5 % de frais généraux au montant total des actions majoré des frais de garantie de bonne exécution, des honoraires de l'organisme d'exécution et des frais de mesure des résultats.

(Réunion de l'unité AGRI-D-4, jeudi 17 mai 2006)

4. Représentativité des organisations professionnelles et interprofessionnelles

Ni l'article 6 paragraphe 1 du règlement (CE) n° 2826/2000, ni l'article 7 paragraphe 1 du règlement (CE) n° 1071/2005, ni les lignes directrices ne prévoient des critères de représentativité pour les organisations professionnelles ou interprofessionnelles. Dès lors, la représentativité des organisations professionnelles et interprofessionnelles doit être appréciée par l'Etat membre et vérifiée par la Commission.

(Note de l'unité AGRI-H-1 n° 017897 du 11 juillet 2006)

5. Date de conclusion du contrat avec les organisations proposantes

Le règlement (CE) n° 1071/2005 de la Commission prévoit, en son article 11, § premier, second paragraphe : *"Les Etats membres concluent des contrats avec les organisations proposantes retenues dans un délai de quatre-vingt-dix jours calendrier suivant la notification de la décision de la Commission visée à l'article 8, paragraphe 3. Après expiration de ce délai, aucun contrat ne peut plus être conclu sans l'autorisation préalable de la Commission."*

Il ressort de ce texte que les dérogations doivent garder un caractère exceptionnel et que la décision éventuelle d'autoriser une dérogation au délai réglementaire doit, le cas échéant, pouvoir se fonder sur des éléments de fait objectifs et convaincants.

(Réponse à une question des autorités belges, lettre n° AGR 028172 du 24 octobre 2006)

6. Conservation des factures et justificatifs par les Etats membres

Les factures et autres justificatifs relatifs aux dépenses intervenues dans le cadre des programmes cofinancés doivent être conservés et tenus à la disposition de la Commission conformément aux dispositions figurant à l'article 9 du règlement (CE) n° 885/2006, c'est-à-dire durant trois ans.

Cette conservation peut se faire sur papier ou sur support informatique.

(Réponse à une question des autorités belges par courriel du 15 décembre 2006)

7. Changement dans les pays cibles d'un programme

La liste des pays cibles est un élément important de la description du programme transmis par l'Etat membre et examiné par la Commission. Tout changement qui y serait apporté altérerait l'identité de ce programme dont l'approbation a fait l'objet d'une décision de la Commission. Elle ne peut par conséquent pas être autorisée.

Si les actions prévues dans un pays cible ne peuvent être exécutées, ou ne sont plus opportunes, cette partie du programme est supprimée et le budget est réduit d'autant

(Courriel aux autorités néerlandaises du mardi 19 décembre 2006; réponse similaire aux autorités grecques)

8. Délai d'introduction des demandes de paiement intermédiaire des contributions des Etats membres et de l'Union européenne

La pratique existant dans certains Etats membres, selon laquelle les demandes de paiement intermédiaire de la contribution communautaire et des contributions des Etats membres visées aux articles 13 du R 1071/2005 et 14 du R 1436/2005 sont introduites par les organisations proposantes auprès des Etats membres vers la fin de la période annuelle du contrat plutôt que dans les délais prévus par ces dispositions n'est pas conforme au droit communautaire.

(consultation de l'unité de droit agricole par note n° AGRI028555 du 26 octobre 2006 et réponse n° VI/32621 du 6 décembre 2006)

9. Autorisation par l'Etat membre du passage à la seconde phase annuelle d'un contrat

Cette autorisation écrite doit être donnée avant l'expiration de la phase annuelle en cours. Elle peut être refusée par l'Etat membre en cas d'indisponibilité des crédits requis dans le budget communautaire ou d'absence du rapport intermédiaire d'activité que le proposant doit transmettre. Cette suspension temporaire du contrat ne rend pas celui-ci caduc et ne permet pas au contractant de résilier le contrat.

(consultation de l'unité droit agricole de la DG AGRI : sa réponse par note n° 016131 du 26 juin 2007)

10. Saisine de la garantie de bonne exécution du contrat

Concernant la garantie de bonne exécution visée à l'article 10, paragraphe 3, du règlement (CE) 94/2002, le paragraphe 4 du même article précise que l'exécution des mesures prévues dans le contrat est l'exigence principale au sens de l'article 20 du règlement (CEE) n° 2220/85. D'après l'article 22 du règlement (CEE) n° 2200/85, le non-respect d'une exigence principale entraîne la saisine de la garantie constituée à cet effet, à moins qu'un cas de force majeure ait rendu ce respect impossible.

(consultation de l'unité droit agricole de la DG AGRI : sa réponse par note n° 016131 du 26 juin 2007)

11. Promotion de viande transformée

La réglementation, et plus particulièrement la liste de produits éligibles figurant à l'annexe I des règlements (UE) n° 1071/2005 et 1346/2005, lue à la lumière de la nomenclature combinée publiée en annexe au règlement (CE) n° 1549/2006, ne permet pas d'assurer le cofinancement communautaire de produits composés de viande transformée : charcuterie, pâté ..., sauf lorsque ces produits bénéficient d'une appellation protégée

(lettre aux autorités espagnoles n° 022414 du 3 septembre 2007; lettre aux autorités tchèques n° D(2007)002 du 10 janvier 2007)

12. Application du taux de change de l'euro

1. Pour les programmes en gestion directe par l'autorité compétente, approuvés sur la base de l'article 9, paragraphe premier, du règlement (CE) n° 3/2008, les Etats membres qui n'ont pas adopté l'euro et qui lancent un appel d'offres dans cette devise, doivent, conformément au règlement de la Commission (CE) n° 1913/2006, articles 8 et 11, calculer les dépenses de promotion en utilisant le taux de change fixé par la Banque centrale européenne du jour en vigueur le dernier jour de soumission des offres.

Pour les dépenses d'exécution des programmes, c'est le dernier taux fixé par la Banque centrale européenne avant le premier jour du mois durant lequel la dépense a été

effectuée qui est applicable. Cette date est déterminée conformément aux dispositions du règlement (CE) n° 1913/2006.

2. Pour les programmes adoptés sur la base de l'article 6 du règlement (CE) n° 3/2008, le taux de change applicable aux paiements entre l'organisme payeur, l'organisation proposante et l'organisme d'exécution est déterminé par les autorités nationales, dans le respect des dispositions figurant au modèle de contrat, à la section D de l'annexe III, c'est-à-dire que le taux de change applicable est l'avant-dernier taux de change établi par la Banque centrale européenne avant le mois au titre duquel la dépense affectée est enregistrée ou déclarée à la Commission conformément à l'article 7, paragraphe 2, du règlement (CE) n° 883/2006 de la Commission.

Lorsqu'un programme est transmis à la Commission, seul le budget établi en euros est retenu et repris dans la décision. Si le programme est approuvé, conformément au contrat et plus particulièrement à la section D de son annexe III, les deux tableaux budgétaires doivent figurer au contrat. Toutefois, la limite applicable aux dépenses est celle qui figure dans le budget établi en euros: les montants qui y figurent sont repris dans la décision de la Commission et ne peuvent pas être dépassés.

(lettre aux autorités polonaises n° 024803 du 27 septembre 2007 et courriels aux autorités britanniques des 13 et 15 juillet 2009)

13. Diffusion des fiches d'évaluation des programmes

La transmission éventuelle des fiches d'évaluation des programmes réalisées par les services de la Commission à des personnes qui en feraient la demande est une question soumise aux dispositions horizontales relatives à l'accès aux documents contenues dans le règlement (CE) n° 1049/2001.

(position de l'unité de droit agricole exprimée dans sa note n° 028074 du 30 octobre 2007 à la suite d'une question soulevée lors d'une réunion du groupe consultatif "Promotion des produits agricoles")

14. Application de la TVA à la totalité des montants dépensés

Il résulte des dispositions du modèle de contrat que la contribution financière de la Communauté dans les programmes de promotion cofinancés ne porte pas sur la TVA relative aux dépenses engagées.

L'organisation proposante est, en tant qu'acheteur final des services de promotion, redevable de la TVA conformément aux dispositions de la sixième directive 77/388/CEE sur la TVA.

(position de l'unité de droit agricole exprimée dans sa note n° 028074 du 30 octobre 2007 à la suite d'une question soulevée lors d'une réunion du groupe consultatif "Promotion des produits agricoles")

15. Déclaration annuelle des coûts de mesure des résultats des actions

Le délai de quatre mois pour l'introduction des demandes de paiement du solde prévu aux articles 14 du Règlement (CE) n° 1701/2005 et 15 du règlement (CE) n° 1346/2006 s'applique notamment aux coûts liés à la mesure du résultat des actions visés au point C.5 de l'annexe III du modèle de contrat. Les évaluations doivent être faites annuellement après chaque phase. La concentration de ces coûts sur la dernière année d'un programme multiannuel n'est par conséquent pas autorisée.

(position de l'unité de droit agricole exprimée dans sa note n° 028709 du 8 novembre 2007 à la suite d'une question soulevée par un Etat membre)

16. Nationalité de l'autorité compétente en matière de santé publique mentionnée à l'article 4, par. 3, 2d al. du R. 1071/2005

Les messages d'information et de promotion s'adressent aux consommateurs du pays sur le territoire duquel se déroulent les actions de promotion. Il est dès lors logique de considérer que des références à des effets sur la santé de la consommation des produits concernés doivent être acceptées par l'autorité nationale compétente en matière de santé publique de l'Etat membre sur le territoire duquel se déroulent les actions de promotion.

(position de l'unité de droit agricole exprimée dans sa note n° 032763 du 18 décembre 2007 à la suite d'une question soulevée par un Etat membre)

17. Limitation à 10 % de chaque poste budgétaire des variations de dépenses acceptées automatiquement

On entend par "poste budgétaire" les lignes d'action ou de section présentées dans le tableau budgétaire simplifié, figurant dans le programme (chapitre 8 du formulaire de demande) et dans le contrat (annexe II). De plus, l'article 4 du modèle de contrat parle bien de "chaque poste budgétaire se référant aux actions du programme".

Cependant, les organisations proposant sont tenues de réaliser les actions telles que prévues au contrat et décrites dans le programme accepté. Le transfert d'un poste à l'autre ne peut être réalisé sans amendement que pour les sommes qui sont "économisées" sur la ligne originale et non sur des actions non exécutées. De plus, on ne peut réaliser ces transferts sans amendements que pour des actions déjà prévues au contrat (et pas des nouvelles actions).

(réponse donnée par l'unité AGRI-D-4 dans un courrier électronique en date du 8 février 2008 à un Etat membre)

18. Référence aux marques et aux origines nationales et régionales dans les programmes destinés aux pays tiers

18.a) Référence aux marques

La promotion d'une marque commerciale fait partie de coûts de commercialisation d'un produit. Dès lors, pour que les services de promotion ne soient pas considérés comme des subventions à l'exportation au sens de l'article 9 de l'accord de l'OMC sur l'agriculture de 1994, il faut qu'ils soient "largement disponibles".

Les termes "largement disponibles" ne sont pas définis dans l'accord.

Il serait également utile d'étudier de façon plus approfondie la compatibilité d'une aide à la promotion des marques privées avec le droit communautaire. Il convient en effet d'éviter toute inégalité dans le traitement des entreprises. Ceci pourrait être le cas si une promotion des marques privées était limitée à certaines firmes (petites et moyennes entreprises) ou en excluait d'autres (grandes entreprises).

18.b) Référence aux origines nationales et régionales

Le régime communautaire de la promotion ne favorise pas l'indication de la région ou de l'Etat membre d'origine. Ceci est la conséquence du principe du marché unique et de la non discrimination des produits selon leur origine. Toutefois, l'indication de l'origine d'un produit peut apparaître dans le cadre d'une action d'information ou de promotion, lorsqu'il s'agit d'une désignation faite au titre de la réglementation communautaire.

(position de l'unité de droit agricole exprimée dans sa note n° 014666 du 17 juin 2008 à la suite d'une question soulevée par l'unité en charge de la promotion)

19. Promotion de marques collectives

Pour qu'une marque collective puisse être choisie pour faire l'objet d'une action de promotion en vertu du Règlement (CE) n° 3/2008, elle ne doit pas être une marque commerciale (par exemple, une marque utilisée par un supermarché pour vendre ses produits) et elle doit représenter une ou plusieurs des caractéristiques visées à l'article 2 § 1 a) pour le produit en question (c.-à-d. pour souligner les caractéristiques intrinsèques et les avantages des produits communautaires, en termes notamment de qualité, de sécurité des aliments, de méthodes de production spécifiques, d'aspects nutritionnels et sanitaires, d'étiquetage, de bien-être des animaux et de respect de l'environnement).

(position de l'unité de droit agricole exprimée dans sa note n° 18805 du 30 juillet 2008 à la suite d'une question soulevée par l'unité en charge de la promotion)

20. Délai applicables aux paiements intermédiaires et au paiement des soldes

1. Conformément à l'article 18, paragraphe 1, du règlement (UE) n° 501/2008 de la Commission, les demandes de paiement intermédiaires doivent être introduites par les organisations proposant auprès de l'Etat membre avant la fin du mois calendrier suivant celui de l'expiration de chaque période de trois mois. Lorsqu'aucun paiement n'a été effectué durant une période de trois mois, il est possible que les rapports financiers et d'activité contiennent des informations différentes.

2. Conformément à l'article 19, paragraphe 1, du règlement (UE) n° 501/2008 de la Commission, les demandes de paiement des soldes doivent être introduites par les organisations proposantes auprès de l'Etat membre dans un délai de quatre mois suivant la date d'achèvement des actions annuelles. Au-delà de cette limite, les paiements ne peuvent plus être effectués et ceux qui le seraient tombent sous le coup de l'article 9, paragraphes 1a et b, du règlement (UE) de la Commission n° 883/2006.

(position de la DG AGRI exprimée dans sa lettre D/26170 du 29 octobre 2008 en réponse à une question des autorités allemandes)

21. Plafond du cofinancement communautaire porté à 60 % pour certaines actions

Conformément à l'article 13, paragraphe 2, du règlement (UE) n° 3/2008 du Conseil, la participation de la Communauté peut atteindre jusqu'à 60 % du budget pour les actions d'information menées dans la Communauté sur les modes de consommation responsable et les méfaits de la consommation dangereuse d'alcool. Une campagne "mixte" est concevable, auquel cas la participation de la Communauté dans les autres mesures demeure plafonnée à 50 %.

(position de la DG AGRI exprimée dans sa lettre D/26170 du 29 octobre 2008 en réponse à une question des autorités allemandes)

22. Utilisation du matériel réalisé dans le cadre des programmes de promotion

Les autorisations d'utilisation, hors des programmes de promotion, du matériel réalisé dans le cadre de ceux-ci peuvent être accordées de manière décentralisée par les autorités des Etats membres conformément aux dispositions de l'article 23, paragraphe 2, du règlement (UE) n° 501/2008 de la Commission.

Lorsque les autorisations accordées portent sur l'utilisation des logos et slogans des organisations proposantes, il faut veiller à ce que les utilisations envisagées soient compatibles avec les objectifs de la promotion définis à l'article premier, paragraphe 2, du règlement (CE) n° 3/2008, à savoir une promotion générique n'incitant pas à la consommation d'un produit déterminé en fonction de sa marque ou de son origine.

(position de l'unité de législation agricole dans sa note n° 30581 du 18 décembre 2008 à la suite d'une question soulevée par les autorités allemandes)

23. Application de l'exemption des dispositions du Traité relatives aux aides d'Etat en faveur des contributions nationales aux programmes de promotion

Conformément à l'article 13, paragraphe 6, du règlement (UE) n° 3/2008 du Conseil, les articles 87, 88 et 89 du Traité ne s'appliquent pas aux participations financières apportées par les Etats membres ou provenant de recettes parafiscales.

La non-application des articles 87, 88 et 89 du Traité implique que les Etats membres ne doivent pas notifier la mesure conformément à l'article 88, paragraphe 3, du Traité.

(position de l'unité de législation agricole en matière de concurrence exprimée dans sa note n° 31193 du 23 décembre 2008 à la suite d'une question soulevée par l'unité en charge de la promotion et transmise aux autorités belges (flamandes) qui avaient posé la question par courriel du 8 janvier 2009)

24. Libération de la garantie de bonne exécution lorsque le dernier paiement a été effectué – conservation des documents comptables par les organismes payeurs

1. La promotion des produits agricoles organisée par les règlements (CE) 3/2008 et 501/2008 constitue une mesure de la politique agricole commune financée dans le cadre du Fonds européen de garantie agricole de garantie (FEAGA), dont le financement est organisé par les règlements 1290/2005 et 885/2006.

Les dispositions de ces règlements s'appliquent, de manière horizontale, à l'ensemble des mesures de marché et donc, notamment, aux programmes de promotion co-financés par l'Union européenne en application des règlements (CE) 3/2008 et 501/2008, ainsi qu'il est rappelé dans les deux premiers paragraphes des "lignes directrices à prendre en considération lors de l'évaluation des programmes de co-financement relatifs à la promotion des produits agricoles communautaires"¹.

2. La question de la restitution de documents justificatifs par les organismes payeurs aux organisations professionnelles qui les ont déposés ou, au contraire, de leur conservation par les organismes payeurs est réglée par l'article 9 du règlement (CE) 885/2009 relatif à la conservation des informations comptables.

La garantie de bonne exécution visée à l'article 21 du règlement (CE) 501/2008 est un document justificatif et les organisations professionnelles ne peuvent donc pas en exiger la restitution par les organismes payeurs lorsque le dernier paiement a été effectué.

(position de l'unité de législation agricole exprimée dans un courriel du 21 avril 2009 à la suite d'une question soulevée par l'unité en charge de la promotion)

25. Modalités de mise en concurrence des organismes chargés de l'exécution des parties de programmes de promotion

Il n'est pas contraire à l'article 8, paragraphe 3, du règlement (CE) n° 501/2008 de procéder au choix de l'organisme chargé d'une partie de l'exécution d'une partie d'un programme, en l'occurrence la location d'espaces publicitaires, par un appel à la concurrence portant sur l'ensemble des programmes de promotion exécutés durant une période déterminée, plutôt qu'individuellement pour le seul programme de promotion en cause.

¹ Document de travail AGRI/60787/2007 du 25 avril 2007.

(position de l'unité de législation agricole exprimée dans sa note n° Ares-166166 du 10 juillet 2009 à la suite d'une question soulevée par les autorités belges (flamandes))

26. Impression du logo de l'Union européenne sur le matériel réalisé dans le cadre des programmes de promotion cofinancés par l'UE

Cette impression, prévue à l'annexe IV du modèle de contrat, doit répondre aux conditions suivantes:

- a) L'impression en monochromie autre que noire sur fond de couleur est autorisée. On y applique les mêmes principes que pour la reproduction sur fond blanc. Il faut toujours s'assurer que l'emblème et le message sont clairement lisibles.
- b) Le matériel sans emblème ni message n'est pas éligible. Les organismes d'exécution doivent donc choisir uniquement du matériel compatible avec l'obligation de lisibilité de l'emblème et du message. Ceci exclut, notamment, des objets de trop petite taille.

(position de l'unité de promotion des produits agricoles communiquée aux autorités françaises par courriel du 13 juillet 2009, en réponse à une question de celles-ci)

27. Calcul du taux d'intérêt

L'article 26 du règlement (CE) n° 501/2008, qui renvoie à l'article 86 du règlement (CE) n° 2342/2002, prévoit que des intérêts débiteurs sont appliqués aux montants recouvrés par les autorités nationales auprès des agences d'exécution des programmes.

Les modalités de ce remboursement sont les suivantes:

- a) La pratique retenue par la Commission est d'appliquer les intérêts sur la somme initialement due, sans capitalisation des intérêts.
- b) La récupération des intérêts liés à des montants indûment versés en vertu du droit communautaire doit, en l'absence de dispositions communautaires, être réalisée en appliquant le droit national, sous réserve des limites qu'impose le droit communautaire.

(position de l'unité de droit agricole interrogée par l'unité de promotion des produits agricoles dans un courriel du 13 juillet 2009, à la suite d'une question posée par les autorités françaises lors d'une réunion bilatérale avec les services de la Commission)

28. Imputation des frais de déplacement et de séjour

Lors de l'application de l'annexe III du modèle de contrat, et plus particulièrement de son point B dont la section 2 porte sur les "Frais de déplacement et frais de séjour", il convient de distinguer les cas suivants:

- les frais de déplacement et de séjour supportés par des intervenants ou journalistes qui visitent une action du programme, telle qu'un séminaire, ou figurent à son

programme: ces frais font partie des coûts de l'action;

- les frais de déplacement et de séjour de l'organisme d'exécution: les dispositions du contrat signé entre l'organisation proposante et cet organisme s'appliquent;
- les frais de déplacement et de séjour de l'organisation proposante: ces frais font partie des frais généraux de l'organisation, et sont donc éligibles à concurrence des pourcentages mentionnés au point A.2 de l'annexe III du modèle de contrat.

(réponse apportée par les services de la Commission à une question soulevée par la délégation grecque lors de la réunion du comité de gestion du 11 novembre 2009 position)

Annexe B

**Formulaire de demande
relatif aux programmes de promotion cofinancés par l'UE**

**FORMULAIRE DE DEMANDE RELATIF AUX
PROGRAMMES DE PROMOTION COFINANCES PAR L'UE ^{1 2}**

1 TITRE DU PROGRAMME

2 ORGANISATION(S) PROPOSANTE(S)

2.1 Présentation

Nom, adresse, courrier électronique, téléphone, télécopie, personne de contact

Dans le cas d'une proposition présentée par plusieurs organisations, indiquer celle qui coordonne le programme.

2.2 Représentativité de l'organisation/des organisations proposante(s) pour le(s) secteur(s) concernés

(Se référer à l'annexe si nécessaire)

2.3 Attestation de la capacité financière

(Pour les annexes nécessaires, voir la note explicative)

3 ORGANISME(S) D'EXECUTION

(Dans le cas où l'organisme d'exécution n'a pas encore été sélectionné, voir pont 3.4)

3.1 Présentation

Nom, adresse, courrier électronique, téléphone, télécopie et personne de contact

Dans le cas où plusieurs organismes ont été retenus, indiquer quelles actions sont mises en œuvre par chacun d'eux

3.2 Description de la procédure de mise en concurrence et critères de sélection de l'organisme proposé

Nombre d'appels d'offres envoyés et d'offres reçues

3.3 Attestation des compétences techniques et de la capacité à mettre en œuvre le programme

Clarification des capacités techniques et financières de l'organisme d'exécution. Pour les annexes nécessaires, voir la note explicative.

¹ En application de l'article 8, paragraphe 1, du règlement de la Commission (CE) n° 501/2008, les programmes sont soumis dans un format établi par la Commission. Des précisions relatives à l'information requise à chaque point sont présentées dans la note explicative en annexe.

On trouvera les règlements pertinents pour la promotion (règlement du Conseil (CE) No 3/2008 et règlement de la Commission (CE) No 501/2008) ainsi que d'autres informations sur http://ec.europa.eu/agriculture/prom/index_fr.htm.

² Il est à noter que le programme et le récapitulatif du budget final, qui seront intégrés en annexe du contrat d'exécution signé pour le programme, doivent également tenir compte de toutes les possibles modifications apportées au programme initialement approuvé par la Commission.

