RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

FranceAgriMer
ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

DÉCISION DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE DE FRANCEAGRIMER

Montreuil, le 29/06/2021

DIRECTION DES INTERVENTIONS Service Programme Opérationnel et Promotion Dossier suivi par : Secteur pêche et aquaculture : Unité Pêche Courriel : promotion-nat-pêche@franceagrimer.fr Secteur agricole : Unité Promotion Courriel : promotion-nat-agri@franceagrimer.fr	**N° INTV - POP - 2021 - 049**
Plan de diffusion : FranceAgriMer Fédérations professionnelles et interprofessionnelles DRAAF DGPE DPMA	Mise en application : immédiate

OBJET : Modalités générales d'intervention de FranceAgriMer pour accompagner, avec des crédits d'Etat, des actions de promotion, d'information et de communication au profit des filières relevant du champ d'activité de l'Etablissement.

12 rue Henri Rol-Tanguy
TSA 20002 - 93555 MONTREUIL Cedex
Tél : 01 73 30 30 00
www.franceagrimer.fr

Bases réglementaires

- Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, 2012/C 326/01, notamment ses articles 107 et 108
- Règlement (UE) n° 1151/2012 du Parlement européen et du Conseil du 21 novembre 2012 relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaire
- Règlement (UE) n° 508/2014 du Parlement européen et du Conseil du 15 mai 2014 relatif au Fonds européen pour les affaires maritimes et la pêche
- Règlement (UE) n° 1388/2014 de la Commission du 16 décembre 2014 déclarant certaines catégories d'aides aux entreprises actives dans la production, la transformation et la commercialisation des produits de la pêche et de l'aquaculture compatibles avec le marché intérieur en application des articles 107 et 108 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne
- Règlement (UE) 2020/2008 de la Commission du 8 décembre 2020 modifiant les règlements (UE) n° 702/2014, (UE) n° 717/2014 et (UE) n° 1388/2014 en ce qui concerne leur période d'application et les autres adaptations à y apporter
- Lignes directrices de la Communauté concernant les aides d'Etat dans les secteurs agricole et forestier et dans les zones rurales 2014/2022 (Communication de la Commission 2020/C 424/05)
- Lignes directrices pour l'examen des aides d'État dans le secteur de la pêche et de l'aquaculture (2015/C 217/01), Communication de la Commission publiée au JOUE du 02/07/2015
- Code rural et de la pêche maritime, notamment ses articles L. 621-1 à L. 621-5, D. 621-2, D. 621-6, D. 621-26 et D. 621-27,
- Décret n°55-486 du 30 avril 1955 relatif à diverses dispositions d'ordre financier,
- Décret n°2006-781 du 3 juillet 2006 fixant les conditions et les modalités de règlement des frais occasionnés par les déplacements temporaires des personnels civils de l'Etat,
- Régime d'aide d'Etat SA.39677 (N-2014) (aides à la promotion des produits agricoles), modifié par la décision SA.59141,
- Régime cadre exempté de notification n°SA.59513 relatif aux aides en faveur des entreprises actives dans la production, la transformation et la commercialisation des produits de la pêche et de l'aquaculture pour la période 2020-2021 pris sur la base du règlement d'exemption (UE) n° 1388/2014 de la Commission du 16 décembre 2014 susmentionné, prolongé jusqu'en 2023
- Avis du Conseil d'Administration de FranceAgriMer du 29 juin 2021

Résumé

Cette décision définit les modalités générales d'intervention de FranceAgriMer pour accompagner, avec des crédits d'Etat, des actions de promotion, d'information et de communication au profit des filières relevant du champ d'activité de l'Etablissement, s'agissant notamment des actions de promotion de crise pour les secteurs agricole, de la pêche et de l'aquaculture. Elle abroge et remplace la décision du directeur général de FranceAgriMer n°INTV-POP-2015-13 du 13 avril 2015.

Mots-clés

Campagne de promotion, information, communication, interprofessions, groupements professionnels, filières agricoles, filières agro-alimentaires, filières pêche et aquaculture, FranceAgriMer, crise.

