FranceAgriMer	**DECISION DU DIRECTEUR GENERAL DE FRANCEAGRIMER**
Direction de l'International Service des Affaires internationales Unité Promotion OCM vitivinicole 12, rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 93555 Montreuil-sous-Bois cedex	**INTERNATIONAL/SAITL/D 2012-20 du 17 avril 2012**
Dossier suivi par : Raymond Gene Tél. : 01 73 30 24 19 raymond.gene@franceagrimer.fr	
PLAN DE DIFFUSION : **- Pour exécution :** FranceAgriMer **- Pour information :** DGPAAT ; DGPTE ; CGEFI ; COFACE ; Ubifrance ; Confédération des coopératives vinicoles de France ; Association des Entreprises Vinicoles ; FEVS ; Vignerons Indépendants de France ; ANIVIN ; CNIV ; CNAOC	MISE EN APPLICATION : IMMEDIATE

OBJET :

Décision du Directeur général de FranceAgriMer relative à l'éligibilité des dépenses de promotion pays tiers réalisées par les entreprises en application du règlement (CE) n°491/2009 du Conseil du 25 mai 2009 modifiant le règlement (CE) n°1234/2007 portant OCM unique et du règlement (CE) n°555/2008 de la Commission du 27 juin 2008.

BASES REGLEMENTAIRES :

Vu le règlement (CE) n° 491/2009 du Conseil du 25 mai 2009 modifiant le règlement (CE) n°1234/2007 portant OCM unique et le règlement (CE) n° 555/2008 du 27 juin 2008 de la Commission,

Vu le règlement (UE) n° 772/2010 de la Commission du 1er septembre 2010 modifiant le règlement (CE) n°555/2008 fixant les modalités d'application du règlement (CE) n°479/2008 du Conseil portant organisation commune du marché vitivinicole, en ce qui concerne les programmes d'aide, les échanges avec les pays tiers, le potentiel de production et les contrôles dans le secteur vitivinicole,

Vu le décret n° 2009-178 du 16 février 2009 définissant conformément au règlement n° 555/2008 de la Commission du 27 juin 2008 les modalités de mise en œuvre des mesures retenues au titre du plan national d'aide au secteur vitivinicole financé par les enveloppes nationales définies par le règlement (CE) n° 479/2008 du Conseil de l'Union européenne du 29 avril 2008,

Vu l'arrêté du 16 février 2009 modifié définissant les conditions de mise en œuvre des mesures de promotion dans les pays tiers, éligibles au financement par les enveloppes nationales définies par le règlement (CE) n° 479/2008 du Conseil du 29 avril 2008 portant organisation commune du marché vitivinicole,

Vu la circulaire du Directeur général de FranceAgriMer, référencée INTERNATIONAL/SAITL/C 2009-43 du 14 décembre 2009,

Vu la décision du Directeur général de FranceAgriMer, référencée INTERNATIONAL/SAITL/D 2010-52 du 4 août 2010 portant modalités de paiement par FranceAgriMer de l'aide aux programmes de promotion des vins sur les marchés de pays tiers en application du règlement (CE) n°491/2009 du Conseil du 25 mai 2009 modifiant le règlement (CE) n°1234/2007 portant OCM unique et du règlement (CE) n°555/2008 de la Commission du 27 juin 2008,

Vu la décision du Directeur général de FranceAgriMer, référencée INTERNATIONAL/SAITL/D 2011-06 du 28 janvier 2011 modifiant la circulaire du 14 décembre 2009 et la décision du 4 août 2010,

Vu l'avis du Conseil spécialisé de la filière viticole et cidricole de l'Etablissement national des produits de l'agriculture et de la mer du 21 mars 2012,

FILIERES CONCERNEES : Filière vitivinicole

MOTS CLES : promotion, OCM, pays tiers, gestion d'aide, paiement.

Article 1 - Objet de la décision et rappel des obligations générales

La présente décision vise à préciser les conditions d'éligibilité à la mesure « Promotion sur les marchés des pays tiers » de l'OCM vitivinicole des actions de promotion des entreprises dans les pays tiers et à formaliser la liste des pièces à présenter dans les demandes de paiement de fin de phase ou de solde.

L'entreprise doit présenter à l'appui de chaque demande de paiement un dossier composé :

- d'un rapport d'activité permettant à FranceAgriMer de vérifier la réalisation des actions et des objectifs prévus au programme ;
- d'une demande de paiement, de ses annexes et des justificatifs requis. Des justificatifs complémentaires de réalisation des actions peuvent être demandés dans le cadre de l'instruction du dossier.