- 3.4 Si l'organisme d'exécution n'a pas encore été sélectionné :
Calendrier prévu et procédure de mise en concurrence envisagée pour la sélection
- 3.5 Si l'organisation proposante décide de mettre en oeuvre une certaine partie du programme :
Les conditions prévues dans le règlement de la Commission (CE) No 501/2008 doivent être accomplies.

4 PRECISIONS RELATIVES AU PROGRAMME

- 4.1 Produit(s) et secteur(s) concerné(s)
- 4.2 Type de programme: information/promotion/mixte
- 4.3 État(s) membre(s) compétent(s)
Dans le cas d'une proposition présentée par plusieurs États membres, indiquer l'État membre qui coordonne le programme
- 4.4 État(s) membre(s) ciblé(s) – pour le marché intérieur
Marché(s) ciblé(s) – pour les marchés tiers
- 4.5 Durée
12-24-36 mois
- 4.6 S'agit-il d'une prolongation d'un programme précédent pour la(les) même(s) organisation(s) proposante(s)?

5 DESCRIPTION DU PROGRAMME

- 5.1 Contexte général - situation du marché et de la demande
- 5.2 Objectif(s)
- 5.3 Stratégie du programme
- 5.4 Groupe(s) ciblé(s)
- 5.5 Thèmes traités
- 5.6 Principaux messages à communiquer
- 5.7 Actions
Description de chaque action
Justification du budget proposé pour chaque action

6 IMPACT PREVISIBLE

Préciser et, si possible, chiffrer l'impact prévisible en termes de résultats
Clarifier comment les résultats/impacts seront mesurés

7 DIMENSION COMMUNAUTAIRE DU PROGRAMME

Indiquer les avantages d'une action au niveau de l'UE

8 BUDGET

Tableau récapitulatif par pays ciblé, par action et par année

La présentation du budget doit suivre la même structure et le même ordre des actions que celui retenu dans la description des actions (point 5.7). Voir modèle en annexe.

9 PLAN DE FINANCEMENT

Voir tableau-type en annexe.

10 AUTRES INFORMATIONS PERTINENTES

* * * * *

ANNEXES OBLIGATOIRES

- Annexe 1** **Engagement financier signé de(s) organisation(s) proposante(s) d'assurer leur financement durant toute la durée du programme.**
- Annexe 2** **Engagement signé de l'organisation/des organisations proposante(s) que le programme ne bénéficie d'aucun autre soutien financier de l'UE.**
- Annexe 3** **Fiche d'identification du programme (jointe au présent formulaire) - à soumettre dans une langue de votre choix parmi les 3 langues de travail de la Commission européenne (DE, EN, FR).**

ANNEXE 3 DU FORMULAIRE DE DEMANDE

FICHE D'IDENTIFICATION DU PROGRAMME

(A REMPLIR DANS UNE DES LANGUES DE TRAVAIL OFFICIELLES DA LA COMMISSION EUROPÉENNE : EN, FR, DE)

I. IDENTIFICATION DU PROGRAMME:

Etat(s) membre(s):

Titre du programme:

Organisme(s) compétent(s):

Organisation(s) proposante(s):

Organisme(s) d'exécution:

Type de mesure: information/promotion/mixte

Produit(s):

Etat membre(s) ciblés:

Durée:

Budget total:

Proposition reçue le:

II . DESCRIPTION DU PROGRAMME :

Objectif(s) : 1.

2.

...

Stratégie : (maximum 1/2 page)

Cibles: 1.

2.

...

Thèmes: 1.

2.

...

Aspects couverts³:

qualité
sécurité alimentaire
méthodes de production spécifique
aspects nutritionnels
aspects sanitaires
étiquetage
bien-être des animaux
respect de l'environnement
image des produits communautaires
systèmes communautaires AOP/IGP/STG
produits biologiques
symboles graphiques pour les régions
ultrapériphériques
système communautaire des v.q.p.r.d.,
indications géographique ou indication
traditionnelle réservée pour les vins ou
boissons spiritueuses

Messages à communiquer :

1.

2.

...

Actions par pays, y inclus leur portée/volume et calendrier prévisionnel :

1.

2.

...

Impact prévisible et méthode(s) d'évaluation:

³ Biffer les mentions inutiles

III. BUDGET

- BUDGET RÉCAPITULATIF : €

ACTION	Année I	Année II	Année III	TOTAL
1.				
2.				
3.				
TOTAL				

PLAN DE FINANCEMENT EN EURO :

COFINANCEMENT	ANNEE I	%	ANNEE II	%	ANNEE III	%	TOTAL	%
UE								50
ETAT MEMBRE								20
PROPOSANT								30
TOTAL		100		100		100		100

Annexe B1

**Note explicative relative à différents points
du formulaire de demande**

<p style="text-align: center;">NOTE EXPLICATIVE RELATIVE A DIFFERENTS POINTS DU FORMULAIRE DE DEMANDE ¹</p>

POINT 2 ORGANISATION(S) PROPOSANTE(S)

- 2.2 Fournir des informations sur la représentativité de(s) organisation(s) proposante(s) pour le(s) secteur(s) concerné(s) au niveau national et/ou européen (par exemple: part de marché, produits et/ou régions couvertes).
- 2.3 Pour chaque organisation, confirmation de la disponibilité des ressources techniques et financières nécessaires pour assurer la mise en œuvre efficace des mesures. L'État membre demande les documents qu'il considère les plus appropriés à cette fin, comme par exemple les copies d'états financiers et/ou de rapports annuels pour les trois dernières années. Décrivez des expériences antérieures dans le cadre de la mise en œuvre de programmes nationaux ou régionaux comparables.

POINT 3 ORGANISME(S) D'EXECUTION

Si l'organisme d'exécution a été sélectionné

- 3.2 Donner une description détaillée de la façon dont la procédure de mise en concurrence s'est déroulée et justifier les raisons du choix de(s) l'organisme(s) proposé(s). N.B. L'organisme (les organismes) d'exécution doit(vent) être indépendant(s) de l'organisation/des organisations proposante(s).
- 3.3 Il convient d'apporter la preuve de la capacité technique et financière de l'organisme (des organismes) d'exécution à assumer le travail considéré, y compris des ressources financières par rapport à l'importance du programme. Mentionner l'importance et la nature des éventuels partenariats concernés.

Si l'organisme d'exécution n'a pas encore été sélectionné

- 3.4 Il convient d'apporter le calendrier provisoire et la procédure de mise en concurrence prévue pour la sélection. En tout état de cause, la sélection doit avoir lieu avant la signature du contrat. Dès que la sélection de l'organisme d'exécution a eu lieu, l'information mentionnée dans les points 3.2 et 3.3 du formulaire d'application devra être fournie immédiatement.

Si l'organisation proposante décide de mettre en oeuvre une certaine partie du programme

¹ La présente note explicative donne une brève explication de quelques points importants concernant le formulaire de demande. Pour obtenir plus d'informations, prenez contact avec les autorités compétentes des États membres.

- 3.5 L'organisation proposante peut être autorisée à mettre en oeuvre certaines parties du programme pourvu que les conditions prévues dans le règlement de la Commission (CE) No 501/2008² soient respectées.

POINT 4 PRECISIONS RELATIVES AU PROGRAMME

- 4.1 Les produits éligibles sont énumérés dans les annexes des règlements (CE) n° 501/2008. La promotion de produits de marque n'est pas éligible au cofinancement de l'UE. Toute référence à l'origine des produits doit être secondaire par rapport au message principal, bien que l'origine des produits ayant une appellation conformément à la législation communautaire (AOP, IGP, STG, production biologique) puisse être mentionnée.
- 4.2 Indiquer si le programme porte principalement sur des éléments d'information, de promotion, ou les deux.
- 4.3 Dans le cas où un programme est présenté de façon conjointe par plusieurs organisations dans plus d'un État membre, l'accord de chaque État membre pour sa partie du programme doit être obtenu.
- 4.4 La liste des marchés éligibles pour l'exécution des programmes dans les pays tiers se trouve à l'annexe (III) du règlement (CE) no 501/2008. Dans le cas des programmes dans le marché intérieur, les pays cibles ne peuvent inclure que les États membres de l'UE.
- 4.5 La durée minimale d'un programme est de 12 mois, et la durée maximale est de 36 mois. Le programme doit être divisé en phases de 12 mois.
- 4.6 Si la proposition constitue la poursuite d'un (ou des) programme(s) antérieur(s) ou si des programmes similaires sont en cours ou ont été achevés récemment,
- indiquer le nom, la durée et les marchés cibles du(ou des) programme(s) antérieur(s)
 - indiquer les résultats obtenus, dans la mesure où ils sont connus au moment de la présentation du programme.
- Le cas échéant, joindre des rapports.

POINT 5 DESCRIPTION DU PROGRAMME

- 5.1 Décrire les motivations ayant amené à présenter la proposition, par exemple en termes de situation du marché ou de demande du/des produit(s) concerné(s) ou le besoin de disséminer l'information au moyen du programme.
- 5.2 Préciser les objectifs du programme en termes d'objectifs concrets et, si possible, quantifiés. Le cas échéant, inclure une différenciation par groupe cible et/ou marché cible.

² JO L 147, 6.6.2008, p. 34.

- 5.3 Pour les propositions concernant le marché intérieur, veiller à ce que la stratégie du programme et ses principales actions et instruments soient conformes aux lignes directrices figurant dans le règlement (CE) n° 501/2008.
- 5.4 Les objectives, la stratégie, et les groupes cibles d'un programme doivent constituer un ensemble cohérent. Dans le cas des programmes pour le marché intérieur, les lignes directrices en annexe du règlement (CE) n° 501/2008 donnent des informations concernant les groupes cibles recommandés pour des différents secteurs.
- 5.5 Lorsque des références à des effets sur la santé ou aux valeurs nutritionnelles de la consommation des produits sont mentionnées, leur base scientifique doit être précisée. Toutes ces références doivent être conformes à la législation nationale et communautaire dans le domaine de la santé. Pour les programmes concernant le marché intérieur, le matériel contenant des allégations relatives à la santé doit être accepté par les autorités nationales compétentes.
- 5.6 Si le pays ou la région d'origine du produit est mentionnée, cette indication doit être secondaire par rapport au message principal qui donne des informations sur les caractéristiques et les qualités du produit.

Pour les programmes dans des pays tiers, l'organisme proposant devra confirmer que les messages d'information et/ou promotion qui seront transmis au consommateurs et autres groupes cibles seront conformes à la législation d'application dans les pays cibles.

- 5.7 Il est à noter que par «programme», on entend un ensemble d'actions cohérentes (c'est-à-dire plus qu'une seule action). Donnez suffisamment d'informations concernant les actions et les instruments qui seront utilisés pour leur mise en œuvre, y compris leur nombre, volume et/ou dimensions et les coûts unitaires prévus, de façon à justifier le budget proposé.

Toutes les actions incluses dans le programme devront inclure une description claire de la composition des différents coûts liés. Par exemple,

Action X « Participation à l'exposition AAA »

Location du espace	€/m ²	Coût total
Construction du stand	€/m ²	Coût total
Personnel chargé du stand	€/personne/jour	Coût total
Autres coûts (svp spécifier dîners, transports, etc.)	€/participant	Coût total
...

Cependant, dans le cas où un nombre élevé des actions similaires (par ex. points de vente) est prévu, il est suffisant de décrire le contenu de la structure des coûts d'une de ces actions.

Un calendrier provisoire pour la mise en place des différentes actions doit être inclus dans la proposition. Les endroits où les activités seront menées doivent être indiqués (mentionner la ville ou, dans des cas exceptionnels, la région ; par exemple « les États-

Unis » n'est pas suffisamment précis). Si des actions dans les médias sont proposées, un média plan provisoire doit être joint en annexe.

La description des actions doit suivre la même structure (titres/catégories) et ordre (numérotation) que la présentation du tableau budgétaire (voir point 8 ci-dessous).

POINT 6 IMPACT PREVISIBLE

Préciser l'impact prévu du programme en ce qui concerne la demande, la notoriété et/ou l'image du produit et/ou tout autre aspect lié aux objectifs. Chiffrer autant que possible les résultats prévus de la mise en œuvre du programme.

Décrire succinctement la(les) méthode(s) qui sera(seront) utilisée(s) pour mesurer l'impact. Au cas où une information de fond à cet égard existe déjà ou sera obtenue avant le début du programme, une description de celle-ci devrait être incluse.

POINT 7 DIMENSION COMMUNAUTAIRE DU PROGRAMME

Décrire les bénéfices éventuels au niveau de l'UE qui découleront du programme et justifiant son cofinancement au niveau de l'UE.

POINT 8 BUDGET

Si un programme implique plusieurs pays et/ou organisations proposant, un seul budget coordonné couvrant l'ensemble du programme doit être présenté.

Dans le cas où certaines actions prévues s'avèrent identiques ou très similaires, une ventilation budgétaire claire, détaillée et structurée des éléments composant ladite action « type » devrait être également annexée.

Le budget (en euros) doit être présenté suivant la même structure (titres/catégories) et l'ordre (numérotation) que la liste des actions décrites au point 5.7. Si le programme couvre plusieurs pays, les coûts doivent être détaillés par pays et par action. Les honoraires de l'organisme/des organismes de mise en œuvre doivent être présentés séparément.

Si les honoraires de l'organisme/des organismes de mise en œuvre sont présentés comme une somme forfaitaire, leur niveau maximal est de 13% des coûts effectifs de la réalisation des actions dans le cas des programmes proposés par un seul État membre, et de 15% dans le cas de programmes proposés par plusieurs États membres. S'il est envisagé de facturer les honoraires de l'organisme/des organismes de mise en œuvre sur base des travaux réellement effectués, la proposition doit inclure une estimation du nombre d'heures nécessaires pour lesdits travaux ainsi que leur coût unitaire.

Le budget doit être présenté sous la forme d'un tableau récapitulatif de toutes les actions prévues dans le programme et indiquant leur coût annuel et total. Une attention particulière doit être accordée aux dépenses qui ne sont pas éligibles à un cofinancement par la Communauté (voir l'annexe III du modèle contrat).

Tableaux récapitulatif du Budget en Euro (€)

Ces tableaux peuvent être adaptés autant que de besoin en fonction du programme, de la nature des différentes actions et du niveau de ventilation considéré comme nécessaire par l'État membre(s) concerné(s).

ACTIONS (pour chaque pays cible)	1° ANNEE	2° ANNEE	3° ANNEE	TOTAL
Action 1*				
Action 2*				
Action N*				
Total des actions (1)				
Frais de garantie de bonne exécution				
Honoraires de l'organisme d'exécution (maximum 13/15 % de (1), annexe III, point B.1.2 du contrat)				
Mesure des résultats. des actions (maximum 3 % de (1), annexe III, point C.5 du contrat)				
Total des coûts directs pour le programme (2)				
Frais généraux (maximum [3/5 march. Inter.][4/6 pays tiers] % de (2), annexe III, point A.2 du contrat)				
TOTAL DU PROGRAMME				

* Y compris les honoraires facturés sur base d'un taux horaire (annexe III, point B.1.1 du contrat).

POINT 9 PLAN DE FINANCEMENT

La participation financière de la Communauté n'excède pas 50% du coût réel de chaque année des programmes. L'organisation proposante doit participer au financement du programme à concurrence d'au moins 20% du coût réel du programme, le reste du financement étant à la charge de l'État membre concerné. La participation financière de l'État membre peut varier entre 0 et 30%, mais même dans le cas où l'État membre ne participe pas au financement du programme, il doit l'accepter et le présenter à la Commission. La participation financière de la ou des organisation(s) professionnelle(s) et du ou des États membres peut provenir de recettes fiscales ou de contributions obligatoires.

La participation financière de la Communauté visée au première alinéa est de 60 % pour les actions de promotion des fruits et légumes destinées spécifiquement aux enfants dans les établissements scolaires de la communauté. Ce pourcentage visé au première alinéa est de 60 % pour les actions d'information menées dans la communauté sur les modes de consommation responsables en matière de boisson et sur les méfaits de la consommation dangereuse d'alcool.

S'il s'agit d'un programme présenté conjointement par plusieurs organisations professionnelles et États membres, les participations financières respectives doivent être clairement établies avant que le programme soit présenté à la Commission.

PARTICIPATION FINANCIERE	1° ANNEE		2° ANNEE		3° ANNEE		TOTAL	
	€	%	€	%	€	%	€	%
C. Européenne <i>(n'excèdera pas 50% ou 60%)</i>								
État membre								
Organisation proposante <i>(au moins 20%)</i>								
TOTAL		100		100		100		100

POINT 10 AUTRES INFORMATIONS PERTINENTES

Toute autre information demandée par l'État membre ou jugée pertinente par l'organisation proposante.

http://ec.europa.eu/agriculture/prom/index_fr.htm

Annexe C

Formulaire n°1 relatif aux organisations proposant es

FORMULAIRE N° 1 RELATIF AUX ORGANISATIONS PROPOSANTES

IDENTITE DE L'ORGANISATION PROPOSANTE

Raison sociale (dénomination légale complète) :

Dénomination abrégée (le cas échéant) :

Statut juridique du demandeur :

Numéro d'immatriculation légal (le cas échéant) :

Date d'enregistrement :

Adresse du siège social :

N°.....Rue.....:

Code postal :

Ville :

Pays :

Tél :

Fax :

Adresse e-mail :

Site internet

1.11. Personne responsable :

Titre : M. Mme Mlle

Nom :

Prénom :

Fonction :

Personne de contact :

Titre : M. Mme Mlle

Nom :

Prénom :

Fonction :

Responsable financier :

Titre : M. Mme Mlle

Nom :

Prénom :
Fonction :

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ORGANISATION PROPOSANTE

Résumé des buts et des activités du demandeur :

Structure de l'organisation :

Quelles sont les organisations membres ?

Etats membres	Type d'organisation, nom, adresse, tél., fax, e-mail	Nombre de membres actifs dans l'organisation

De quelle(s) organisation(s) est membre le demandeur ?

Etats membres	Type d'organisation, nom, adresse, tél., fax, e-mail	Nombre de membres actifs dans l'organisation

Autres subventions demandées à la Commission européenne :

Avez-vous bénéficié au cours de trois dernières années d'une subvention de la Commission ?

Avez vous présenté pendant l'année en cours une autre demande de subvention communautaire, quel que soit son objet ou avez vous l'intention de le faire ?

[Si oui, veuillez préciser le programme de subventions concerné, le montant et le pourcentage de la subvention demandée et le type d'actions concernées.]

Annexe D

Formulaire n°2 relatif aux organismes d'exécution

FORMULAIRE N° 2 RELATIF AUX ORGANISMES D'EXECUTION

IDENTITE DE L'ORGANISME D'EXECUTION

1.1 Raison sociale (dénomination légale complète) :

1.2 Dénomination abrégée (le cas échéant) :

1.3 Statut juridique :

1.4 Numéro d'immatriculation légal (le cas échéant) :

1.5 Date d'enregistrement :

1.6 Adresse du siège social :

N°.....Rue.....:

Code postal :

Ville :

Pays :

Tél :

Fax :

Adresse e-mail :

Site internet

Personne responsable :

Titre : M. Mme Mlle

Nom :

Prénom :

Fonction :

Personne de contact :

Titre : M. Mme Mlle

Nom :

Prénom :

Fonction :

Responsable financier :

Titre : M. Mme Mlle

Nom :

Prénom :

Fonction :

RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ORGANISME D'EXECUTION

2.1 Sélection de l'organisme d'exécution

- a) Par quelle procédure a-t-il été retenu ?
- b) Sur la base de quels critères ?
- c) Expliquez les raisons qui ont motivé le choix de l'organisme d'exécution :

Résumé des activités de l'organisme d'exécution :

2.2 Capacité technique et professionnelle de l'organisme d'exécution :

Effectifs moyens annuels de l'organisme d'exécution au cours des 3 dernières années :

Capacité professionnelle des personnes qui vont assurer les tâches liées au programme qui fait l'objet de la proposition :

Expérience de travail de l'organisme d'exécution dans le domaine de la promotion et de la communication en faveur des produits agricoles au cours des trois dernières années (maximum 10 actions) :

Autres actions significatives réalisées au cours des trois dernières années, dans la limite de 5 actions :

Annexe D1

Publication des montants versés aux bénéficiaires de la PAC

Modalité d'information préalable des bénéficiaires

PUBLICATION DES MONTANTS VERSES AUX BENEFICIAIRES DE LA PAC
MODALITES D'INFORMATION PREALABLE DES BENEFICIAIRES

DEMANDES D'AIDE, DEMANDES DE PAIEMENT

Je suis informé(e) que, conformément au règlement communautaire n°259/2008, l'Etat est susceptible de publier une fois par an, sous forme électronique, la liste des bénéficiaires recevant un aide FEADER ou FEAGA. Dans ce cas, mon nom, mon adresse et le montant de mes aides perçues resteraient en ligne sur le site internet du MAAPRAT pendant 2 ans. Cette parution se fait dans le respect de la loi « informatique et liberté » (loi n°78-17 du 6 janvier 1978).

Fait à,le

La mention « lu et approuvé »

Nom

Qualité

Signature

Annexe E

Modèle de contrat et ses annexes (I à VIII)



Bruxelles, le 7 décembre 2009
D-4/MBU D(2009)

NOTE A L'ATTENTION DU COMITE DE GESTION

Objet: Promotion des produits agricoles : modèle de contrat

Faisant suite aux échanges de vues qui ont eu lieu au sein du comité de gestion, en particulier lors de sa réunion du 11 novembre 2009, un projet de modèle de contrat amendé a été établi et vous est présenté en annexe.

Les passages modifiés sont soulignés. Ils se trouvent aux endroits suivants:

- Annexe III, page 12, premier paragraphe,
- Annexe III, partie A, page 13, nouveau point 5,
- Annexe III, partie C, pages 15 et 16, nouveau point 5,
- Annexe VIII, partie B, page 25, note de bas de page n° 3,
- Annexe VIII, partie B, page 27, nouveau point 2.

Annexe: Projet de modèle de contrat amendé.

MODELE DE CONTRAT

(Référence : FEAGA : 05 08 04 01 – 38.....)

Entre :

.....(nom, adresse)
agissant au nom et pour compte de (Etat membre) ci-après dénommé
"l'autorité nationale compétente", représentée, pour la signature du présent contrat, par
.....(nom, titre),
d'une part,

et

.....(nom, adresse du siège social)
ci-après dénommé "le contractant", représenté par(nom, titre)
d'autre part,

Vu le règlement (CE) n° 3/2008¹ du Conseil du 17 décembre 2007 relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers,

Vu le règlement (CE) n° 501/2008² de la Commission du 5 juin 2008 portant modalités d'application du règlement (CE) n° 3/2008,

il a été convenu ce qui suit:

Article premier - Objet

1. Le contractant s'engage à exécuter les actions dont l'objet est le suivant:
.....,
et telles qu'elles sont définies dans sa proposition du, modifiée par les lettres des, qui font partie intégrante du présent contrat (cf. annexe I).
Ce contrat porte la référence suivante : (n° de l'Etat membre)

Le contractant est, vis-à-vis de l'autorité nationale compétente, le seul responsable de l'exécution de l'action et son seul interlocuteur.