SOMMAIRE

Bases réglementaires2

Article 1 - Champ d'application4

Article 2 - Cas des actions menées directement par FranceAgriMer4

Article 3 - Cas des actions menées par des opérateurs4

3.1 Intervention dans le secteur agricole – modalités spécifiques4

3.2 Intervention dans le secteur de la pêche et de l'aquaculture – modalités spécifiques6

3.3 Modalités communes aux secteurs de l'agriculture, de la pêche et de l'aquaculture7

Article 4 – Durée et champ d'application9

Article 5 - Entrée en vigueur9

Article 1 - Champ d'application

La présente décision définit les conditions dans lesquelles FranceAgriMer peut octroyer une aide aux actions de promotion et de communication à partir de crédits d'Etat, notamment en cas de crise pour une filière ou les produits concernés d'une filière.

Ces actions peuvent être menées directement par FranceAgriMer ou faire l'objet d'un soutien ponctuel de l'Etablissement en cas de crise pour certains produits.

Article 2 - Cas des actions menées directement par FranceAgriMer

Les actions de communication assurées directement par FranceAgriMer ou réalisées par un prestataire de services pour le compte de FranceAgriMer sont les suivantes :

- L'organisation des salons professionnels ou grand public,
- L'organisation de colloques et conférences,
- La mise en place de campagnes de communication

Les dépenses correspondantes à ces actions, notamment celles de prestations, sont soumises au respect des règles de la commande publique. Les coûts afférents sont pris en charge à 100 % par FranceAgriMer.

La prise en charge des éventuels frais de déplacements des agents de FranceAgriMer chargés de la mise en œuvre des actions s'effectue en conformité avec la décision relative à la prise en charge des frais de missions pouvant justifier le dépassement de forfait prévu par le décret n°2006-781 du 3 juillet 2006 en vigueur dans l'Etablissement.

Article 3 - Cas des actions menées par des opérateurs

FranceAgriMer soutient des actions de promotion conduites par ou pour des opérateurs dès lors qu'elles sont destinées à :

- Informer le public sur les caractéristiques des produits, par exemple par l'organisation de concours, la participation à des foires commerciales ou des activités de relations publiques, la vulgarisation des connaissances scientifiques ou des publications d'informations factuelles ;

Ou

- Encourager les opérateurs économiques ou les consommateurs à acheter le produit en question, au moyen de campagnes de promotion.

Ces interventions concernent uniquement le soutien ponctuel en cas de crise ou pour certaines filières spécifiques et sont à différencier selon qu'il s'agit de produits des filières agricoles ou des filières de la pêche et de l'aquaculture.

3.1 Intervention dans le secteur agricole – modalités spécifiques

FranceAgriMer intervient sur la base du régime d'aide d'Etat SA.39677 (N-2014) (aides à la promotion des produits agricoles), modifié par le SA.59141.

3.1.1 Bénéficiaires et publics cibles

Sous réserve qu'elles exercent des activités sans but lucratif et d'intérêt public, le présent dispositif est accessible aux structures évoluant dans ou étant en lien avec le secteur agricole et agro-alimentaire, et notamment :

- associations loi 1901,
- organisations professionnelles et interprofessionnelles,
- groupements privés intervenant, pour l'action de promotion en cause, dans le cadre d'activités d'intérêt public en lien avec ces secteurs.

Les producteurs et les entreprises ne sont pas des bénéficiaires éligibles au titre de ce dispositif.

Les campagnes seront notamment faites à l'attention des consommateurs, des opérateurs économiques ou des prescripteurs d'opinion. Les campagnes revêtiront un caractère générique, sans référence à l'origine, et profiteront à tous les producteurs du type de produit concerné, sauf quand les campagnes de promotion seront axées sur des produits couverts par les systèmes de qualité.

3.1.2. Coûts admissibles

Les coûts admissibles au bénéfice de l'aide à la promotion sont les suivants :

a) les études de conception des campagnes d'information ou de promotion,

b) l'organisation d'opérations événementielles et de journées professionnelles (colloques, séminaires, conférences, salons),

c) les matériels promotionnels destinés aux prescripteurs (journalistes et autres professionnels ou personnalités influant sur l'opinion), aux opérateurs, utilisateurs ou consommateurs,

d) la diffusion de connaissances scientifiques et d'informations factuelles relatives :

- aux systèmes de qualité accessibles aux produits d'autres pays,
- aux produits génériques, à leurs bienfaits nutritionnels et leurs suggestions d'utilisation.

e) les campagnes de promotion, visant à encourager l'acte d'achat chez les opérateurs économiques ou les consommateurs, organisées dans les médias grand public ou professionnels (télévision, radio, presse écrite ou Internet), dans les points de vente au détail ainsi que le matériel distribué dans ce cadre.