Par ailleurs, le demandeur s'engage à se soumettre aux contrôles sur place des services compétents de l'administration ou des autorités communautaires qui peuvent porter sur l'entreprise concernée ou sur ses prestataires. Ces contrôles visent à s'assurer du respect des engagements contractés.

Article 2 - Conditions d'application

La présente décision s'applique directement aux programmes de promotion qui n'ont pas fait l'objet d'une convention à la date de sa publication.

Elle régit les conventions en cours si un avenant est conclu à cette fin.

Dès lors qu'un tel avenant est conclu :

- l'application de la présente décision ne permet pas de revenir sur les paiements déjà réalisés ;
- les dispositions de la présente décision priment sur celles des conventions et des décisions du Directeur général de FranceAgriMer antérieures éventuellement contraires.

Article 3 – Règles de prise en compte des dépenses

3.1. Produits éligibles

La réglementation communautaire prévoit que le programme d'aide concerne soit :

- des vins bénéficiant d'une appellation d'origine protégée (AOP),
- des vins bénéficiant d'une indication géographique protégée (IGP),
- ou des vins avec indication de cépage(s).

Les vins sans indication géographique, sans mention de cépage mais avec mention du millésime ne sont pas éligibles.

Les entreprises s'engagent à limiter leurs actions aux produits éligibles.

Quand l'action de promotion concerne des produits non éligibles (autres produits alimentaires, alcools hors vins, alcools même à base de vins, vins sans indication géographique, sans mention de cépage, autres produits non alimentaires ...) :

- si ces produits représentent 50 % ou plus de l'action, l'action est non éligible ;
- si ces produits représentent moins de 50% de l'action, un prorata des factures est alors pris en compte. Le prorata s'applique sur le chiffre d'affaires (CA) ou éventuellement sur un autre critère objectif proposé et justifié par l'entreprise.

Compte tenu de la segmentation spécifique des vins français avec des châteaux, des crus, des régions prestigieuses, il peut arriver qu'une entreprise commercialise en plus des ses propres produits, des produits issus de domaines viticoles de prestige qui confortent sa notoriété. Dans ce cas, les actions de promotion relatives à ces produits sont également éligibles.

3.2. Effectivité de la promotion hors UE

Le programme promotionnel doit porter sur les pays tiers.

Toutefois, certaines dépenses peuvent être réalisées au sein de l'Union Européenne, notamment en France pour du matériel ou des prestations qui seront utilisés ensuite sur les marchés tiers. Sont ainsi notamment éligibles :

- des études ;
- des prestations de création de marque ;
- des traductions ;
- des fabrications de plaquettes ;
- toute dépense de fabrication de matériel.

Par ailleurs, sont éligibles les frais de déplacement sur les lieux de production en France d'acheteurs, journalistes, prescripteurs étrangers (liste non exhaustive). On entend par lieu de production toute zone viticole même si l'entreprise n'y a pas directement de site de production.

Certains matériels promotionnels sont susceptibles d'être utilisés dans les pays tiers et dans l'Union Européenne. Dans ce cas, il convient que l'entreprise justifie que la demande de paiement porte uniquement sur la partie « pays tiers » de la dépense.

- Quand la langue est « hors Europe », l'ensemble est éligible (chinois, japonais, russe ...).

- Quand la langue est aussi européenne (anglais, français, espagnol, portugais...), seule la partie utilisée sur le territoire hors UE est éligible. L'entreprise doit alors soit justifier de l'utilisation du matériel uniquement sur les pays tiers (par exemple en traçant les envois de matériel), soit proposer un prorata des dépenses basé sur des critères objectifs.

Exemple 1 : pour des plaquettes en anglais destinées au marché américain et fabriquées en France, 100 % des plaquettes sont éligibles si les bons de transport retracent l'envoi de l'ensemble des documents sur les USA.

Exemple 2 : pour un site internet en français, on retiendra par exemple le prorata du CA entre pays francophones (CA canada francophone / [CA France + CA canada francophone] par exemple).

Exemple 3 : pour un site internet en anglais (langue universelle du commerce mondial) un prorata CA tous pays hors UE éligibles / CA total (même si éventuellement le programme de promotion comporte seulement 2 ou 3 pays mais que les ventes sont réalisées sur plus de pays que ces trois là).

Exemple 4 : sont non éligibles les dépenses pour des salons ayant lieu en Europe même si l'activité est réalisée avec des acheteurs hors Union Européenne.