1 JO L 3 du 5.1.2008, p.1

2 JO L 147 du 6.6.2008, p.3

L'autorité nationale compétente ne peut en aucun cas avoir à supporter les conséquences de litiges éventuels entre le contractant et l'organisme d'exécution et ses sous-contractants éventuels.

2. Le présent contrat ne peut être modifié que par un accord écrit entre les parties contractantes, sur demande motivée de l'une d'elles. Les modifications éventuelles, approuvées par le ou les Etats membres, prennent la forme d'un avenant signé par chacune des parties contractantes. Une copie de cet avenant est transmise à la Commission dans le meilleur délai.

Le présent contrat ne peut pas être modifié durant la période de trois mois qui précède la fin de la dernière phase visée à l'article 2, paragraphe 3. Toutefois, dans des circonstances exceptionnelles dûment motivées, l'autorité nationale compétente peut autoriser une dérogation à cette disposition.

Article 2 - Durée

1. Le présent contrat entre en vigueur à la date de la dernière signature des parties contractantes.
2. La durée pour la réalisation des actions du contrat est divisée en (une/deux/trois) phases de douze mois chacune. Le contractant ne sera autorisé à poursuivre l'exécution du présent contrat dans les deuxième et troisième phases qu'après autorisation écrite de l'Etat membre ou des Etats membres concernés. Cette autorisation sera conditionnée par la disponibilité des crédits requis dans le budget de la Communauté européenne. Aucune dépense engendrée pour la préparation ou la réalisation d'une action de la phase suivante, ne sera éligible avant la date de cette autorisation.

Le ou les Etats membres concernés pourront – sans indemnité – suspendre temporairement ou définitivement le contrat si les crédits requis pour son exécution ne sont pas disponibles dans le budget de l'Etat membre ou des Etats membres concernés.

3. Les actions prévues dans les documents visés à l'article premier sont réalisées pendant les diverses phases du programme à partir de la date d'entrée en vigueur du contrat et se terminent à l'échéance de la première/deuxième /troisième phase
4. Le contrat prend fin après le paiement du solde de la dernière phase.

Article 3

Participations financières de la Communauté européenne et de l'Etat membre

1. La participation financière de la Communauté européenne n'excède pas 50 % des coûts réels de chaque phase du programme reconnus éligibles prévus à l'annexe II, et réellement supportés par le contractant pour la réalisation des actions visées à l'article premier, jusqu'à concurrence d'un montant maximum :

- de euros, dans la première phase ;
- de euros, dans la 2ème phase ;
- de euros, dans la 3ème phase (remplir selon la durée du contrat et en fonction des pourcentages maximum autorisés).

Pour le marché intérieur, le pourcentage visé au premier alinéa est de 60% pour:

- les actions de promotion des fruits et légumes destinées spécifiquement aux enfants dans les établissements scolaires de la Communauté,
- les actions d'information menées dans la Communauté sur les modes de consommation responsables en matière de boisson et sur les méfaits de la consommation dangereuse d'alcool.

Les montants afférents à la taxe sur la valeur ajoutée des Etats membres, ou à d'autres droits et taxes des Etats membres, ne sont pas pris en compte dans le calcul de la participation financière de la Communauté.

2. La participation financière de l'Etat membre ou des Etats membres concernés correspond à ... % (1) des coûts réels de chaque phase du programme, reconnus éligibles prévus à l'annexe II, et réellement supportés par le contractant pour la réalisation des actions visées à l'article premier, jusqu'à concurrence d'un montant maximum :

- de euros, dans la première phase ;
- de euros, dans la 2ème phase ;
- de euros, dans la 3ème phase.

(1) (à remplir ou à adapter par l'Etat membre)

3. La participation financière de la Communauté européenne et, le cas échéant, du ou des Etats membres concernés, relative à chaque phase du contrat ne peut en aucun cas être augmentée, même si le coût réel des actions en cause dépasse le coût indiqué par le contractant dans son offre. Le contractant supporte seul les risques d'un tel dépassement.
4. Au cas où le coût total des actions visées à l'article premier se révèle inférieur aux montants indiqués sous les paragraphes 1 et 2, les participations financières de la Communauté européenne et, le cas échéant, du ou des Etats membres concernés sont réduites proportionnellement.

Article 4 - Exécution des actions

1. Le contractant assume seul la responsabilité technique et financière des actions visées à l'article premier, y compris celle de leur compatibilité avec la réglementation communautaire en vigueur et les règles de concurrence applicables en la matière. Il affecte le personnel nécessaire pour le suivi et la surveillance de l'exécution des actions prévues au programme.
2. Le ou les contrats avec les organismes d'exécution sont communiqués par le contractant à l'autorité nationale compétente ainsi que les noms et raisons sociales des tierces personnes auxquelles il envisage de confier l'exécution d'une action, ainsi que les noms des éventuels

conseillers ou consultants. [Les contrats conclus, le cas échéant, avec des sous-contractants doivent être approuvés par écrit par l'autorité nationale compétente avant leur conclusion.]³

3. Le contractant inclut dans les contrats conclus avec le ou les organismes d'exécution les stipulations au terme desquelles l'autorité nationale compétente et la Commission peuvent exercer les mêmes droits et bénéficier des mêmes garanties et contrôles vis-à-vis des organismes d'exécution que vis-à-vis du contractant lui-même.
4. Des variations dans la répartition des dépenses sont acceptées automatiquement dans la limite de 10%, pour chaque poste budgétaire se référant aux actions du programme telles qu'indiquées dans la proposition du contractant, acceptée et annexée au contrat, pour autant que les montants maximum visés à l'article 3 ne soient pas dépassés.
5. Le contractant s'engage tant pour lui-même que pour l'organisme d'exécution et les sous-contractants éventuels :
 - à ne pas orienter les actions en fonction des marques commerciales, à ne pas promouvoir de noms de firmes ou, sous réserve des articles 4 et 5, paragraphes 2, du règlement (CE) n° 501/2008, de l'origine sous le couvert des actions faisant l'objet du présent contrat;
 - à ce que les messages soient conformes à la législation applicable dans les pays tiers auxquels ils sont destinés;
 - à ne pas présenter de demandes pour bénéficier des aides communautaires ou d'autres aides publiques, aux fins de l'exécution des actions visées à l'article premier;
 - à indiquer clairement et lisiblement sur tous les matériels (y compris les supports audiovisuels) qu'il produira que l'Union Européenne a participé au financement des actions faisant l'objet du présent contrat, conformément à l'annexe IV, sous peine de non-éligibilité des dépenses y relatives.
 - [disposition de l'Etat membre relative à sa propre participation]
6. Le contractant informe l'autorité nationale compétente en lui transmettant, trente jours avant le début de chaque trimestre, un calendrier provisoire des actions prévues, selon le modèle de l'annexe VII. Lorsqu'il y a des changements par rapport à ce calendrier provisoire, il transmet, au moins quinze jours ouvrables à l'avance, une indication des dates ou périodes de réalisation des actions prévues au programme.

L'absence de communication de cette information implique la non-éligibilité des coûts de l'action ou des actions concernées.

L'autorité nationale compétente transmet immédiatement cette information à la Commission.

³ Les phrases entre crochets sont optionnelles.

7. Le contractant informe l'autorité nationale compétente par écrit et sans délai, en lui fournissant toutes précisions utiles, de tout événement susceptible de porter préjudice à la bonne exécution du présent contrat dans le respect des délais prévus.
8. Le contractant s'engage à transmettre à l'autorité nationale compétente tous les projets des matériels d'information et promotion produits dans le cadre du programme avant la réalisation des actions. Le ou les Etats membres veillent à ce que le projet de matériel soit conforme à la réglementation communautaire en vigueur, et notamment, pour les programmes visant le marché intérieur à l'article 4 du règlement (CE) n° 501/2008, et pour les programmes visant les pays tiers, à l'article 5 du même règlement.

Article 5 - Modalités de paiement

1. Le contractant s'engage à ouvrir un compte bancaire qui sera utilisé exclusivement pour toutes les opérations financières (recettes et dépenses) qui devront être effectuées pour la gestion du présent contrat.
2. Les participations financières de la Communauté européenne et, le cas échéant, de l'Etat membre ou des Etats membres concernés sont versées dans les délais prévus à l'article 20 du règlement (CE) 501/2008, par l'autorité nationale compétente sur le compte bancaire indiqué ci-après, ouvert au nom du contractant.
 Nom de la banque :
 Adresse complète de l'agence bancaire :
 Identification précise du titulaire du compte :
 Numéro du compte, y compris les codes bancaires (*code IBAN*):.....
3. Le contractant s'engage :
 - à régler les dépenses présentées par les organismes d'exécution dans les délais légaux, avant d'en demander le remboursement à l'autorité nationale compétente ;
 - à alimenter le compte visé au paragraphe 1er pour répondre aux exigences du premier tiret du présent paragraphe.
4. Les demandes de paiements visées aux articles 18 et 19 du règlement (CE) n° 501/2008 sont accompagnées, outre des rapports prévus dans ces articles, d'un tableau récapitulatif reprenant les paiements effectués et sont présentées conformément aux dispositions du point D de l'annexe III du présent contrat. Les copies des factures et des pièces justificatives, notamment le relevé bancaire émis par la banque du compte visé au paragraphe 1, relatives à ces paiements sont jointes aux demandes de paiement. Les rapports visés aux articles 18 et 19 du règlement (CE) n° 501/2008 seront présentés suivant les modèles figurant à l'annexe VIII.
5. Si la vérification fait apparaître que certains montants ont été indûment versés le bénéficiaire rembourse, sur demande de l'autorité nationale compétente, le montant en cause conformément à l'article 26, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 501/2008. En cas de fraude ou de négligence grave, les dispositions de l'article 27 du règlement (CE) n° 501/2008 sont d'application.

6. Dans le cas où le contrat est résilié, le paiement des participations financières de la Communauté européenne et, le cas échéant, de l'Etat membre ou des Etats membres est suspendu jusqu'à ce que les effets de cette résiliation soient fixés conformément à l'article 10, paragraphe 4.

Article 6 - Contrôles

1. Le contractant et le ou les organismes d'exécution tiennent une comptabilité analytique permettant l'identification des recettes et dépenses relatives à l'exécution des actions régies par le présent contrat. Ils tiennent à la disposition de l'autorité nationale compétente et de la Commission toutes informations et documents nécessaires à la vérification du respect de leurs obligations.
2. L'autorité nationale compétente et la Commission peuvent, à tout moment, faire procéder à des contrôles techniques et comptables, leur permettant de suivre l'état d'avancement et de réalisation des actions concernées. Les agents mandatés de l'organisme compétent, de la Commission et de la Cour des comptes ont également accès aux livres et à tous les autres documents ayant trait aux paiements effectués dans le cadre du contrat, dès la signature du contrat et jusqu'à cinq ans après la date du paiement du solde.
3. La Commission peut, à tout moment, participer aux contrôles organisés par les Etats membres. Elle peut procéder à tous les contrôles supplémentaires qu'elle estime nécessaires.

Article 7 - Rabais et revenus éventuels

1. Le contractant doit utiliser toutes les possibilités d'obtenir des rabais, réductions ou commissions.

Il s'engage à porter au crédit du compte visé à l'article 5, paragraphe 2 tout rabais et toute réduction ou commission qu'il reçoit et qui n'est pas déjà repris dans la facturation.

2. Le contractant doit porter au crédit du compte visé à l'article 5, paragraphe 2 tout revenu dérivant de l'exécution des actions faisant l'objet du présent contrat, notamment les intérêts éventuels du placement de tout montant provenant de la participation financière de la Communauté européenne et, le cas échéant, de l'Etat membre ou des Etats membres concernés.

Tous ces crédits sont déduits du montant de la participation financière de la Communauté européenne et, le cas échéant, de l'Etat membre ou des Etats membres concernés.

Article 8 - Diffusion et exploitation des résultats

1. Le contractant s'engage à protéger ou à faire protéger les résultats susceptibles de faire l'objet de droits de propriété, acquis à l'occasion de l'exécution du présent contrat.

2. Le contractant s'engage, en outre, tant pour lui-même que pour les organismes d'exécution et ses sous-contractants éventuels, à réserver à la Commission et, le cas échéant, à l'Etat membre ou aux Etats membres tous les droits d'utilisation des résultats des actions faisant l'objet du présent contrat.

Cette obligation ne préjuge pas du devoir du contractant de diffuser les résultats au cas où cette diffusion fait l'objet du contrat.

3. Le contractant accepte que la Commission et les Etats membres puissent communiquer ou publier des informations concernant, notamment, les actions prévues au présent contrat, l'évaluation finale des actions, ainsi que le ou les organismes qui ont participé à leur exécution.
4. Le matériel réalisé et financé dans le cadre d'un programme visé au paragraphe 1, en ce compris les créations graphiques, visuelles et audiovisuelles, ainsi que les sites Internet, peut faire l'objet d'utilisations ultérieures moyennant autorisation écrite préalable de la Commission, des organisations proposant concernées et des Etats membres qui apportent une contribution au financement du programme, en tenant en compte des droits des contractants découlant du droit national qui régit le contrat.

Article 9 - Compensation des créances

Les créances respectives des parties résultant du présent contrat ne peuvent pas être compensées par d'autres créances entre ces mêmes parties.

Article 10 - Clause résolutoire

1. Le présent contrat est, sans indemnité, résilié de plein droit par l'autorité nationale compétente en cas de non-respect, par le contractant, d'une des obligations qui lui incombent en vertu de ce contrat, après mise en demeure, notifiée par lettre recommandée avec accusé de réception et non suivie d'exécution dans un délai d'un mois.
2. Le contrat est résilié par l'autorité nationale compétente, sans préavis, dans les cas suivants:
 - a) si le contractant ne peut obtenir, par sa faute, l'un des permis ou autorisations nécessaires pour l'exécution du contrat;
 - b) si le contractant a commis un manquement grave à ses obligations contractuelles, dûment constaté par l'autorité nationale compétente;
 - c) si le contractant a fait des fausses déclarations pour obtenir le financement communautaire ou d'autres financements publics.
3. Dans les cas visés aux paragraphes 1 et 2, le contractant perd entièrement la garantie de bonne exécution (visée à l'article 16, paragraphe 3 du Règlement (CE) n° 501/2008 de la

Commission) et perd, proportionnellement aux montants de la participation financière de la Communauté et des Etats membres indûment versés, les autres garanties qu'il a constitué en vertu du présent contrat.

4. En cas de résiliation, le montant dû au contractant est établi sur la base du coût réel des actions exécutées, en conformité avec le contrat avant la résiliation, y compris les dépenses engendrées par les travaux préparatoires des actions à exécuter, sans préjudice des dommages et intérêts que le contractant devrait subir du chef de la résiliation.

Article 11 - Clause fiscale

1. En application des dispositions des articles 3 et 4 du Protocole sur les privilèges et immunités des Communautés européennes, la participation financière de la Communauté européenne est exonérée de tous droits et taxes, notamment de la taxe sur la valeur ajoutée. Pour l'application des articles 3 et 4 dudit Protocole, le contractant se conforme aux instructions de l'autorité nationale compétente et de la Commission.
2. Si le contractant est tenu au paiement de la taxe sur la valeur ajoutée d'un Etat membre, le montant correspondant n'est pas éligible au titre de la participation financière de la Communauté Européenne.
3. Si le contractant est tenu au paiement de droits et taxes dans les pays tiers cibles du programme, ces droits et taxes sont éligibles au remboursement, dans le cadre du budget du programme approuvé, sauf dans le cas où ces droits et taxes sont récupérables dans les pays tiers où l'on exécute le programme.
- (4. clause fiscale de l'État membre)

Article 12 - Litiges entre le contractant et des tiers

1. Si l'autorité nationale compétente demande au contractant d'intenter une procédure administrative ou judiciaire, dans le cas d'une action l'opposant à des tiers et résultant de l'exécution du présent contrat, le contractant est tenu de se conformer aux instructions de l'autorité nationale compétente.
2. Le contractant informe l'autorité nationale compétente, par écrit, de toute procédure administrative ou judiciaire introduite contre lui résultant de l'exécution du présent contrat. Les parties contractantes décident d'un commun accord des démarches à entreprendre.
3. L'autorité nationale compétente informe, sans délai, la Commission des procédures visées aux paragraphes 1 et 2.

Article 13 - Dispositions applicables en cas de conflit

En cas de conflit entre le présent contrat et la proposition du contractant, les clauses du présent contrat sont seules applicables.

Article 14 - Juridiction

1. Le présent contrat est régi par la loi du pays dont relève l'autorité nationale compétente.
2. Tout litige entre l'autorité nationale compétente et le contractant ou toute action d'une partie contre l'autre, fondés sur le présent contrat, qui n'ont pas pu faire l'objet d'un règlement amiable entre les parties contractantes, sont soumis aux tribunaux du pays précité.

Article 15 - Annexes

Font partie intégrante de ce contrat:

- Annexe I: Proposition du contractant (et lettres modificatives), telle que visée à l'article premier.
- Annexe II: Budget récapitulatif.
- Annexe III: Eligibilité des dépenses : règles spécifiques.
- Annexe IV: Modalités concernant la mention de la participation financière de l'Union européenne.
- Annexe V : Modèle de garantie de bonne exécution du contrat.
- Annexe VI : Modèle de garantie pour l'avance.
- Annexe VII : Modèle du calendrier provisoire des actions.
- Annexe VIII : Modèles de rapports.

SIGNATURES

Pour l'autorité nationale compétente,

Pour le contractant,

Fait à, le

Fait à, le

En deux exemplaires

ANNEXE I

1. Proposition du contractant (et lettres modificatives), telle qu'elle a été approuvée par la Commission.

ANNEXE II

Budget récapitulatif ¹

ACTIONS	1° ANNEE	2° ANNEE	3° ANNEE	TOTAL
<i>Action 1*</i>				
<i>Action 2*</i>				
<i>Action 3*</i>				
<hr/>				
<i>Total des actions (1)</i>				
<i>Frais de garantie de bonne exécution</i>				
<i>Honoraires de l'organisme d'exécution (maximum 13/15 % de (1), annexe III, point B.1.2)</i>				
<i><u>Evaluations</u> des résultats. des actions (maximum 3/5 % de (1), annexe III, point C.5.) <u>**</u></i>				
<hr/>				
<i>Total des coûts directs pour le programme (2)</i>				
<i>Frais généraux (maximum 3/5 % ou 4/6 % de (2), annexe III, point A.2)</i>				
<i><u>Montant des frais généraux non utilisés (annexe III, point A.5)</u></i>				
<hr/>				
TOTAL PROGRAMME				

1 Ces tableaux pourront être adaptés en fonction du programme. Là où un pourcentage est appliqué, indiquer le pourcentage utilisé.

* Y compris les honoraires facturés sur base d'un taux horaire (annexe III, point B.1.1)

** 3 % pour l'évaluation annuelle, 5 % pour l'évaluation de la dernière phase incluant une évaluation de l'ensemble du programme

PARTICIPATION FINANCIERE¹
(en valeur et en %)

	1° ANNEE	2° ANNEE	3° ANNEE	TOTAL
C.EUROPEENN E				
ETAT MEMBRE				
CONTRACTANT				
TOTAL				

ANNEXE III

Eligibilité des dépenses : règles spécifiques

Les dépenses éligibles ne concernent que les coûts relatifs aux actions réalisées et supportés par le contractant et par l'organisme d'exécution, après la date d'entrée en vigueur du contrat et avant son échéance. Toutefois, les évaluations prévues au point C.5 de la présente annexe pourront être clôturées jusqu'à quatre mois après l'échéance de chaque phase du contrat et doivent être présentées avec les demandes de solde.

Les dépenses peuvent inclure tout ou partie des catégories suivantes :

A. Dépenses du contractant (frais généraux et frais financiers)

1. Les frais généraux du contractant couvrent les frais d'administration, de coordination (y compris les frais de déplacement et de séjour) et de gestion (y compris le coût d'utilisation informatique), ainsi que le secrétariat, la comptabilité, la correspondance, le loyer, les communications et les consommations courantes telles que l'eau, le gaz, l'électricité et les frais d'entretien. Ces coûts indirects seront calculés sur la base des principes, règles et méthodes comptables en vigueur dans le pays du contractant.
2. Les frais généraux ne peuvent pas dépasser les pourcentages suivants des coûts effectifs de la réalisation des actions :
 - A) pour le marché intérieur:
 - 3 % pour les programmes proposés par un seul Etat Membre, et
 - 5% pour les programmes proposés par plusieurs Etats Membres.
 - B) pour les pays tiers:
 - 4 % pour les programmes proposés par un seul État membre, et
 - 6 % pour les programmes proposés par plusieurs États membres.

Toutefois, les coûts effectifs de la réalisation des actions exécutées directement par le contractant, ne sont pas pris en compte pour le calcul des frais généraux.

3. Les frais concernant la garantie de bonne exécution prévue à l'article 16, paragraphe 3 du règlement (CE) n° 501/2008), sont éligibles.
4. Les frais généraux et les frais concernant la garantie de bonne exécution, ne pourront être admis que dans la mesure où :
 - ils peuvent faire l'objet de vérifications;
 - ils n'incluent aucun coût déjà imputé au présent contrat sous une autre catégorie de dépenses;
 - ils ne sont pas pris en charge dans un autre programme.
5. La partie non utilisée des frais généraux du contractant, prévus au point 2 ci-dessus, peut être utilisée pour majorer les coûts des évaluations prévues au point C5.

B. Dépenses de l'organisme d'exécution

1. Honoraires

Les honoraires couvrent tous les frais de personnel, de conception, de réalisation et de gestion des actions à réaliser. Les frais de déplacement et de séjour sont soumis aux règles prévues au point 2. Tout honoraire devra être présenté dans la proposition de l'une des deux manières suivantes :

1.1. Honoraires facturés sur base des travaux réellement exécutés

Ces honoraires seront présentés sur la base du coût horaire (et non pas journalier), par action, par mois, par catégorie de personnel et par personne. Ils reprendront la durée de la prestation, le coût unitaire et le coût total.

Cependant des informations complémentaires devront apparaître sur les "Time sheets" établis par le personnel concerné, telles que le lieu de prestation, le nombre d'heures par jour, et l'objet de la prestation en relation avec l'action prévue au contrat.

Ils seront certifiés conformes au moins une fois par mois par le chef de projet ou par tout autre membre responsable du personnel.

Ces "Time sheets" détaillés devront être disponibles et vérifiables auprès du contractant.

Pour les honoraires des experts consultés, l'organisme d'exécution s'assure de la réalité du temps de travail déclaré.

1.2. Honoraires facturés sur base d'un montant forfaitaire

Ces honoraires ne peuvent pas dépasser les pourcentages suivants des coûts effectifs de la réalisation des actions (à l'exclusion des dépenses du contractant (points A.1 et A.3) et des honoraires visés sous 1.1 ci-dessus) :

- 13 % pour les programmes proposés par un seul Etat Membre, et
- 15 % pour les programmes proposés par plusieurs Etats Membres.

1.3. Lorsque le contractant exécute directement des actions conformément à l'article 13, paragraphe 1, du règlement (CE) n° 501/2008 les honoraires facturés sur base des travaux réellement effectués seront présentés conformément aux dispositions du point 1.1.