3.1.3. Référence à une entreprise, une marque ou une origine particulière

a) Marché intérieur de l'Union Européenne

Les activités de promotion qui ont un caractère générique et qui profitent à tous les producteurs du type de produit concerné, ne doivent mentionner aucune entreprise, marque ou origine particulière. Les campagnes de promotion visées au point e) de l'article 3.1.2 de la présente décision ne doivent pas être consacrées aux produits d'une ou plusieurs sociétés en particulier.

Toutefois, la restriction concernant la référence à l'origine ne s'applique pas aux campagnes de promotion axées sur des produits couverts par des systèmes de qualité pour autant que les conditions suivantes soient remplies :

- lorsque l'activité de promotion est axée sur des dénominations reconnues par l'Union, elle peut faire référence à l'origine des produits à condition que la référence corresponde exactement à celle enregistrée par l'Union ;

- lorsque l'activité concerne des produits couverts par des systèmes de qualité, autres que les systèmes portant sur les dénominations reconnues par l'Union, l'origine des produits peut être mentionnée pour autant qu'elle soit secondaire dans le message.

b) Pays tiers

En cohérence avec les conditions fixées par le règlement (UE) n° 2014/1144, toute référence éventuelle à l'origine des produits doit être secondaire par rapport au message principal transmis par la campagne. Les mentions relatives aux marques et entreprises ne sont pas autorisées.

Les aides ne peuvent pas être accordées à des entreprises spécifiques ou des marques commerciales et elles ne doivent pas risquer de compromettre les ventes ou de dénigrer les produits d'autres Etats membres.

3.1.4. Montant d'aide

a) Marché intérieur de l'Union Européenne

Les taux maximum des aides, tous financements publics confondus, sont les suivants :

¤ Pour les campagnes de promotion visées aux points a) et e) de l'article 3.1.2 :

- 50% maximum pour les campagnes en faveur des produits bénéficiant d'une appellation reconnue par la Communauté ou d'un label de qualité régional ou national,
- 100% maximum pour les campagnes revêtant un caractère générique.

¤ Pour les autres actions : 100 % maximum.

b) Pays tiers

Le taux de financement maximum de la campagne, tous financements publics confondus est fixé à 80%, les 20% restant étant exclusivement à la charge du bénéficiaire.

3.2 Intervention dans le secteur de la pêche et de l'aquaculture – modalités spécifiques

FranceAgriMer intervient sur la base du régime exempté n° SA.59513 pour octroyer des aides pour des opérations de communication ou de promotion se limitant au soutien ponctuel en cas de crises pour certains produits.

3.2.1. Bénéficiaires

FranceAgriMer accompagnent des structures évoluant dans ou étant en lien avec le secteur de la pêche ou de l'aquaculture sous réserve qu'elles exercent des activités sans but lucratif et d'intérêt public. Le présent dispositif est accessible aux structures à caractère interprofessionnel évoluant dans les secteurs de la pêche ou de l'aquaculture.

Les pêcheurs, les aquaculteurs et les entreprises ne sont pas éligibles au titre de ce dispositif.

3.2.2. Conditions d'éligibilité

Elles sont précisées dans un document technique fourni par FranceAgriMer et s'appuient sur la mesure 68 g du FEAMP

« Article 68 – Mesures de commercialisation

1. Le FEAMP peut soutenir les mesures de commercialisation pour les produits de la pêche et de l'aquaculture visant à :

(…)

1g) Mener des campagnes de communication et de promotion régionales, nationales ou transnationales, afin de mieux faire connaître au public les produits de la pêche et de l'aquaculture durables.

(…)

Les opérations visées au paragraphe 1, point g), ne peuvent pas viser des marques commerciales. »

Le projet doit correspondre à des opérations menées par des structures de niveau national représentant plusieurs maillons de la filière.

Les produits de la pêche issus d'un segment en "déséquilibre" ne peuvent pas faire l'objet d'une campagne de communication et de promotion.

Le projet devra porter sur un ou plusieurs produits génériques issus de la pêche durable et/ou de l'aquaculture durable, disposant d'un marché géographiquement et économiquement suffisants pour justifier le coût d'une promotion nationale ou transnationale.

Le projet ne peut pas dépasser une durée de plus de 12 mois.

3.2.3. Montant d'aide

Le montant d'aide accordé ne peut dépasser le montant d'aide publique total qui serait octroyé en application de l'article 68, 1. g) du FEAMP pour un dossier similaire.