2. Frais de déplacement et frais de séjour

Ces frais engendrés par la réalisation des actions, sont éligibles sur présentation des pièces justificatives, dans les conditions suivantes:

2.1 Frais de déplacement

- billet d'avion en classe économique et la carte d'embarquement ;
- billet de chemin de fer en première classe ;
- pour les trajets en voiture, une indemnité kilométrique maximale de 0,25 EUR par kilomètre; les dates, les lieux de départ et d'arrivée, ainsi que la distance devront être mentionnés.

2.2 Frais de séjour et restauration

- Une indemnité d'hébergement maximale de 120 euros/jour pour le marché intérieur, et 180 euros/jours pour les pays tiers, est versée sur présentation des factures payées.
- Une indemnité forfaitaire de séjour de 80 euros/jour est octroyée, pour le marché intérieur, et 90 euros/jours pour les pays tiers, pour couvrir tous les autres frais (restauration, déplacement local, téléphone, etc.).

Ces indemnités sont octroyées lors des manifestations en dehors du lieu de travail, et couvrent le nombre de jours nécessaire à la réalisation de l'action.

C. Autres dépenses liées à la réalisation des actions

1. Frais de réunions et voyages en groupe

Dans le cas où l'organisme d'exécution est amené à organiser des déplacements ou des réunions pour les groupes-cibles du programme, les pièces justificatives doivent être accompagnées d'une liste de présence. Par exemple, les notes d'hôtel devront être personnalisées ou si elles sont globales reprendre les noms des personnes hébergées. Lors des restaurations de groupe, le nom des participants devra être mentionné, ainsi que leur fonction et l'objet de la manifestation.

2. Matériel et équipement

Le matériel et les équipements nécessaires à la réalisation des activités relatives au présent contrat sont utilisés sous le régime de la location, sauf si l'achat est plus avantageux ou si la location est impossible.

2.1 Dépenses de matériel consommable

Les dépenses de matériel consommable concernent les dépenses liées à l'achat, la fabrication ou l'utilisation de matériels, biens ou équipements qui :

- (a) ont une durée de vie inférieure à la durée des travaux définis dans le contrat, et
- (b) ne sont pas considérés comme immobilisations aux termes des principes, règles et méthodes comptables en vigueur auprès de l'organisme d'exécution.

Les dépenses de matériel consommable ne seront pas considérées comme coûts directs dès lors qu'elles sont prises en compte par l'organisme d'exécution, sous forme d'amortissement ou à tout autre titre.

2.2 Dépenses de matériel durable

Sont considérées comme dépenses éligibles, les dépenses afférentes à l'achat ou à la fabrication, après la date de prise d'effet du contrat, de matériels indispensables à l'exécution de l'action qui, ont une durée de vie égale ou supérieure à la durée des travaux définis dans le contrat.

Ces dépenses devront respecter les dispositions nationales en matière d'amortissement, étant entendu que la période retenue pour le calcul de ce montant sera la période allant de la date de prise d'effet du contrat ou de la date d'achat du matériel, si celle-ci est postérieure à la date de prise d'effet, jusqu'à la date de fin du contrat. Il sera également tenu compte du taux d'utilisation de ce matériel pendant la période considérée.

3. **Coûts d'utilisation informatique**

Les coûts d'utilisation informatique pourront inclure l'ensemble des dépenses afférentes au temps de connexion, au temps d'unité centrale, aux lignes imprimées et aux prestations de sociétés de service. Ces dépenses pourront

être imputées au contrat conformément aux règles internes de l'organisme d'exécution et sur la base du temps et prix de calcul effectivement consacré aux travaux définis dans le contrat. (La liste des prix de calcul figure dans l'offre visée à l'annexe I).

4. Frais de publication et de diffusion

Les frais de publication et de diffusion sont les frais résultant de travaux d'édition, de traduction et de diffusion des publications et du matériel audiovisuel envisagés dans le cadre des actions à réaliser en vertu du contrat.

5. Evaluations des résultats des actions

Le budget du programme peut comprendre les coûts des évaluations des résultats atteints par les actions du programme :

a) Une évaluation à l'échéance de chaque phase annuelle du programme dont les coûts ne peuvent pas dépasser 3% du coût effectif de réalisation des actions (à l'exclusion des frais de garantie de bonne exécution, des frais généraux et des honoraires prévus aux points A.2 et B.1.2 de la présente annexe).

b) L'évaluation annuelle de la dernière phase doit inclure une évaluation des résultats des actions du programme. Dans ce cas, le montant précédent de 3% est porté à 5%.

La réalisation des évaluations sous a) et b) sera confiée à un organisme extérieur indépendant, expert en la matière, sélectionné conformément aux dispositions applicables dans l'Etat membre concerné.

D. Présentation des factures et pièces justificatives

Les demandes de paiements adressées à l'autorité nationale compétente doivent être accompagnées des copies des factures et pièces justificatives, qui seront classées et répertoriées selon les différents postes budgétaires tels que spécifiés dans la proposition. Un tableau récapitulatif reprendra l'ensemble de ces pièces, ainsi que les montants exprimés en euros et, pour les États membres en dehors de la zone euro, dans leur monnaie nationale et en euros.

Pour les programmes approuvés au titre de l'article 6 du règlement (CE) n° 3/2008 du Conseil et pour tous les autres montants et paiements relatifs à ces programmes, le taux de change applicable est l'avant-dernier taux de change établi par la Banque centrale européenne avant le mois au titre duquel la dépense affectée est enregistrée ou déclarée à la Commission conformément à l'article 7, paragraphe 2, du règlement (CE) n° 883/2006 de la Commission.

Pour les programmes approuvés au titre de l'article 9, paragraphe 1, du règlement (CE) n°3/2008 du Conseil, le taux de change appliqué est le taux de conversion prévu à l'article 8 du règlement (CE) n° 1913/2006 de la Commission. Conformément à cet article, les dépenses engagées pour des actions de promotion exprimées en euros dans le cadre d'une procédure d'adjudication doivent être calculées selon le taux de change de l'euro établi par la Banque centrale européenne comme suit:

« Pour les prix ou les montants autres que ceux visés aux articles 1^{er} à 7, ou les montants liés à ces prix, exprimés en euros dans la législation communautaire, ou exprimés en euros par une procédure d'appel d'offres, le fait générateur du taux de change est le jour où se produit l'un des actes juridiques suivants:

(...)

(d)...pour les montants alloués à des études ou à des actions de promotion, dans le cadre d'une procédure d'adjudication, la date limite pour la présentation des offres;»

Pour ces programmes, le taux de change applicable pour les paiements est dûment décrit à l'article 11 du règlement n° 1913/2006 de la Commission comme suit:

«Lorsqu'un fait générateur est établi en vertu de la législation communautaire, le taux de change à appliquer est le dernier taux établi par la Banque centrale européenne (BCE) avant le premier jour du mois au cours duquel le fait générateur se produit.»

Toutes les pièces justificatives devront comprendre les éléments suivants: le sous-contractant ou fournisseur, l'objet de la prestation et la relation avec l'action prévue, la date, le montant détaillé (hors TVA) et le numéro d'enregistrement. Elles devront être accompagnées de la preuve de leur paiement effectif.

En cas de contrôle sur place, l'autorité nationale compétente et les services de la Commission ou de la Cour des Comptes devront pouvoir disposer des pièces originales classées et répertoriées selon ces dispositions.

E. Dépenses non éligibles

Ne sont pas considérées comme dépenses éligibles, notamment:

- Les provisions au titre de pertes ou dettes futures éventuelles ;
- Les frais de déplacement en taxi ou en transport en commun, couverts par une indemnité « per diem » ;
- les frais bancaires, les intérêts bancaires ou les primes d'assurances, à l'exception des frais concernant la garantie de bonne exécution telle que prévue au point A.3 de la présente annexe ;
- les pertes de change pour des devises ;
- les dépenses engendrées en dehors du champ d'application du contrat.

ANNEXE IV

Modalités concernant la participation financière de l'Union Européenne

1. Le matériel et tous les documents s'adressant au public, y compris les audiovisuels réalisés ou acquis dans le cadre du contrat, doivent faire figurer l'emblème européen avec la mention suivante, dans la ou les langue(s) du ou des Etat(s) membre(s) ciblé(s) :



CAMPAGNE FINANCEE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION
EUROPEENNE ET DE (nom de l'Etat
membre concerné)¹.

2. L'emblème européen doit être clairement lisible et avoir les mêmes dimensions et le même niveau de visibilité que les emblèmes de l'Etat membre ou des Etats membres concernés et du contractant. S'agissant de supports visuels, l'emblème et la mention ci-dessus doivent figurer de manière claire au début, pendant ou à la fin du message. S'agissant de supports audio, une mention concernant le financement U.E. doit figurer de manière claire à la fin du message.

On trouvera ci-après les règles de base pour la reproduction de l'emblème.

http://europa.eu.int/abc/symbols/emblem/index_fr.htm (ou en.htm)

3. Toute absence de la mention de la participation financière de l'Union européenne dans le matériel et les documents visés au paragraphe 1^{er} peut entraîner la non-éligibilité des coûts afférents à ce matériel.

¹ Ou de l'organisme étatique/parafiscal qui assure la contribution financière nationale. L'emblème de l'Etat membre ou de cet organisme peut figurer à droite.

ANNEXE V

Modèle de garantie de bonne exécution du contrat n°

Banque (en-tête)

AUTORITE NATIONALE COMPETENTE

[Objet / brève description du contrat]

Par la présente, nous vous confirmons que nous nous portons solidairement garants vis-à-vis de l'autorité nationale compétente, de manière inconditionnelle, pour une période indéterminée et irrévocablement, de la bonne exécution du contrat à signer entre l'autorité nationale compétente

et

société / raison sociale / adresse – ci-après dénommé "le contractant", jusqu'à concurrence de

[.....] (en toutes lettres: euro) euros,

égal à 15% du montant maximal annuel du financement de la Communauté européenne et de l'Etat membre ou des Etats membres concernés, visé respectivement à l'article 3, paragraphes 1 et 2 du contrat.

Si l'autorité nationale compétente informe que le contractant n'a pas satisfait précisément, quelle qu'en soit la raison, à ses obligations contractuelles, la banque s'engage à verser immédiatement au compte indiqué par l'autorité nationale compétente le montant susmentionné, à la place du contractant, à la première demande écrite qui lui sera présentée par l'autorité nationale compétente (par lettre recommandée à la poste avec accusé de réception).

La banque renonce au bénéfice de discussion et à tout droit de refus de la prestation, de rétention, de contestation ou de compensation et elle renonce également à faire valoir des droits éventuels que le contractant pourrait avoir vis-à-vis de l'autorité nationale compétente en vertu du contrat ou en liaison avec ce dernier, ou sur toute autre base.

La banque ne peut être libérée de la présente garantie que sur consentement écrit de l'autorité nationale compétente et ne peut effectuer de dépôt sans son accord.

Les obligations incombant à la banque en vertu de la présente garantie ne sont pas affectées par les mesures ou accords éventuels dont l'autorité nationale compétente conviendrait avec le contractant et qui concerneraient les obligations de ce dernier en vertu du contrat.

La présente garantie entre en vigueur le jour de la signature du contrat. Elle expire à la restitution du présent document qui doit avoir lieu dans les [30] jours à compter de l'exécution du paiement final en vertu du contrat.

[Lieu/Date]

[Signature/Fonction]

[Signature/Fonction]

A annexer : liste des personnes habilitées à signer les garanties avec spécimen des signatures.

ANNEXE VI

MODELE DE GARANTIE POUR L'AVANCE

Nous soussignés, (organisme bancaire), représenté par,
dûment habilité à cet effet,

Déclarons nous porter caution solidaire de la société.....(contractant)
dont le siège social est situé à pour la somme de

euros..... (€ en toutes lettres

représentant 110 % de l'avance portant sur un maximum de 30 % du montant maximum
relatif à la ... phase du contrat, visé a l'article 3(1 et 2) du contrat[...] prévu entre l'autorité
nationale compétente et la société(contractant) concernant des actions
de ... en faveur de ..., telles que définies dans le contrat n° ... signé le

Nous nous engageons à effectuer, sur demande de l'autorité national compétent, sans pouvoir
en différer le paiement pour quel que motif que ce soit, le versement de la somme garantie ci-
dessus entre les mains de l'autorité nationale compétente, sans que la société
.....(contractant) puisse soulever aucune objection à cet égard.

La présente caution d'avance prendra effet dès la réception de l'avance versé par l'autorité
nationale compétente sur le compte bancaire n° ... en nos livres et sera libérée par lettre de
décharge de l'autorité nationale compétente, au moment de la récupération de l'avance.

L'original de la garantie nous sera retourné.

Fait à,

le

[Signature/Fonction]

[Signature/Fonction]

A annexer : liste des personnes habilitées à signer les garanties avec spécimen des signatures.

ANNEXE VII

CALENDRIER PROVISOIRE DES ACTIONS

(Article 4.6 du contrat)

Année :

Trimestre :

Etat membre :

Org. Prop. :

Programme :

N° du contrat :

Activités prévues	Date/Période	Lieu(x)
Action 1 (titre/description)		
Action 2 (titre/description)		

1.1.1. A. *Modèle pour les rapports trimestriels*

A compléter par l'organisation proposante

(Articles 18 et 22(3) du Règlement n° (CE) 501/2008)

Rapport n°

(Le rapport ne devrait pas dépasser 3 pages, plus les états récapitulatifs financiers.)

Organisation proposante :.....

Nom du programme :.....

Date du rapport :.....

Période du rapport :.....

Date de début du programme :.....

Contrat (FEAGA) n° :

1. Mise en oeuvre des actions

Liste des actions entreprises telle qu'elle figure dans le programme (annexé au contrat):

1. Action 1
.....

2. Action 2
.....

3. Action 3
.....

n. action n

.....

Fournir pour chaque action les informations suivantes :

Temps, lieu, indications de dimensions : nombre de participants, nombre de points de vente (P.O.V.), quantité de matériel imprimé, durée et nombre de spots radios/TV. Pour les sites internet, fournir l'adresse. Préciser les autres paramètres importants de chaque action.

Indiquer toute modification ou annulation d'actions prévues, ainsi que la raison.

2. Développement du programme

*Mentionner toute remarque et les éventuelles difficultés rencontrées dans la mise en œuvre du programme. Fournir des indications **concernant les actions à réaliser pendant la période suivante, en indiquant les éventuelles variations par rapport à la planification.***

1.1.2. 3. Dépenses réalisées incluses dans la demande de paiement trimestrielle.

1.1.3.

A/A	Actions ¹	Paiements effectués ²				
		Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total €
1	Action 1					
2	Action 2					
3					
4					
5					

¹ Actions décrites à l'annexe I du contrat.

² Paiements réalisés déclarés par l'organisation proposante pour chaque période.

1.1.4. B. *Modèle pour les rapports annuels*

A compléter par l'organisation proposante.

Le rapport annuel a deux sections (articles 19, 22(1) et 22(2) du Règlement (CE) n° 501/2008:

a) brève description des actions,

b) état récapitulatif financier.

Rapport n°.....

Organisation proposante :.....

Nom du programme :.....

Date du rapport :.....

Période du rapport :.....

Date de début du programme :.....

Contrat (FEAGA) n° :

A. Brève description des actions

Mise en oeuvre des actions

Liste des actions entreprises telle qu'elles figurent dans le programme (annexé au contrat):

1. Action 1

.....

2. Action 2

.....

3. Action 3

.....

n. action n

.....

Fournir pour chaque action les informations suivantes (si applicable) :

Temps, lieu, indications de dimensions : nombre de participants, nombre de points de vente (P.O.V.), quantité de matériel imprimé, durée et nombre de spots radios/TV. Pour les sites internet, fournir l'adresse. Préciser les autres paramètres importants de chaque action.

Mise en oeuvre du programme

- **Indiquer** toute remarque *utile* et *mentionner les* difficultés *éventuelles* rencontrées dans la mise en oeuvre du programme.
- Indiquer toute modification ou annulation d'actions prévues, ainsi que la raison.

1.1.5. B. Etat récapitulatif financier

A compléter par l'organisation proposante.

A/A	Actions ¹	Budget prévu ² €	Dépenses déclarées ³	Budget prévu – dépenses déclarées	% Diff.
	a	b	c	d=b-c	e=100 x (d / b)
1					
2					
3					

¹ Actions décrites à l'annexe I du contrat pour la phase en question.

² Budget décrit à l'annexe I du contrat pour la phase en question.

³ Dépenses déclarées pour les actions réalisées durant la phase.

	TOTAL				
--	-------	--	--	--	--

1.1.6. C. Bilan financier des dépenses

A compléter par l'autorité compétente et envoyer à la Commission dans les 30 jours calendrier suivant le paiement du solde.

(Article 22(4) du Règlement (CE) n° 501/2008)

Date :
Autorité compétente :
Nom du programme :
Contrat n° (FEAGA) :

1. Bilan financier

L'autorité compétente désignée ci-dessus a contrôlé l'exécution du contrat sur base de la liste des clauses et conditions, le rapport annuel report et les documents y afférents.

Il a été établi /ou autre formulation correspondant au résultat des contrôles effectués/ que les obligations prévues dans le contrat ont été respectées. Le montant représentant le total des dépenses relatives à ce programme figure dans le tableau ci-après.

A/A	Dépenses - Budget	Montant €
1	Budget du programme ⁹	
2	Budget pour la phase ¹⁰	
3	Dépenses totales déclarées pour la phase	
4	Dépenses éligibles pour les actions ¹¹	
5	Contribution de la Communauté	
6	Pénalités ou autres réductions	
7	Différence entre le budget prévu et les dépenses éligibles pour la phase ¹²	
8	Taux de mise en œuvre (%) ¹³	

⁹ Budget total approuvé par la Décision de la Commission adoptant le programme en question.

¹⁰ Budget mentionné à l'annexe I du contrat pour la phase en question.

¹¹ Total des dépenses jugées éligibles pour les actions accomplies durant la phase.

¹² Différence entre le budget prévu (point 2) et les dépenses éligibles (point 4).

¹³ Pourcentage de la différence entre le budget prévu (point 2) et les dépenses éligibles (point 4).

1.1.7. 2. Etat récapitulatif financier

<u>A/A</u>	<u>Actions</u> ¹⁴	<u>Budget prévu</u> ¹⁵ €	<u>Dépenses éligibles</u> ¹⁶	<u>Budget prévu – dépenses éligibles</u>	<u>% Diff.</u>
	<u>a</u>	<u>b</u>	<u>c</u>	<u>d=b-c</u>	<u>e=100 x (d / b)</u>
<u>1</u>					
<u>2</u>					
<u>3</u>					
	<u>TOTAL</u>				

¹ Actions décrites à l'annexe I du contrat pour la phase en question.

² Budget décrit dans le contrat pour la phase en question.

³ Dépenses déclarées pour les actions réalisées durant la phase.

3. Garantie de bonne exécution

Les détails du rapport annuel report ont été vérifiés et contrôlés par rapport aux termes du contrat. La garantie de bonne exécution a été libérée le

4. Opinion raisonnée de l'État membre

Opinion de l'autorité nationale compétente sur l'exécution des tâches de la phase.

Signature

¹⁴ Actions décrites à l'annexe I du contrat pour la phase en question.

¹⁵ Budget décrit dans le contrat pour la phase en question.

¹⁶ Dépenses éligibles pour les actions entreprises durant la phase.

Annexe F

Document n°228549 D.4/MO/VS Ares (2009) 256 506, du 7/09/2009

**Note explicative de la Commission Européenne
pour la préparation et l'évaluation des programmes d'information et
de promotion des produits agricoles,
en conformité avec l'art. 19 § 1(a) du Règlement n° 501/2008.**



Bruxelles, le 7 septembre 2009 - 228549
D.4/MO/VS Ares (2009)256506

NOTE EXPLICATIVE

Objet: Document pour la préparation et l'évaluation des programmes d'information et de promotion des produits agricoles, en conformité avec l'art. 19 § 1(a) du Règlement n° 501/2008.

Le présent document vise à contribuer à l'amélioration de la qualité des programmes d'information et de promotion des produits agricoles et à leur évaluation.

Dans un souci de simplification, le document annule et remplace le document AGRI/63454.

La Partie A de ce document contient les informations nécessaires sur la manière de concevoir un programme de promotion. Elle fournit des indications et des pistes de réflexion aux organisations professionnelles représentatives sur la manière d'élaborer leurs programmes de promotion. Cette Partie A peut servir d'appui méthodologique lors des travaux de conception, de programmation, de mise en œuvre et de suivi des propositions de programmes adressées aux Etats membres et à la Commission dans un deuxième temps.

La Partie B est destinée à fournir un cadre de référence et des indications sur la manière d'élaborer les évaluations de nature rétrospective au niveau des programmes de promotion. L'objectif de cette Partie B est d'obtenir en cours de réalisation et une fois le programme de promotion réalisé, de l'information fiable sur les points suivants en tout ou partie:

- si le programme et ses actions se justifient en termes de pertinence, de cohérence, d'efficience, d'efficacité, de valeur ajoutée et de viabilité
- si le programme et ses actions
 - ont atteint les objectifs ou produit des résultats imprévus;
 - ont été menés efficacement avec un bon rapport coût/efficacité;
 - ont produit des impacts escomptés et si ces impacts sont durables;
 - ont représenté le meilleur moyen d'atteindre les objectifs fixés, s'ils doivent être poursuivis ou non. Si oui, de la même manière ou sous une autre forme.
- quels objectifs du programme restent pertinents pour l'avenir.

A cet effet, les Parties A et B du document contiennent les questions clés à envisager et à traiter qui sont représentées par le 5 indicateurs suivants:

- Cohérence entre les mesures mises en œuvre et les objectifs du règlement;
- Actions et canaux d'information utilisés et leur rentabilité;
- Couverture et contenu des programmes;
- Incidence et efficacité des actions et, enfin,
- Complémentarité entre les programmes des États membres et ceux présentés par les organisations professionnelles

Pour chacun des ces indicateurs, il est proposé des questions et des suggestions de raisonnement pour permettre d'élaborer et d'évaluer un programme de promotion. Ces questions et ces suggestions ne nécessitent pas des réponses par une "oui" ou un "non" mais doivent être considérées comme un soutien dans l'approche vers la création et l'évaluation d'un programme de promotion.

La Partie A du document est avant tout destinée aux organisations professionnelles représentatives qui ont l'intention de bénéficier d'un cofinancement communautaire dans le cadre du Règlement (CE) n°3/2008.

La Partie B du document est destinée surtout aux sociétés d'évaluation auxquelles s'adresseront ces mêmes organisations professionnelles dans le cadre des 3% annuels affectés à l'évaluation des programmes de promotion. En effet, il est approprié que le rôle de la fonction d'évaluation soit bien défini et clairement distinct des rôles d'autres fonctions telles que la gestion, le suivi ou le contrôle.

Afin d'éviter la lourdeur administrative, ce dernier a été intégré, dans le contexte de l'Annexe III du formulaire de la demande d'un cofinancement au titre d'un programme de promotion et, en particulier, aux titres:

5. Description du programme

6. Impact Prévisible

7. Dimension communautaire du programme

8. Budget

Tant le règlement n° 501/2008 précité que la Cour des Comptes (rapport n°10/2009) et l'IAS dans leurs rapports récents, demandent, sans équivoque, une évaluation de la réalisation des objectifs et du succès des actions de chaque programme, permettant ainsi de constater, la "plus value" de la promotion européenne.

Partie A

Questions à prendre en considération avant la soumission d'un programme d'information et de promotion

(La présentation de ce document suit le modèle du formulaire de la demande d'un cofinancement, appelé Annexe III)

5.1 Contexte général – situation du marché et de la demande

Thème 1 - Cohérence entre les mesures mises en œuvre et les objectifs du règlement

- Par rapport aux objectifs du règlement, en quoi les mesures proposées répondent-elles aux atouts, aux faiblesses, aux opportunités et aux menaces à affronter?
- Est-il précisé clairement que le programme ne vise pas la promotion d'une marque en particulier et ne vise pas à encourager la consommation de produits sur la base de leur origine spécifique?
- Quels sont les enjeux de la promotion du produit d'un point de vue structurel?

Thème 2 – Actions et canaux d'information utilisés et leur rentabilité

- D'autres initiatives non cofinancées ont-elles été mises en œuvre pour promouvoir le produit en question? Initiatives nationales, régionales, privées?

Thème 3 - Couverture et contenu des programmes

- Comment le programme a-t-il pris en considération les spécificités des marchés ciblés: proximité, taille, contraintes, concurrence, positionnement possible du produit.

Thème 4 - Incidence et efficacité des actions

- La conception du programme, du point de vue de l'identification des besoins des groupes/pays cibles permet-elle la concrétisation des objectifs poursuivis? Pourquoi?
- Les statistiques relatives à l'évaluation de la demande/des ventes/de la consommation du produit en question dans les pays visés par le programme sont-elles présentées?

Thème 5 - Complémentarité entre les programmes des États membres et ceux présentés par les organisations professionnelles

- Des synergies entre les programmes cofinancés sont-elles identifiées avant leur approbation?
- Y a-t-il des suggestions à formuler afin de maximiser les synergies entre les programmes?
- Y aurait-il des avantages ou des inconvénients dans ces synergies?

5.2 Objectif(s)

Thème 1 - Cohérence entre les mesures mises en œuvre et les objectifs du règlement

- Les objectifs poursuivis par les programmes sont-ils compatibles à ceux du règlement?
- Les objectifs ont-ils été choisis sur la base d'un programme antérieur?
- Les objectifs sont-ils SMART? (spécifiques, mesurables, atteignables, pertinents, temporels)
 - Spécifiques: les objectifs doivent être précis pour être compris sans ambiguïté
 - Mesurables: l'atteinte des objectifs doit prévoir être menée à l'aide d'indicateurs
 - Atteignables: les objectifs doivent être réalistes
 - Pertinents: les objectifs doivent répondre aux enjeux du programme
 - Temporels: les objectifs doivent pouvoir être atteints dans le temps du programme

5.3 Stratégie du programme

Thème 1 - Cohérence entre les mesures mises en œuvre et les objectifs du règlement

- Le programme inclut-il une stratégie claire sur la base des enjeux et objectifs de la durée de promotion, des moyens financiers et humains?
- Les États membres ont-ils défini et mis en œuvre une stratégie spécifique pour promouvoir le produit en question? Si oui, laquelle? Sinon, pourquoi?
- Les États membres ont-ils défini une stratégie de promotion dans laquelle s'insère le programme en question?

5.4 Groupe(s) cible(s)

Thème 1 - Cohérence entre les mesures mises en œuvre et les objectifs du règlement

- Comment les pays ou les régions géographiques ont-ils été ciblés par le programme choisi?
- Sur quelles bases a-t-on choisi les groupes cibles?

Thème 4 - Incidence et efficacité des actions

- Les groupes/pays cibles auxquels l'action s'adresse ont-ils été suffisamment quantifiés avant que l'action ne soit mise en œuvre?
- A-t-on pris en compte les pratiques ou contraintes locales?
- Quelle est la position sur le marché du produit: leader, outsider, nouveau venu

5.5 et 5.6 Thèmes à traiter et principaux messages à communiquer

- Quels sont les thèmes, messages et les canaux les plus couramment utilisés?
- Sur quelle base le choix des canaux, des messages à communiquer, des groupes/pays cibles et des objectifs s'est-il effectué: sur base individuelle ou sur la base d'une combinaison soigneusement étudiée? Expliciter.

5.7 Actions

Thème 2 – Actions et canaux d'information utilisés et leur rentabilité

- Quelles sont les mesures les plus efficaces sur le plan de l'information et de la promotion du secteur en question?
- Le programme fournit-il suffisamment d'informations au sujet de chacune des mesures sélectionnées?

Thème 3 - Couverture et contenu des programmes

- Sur quelle base les actions ont-elles été choisies en vue de réduire les coûts au minimum et de maximiser leurs effets/impacts?
- Les actions ciblant les différents groupes/pays cibles ont-elles été conçues en tenant compte des caractéristiques spécifiques de chacun d'eux?
- Existe-t-il des estimations du coût des mesures en rapport avec les effets/impacts attendus sur les groupes/pays cibles sélectionnés?

Thème 4 - Incidence et efficacité des actions

- La situation / enquête du marché ayant servi comme base de cette proposition constitue-t-elle une base solide d'évaluation des objectifs SMART?
- Y a-t-il des statistiques relatives à l'évaluation de la demande/des ventes/de la consommation du produit en question dans les pays visés par le programme?
- Sur quels éléments pourra-t-on affirmer que le programme est efficace?

6. Impact Prévisible

- Dans quelle mesure le programme contribue bien aux impacts escomptés finaux?
- Une évaluation quantifiée de chacun des objectifs et de chacune des actions du programme a-t-elle été prévue? A la fin de chaque phase? A la fin du programme?

7. Dimension européenne du programme

- Quelle est la dimension européenne du programme: la diffusion des standards européens de production, la synergie entre organisations et autorités de plusieurs Etats membres, la promotion de l'image des produits européens sur les marchés internationaux, la qualité et la sécurité des produits alimentaires européens, connaissance accrue des produits européens du point de vue du grand public et des professionnels, culture et pratiques alimentaires européennes diffusés, etc.

8. Budget

Thème 1 - Cohérence entre les mesures mises en œuvre et les objectifs du règlement

- Le budget est-il présenté année par année et pays par pays?
- Les coûts ont-ils été exposés mesure par mesure?
- Les prix unitaires de chaque action ont-ils été vérifiés?
- Ce programme d'information et de promotion aurait-il été mis en œuvre sans le financement de l'UE? Si oui, pourquoi? Comment?
- Le cofinancement communautaire apporte-t-il une quelconque valeur ajoutée à ce programme d'information et de promotion? Comment? Pourquoi?

Partie B

Questions d'évaluation ex-post d'un programme d'information et de promotion

(La présentation de ce document suit le modèle du formulaire de la demande d'un cofinancement, appelé Annexe III)

5.1 Situation générale

Thème 1 - Cohérence entre les mesures mises en œuvre et les objectifs du règlement

- Les objectifs poursuivis et les mesures adoptées pendant la mise en œuvre du programme se sont-ils écartés du plan initial? Si oui, sur quelle base ces objectifs ou ces mesures ont-ils été adaptés ou modifiés durant la mise en œuvre du programme?
- Que pense l'organisation proposante au sujet de la promotion du produit en question?

Thème 2 – Actions et canaux d'information utilisés et leur rentabilité

- D'autres initiatives non cofinancées ont-elles été mises en œuvre pour promouvoir le produit en question?
- Les programmes sont-ils bien suivis?
- Les rapports sur l'état d'avancement des travaux sont-ils disponibles et/ou transmis?
- Des rapports d'évaluation externes sont-ils disponibles?
- Les campagnes cofinancées ont-elles contribué à renforcer et à améliorer la connaissance qu'a le consommateur du produit en question? Pourquoi/pourquoi pas?

Thème 4 - Incidence et efficacité des actions

- Les campagnes cofinancées ont-elles contribué à renforcer l'image du produit en question? Questionnaires auprès des publics, nombre des contacts/visites/questions du site-web.

Thème 5 - Complémentarité entre les programmes des États membres et ceux présentés par les organisations professionnelles

- Les programmes auraient-ils été différents sans cofinancement pour ce qui est des messages communiqués, des canaux utilisés, des groupes ciblés ou des objectifs poursuivis?
- Les programmes auraient-ils bénéficié d'un budget plus limité sans le cofinancement de l'UE?
- Les programmes cofinancés par l'UE ont-ils contribué au développement d'autres programmes non cofinancés par l'UE?
- Les programmes cofinancés par l'UE ont-ils encouragé la coopération au niveau communautaire? Comment? Pourquoi?

5.2 Objectif(s)

Thème 3 - Couverture et contenu des programmes

- Dans quelle mesure les actions menées ont permis de bien atteindre les objectifs?

5.3 Stratégie du programme

Thème 1 – Cohérence entre les mesures mises en œuvre et les objectifs

- Décrire les raisons pour lesquelles la stratégie du programme a été ou n'a pas été un succès à tous points de vue.
Est-ce que le programme s'est inséré dans une stratégie nationale ou régionale spécifique dans la promotion des produits ou secteur concerné?

5.4 Public(s) cible(s)

Thème 3 - Couverture et contenu des programmes

- Le(s) public(s) cible(s) (ont)-t-il(s) été atteint(s)? Pourquoi/pourquoi pas?
- La contribution apportée par les groupes est-elle conforme à ce qui est habituel pour ce type de campagnes?
- Les produits ont suffi pour atteindre efficacement les groupes cibles?

5.5 + 5.6 Thèmes à traiter et Messages à communiquer

Thème1 - Cohérence entre les mesures mises en œuvre et les objectifs du règlement

- Y a-t-il eu des variations en ce qui concerne les thèmes, canaux, les messages à communiquer, les groupes cibles?

5.7 Actions

Thème2 – Actions et canaux d’information utilisés et leur rentabilité

- Les estimations ont-elles été atteintes?
- Le rapport entre les coûts des actions et l’atteinte des groupes cibles a-t-il été conforme à la base de comparaison initiale?
- Quelles ont été les mesures les plus efficaces sur le plan de l’information et de la promotion du produit/secteur en question?

6. Impact

Thème 2 – Actions et canaux d’information utilisés et leur rentabilité

- Quelles conclusions tirez-vous en mettant en regard le cout des actions et l'efficacité des actions menées?

Thème 4 - Incidence et efficacité des actions

- Pouvez-vous mesurer l'efficacité du programme avec les indicateurs suivants:

Indicateurs de suivi, par exemple:

Evolution du nombre de dégustations organisées

Evolution du nombre de professionnels touchés par mailing

Indicateurs de résultat, par exemple:

Evolution du nombre de professionnels ayant participé à des dégustations

Evolution du nombre de professionnels ayant participé à des dégustations et ayant pris contact avec l'OP/avec des producteurs

Evolution du nombre d'articles de presse parus dans le mois suivant une opération de RP

Evolution des ventes dans le mois suivant l'opération/6 mois après l'opération

Indicateurs d'impact, par exemple:

Evolution des ventes à 1 an dans la région où les actions de promotion ont eu lieu
Evolution de l'image des produits de qualité européens

Indicateurs d'impact/de contexte, par exemple:

Evolution du cout moyen d'une unité de produit exporté dans le pays où les actions ont eu lieu
Evolution des ventes du produit dans le pays
Evolution de la consommation du produit dans le pays

- Pouvez-vous définir les critères de succès en comparant les impacts escomptés par rapport aux impacts atteints en privilégiant les indicateurs de résultat et les indicateurs de contexte
- Pouvez-vous indiquer les conditions de succès et les risques encourus au cas où vous auriez l'intention de présenter un nouveau programme?

7. Dimension européenne du programme

- Quelle a été la plus value obtenue du point de vue de la dimension européenne du programme? Comment cette plus value peut-elle être identifiée?

8. Budget

Thème 2 – Actions et canaux d'information utilisés et leur rentabilité

- Le rapport coûts/résultats du programme était-il adéquat?
- Les budgets ont-ils été dépensés conformément aux prévisions
- Y a-t-il eu des transferts de budget entre divers modules du programme pendant sa mise en œuvre? et pourquoi?

Thème 3 – couverture et contenu du programme

- Le budget était-il suffisant pour assurer une bonne couverture du programme?
- Le budget était-il suffisant pour assurer les cibles géographiques et la durée attendue?

Annexe G

"Comment concevoir un programme de promotion de produits agricoles ?"

Document réalisé par Euréval à la demande du Ministère de l'Alimentation de l'Agriculture et de la Pêche pour aider les organisations proposant dans l'élaboration de leurs programmes de promotion



Euréval

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE
EN ÉVALUATION

Comment concevoir un programme de promotion de produits agricoles?

■ Paris, 14 septembre 2007

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE EN ÉVALUATION

Règlement (CE) No 1346/2005, art. 7

- **« Les programmes sont examinés par les États membres en fonction, notamment, des critères suivants:**
 - **la cohérence des stratégies proposées avec les objectifs fixés,**
 - **la qualité des actions proposées,**
 - **l'impact prévisible de leur réalisation en termes d'évolution de la demande des produits concernés,**
 - **les garanties d'efficacité et de représentativité des organisations proposantes,**
 - **les capacités techniques et les garanties d'efficacité de l'organisme d'exécution proposé. »**

Objectifs de la journée

- **Concevoir un programme répondant aux critères d'éligibilité et de sélection de la Commission**
- **Concevoir un programme pertinent, efficient et efficace**
- **Concevoir un programme évaluable**

Déroulement de la journée

- **Formuler les enjeux**
 - **Atelier 1: caractérisation des campagnes des participants**
- **Établir des objectifs SMART**
- **Réaliser un programme d'actions cohérent**
 - **Atelier 2: logigramme des campagnes des participants**
- **Rendre compte du bon rapport coût/efficacité du programme**
 - **Atelier 3: définition d'indicateurs pour les campagnes des participants**



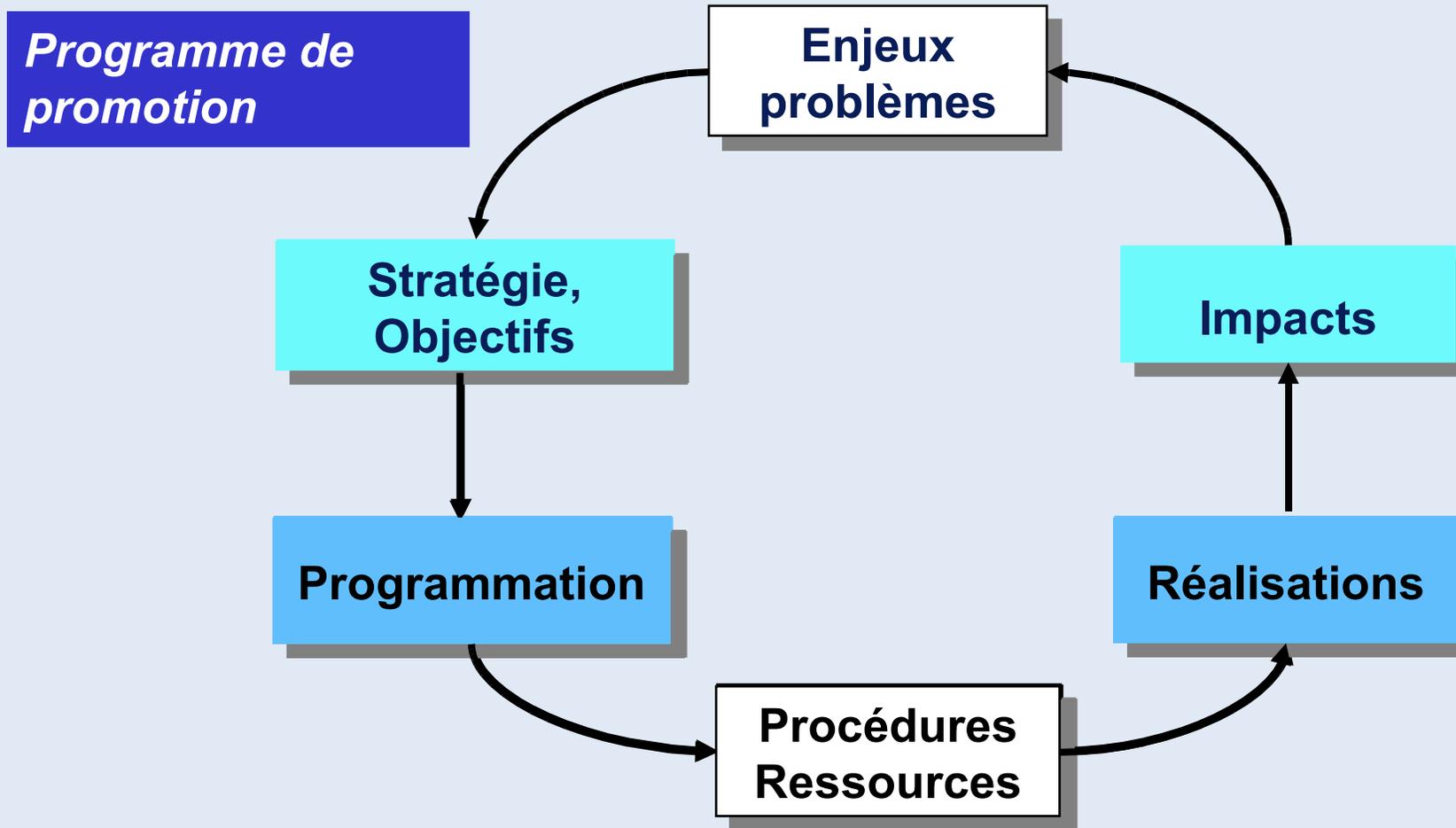
Euréval

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE
EN ÉVALUATION

■ **Principes de la conception des
politiques publiques**

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE EN ÉVALUATION

Cycle de vie d'un programme de promotion



Etapes d'un processus vertueux

Définir la raison d'être
(besoins, problèmes, enjeux,
autres programmes, contexte politique)

Choisir la stratégie
(priorités, instruments)

Définir la logique d'intervention
(objectifs, hypothèses)

Définir le référentiel
(indicateurs et seuils de succès)

1

2

3

4

Etapes d'un processus réaliste

Vérifier la raison d'être
(besoins, problèmes, enjeux,
autres programmes, contexte politique)

Clarifier la stratégie
(priorités, instruments)

Définir la logique d'intervention
(objectifs, hypothèses)

Définir le référentiel
(indicateurs et seuils de succès)



Les étapes de la chaîne de conception

**Raison
d'être**

1-Analyse des enjeux

2-Définition du problème

Stratégie

3 - Conception différentes approches

4 - Positionnement / besoins + existant

**Logique
d'intervention**

5 - Formulation programme retenu

6 - Choix instrument et modalités

**Réfé-
rentiel**

7- Estimation effets potentiels

8 - Quantification objectifs



Euréval

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE
EN ÉVALUATION

■ **Formuler les enjeux**

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE EN ÉVALUATION

Définir la situation initiale et les enjeux

- ... **À travers trois éléments:**
 - L'organisation
 - Le produit
 - Le marché visé

- ... **Avec deux outils:**
 - Une grille de caractérisation
 - Une analyse Atouts-Faiblesses-Opportunités-Menaces (AFOM, dite SWOT)

Caractériser l'organisation

■ Rapport à l'international

- Première opération hors du pays? Expériences précédentes? Nombreuses? Expériences en cours ou prévues?

■ Rapport à la promotion

- Première opération de promotion? Opérations précédentes mais en France? Expériences précédentes? Nombreuses? Expériences en cours ou prévues?

■ Situation des producteurs

- Concentration ou dispersion? Déjà tournés vers l'international? Susceptibles de soutenir une campagne?

■ Capacité financière de l'organisation

- Importante, moyenne, réduite?

Caractériser le produit

- **Notoriété du produit**
 - **Importante, faible? Positive, négative? Auprès des professionnels, des consommateurs?**
- **Consommation du produit**
 - **Part de marché mondiale? Part de marché dans le pays? Modes de consommation spécifiques?**
- **Caractéristiques du produit**
 - **Contraintes de fraîcheur, d'hygiène? Coût important, faible? Saisonnier? Qualités du produit?**
- **Généricité du produit**
 - **Produit très spécifique (origine restreinte, mode de fabrication particulier)? Produit très générique?**
- **Concurrence du produit**
 - **Concurrents mondiaux? Sur le même segment?**

Caractériser le marché cible

- **Proximité du marché**
 - À portée de camion? À portée d'avion?
- **Taille du marché**
 - Importante, faible? Plusieurs marchés dans le même pays (cf. USA)? Structure favorable des importateurs, détaillants?
- **Contraintes liées au marché**
 - Juridiques, douanières, sanitaires? Politiques? Ayant un impact direct sur la disponibilité du produit? Sur son image?
- **Concurrence sur le marché**
 - De produits locaux, européens, du reste du monde? Produit déjà introduit? Part de marché?
 - Promotion générique existante sur le marché? Promotion de marque?
- **Positionnement possible du produit**
 - Produit de luxe, de consommation courante? Intérêt pour les produits de qualité?

Synthétiser avec l'analyse AFOM

Atouts

Faiblesses

Opportunités

Menaces

Analyse AFOM, ex: Vinho Verde en Suisse

Atouts

- Quelques grands producteurs motivés
- Consommation importante dans la communauté portugaise mondiale
- Vin de vacances, léger, « nouveau »
- Coût réduit
- Produit disposant d'une appellation VQPRD, terroir, mode de fabrication particulier

Faiblesses

- OP n'a jamais fait de promotion int.
- Surtout des petits producteurs sans exp. int.
- Faible capacité financière
- Faible notoriété du produit auprès des consommateurs comme des professionnels
- Vin marqué comme « ethnique », image de mauvaise qualité

Opportunités

- Autre campagne simultanée pour les vins port. prévue (G7)
- Amélioration de la qualité des vins
- Forte communauté port. : Importateurs port. motivés, Suisses d'origine port. prêts à être « ambassadeurs » du produit – beaucoup de restaurateurs/sommeliers
- Appétit des Suisses pour les vins nouveaux et peu coûteux
- Repli des vins du nouveau monde

Menaces

- Marché assez fermé
- Contraintes douanières importantes
- Forte concurrence sur le marché
- Beaucoup de promotion en cours de gros concurrents (vins fr, esp, it, austr., etc.)
- Faible visibilité
- Obligation d'une promotion en Suisse alémanique et en Suisse romande
- Soutien de la communauté port. peut être handicapant pour le dév. du produit

Formuler les enjeux

- **Avantages de l'AFOM: Identifier ses atouts/faiblesses/opportunités/menaces pour s'appuyer dessus/les corriger**
- **Facilite la formulation des enjeux: quel est le « problème » à résoudre?**
- **Ex. pour Vinho Verde:**
 - **Comment profiter de sa faible notoriété et de l'appétit pour les vins nouveaux des Suisses pour changer radicalement son image en vin de qualité peu cher, avec le soutien de la communauté portugaise.**

Atelier 1

- Réalisez une analyse AFOM de votre programme en vous appuyant sur la caractérisation de l'OP, du produit et du marché cible
- Formulez un enjeu pour votre programme

A retenir

- **Les enjeux de la promotion du produit doivent être formulés, autant que possible, en amont et par l'organisation proposante.**
- **Les enjeux ne sont en règle générale pas conjoncturel mais structurel: ils doivent être vrais pour 5 ans/10 ans.**
- **Ce travail de réflexion peut être mobilisé pour d'autres campagnes, hors du cadre européen.**



Euréval

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE
EN ÉVALUATION

■ Formuler des objectifs SMART

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE EN ÉVALUATION

... des objectifs SMART?