Dans le cas général, l'intensité de l'aide publique ne peut dépasser 50 % du montant des dépenses totales éligibles. Dans certains cas particuliers prévus au titre du FEAMP, l'intensité maximale de l'aide peut aller jusqu'à 80 % des dépenses totales éligibles.

3.3 Modalités communes aux secteurs de l'agriculture, de la pêche et de l'aquaculture

3.3.1. Demande d'aide

Elle doit comprendre au minimum :

- la justification du caractère de crise de la filière ou des produits concernés,
- un programme descriptif de la ou des opérations prévues et des actions envisagées,
- un budget prévisionnel,
- un plan de financement faisant apparaître distinctement les sources de financement,
- une justification du demandeur par rapport à sa situation d'assujetti ou non à la TVA.

FranceAgriMer fournit un dossier type de demande d'aide à compléter. La demande d'aide doit être déposée à FranceAgriMer avant le début du commencement des actions prévues dans le programme présenté à l'aide.

L'Etablissement statue sur la recevabilité de chaque demande et en informe le demandeur. L'aide est attribuée sous la forme d'une convention, après avis du ministère chargé des secteurs d'intervention concernés et dans la limite des crédits budgétaires disponibles à la date de l'instruction du dossier. En cas d'insuffisance de crédits, FranceAgriMer peut suspendre ou mettre fin au dispositif d'aide par décision de sa directrice générale.

Pour les prestataires intervenant dans le cadre du programme de promotion envisagé, le demandeur devra procéder par une mise en concurrence pour les sélectionner. Si les résultats et les modalités de la sélection des prestataires sont déjà connus au dépôt de la demande d'aide, il devra fournir les informations dans sa demande. Sinon ces éléments devront être communiqués au plus tard au stade de la demande de paiement.

3.3.2. Demande de paiement

Les modalités en sont définies dans la convention d'octroi de l'aide signée avec le demandeur. L'opérateur doit déposer un dossier justifiant des actions réalisées au regard du programme de promotion retenu.
Les paiements peuvent être effectués par avance ou par paiement direct.

3.3.3. Contrôles, répétition d'indu et sanctions

Le bénéficiaire de l'aide s'engage, en application de l'article R.622-50 du code rural et la pêche maritime, à accepter de FranceAgriMer, ou de tout contrôleur mandaté par lui, tout contrôle d'ordre technique ou financier, sur pièces ou sur place, portant sur la réalisation du programme d'actions et du respect des conditions d'octroi de l'aide.

Le bénéficiaire, ainsi que les éventuels partenaires ou sous-traitants, conservent l'ensemble des documents et justificatifs relatifs aux dépenses réalisées dans le cadre de ce programme pendant une durée de 5 ans à compter de la réception du solde de l'aide.

En cas de non-respect d'un ou de plusieurs des engagements souscrits, de fausses déclarations ou de déclarations erronées, le remboursement de l'aide perçue indûment est exigé. Lorsqu'il est établi que tout ou partie de l'aide accordée résulte d'une fausse déclaration du bénéficiaire, et sans préjudice des éventuelles poursuites pénales, il sera en outre réclamé au bénéficiaire de verser un montant de pénalité égal à l'aide indûment perçue en raison de la fausse déclaration.

3.3.4. Modalités de prise en compte de frais spécifiques

L'aide accordée par FranceAgriMer privilégie les coûts directs des actions de promotion ou de communication menées pour l'essentiel par des prestataires ou des agences dédiés.

Les frais de personnel des bénéficiaires ne sont généralement pas éligibles à l'exception de cas dûment justifiés et acceptés *in fine* par FranceAgriMer, comme par exemple les frais de personnels supplémentaires recrutés et affectés spécifiquement au programme (CDD, intérimaire, …).

3.3.5. Autres financements publics

Les dossiers aidés au titre de la présente décision ne peuvent pas être financés avec des aides relevant des règlements du FEAGA et du FEAMP.

Article 4 – Durée et champ d'application

Ce dispositif s'applique, sauf modification expresse de la présente décision, jusqu'à la fin de validité :

- pour les produits de l'agriculture, du régime d'aide d'Etat n° SA.39677, modifié par le SA.59141,
- pour les produits de la pêche et de l'aquaculture, du régime exempté n° SA.59513.

La présente décision abroge et remplace la décision du directeur général de FranceAgriMer n° INTV-POP-2015-13 du 13 avril 2015.

Article 5 - Entrée en vigueur

La présente décision entre en vigueur à compter du lendemain de sa publication au Bulletin Officiel du Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation.

La Directrice Générale,
Christine AVELIN