- **S** comme spécifiques
 - Les objectifs doivent être assez précis pour être compris sans ambiguïté
- **M** comme mesurables
 - L'atteinte des objectifs doit pouvoir être mesurée à l'aide d'indicateurs
- **A** comme atteignables
 - Les objectifs doivent suffisamment réalistes
- **R** comme *relevant* (pertinents)
 - Les objectifs doivent correspondre aux enjeux du programme
- **T** comme temporels (*timed*)
 - Les objectifs doivent pouvoir être atteints dans le temps du programme

des objectifs pas SMART

- « devenir leader sur le marché »
 - ... avec un budget d'1M€ sur un an pour un produit inconnu
- « promouvoir l'image des produits communautaires sur les marchés internationaux »
 - ... alors que la promotion ne s'appuie pas sur des caractéristiques communautaires (ex: AOP)
- « développer l'usage de mon produit »
 - ... sans dire s'il s'agit des ventes, d'une certaine cible, etc.

Objectifs des programmes selon la CE (pays tiers)

- **Promouvoir l'image des produits communautaires sur les marchés internationaux ;**
- **Sensibiliser les publics ciblés sur la qualité et la sécurité (entre autres arguments) des produits alimentaires européens ;**
- **Contribuer à l'ouverture de nouveaux débouchés ;**
- **Contribuer à l'évolution favorable de la demande pour les produits européens dans les pays tiers.**

Définir ses propres objectifs

- **Les objectifs des programmes doivent:**
 - Donner des réponses aux enjeux identifiés
 - Être clairs, peu nombreux
 - Être cohérents entre eux
 - Correspondre à au moins un des objectifs de la CE (mais pas à tous!)

- **Les objectifs sont à la base des indicateurs de réussite du programme, ils doivent donc être formulés avec soin**

Distinguer impacts attendus et objectifs

■ Impacts attendus:

- Augmentation/stabilisation des ventes...
- Augmentation du revenu tiré des exportations...

■ Objectifs possibles:

- Amélioration de l'image du produit...
- Meilleure connaissance du produit par les consommateurs/les professionnels...
- Meilleure visibilité dans les points de vente...
- Contribuer à l'amélioration de l'image des produits communautaires en insistant sur les appellations...

Les objectifs de Vinho Verde

- « Valoriser le statut de VQPRD en Suisse »
- « Prouver que l'Europe tient de façon stable une place importante dans les exportations de vins au niveau national »
- « Développer chez le consommateur suisse une habitude d'achat et de consommation des produits vinicoles européens, en augmentant la demande de ces produits »
- « Créer un meilleur impact de l'appellation Vinho Verde »

A retenir

- **Les objectifs doivent toujours être SMART**
- **De bons objectifs permettent d'appuyer la crédibilité du programme**
- **C'est sur les objectifs annoncés que le programme sera évalué**



Euréval

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE
EN ÉVALUATION

■ Définir une stratégie et un
programme d'actions

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE EN ÉVALUATION

Définir une stratégie cohérente...

- Avec les enjeux et les objectifs
- Avec la durée de la promotion
- Avec les moyens financiers et humains

Éléments à prendre en compte

■ Cibles:

- consommateurs/professionnels (et cibles plus précises)
- régions géographiques

■ Pratiques ou contraintes locales:

- Publicité possible?
- Importations possibles au moment de la promotion?

■ Temps:

- Sur combien de temps s'étale la campagne

■ Position sur le marché:

- Leader, outsider, nouveau venu?

Les types de promotion potentiels

Promotion générique standard

→ Promotion valorisant un produit générique de manière non corrélée avec une origine européenne

Promotion générique européenne

→ Promotion valorisant un produit générique de manière corrélée avec une origine européenne

Promotion générique « marque collective »

→ Promotion valorisant un produit générique de manière corrélée avec une origine ou un savoir-faire

Promotion de marque

→ Promotion valorisant un produit de marque

Programmes
de promotion
européens

Promotion
privée

Choisir son type de promotion (1)

■ Promotion générique standard

- « mangez des oranges »
- Adapté pour les produits génériques: fruits et légumes, viande, produits laitiers, céréales...
- Nécessite d'être leader sur le marché
- Doit avoir lieu au moment où l'OP peut fournir
- Plus adaptée au marché intérieur
- Moyen de promotion habituel: publicité

■ Exemple:

- Intercitrus (oranges)

■ Contre-exemple:

- Olivicoltori (olives)

Choisir son type de promotion (2)

■ Promotion générique européenne

- « mangez des oranges européennes »
- Adapté pour les produits génériques, surtout à forte valeur ajoutée/différenciation par le mode de production
- Nécessite d'être leader européen sur le marché
- Doit avoir lieu à un moment où l'OP peut fournir
- Plus adapté aux pays tiers
- Moyens de promotion habituels: promotion, relations publiques

■ Exemple:

- Danske Slagterier (viande de porc)

■ Contre-exemple:

- CELF Nord (endives)
- Eurofel (pommes)

Choisir son type de promotion (3)

■ Promotion générique « marque collective »

- « Mangez des oranges *Maleme Chania* de Crète AOP »
- Adapté pour les produits liés à un terroir, un mode de fabrication – nécessite une AOP/IGP/STP: vins, fromages, huiles, jambons... les produits transformés en général, mais aussi fruits et légumes ou viandes avec une origine (canard AOP du Périgord)
- Pour un leader, un outsider ou un nouveau venu: plus repérable pour les cibles, plus facile à promouvoir
- Adapté aux pays tiers ou au marché intérieur
- Peut s'appuyer sur une ou des appellations (AOP, AOC...) mais pas un État membre
- Moyens de promotion habituels: relations publiques, dégustations, foires...
- Diversité des messages: qualité, modes de fabrication, sécurité sanitaire, respect de l'environnement... comme pour les autres promotions génériques

Choisir son type de promotion (4)

■ Exemples:

- Champagne/Porto/Jerez (vins)
- SEVITEL (huile)

■ Contre-exemple:

- ...

A retenir

- **Toutes les promotions ne sont pas bonnes à prendre!**
- **La recherche de cohérence est importante, à la fois pour la réussite de la campagne, et pour qu'elle soit retenue**



Euréval

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE
EN ÉVALUATION

■ Assurer la cohérence d'ensemble
et rendre évaluable

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE EN ÉVALUATION

Intérêt du logigramme

■ Le logigramme permet:

- De relier les objectifs du programme et les impacts escomptés

Dans quelle mesure le programme contribue bien aux impacts escomptés finaux?

- D'assurer la cohérence entre les actions et les objectifs du programme

Dans quelle mesure les actions menées permettent-elles bien d'atteindre les objectifs?

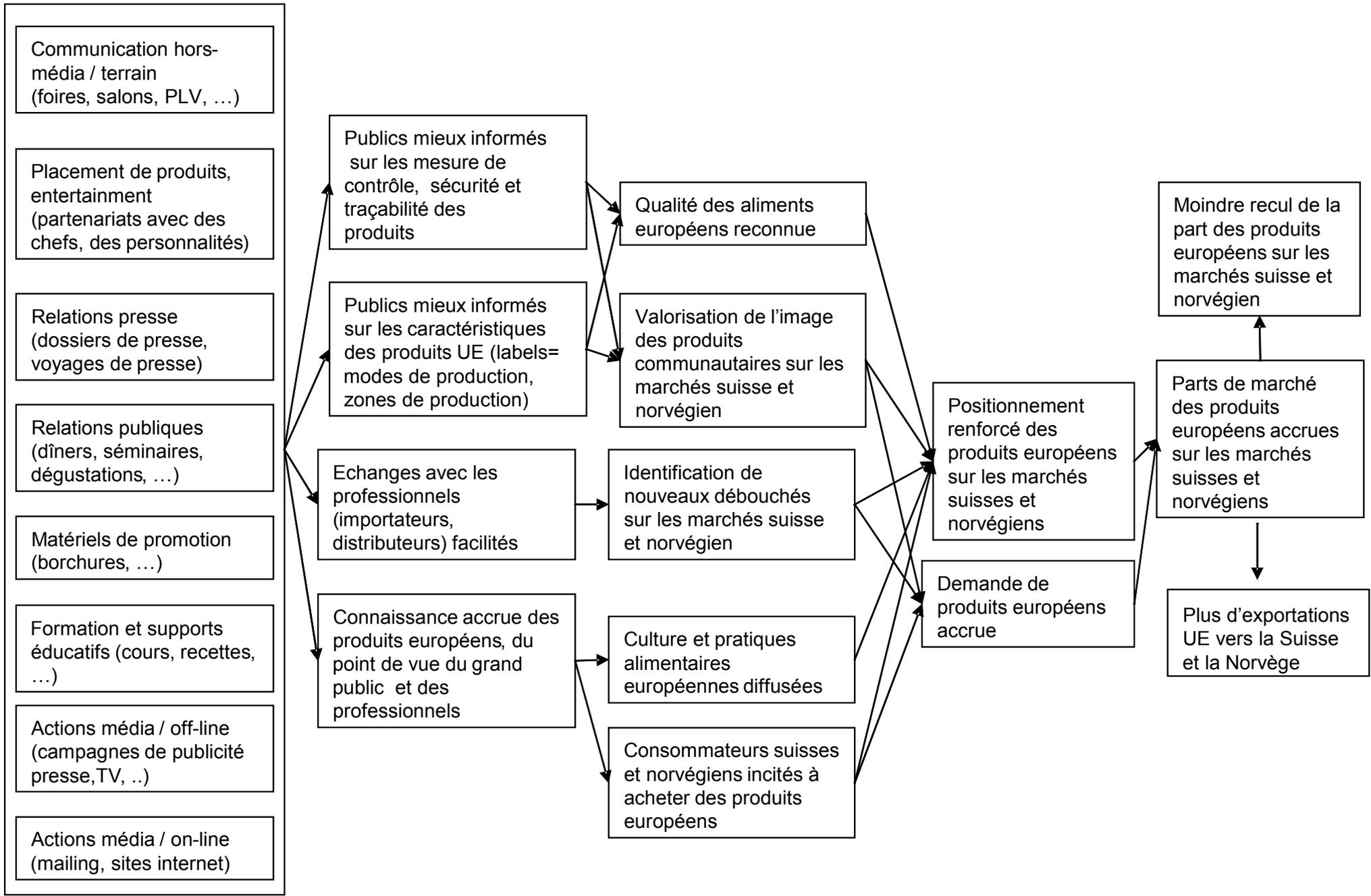
- De poser les bases de l'évaluabilité du programme

Sur quels éléments pourra-t-on affirmer que le programme est efficace?

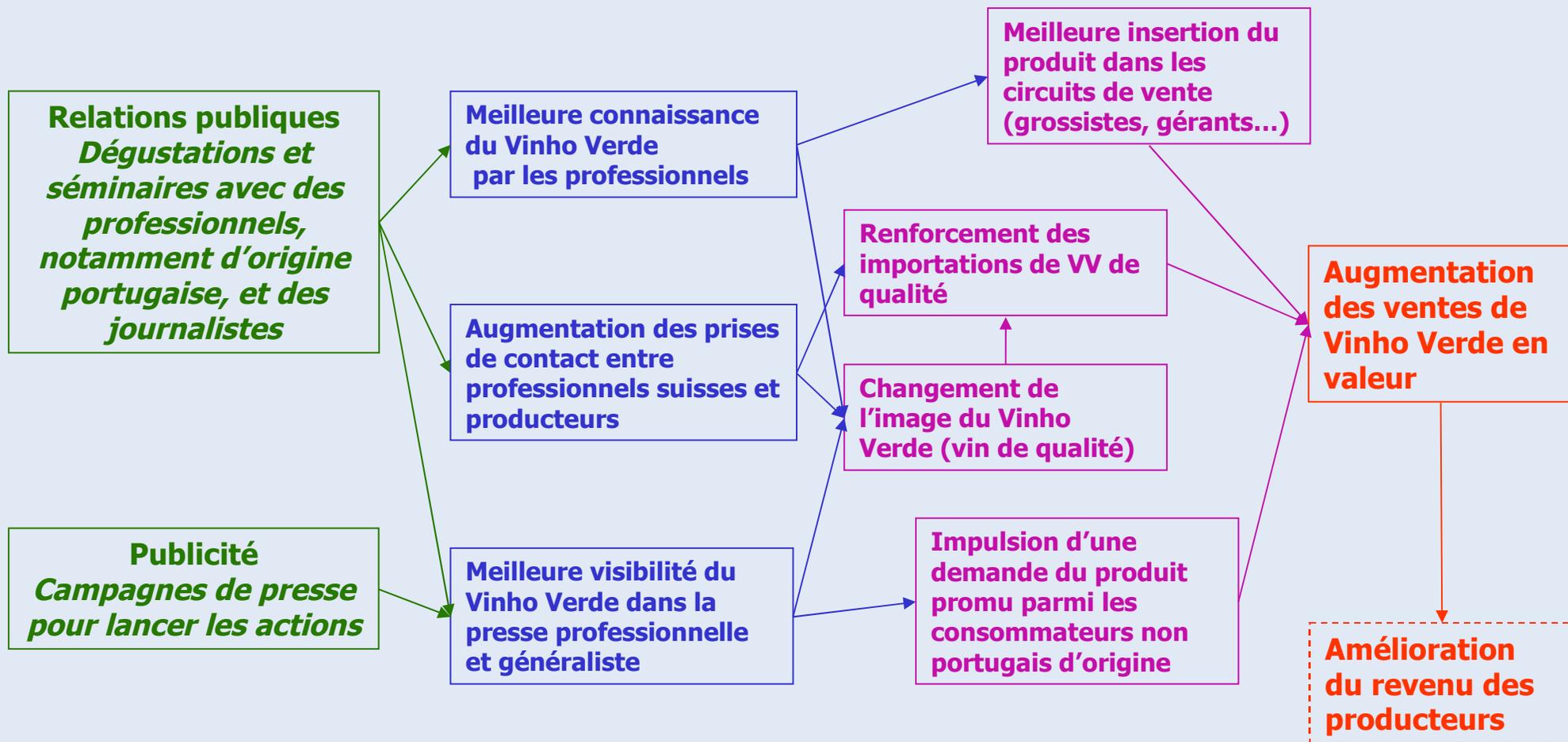
Actions prévues

Résultats attendus

Impacts attendus



Logigramme des impacts escomptés



Programme Vinho Verde

Expliciter la contribution aux impacts

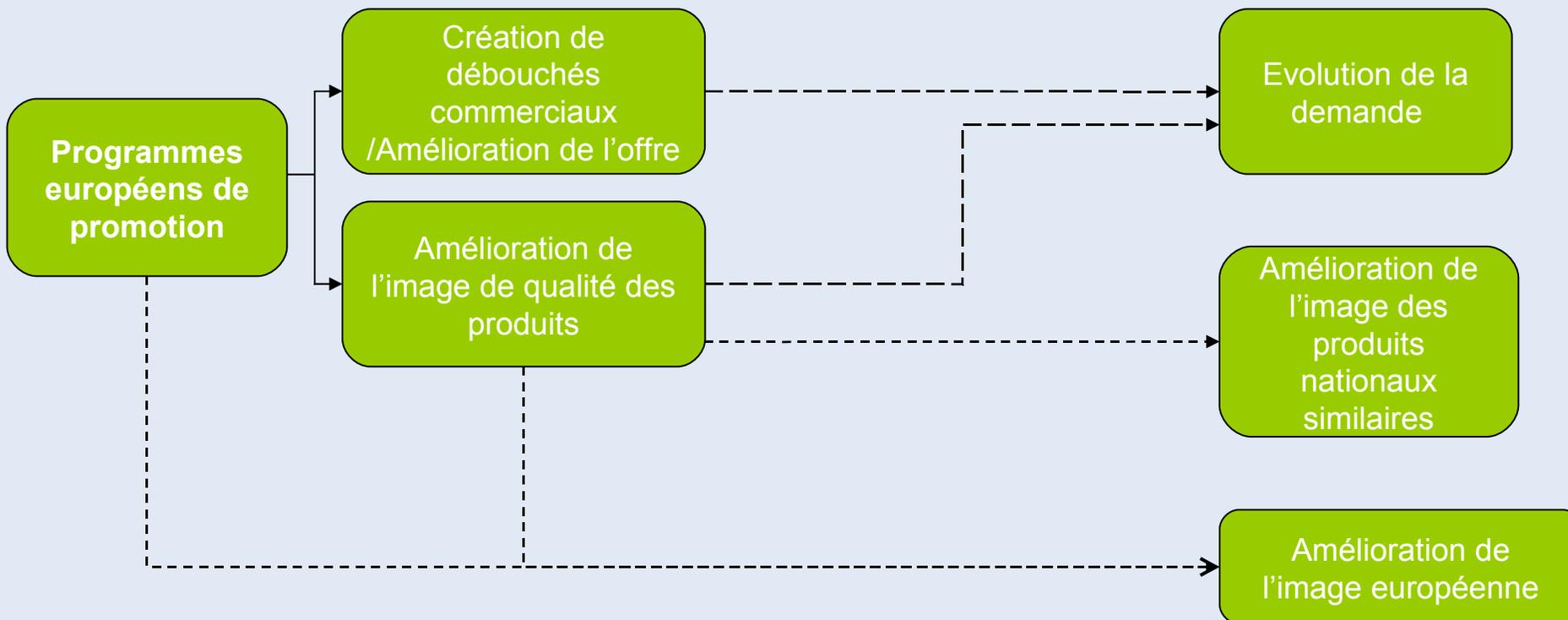


Schéma simplifié des effets et impacts des programmes européens de promotion

Atelier 2

- **Définissez les objectifs de votre programme**
- **Réalisez un logigramme des impacts escomptés en reliant les actions prévues (à droite) et les impacts attendus (à gauche)**

A retenir

- **Le logigramme permet *a priori* de constituer la stratégie...**
- **Et *a posteriori* d'en vérifier la cohérence**
- **C'est un excellent outil pour justifier de la crédibilité de vos objectifs et de votre stratégie, surtout si elle est originale**



Euréval

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE
EN ÉVALUATION

■ Assurer un bon rapport coût
efficacité

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE EN ÉVALUATION

Qu'est ce qu'un bon rapport coût efficacité?

■ Il nécessite de mettre en regard:

- Le coût des actions
- L'efficacité des actions menées

■ Il faut s'assurer:

- De l'efficacité du programme
Le programme a atteint les objectifs qu'il s'était fixés
- De l'efficience du programme
Les objectifs ont été atteints au meilleur coût

Choisir des modes d'action adaptés

- Les modes d'action doivent d'abord correspondre aux objectifs et au type de promotion, ainsi qu'aux moyens disponibles
- Ex: Avec un petit budget, privilégier les opérations peu coûteuses pour assurer une bonne couverture des publics et la régularité des interventions:
 - Relations publiques, relations presse
 - Participations à des foires
 - Promotions dans les points de vente
- Avec un budget conséquent, il est possible de cibler des opérations plus coûteuses, qu'il faudra pouvoir assurer sur l'ensemble de la cible géographique et sur une durée conséquente:
 - Affichage, publicité presse
 - Publicité TV, *endorsement*



Euréval

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE
EN ÉVALUATION

■ **Mesurer l'efficacité d'un
programme avec des indicateurs**

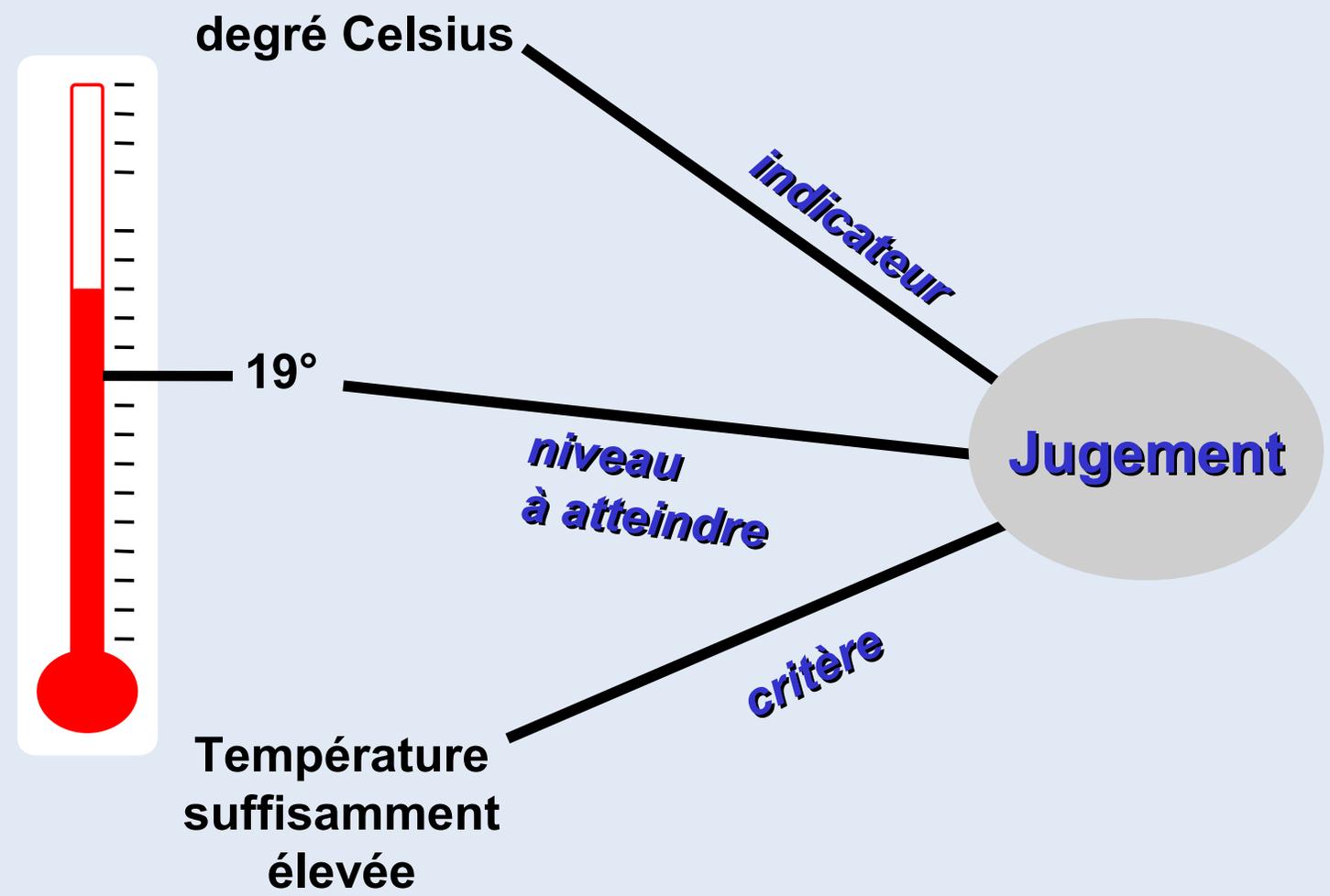
CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE EN ÉVALUATION

L'évaluation et les indicateurs

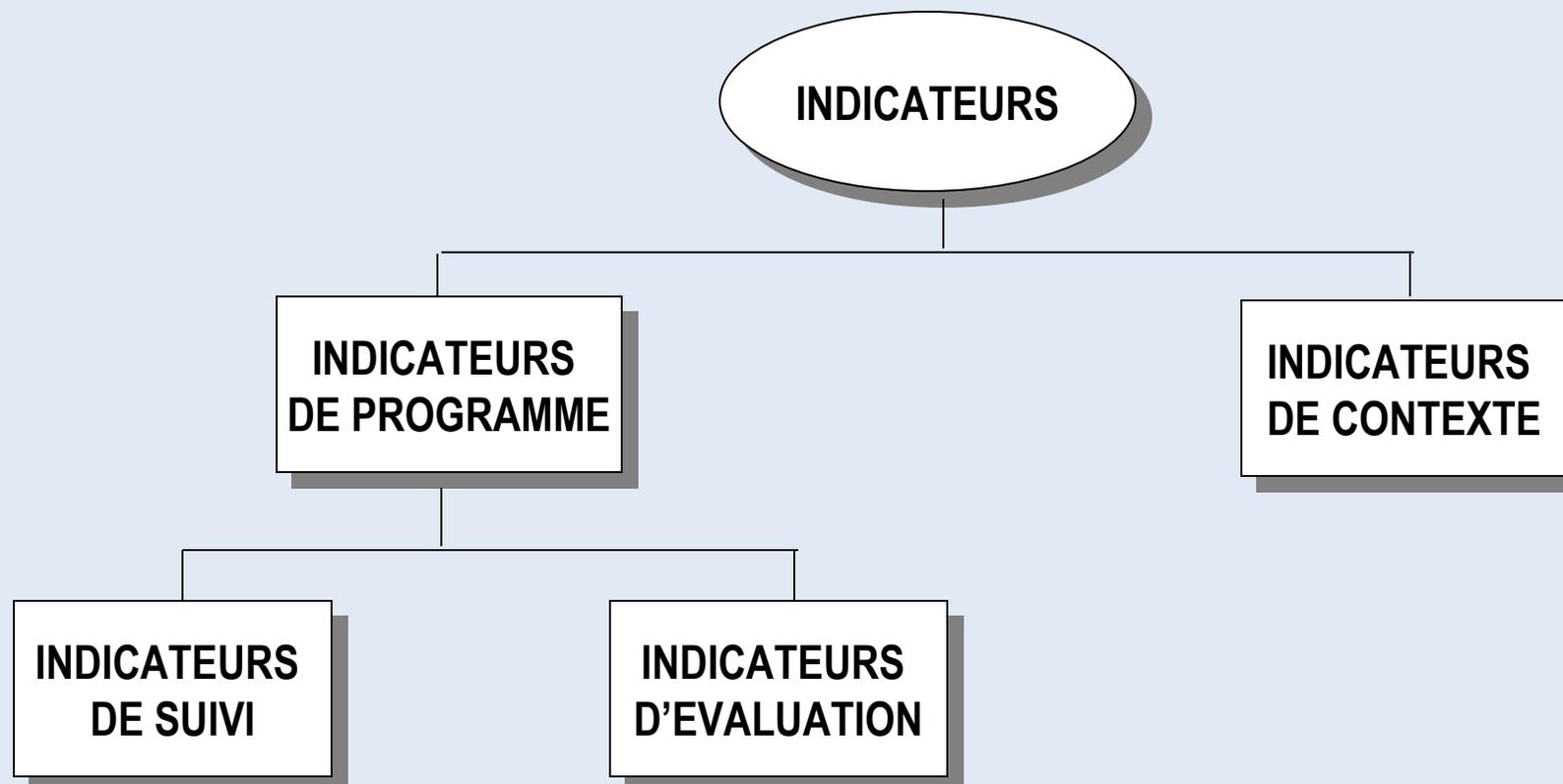
- **L'évaluation repose sur un faisceau d'indices quantitatifs et qualitatifs, pas seulement sur des indicateurs**
- **Dans la conception du programme, il est surtout important de savoir définir les critères de succès, qui ne sont pas tous quantifiables**
 - « **checklist des critères de succès** »
- **La CE veut des indicateurs pour pouvoir rendre compte de l'intérêt des actions qu'elle finance**
 - **La CE se focalise sur l'évolution des ventes, mais pas le plus pertinent**



Un outil de jugement



Les grandes catégories d'indicateurs



Exemples d'indicateurs

■ Exemples d'indicateurs de suivi:

- Évolution du nombre de dégustations organisées
- Évolution du nombre de professionnels touchés par mailing

■ Exemples d'indicateurs de résultat – peuvent être à plusieurs niveaux

- Évolution du nombre de professionnels ayant participé à des dégustations.
- Évolution du nombre de professionnels ayant participé à des dégustations et ayant pris contact avec l'OP/avec des producteurs
- Évolution du nombre d'articles de presse parus dans le mois suivant une opération de RP
- Évolution des ventes dans les boutiques concernées par des promotions points de vente dans le mois suivant l'opération/ 6 mois après l'opération

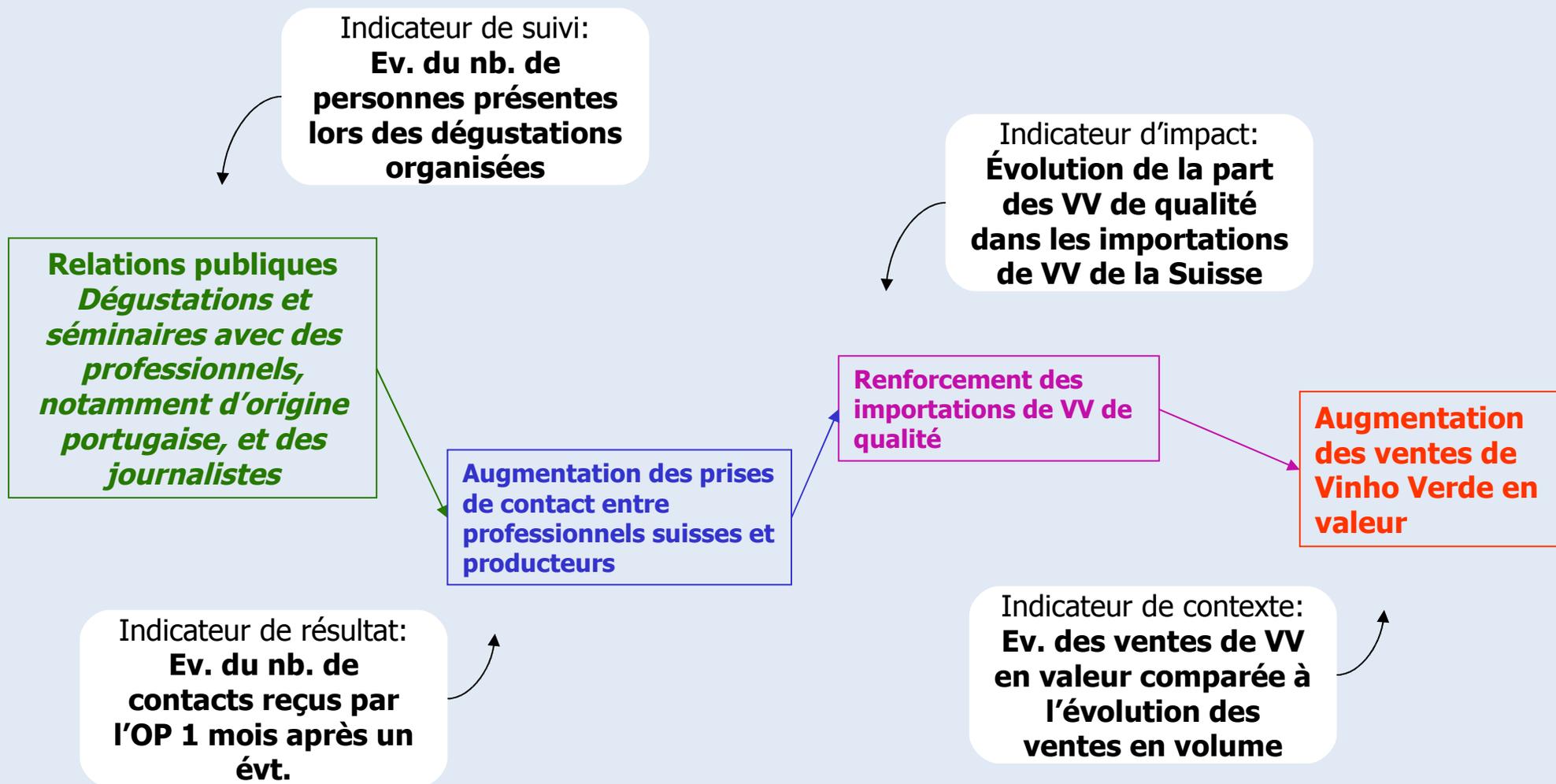
■ Exemples d'indicateurs d'impact

- Évolution des ventes à 1 an dans la région où les actions de promotion ont eu lieu

■ Exemples d'indicateurs d'impact/de contexte

- Évolution du coût moyen d'une unité de produit exporté dans le pays où les actions ont lieu
- Évolution des ventes du produit dans le pays

Du logigramme aux indicateurs



Construire un indicateur

Nom	Évolution des ventes dans les boutiques...
Définition	Montant des ventes des produits promus à 1 mois et 6 mois
Unité d'observation	Montant de ventes pendant 1 mois
Unité de mesure	K Euro
Source / quantification	Enquête auprès des boutiques
Décomposition	Par zone géographique, par taille de boutique
	Restitution tous les ans

Indicateur, critère et niveau à atteindre

■ Indicateur:

- Évolution de la part des vins de qualité dans les importations de VV en Suisse

■ Critère:

- La part des vins de qualité est au terme du programme supérieure aux vins de table dans les importations

■ Niveau à atteindre:

- >50%

Qualités d'un indicateur

Évolution des exportations de vin de qualité

- **Disponible**
 - Tous les ans
- **Frais**
 - Disponible à t+1
- **Sensible**
 - Peu sensible (varie peu avec la campagne)
- **Valide**
 - Moyenne (définition de « vin de qualité »?)
- **Comparable**
 - Avec les vins de table par exemple
- **Normatif**
 - Y a-t-il un niveau attendu?
- **Signifiant**
 - Plutôt bien compréhensible

Atelier 3

- **Rédiger les critères de succès d'un programme en se basant sur le logigramme**
- **Choisir un des objectifs attendus du logigramme et construire un indicateur à l'aide de la grille**
- **Juger de la qualité d'un indicateur**

À retenir

- **L'appréciation du programme se fait par un faisceau d'indices**

- **Privilégier un nombre limité d'indicateurs**
 - Par ex. 4-5 indicateurs de résultat
 - 2-3 indicateurs de contexte

- **Toujours choisir des indicateurs ad hoc**



Euréval

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE
EN ÉVALUATION

■ Pour finir

CENTRE EUROPÉEN D'EXPERTISE EN ÉVALUATION

- **Indiquer les conditions de succès et les risques de l'opération, afin de faciliter l'ajustement du programme**

Annexe H

Notice sur le paiement des aides à la promotion

Pays Tiers et Marché Intérieur

et ses annexes (H I à H XIII)

NOTICE SUR LE PAIEMENT DES AIDES A LA PROMOTION

PAYS TIERS ET MARCHÉ INTERIEUR

(Règlements (CE) n°3/2008, règlement (CE) n°501/2 008)

Cette notice et les annexes jointes ont pour but de faciliter le traitement des demandes de paiement auprès de FranceAgriMer, elles ne préjugent pas de l'éligibilité des pièces justificatives qui devront en tout état de cause respecter les prescriptions de l'annexe III du contrat signé entre FranceAgriMer et les organisations professionnelles.

Les modèles d'imprimés doivent être utilisés **impérativement**, être renseignés de façon exhaustive et porter obligatoirement les cachets, dates et signatures demandés.

Toutes les demandes incomplètes seront considérées comme non-conformes jusqu'à réception des pièces nécessaires à leur traitement.

Pour la mise en œuvre du programme, le contractant devra ouvrir un compte bancaire qui sera utilisé exclusivement pour toutes les opérations financières (recettes et dépenses) qui devront être effectuées pour la gestion du programme. Ce compte bancaire doit être alimenté par l'organisation proposante pour permettre le paiement des prestations de l'organisme d'exécution et de ses sous-contractants.

I) DOSSIER DE DEMANDE D'AVANCE

1.1. Demande d'avance

Dans les 30 jours qui suivent la signature du contrat et dans les 30 jours suivant sa date anniversaire pour les programmes pluriannuels, l'organisation peut présenter à FranceAgriMer une demande d'avance qui couvre au maximum 30% de la contribution communautaire et nationale annuelle. Le paiement de cette avance est subordonné à la constitution d'une garantie d'un montant égal à 110% du montant de l'avance demandée.

Il comporte les imprimés **obligatoires** suivants:

- la demande de paiement d'avance sur l'aide annuelle à la promotion (Annexe H I);
- une caution bancaire égale à 110% de l'avance demandée, selon le modèle joint (Annexe H II).

Les originaux des documents transmis devront comporter les signatures et cachets prévus par les annexes de la présente note.

La demande d'avance doit être accompagnée d'un R.I.B. original. Cette demande est adressée à :

**FranceAgriMer
Direction International
Unité Aides à la Promotion,
12 rue Henri Rol-Tanguy,
TSA 20002,
93555 Montreuil sous Bois**

au plus tard 30 jours calendaires après la date de signature du contrat (l'enregistrement par le service courrier de FranceAgriMer faisant foi). Au delà de cette limite de 30 jours, l'avance ne pourra être versée.

La garantie exigée est constituée, soit sous la forme d'une caution bancaire **strictement** conforme à l'annexe H II, soit sous la forme d'un chèque bancaire ou postal, qui sera **encaissé** par l'agence comptable de FranceAgriMer auquel sera joint un formulaire d'affectation en cautionnement (à retirer auprès de l'Unité Aides à la Promotion), sur papier timbré au tarif en vigueur.

Le versement de l'avance par FranceAgriMer est subordonné à la vérification et à la conformité des documents sus-cités. Dans la mesure où la conformité de la demande d'avance est établie par FranceAgriMer, le paiement de l'avance intervient au plus tard dans les trente jours de calendrier après le dépôt de la demande d'avance.

Pour toute information relative à l'établissement de la garantie, les demandeurs peuvent s'adresser aux services de l'agence comptable de FranceAgriMer ou de l'Unité Aides à la Promotion.

Précisions pour les programmes pluriannuels :

Dans le cas où une avance a été versée lors de la première année du contrat, ou dans le cas où une avance n'a pas été sollicitée par le bénéficiaire pour l'année précédente, pour les deuxième ou troisième années du contrat, la demande d'avance doit être déposée au plus tard 30 jours calendaires (l'enregistrement par le service courrier de FranceAgriMer faisant foi) après **la date de début de la deuxième et/ou de la troisième phase du contrat**. Au delà de cette limite de 30 jours, l'avance ne pourra être versée pour les deuxième ou troisième année du contrat.

1.2. Demande de main-levée de la caution d'avance

La demande de libération de la garantie d'avance peut être présentée au cours de la première année de réalisation. Les dossiers doivent être transmis à :

**FranceAgriMer
Direction International
Unité Aides à la Promotion,
12 rue Henri Rol-Tanguy,
TSA 20002,
93555 Montreuil sous Bois**

avant la fin du mois de calendrier suivant celui de l'expiration de chaque période de trois mois calculée à partir de la date de signature du contrat (l'enregistrement par le service courrier de FranceAgriMer faisant foi).

La demande de libération de la garantie d'avance concerne les dépenses réalisées durant la période trimestrielle ou annuelle en question. Elle est composée :

- de la demande de mainlevée de caution d'avance (Annexe H III),
- de l'état récapitulatif des dépenses du bénéficiaire de l'aide, conforme au tableau des actions prévues à l'annexe II du contrat (Annexe H VI), *
- des factures originales de l'organisme d'exécution acquittées qui seront classées et répertoriées selon les différents postes budgétaires, tel que spécifié à l'annexe II du contrat, *

* Si des factures ont été établies dans d'autres monnaies que l'euro, les taux de conversion à appliquer sont ceux publiés mensuellement par la Banque Centrale Européenne, qui sont consultables à l'adresse suivante : <http://ec.europa.eu/budget/infocuro/index.cfm?language=fr> . Pour le calcul de la subvention, le mois de conversion à retenir doit correspondre à la date d'émission de la facture.

- de l'état récapitulatif des dépenses par action du (des) organisme(s) d'exécution (Annexe H VII),
- des états récapitulatifs par action des factures de l'organisme d'exécution et/ou de ses prestataires, conforme au tableau des actions prévues à l'annexe II du contrat (Annexe H VIII),
- des copies des factures du (des) prestataires(s) de l'organisme d'exécution qui seront classées et répertoriées selon les différents postes budgétaires tel que spécifié à l'annexe II du contrat,
- d'un rapport d'activité trimestriel et/ou annuel des réalisations (Cf. Annexe VIII du contrat-type pré-annexé en annexe E du cahier des charges).

Les originaux des documents transmis devront comporter les signatures et cachets prévus par les annexes de la présente note.

La main-levée de la caution d'avance par l'Agent Comptable de FranceAgriMer est subordonnée à la vérification et à la conformité des documents sus-cités et dans la mesure où le droit définitif au montant avancé a été établi.

En cours d'année, la main-levée totale de la garantie d'avance ne pourra intervenir qu'à l'issue de la présentation des paiements intermédiaires attestant que le montant de l'avance a bien été utilisé dans les demandes de paiements présentées.

Sinon, la main levée interviendra à l'issue du paiement du solde.

II) PAIEMENTS TRIMESTRIELS ET DU SOLDE

Conformément aux articles 18 et 19 du règlement (CE) n° 501/2008 du 5 juin 2008 relatif aux actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers, la procédure de paiement de l'aide à la promotion s'établit comme suit :

2.1. Délai de demande

2.1.1. Demande de paiement intermédiaire

Les demandes de paiement intermédiaire sont réalisées à l'issue de chaque période trimestrielle. Elles doivent être faites avant la fin du mois calendrier suivant celui de l'expiration de chaque période (l'enregistrement par le service courrier de FranceAgriMer faisant foi).

L'organisation adresse à FranceAgriMer selon les modalités précisées au chapitre 2.2. de la présente note, une demande de paiement intermédiaire de l'aide à la promotion. Cette demande concerne **les dépenses réalisées** durant la période trimestrielle en question. Les demandes concernant des dépenses réalisées après le mois de calendrier qui suit l'expiration de la période de trois mois considérée, seront prises en compte avec la demande de paiement du trimestre suivant.

Dans le cas où aucune dépense n'a été réalisée pour une période trimestrielle donnée, une information écrite est obligatoirement adressée à FranceAgriMer dans les mêmes délais que ceux relatifs aux demandes de paiement intermédiaire, et accompagnée du rapport technique intermédiaire.

Sauf cas de force majeure, le dépôt tardif de chaque demande de paiement intermédiaire accompagnée de la documentation donne lieu à une réduction du paiement de 0,1 % par jour de retard (soit 3 % par mois entier de retard, conformément au point 1, paragraphe 3 de l'article 18 du R(CE) n° 501/2008).

2.1.2. Demande de paiement du solde

La demande pour le paiement du solde est introduite dans un délai de quatre mois suivant la date d'achèvement des actions annuelles prévues dans le contrat (l'enregistrement par le service courrier de FranceAgriMer faisant foi). Cette demande concerne **les dépenses réalisées** durant la **dernière** période trimestrielle annuelle.

A cet effet, l'organisation adresse à FranceAgriMer selon les modalités établies au chapitre 2.2. de la présente note, une demande de paiement de solde de l'aide à la promotion.

Sauf cas de force majeure, le dépôt tardif de la demande du solde donne lieu à une réduction du solde de 0,1 % par jour de retard (soit 3 % par mois entier de retard, conformément au point 1, dernier paragraphe de l'article 19 du R(CE) n° 501/2008).

2.2. Pièces à présenter dans la demande de paiement

2.2.1. Dossier de demande de paiement intermédiaire

La demande de paiement intermédiaire de l'aide à la promotion concerne les dépenses réalisées durant la période trimestrielle en question. Elle est composée :

- de la demande de paiement intermédiaire trimestriel (Annexe H V),
- de l'état récapitulatif trimestriel des dépenses du bénéficiaire de l'aide, conforme au tableau des actions prévues à l'annexe II du contrat (Annexe H VI),
- copies des factures de l'organisme d'exécution acquittées avant la fin de la période trimestrielle, qui seront classées et répertoriées selon les différents postes budgétaires, tel que spécifié à l'annexe II du contrat,
- de l'état récapitulatif trimestriel des dépenses par action du (des) organisme(s) d'exécution (Annexe H VIII),
- des états récapitulatifs trimestriels, par action, des factures du (des) prestataires(s) de l'organisme d'exécution conforme au tableau des actions prévues à l'annexe II du contrat (Annexe H VII),
- copies de des factures du (des) prestataires(s) de l'organisme d'exécution qui seront classées et répertoriées selon les différents postes budgétaires tel que spécifié à l'annexe II du contrat,
- de la copie des relevés bancaires du compte spécifique prévu à l'article 5 du contrat (Cf. Annexe E du cahier des charges), retraçant toutes les opérations financières (recettes et dépenses) qui ont été effectuées pour la gestion du contrat,
- l'original des time-sheets ou la copie certifiée conforme des times-sheets justifiant des honoraires facturés par l'organisme d'exécution ou l'organisme proposant, dans le cas d'honoraires facturés sur la base des travaux réellement exécutés. Dans le cas des honoraires au forfait, l'organisation proposante doit remplir une fiche spécifique (cf. Annexe H XIII), remplaçant les times-sheets habituels,
- d'un rapport d'activité trimestriel des réalisations (Cf. Annexe VIII du contrat-type pré-annexé en annexe E du cahier des charges).

La demande doit être accompagnée d'un R.I.B. original (sauf dans le cas où une demande d'avance ou une première demande de paiement intermédiaire a déjà été déposée).

Les originaux des documents transmis devront comporter les signatures et cachets prévus par les annexes de la présente note.

Le versement des paiements intermédiaires par FranceAgriMer est subordonné à la vérification et à la conformité des documents sus-cités.

Dans la mesure où la conformité des dossiers de paiements intermédiaires est établie par FranceAgriMer, le paiement intermédiaire intervient au plus tard dans les 60 jours de calendrier après le dépôt de la demande de paiement trimestriel.

Toutefois, ce délai peut être suspendu, à tout moment de la période de soixante jours après le premier enregistrement de la demande de paiement, par signification de FranceAgriMer au bénéficiaire, par courriel, dans les cas suivants :

- soit la demande n'est pas exigible (dépassement des 80 % du budget prévisionnel, cf.infra),
- soit elle n'est pas accompagnée par les pièces justificatives requises,

- soit FranceAgriMer estime nécessaire de recevoir des renseignements supplémentaires ou de procéder à des vérifications complémentaires (ex : contrôle administratif ou financier, ou contrôle sur place par le service des contrôles de FranceAgriMer).

La notification de suspension indique le délai de réponse et les conséquences en cas de non respect du délai. Le délai de 60 jours continue à courir à partir de la date de réception des renseignements demandés, lesquels doivent être transmis dans un délai de trente jours de calendrier.

Les paiements intermédiaires et le paiement de l'avance, ne peuvent dépasser globalement 80 % de la totalité de la contribution financière annuelle communautaire et de FranceAgriMer. Dès que ce niveau est atteint, aucune autre demande de paiement ne peut être présentée avant le paiement du solde annuel.

Important : les pénalités de 0,1 % indiquées au chapitre 2.1., sont applicables aux dépenses et aux factures acquittées que le bénéficiaire aurait omis de transmettre et qui se rapportent à une période trimestrielle ayant déjà fait l'objet d'un paiement par FranceAgriMer.

2.2.2. Dossier de demande de paiement du solde annuel

La demande de paiement du solde annuel de l'aide à la promotion concerne les dépenses réalisées durant **la dernière période trimestrielle annuelle**, et peut être complétée des dépenses des trimestres précédents non encore présentées. Elle est composée :

- de la demande de paiement du solde annuel de l'aide à la promotion (Annexe IX),
- de l'état récapitulatif annuel des dépenses du bénéficiaire de l'aide, conforme au tableau des actions prévues à l'annexe II du contrat (Annexe X),
- copies des factures de l'organisme d'exécution acquittées, qui seront classées et répertoriées selon les différents postes budgétaires, tel que spécifié à l'annexe II du contrat,
- de l'état récapitulatif annuel des dépenses par action du (des) organisme(s) d'exécution (Annexe XI),
- des états récapitulatifs annuels par action des factures du (des) prestataires(s) de l'organisme d'exécution conforme au tableau des actions prévues à l'annexe II du contrat (Annexe XII),
- des copie des factures du (des) prestataires(s) de l'organisme d'exécution qui seront classées et répertoriées selon les différents postes budgétaires tel que spécifié à l'annexe II du contrat,
- de la copie des relevés bancaires du compte spécifique prévu à l'article 5 du contrat (Cf. Annexe E du cahier des charges), retraçant toutes les opérations financières (recettes et dépenses) qui ont été effectuées pour la gestion du contrat,
- de la copie des comptabilités analytiques de l'organisme proposant et de l'organisme d'exécution prévues à l'article 6 du contrat permettant l'identification des recettes et dépenses relatives à l'exécution des actions régies par le contrat,
- de la copie des times-sheets justifiant des honoraires facturés par l'organisme d'exécution ou l'organisme proposant, dans le cas d'honoraires facturés sur la base des travaux réellement exécutés. Dans le cas des honoraires au forfait, l'organisation proposante doit remplir une fiche spécifique (cf. Annexe H XIII), remplaçant les times-sheets habituels,

- d'un rapport d'activité annuel des réalisations avec évaluation des résultats obtenus constatables à la date du rapport et d'un état financier des dépenses (Cf. Annexe VIII du contrat-type pré-annexé en annexe E du cahier des charges),
- de l'évaluation du programme, établie en prenant en compte les annexes F et G du cahier des charges de cet appel à proposition.

La demande doit être accompagnée d'un R.I.B. original (sauf dans le cas où une demande d'avance ou des demandes de paiement intermédiaire ont déjà été déposées).

La demande doit être accompagnée du formulaire relatif à la demande de main levée de la garantie de bonne exécution (Annexe H IV).

Les originaux des documents transmis devront comporter les signatures et cachets prévus par les annexes de la présente note.

Le versement du solde par FranceAgriMer est subordonné à la vérification et à la conformité des documents sus-cités.

Dans la mesure où la conformité de la demande de solde est établie par FranceAgriMer, le paiement du solde intervient au plus tard dans les 60 jours de calendrier après le dépôt de la demande de paiement du solde.

Toutefois, ce délai peut être suspendu, à tout moment de la période de soixante jours après le premier enregistrement de la demande de paiement, par signification de FranceAgriMer au bénéficiaire, par courriel, dans les cas suivants :

- soit elle n'est pas appuyée par les pièces justificatives requises,
- soit FranceAgriMer estime nécessaire de recevoir des renseignements supplémentaires ou de procéder à des vérifications complémentaires (ex : contrôle administratif ou financier, ou contrôle sur place par le service des contrôles de FranceAgriMer).

La notification de suspension indique le délai de réponse et les conséquences en cas de non respect du délai.

Le délai de 60 jours continue à courir à partir de la date de réception du résultat du contrôle ou de réception des renseignements demandés. Ces renseignements doivent être transmis dans un délai de trente jours de calendrier.

Important : les pénalités de 0,1 % indiquées au chapitre 2.1. sont applicables aux dépenses et aux factures acquittées par le bénéficiaire dans le trimestre concerné par l'action et non jointes à la demande de paiement de ce trimestre.

2.2.3. Précisions sur les documents joints aux demandes de paiement :

Format des pièces présentées

Toutes les pièces justificatives devront faire apparaître la référence FEAGA du programme.

Les factures de l'organisme d'exécution à l'organisation proposante devront être accompagnées de la preuve de leur paiement effectif.

En cas de contrôle sur place, l'autorité nationale compétente et les services de la Commission ou de la Cour des Comptes devront pouvoir disposer des pièces originales classées et répertoriées.

Rapports trimestriels et annuels :

Le rapport d'activité trimestriel ou annuel est un bilan des actions menées conformément aux annexes I et II du contrat. Il décrit à minima et chronologiquement, les différents moyens mis en œuvre pour mener à bien la campagne de promotion (à titre d'exemple : calendriers de promotion, matériels utilisés, nombre de magasins, médias touchés, nombre de spots radios ou TV, hors-média, presse, etc....).

Il est accompagné d'un état récapitulatif financier (Annexe VIII du contrat), mettant en évidence les dépenses planifiées et réalisées.

Le rapport d'évaluation annuel est un état récapitulatif des réalisations et une évaluation des résultats obtenus par les actions de la campagne constatés à la date du rapport.

Les organisations proposantes sont invitées à utiliser le document de la Commission Européenne intitulée "Note explicative du 7/09/09 n° 228549" et le document "Comment concevoir un programme de promotion de produits agricoles" du 14/09/2007 (Cf. Annexes F et G) pour la rédaction de ce rapport.

Factures libellées dans une autre monnaie que l'euro :

Si des factures ont été établies dans d'autres monnaies que l'euro, elles devront être converties en euros. Les taux de conversion à appliquer sont ceux publiés mensuellement par la Banque Centrale Européenne, qui sont consultables à l'adresse suivante :

<http://ec.europa.eu/budget/infocuro/index.cfm?language=fr>

Pour le calcul de la subvention, le mois de conversion à retenir doit correspondre à la date d'émission de la facture.

Dans le cas où ces factures sont rédigées dans une langue autre que le français ou l'anglais, l'(les)organisme(s) d'exécution ou le cas échéant l'organisme proposant doit(doivent) établir une attestation certifiant que la(les) facture(s) concernée(s) correspond(ent) à l'action pour laquelle le(s) facture(s) est(sont) présentée(s). Pour répondre aux exigences de contrôles, FranceAgriMer se réserve le droit de demander aux organisations proposantes de faire traduire ces factures.

Honoraires des organismes d'exécution ou de prestataires et de l'organisation proposante:

S'agissant des honoraires des organismes d'exécution (ou de prestataires experts consultés dans le cadre de la réalisation du contrat) ou des honoraires de l'organisation proposante, il est rappelé conformément à l'annexe III du contrat que :

« Les honoraires couvrent tous les frais de personnel, de conception, de réalisation et de gestion des actions à réaliser. Les frais de déplacement et de séjour sont soumis aux règles prévues au point 2. Tout honoraire devra être présenté dans la proposition de l'une des deux manières suivantes :

1.1 Honoraires facturés sur la base des travaux réellement exécutés :

Ces honoraires seront présentés sur la base du coût horaire (et non pas journalier), par action, par mois, par catégorie de personnel et par personne. Ils reprendront la durée de la prestation, le coût unitaire et le coût total.

Cependant des informations complémentaires devront apparaître sur les "Time sheets" établis par le personnel concerné, telles que le lieu de prestation, le nombre d'heures par jour, et l'objet de la prestation en relation avec l'action prévue au contrat.

Ils seront certifiés conformes au moins une fois par mois par le chef de projet ou par tout autre membre responsable du personnel. Ces "Time sheets" détaillés devront être disponibles et vérifiables auprès du contractant.

Pour les honoraires des experts consultés, l'organisme d'exécution s'assure de la réalité du temps de travail déclaré.

1.2 Honoraires facturés sur base d'un montant forfaitaire :

Ces honoraires ne peuvent pas dépasser les pourcentages suivants des coûts effectifs de la réalisation des actions (à l'exclusion des frais généraux du contractant et des honoraires visés sous 1.1 ci-dessus) :

- 13 % pour les programmes proposés par un seul Etat Membre, et
- 15 % pour les programmes proposés par plusieurs Etats Membres.

Le caractère forfaitaire des honoraires ne fait pas obstacle à la possibilité pour FRANCEAGRIMER de solliciter et d'obtenir de l'organisme en charge de l'exécution des actions :

- les relevés de temps (ou Time sheet) tels que mentionnés plus haut,
- ou une estimation du temps passé précisant en particulier le nom du programme, la période concernée, les noms et la qualité des personnes responsables de la mise en place des actions, le temps passé par les personnels sur la période pour la mise en place du programme et l'intitulé des différentes actions mises en œuvre durant la période. Ce document, dont un modèle est joint en Annexe H XIII, devra être édité, à l'en-tête de l'organisme d'exécution et être signé de sa Direction.

1.3 Lorsque le contractant exécute directement des actions conformément à l'article 13 du règlement n°501/2008, les honoraires facturés sur base des travaux réellement effectués seront présentés conformément aux dispositions du point 1.1 ».

En conséquence, toute justification des honoraires qui ne serait pas conforme aux prescriptions de l'annexe III du contrat, rappelées ci-dessus, sera exclue de la base du calcul de l'aide versée par FranceAgriMer aux organisations professionnelles contractantes.

ANNEXES DE LA NOTICE SUR LE PAIEMENT DES AIDES A LA PROMOTION

ANNEXE H I : Modèle de demande de paiement d'avance

ANNEXE H II : Modèle de caution d'avance

ANNEXE H III : Modèle de main levée de caution d'avance

ANNEXE H IV : Modèle de main levée de garantie de bonne exécution

Pour les demandes de paiement trimestriel

ANNEXE H V : Demande de paiement intermédiaire trimestriel

ANNEXE H VI : Etat récapitulatif trimestriel des dépenses du bénéficiaire de l'aide

ANNEXE H VII : Etat récapitulatif trimestriel des factures par action du ou des organismes d'exécution (1 tableau par action telle que prévue par l'Annexe II du contrat)

ANNEXE H VIII : Etat récapitulatif trimestriel des dépenses par action du ou des organismes d'exécution (complété conjointement par le bénéficiaire et l'(les) organisme(s) d'exécution)

Pour les demandes de paiement annuel

ANNEXE H IX : Modèle de demande de paiement de solde annuel

ANNEXE H X : Etat récapitulatif annuel des dépenses du bénéficiaire de l'aide

ANNEXE H XI : Etat récapitulatif annuel des dépenses par action du ou des organismes d'exécution (complété conjointement par le bénéficiaire et l'(les) organisme(s) d'exécution)

ANNEXE H XII : Etat récapitulatif annuel, par action, des factures du ou des organismes d'exécution (1 tableau par action telle que prévue par l'Annexe II du contrat)

ANNEXE H XIII : Modèle estimation time-sheet (cas des honoraires forfaitaires)

Les originaux des documents transmis devront comporter les signatures et cachets prévus par les annexes H I à H XIII.

ANNEXE H I

REGLEMENT (CE) N°501/2008

FranceAgriMer
Unité Aides à la Promotion
12 rue Henri Rol-Tanguy
TSA 20002
93555 Montreuil sous Bois

CONTRAT
N°

FORMULAIRE DE DEMANDE de PAIEMENT D'AVANCE

CAMPAGNE DE PROMOTION : 20.../20...

du20... au20....

Raison sociale du contractant :

Adresse du siège social:

Nom du responsable du dossier:

Téléphone: Télécopie: Courriel:

Sollicite l'obtention de l'avance sur l'aide à la promotion pour un montant de:

(montant en toutes lettres):

correspondant à % du montant de l'aide (FEAGA + FranceAgriMer à la promotion communautaire pour la campagne (dans le cas d'un contrat pluriannuel : 1^{ère} année du contrat)

R.I.B. : Code Banque:	Code Agence:	N° de compte:	Clé RIB:
Domiciliation:			
(joindre obligatoirement un exemplaire original pour le premier paiement de l'année)			

- **Pièces jointes** : garantie originale représentant 110% de l'avance demandée

Fait à, le

Signature du co-contractant FranceAgriMer et cachet

ANNEXE H II

MODELE de CAUTION d'AVANCE

Nous soussignés,(**organisme bancaire**), représenté par, dûment habilité à cet effet,

Déclarons nous porter caution solidaire de la société.....(**contractant**) dont le siège social est situé à pour la somme de

€(**€ en toutes lettres**.....)

représentant 110 % de l'avance portant sur un maximum de 30 % du montant maximum relatif à la ... phase du contrat, visé aux articles 3(1) et 4(1) du contrat[n°...] prévu entre FranceAgriMer et la société(**contractant**) concernant des actions de ... en faveur de ..., telles que définies dans le contrat n°... signé le

Nous nous engageons à effectuer, sur demande de FranceAgriMer, sans pouvoir en différer le paiement pour quel que motif que ce soit, le versement de la somme garantie ci-dessus entre les mains de FranceAgriMer, sans que la société(**contractant**) puisse soulever aucune objection à cet égard.

La présente caution d'avance prendra effet dès la réception de l'avance versé par FranceAgriMer sur le compte bancaire n° ... en nos livres et sera libérée par lettre de décharge de FranceAgriMer, au moment de la récupération de l'avance.

L'original de la garantie nous sera retourné.

La présente garantie est soumise au droit français et tout litige concernant l'application ou l'interprétation des présentes sera de la compétence des tribunaux de Paris

Mention manuscrite (Bon pour caution personnelle et solidaire à concurrence de la somme maximale de..... euros (en toute lettre euros)

Fait à,

le

[Signature/Fonction]

[Signature/Fonction]

ANNEXE H III

REGLEMENT (CE) N°501/2008

FranceAgriMer
Unité Aides à la Promotion
12 rue Henri Rol-Tanguy
TSA 20002
93555 Montreuil sous Bois

CONTRAT
N°:

FORMULAIRE de MAINLEVÉE de CAUTION d'AVANCE

CAMPAGNE DE PROMOTION : 20..../20....

du20.... au20....

Raison sociale du contractant :

Adresse du siège social:

Nom du responsable du dossier:

Téléphone: Télécopie: Courriel:

Sollicite la mainlevée de l'avance relative à l'aide à la promotion pour un montant de

(montant en toutes lettres):

- Pièces jointes :**
- Etat récapitulatif des dépenses réalisées par l'(les) organisme(s) d'exécution
 - Facture(s) acquittées de l'organisme d'exécution
 - Etat récapitulatif trimestriel des dépenses du (des) organisme(s) d'exécution
 - Etat récapitulatif des factures du(des) prestataires(s) de l'(les) organisme(s) d'exécution
 - Factures du(des) prestataires(s) de l'(les) organisme(s) d'exécution
 - Rapport d'activité trimestriel ou annuel
 - Rapport d'évaluation trimestriel
 - Sans objet**, la mainlevée est déposée conjointement à une demande de paiement **et** le montant total présenté au paiement (mainlevée + paiement intermédiaire ou solde) permet la libération totale de la garantie d'avance

Fait à, le

Signature du co-contractant FranceAgriMer et cachet

ANNEXE H IV

REGLEMENT (CE) N°501/2008

FranceAgriMer

Unité Aides à la Promotion
12 rue Henri Rol-Tanguy
TSA 20002
93555 Montreuil sous Bois

CONTRAT

N°:

FORMULAIRE de MAINLEVÉE de GARANTIE de BONNE EXECUTION

CAMPAGNE DE PROMOTION : 20.../20....

du20.... au20....

Raison sociale du contractant :

Adresse du siège social:

Nom du responsable du dossier:

Téléphone: Télécopie: Courriel:

Sollicite la mainlevée de bonne exécution relative à l'aide à la promotion pour un montant de

(montant en toutes lettres):

Pièces jointes :

- Etat récapitulatif des dépenses réalisées par l'(les) organisme(s) d'exécution
- Facture(s) acquittées de l'organisme d'exécution
- Etat récapitulatif trimestriel des dépenses du (des) organisme(s) d'exécution
- Etat récapitulatif des factures du(des) prestataires(s) de l'(les) organisme(s) d'exécution
- Factures du(des) prestataires(s) de l'(les) organisme(s) d'exécution
- Rapport d'activité trimestriel ou annuel
- Rapport d'évaluation trimestriel
- Sans objet**, la mainlevée est déposée conjointement à la demande de solde final de fin de contrat, et la bonne exécution du contrat permet la libération totale de la garantie de bonne exécution

Fait à, le

Signature du co-contractant FranceAgriMer et cachet

ANNEXE H V

REGLEMENT (CE) N°501/2008

FranceAgriMer
Unité Aides à la Promotion
12 rue Henri Rol-Tanguy
TSA 20002
93555 Montreuil sous Bois

CONTRAT
N°:

FORMULAIRE de DEMANDE de PAIEMENT INTERMEDIAIRE TRIMESTRIEL

CAMPAGNE DE PROMOTION : 20..../20....

TRIMESTRE : 1 2 3

du20.... au20....

Raison sociale du contractant :

Adresse du siège social:

Nom du responsable du dossier:

Téléphone: Télécopie: Courriel:

Sollicite le paiement intermédiaire de l'aide à la promotion pour un montant de

(montant en toutes lettres):

R.I.B. : Code Banque: Code Agence: N° de compte: Clé RIB:

Domiciliation:

(joindre obligatoirement un exemplaire original pour le premier paiement de l'année)

- Pièces jointes :**
- Etat récapitulatif trimestriel des dépenses réalisées par l'(les) organisme(s) d'exécution
 - Facture(s) acquittées de l'organisme d'exécution
 - Etat récapitulatif trimestriel des dépenses du (des) organisme(s) d'exécution
 - Etat(s) récapitulatif trimestriel par action des factures du(des) prestataires(s) de l'(les) organisme(s) d'exécution
 - Factures du(des) prestataires(s) de l'(les) organisme(s) d'exécution
 - Rapport d'activité trimestriel

Fait à, le

Signature du co-contractant FranceAgriMer et cachet

ANNEXE H VI
REGLEMENT (CE) N°501/2008

ETAT RECAPITULATIF DES DEPENSES DU BENEFICIAIRE DE L'AIDE
TRANSFORMATION D'AVANCE ET/OU PAIEMENT INTERMEDIAIRE TRIMESTRIEL
 (DOCUMENT A COMPLETER PAR LE BENEFICIAIRE)

TRIMESTRE : 1 2 3

du20.... au20....

N°pièce comptable	Intitulé de l'action	Nom de l'organisme	N°de facture	Date de la facture	Modalités du paiement (chèque, virement,	Date d'acquittement	Montant TTC en monnaie nationale (le cas échéant)	Montant H.T. en euros	Montant de l'aide communautaire	Montant de l'aide de FranceAgriMer	Montant total d'aide demandée
TOTAL EN EUROS HORS TAXES								0	0	0	0

"Certifié conforme et sincère"

Fait à.....
 le.....
 Signature du co-contractant FranceAgriMer et cachet

ANNEXE H VIII
REGLEMENT (CE) N° 501/2008

ETAT RECAPITULATIF PAR ACTION DES FACTURES DE L'ORGANISME D'EXECUTION ET/OU DE SES PRESTATAIRES DE SERVICE
TRANSFORMATION D'AVANCE ET/OU PAIEMENT INTERMEDIAIRE TRIMESTRIEL
 (DOCUMENT A COMPLETER PAR L'ORGANISME D'EXECUTION)

TRIMESTRE : 1 2 3

du20.... au20....

Intitulé de l'action (conforme à l'intitulé de l'annexe II du contrat signé avec FranceAgriMer) :

N°pièce comptable	Objet de la dépense	Nom de l'entreprise	N° de facture	Date de la facture	Modalités du paiement (chèque, virement,)	Date d'acquittement	Montant en monnaie nationale (le cas échéant) T.T.C	Montant en monnaie nationale H.T	Taux BCE et mois	Montant H.T. en euros
TOTAL EN EUROS HORS TAXES										0

"Certifié conforme et sincère"

Fait à.....
 le.....
 Signature et cachet de l'organisme d'exécution

ANNEXE H IX

REGLEMENT (CE) N°501/2008

FranceAgriMer
Unité Aides à la Promotion
12 rue Henri Rol-Tanguy
TSA 20002
93555 Montreuil sous Bois

CONTRAT
N°:

FORMULAIRE de DEMANDE de PAIEMENT de SOLDE ANNUEL

CAMPAGNE DE PROMOTION : 20.../20....

TRIMESTRE : et solde

du20.... au20....

Raison sociale du contractant :

Adresse du siège social:

Nom du responsable du dossier:

Téléphone: Télécopie: Courriel:

Sollicite le paiement du solde annuel de l'aide à la promotion pour un montant de

(montant en toutes lettres):

R.I.B. : Code Banque:	Code Agence:	N° de compte:	Clé RIB:
Domiciliation:			
(joindre obligatoirement un exemplaire original pour le premier paiement de l'année)			

- Pièces jointes :**
- Etat récapitulatif annuel par trimestre des dépenses réalisées par l'(les) organisme(s) d'exécution
 - Facture(s) acquittées de l'organisme d'exécution
 - Etat récapitulatif annuel par trimestre des dépenses du (des) organisme(s) d'exécution
 - Etat(s) récapitulatif annuel par trimestre par action des factures du(des) prestataires(s) de l'(les) organisme(s) d'exécution
 - Factures du(des) prestataires(s) de l'(les) organisme(s) d'exécution
 - Rapport d'activité annuel
 - Rapport d'évaluation annuel

Fait à, le

ANNEXE H XI
REGLEMENT (CE) N°501/2008

ETAT RECAPITULATIF DES DEPENSES PAR ACTION DE L'ORGANISME D'EXECUTION OU DES ORGANISMES D'EXECUTION
PAIEMENT ANNUEL (4ème trimestre et ou solde)

(DOCUMENT A COMPLETER CONJOINTEMENT PAR L'(LES) ORGANISME(S) D'EXECUTION ET LE BENEFICIAIRE)

TRIMESTRE : et/ou solde

du20.... au20....

				4ème trimestre et/ou solde
Intitulé des actions (annexe II du contrat FranceAgriMer)	Dépenses du 1er trimestre déjà facturées	Dépenses du 2ème trimestre déjà facturées	Dépenses du 3ème trimestre déjà facturées	Montant H.T. en euros
			TOTAL EN EUROS HORS TAXES	

Fait à.....
 le.....
 Signature et cachet de(es) l'organisme(s) d'exécution

Fait à.....
 le.....
 Signature du co-contractant FranceAgriMer et cachet

ANNEXE H XIII

PAPIER A EN – TETE SOCIETE

Nom du programme :
N° du contrat :
Organisme proposant :

ESTIMATION TIME – SHEET

1/2/3/4 ème TRIMESTRE : du au

« Nom de l'action, Date de l'action »

« Nom et qualité des participants » : « temps passé sur l'action/participant »

« Détail action »

-
-
-
-
-
-
-

« Signature Direction »