3.3. Déclaration des autres financements publics

Les actions ou sous actions bénéficiant de l'aide promotion pays tiers :

- ne doivent pas bénéficier d'une autre aide communautaire au titre du FEADER R (CE) n°1698/2005 ou du règlement horizontal R (CE) n°3/2008 ;
- ne doivent pas bénéficier pour la même opération d'une assurance prospection COFACE ;
- peuvent bénéficier en complément d'une aide publique nationale dans le respect des Lignes Directrices Agricoles mais les entreprises doivent alors impérativement le déclarer à FranceAgriMer (modèle en annexe 3).

Pour permettre la vérification croisée des financements publics multiples, les factures des structures concernées comme, notamment, les Interprofessions, les régions, les organismes travaillant en délégation des régions et Ubifrance, ne pourront être prises en charge par FranceAgriMer que si elles portent l'une des mentions suivantes (portées sur la facture ou sur une pièce annexée) :
« L'action ou la sous action faisant l'objet de la présente facturation ne fait l'objet d'aucun financement public communautaire, national ou régional».
OU
« L'action ou la sous action faisant l'objet de la présente facturation ne fait l'objet d'aucun financement public communautaire au titre du FEADER ou du règlement (CE) n° 3/2008. Elle fait l'objet d'un financement national ou régional dans le cadre du régime d'aide n°.....».
Les références du régime d'aide sont à compléter par l'émetteur de la facture.

3.4. Périodes de réalisation

Les actions du programme doivent être réalisées sur la période d'exécution prévue par la convention. Pour qu'une dépense soit éligible à l'aide communautaire, elle doit se rattacher à une action entièrement réalisée durant la période d'exécution du programme.

Les acomptes, arrhes ou avances versés avant le commencement du programme pour la réalisation d'une action sont éligibles dès lors que :
- ces acomptes, arrhes ou avances sont versés après la date limite de réponse à l'appel à projet concerné ;
- cette action est entièrement réalisée au cours du programme.

En cas d'action à cheval sur deux phases, la ou les factures justificatives peuvent être présentées à hauteur des réalisations sur chaque phase, ou être présentées au titre de la phase de réalisation finale des actions.

Dans le premier cas, la même facture peut être présentée deux fois, une fois dans chaque phase, en portant l'annotation de la part retenue pour chaque phase. La somme des montants présentés ne peut en aucun cas dépasser le montant total de la dépense relative à l'action.

Dans le second cas, la facture est présentée au titre de la phase de finalisation de l'action.

Après une fin de phase, le délai de présentation à FranceAgriMer des pièces justificatives relatives à une action ou à une sous-action est de 6 mois.

3.5. Frais de déplacement, d'hébergement et de séjour

On considère comme :

- frais de déplacement les frais relatifs au transport par avion, pré-acheminement (transports intérieurs de transit) train, bus longues distance, voiture (location + carburant...) ;
- frais d'hébergement : hôtel ;
- frais de séjour : taxi, bus sur place, repas, téléphone, connexion internet.

Les dépenses de loisir sont inéligibles.

Les frais de déplacement, d'hébergement et de séjour des membres de l'entreprise sont éligibles dans les conditions de plafonnement prévues par la convention : éligibles pour les phases de programme débutées à compter du 14/12/2009, ils ne peuvent dépasser 30 % des dépenses réalisées par phase, sur l'ensemble des pays du programme.

Les frais d'hébergement (hôtel) sont plafonnés à 180 €/personne/jour et les frais de séjour à 90 €/personne/jour. Ces plafonds sont des plafonds globaux par voyage.

Exemple : 4 jours 3 nuits donnent un budget global de 180x3 + 90x4 = 900 € maximum pour le séjour sur présentation des justificatifs.

Les frais de déplacement doivent être justifiés par des factures ou équivalent (tickets de caisse en cas de petits frais ...).

Les frais de déplacement éligibles doivent être rattachés aux actions de promotion (voir en annexe 1 les pièces justificatives des dossiers). Cependant, la présentation des dépenses est globale par phase et par pays. La justification des déplacements est à exposer dans le rapport d'activité.

Les déplacements en classe économique doivent être privilégiés. Toutefois, les déplacements en classe affaire (notamment en avion) sont éligibles. Ces déplacements s'inscrivent dans le plafond de 30% des dépenses éligibles de la phase concernée.

Les boarding pass ne sont pas exigés pour la présentation des dépenses compte tenu de leur dématérialisation de plus en plus habituelle. Il est néanmoins recommandé aux entreprises, chaque fois que possible, de les conserver comme complément aux justifications des actions réalisées, sous la forme d'une impression des mails, d'une copie d'écran des pass sur téléphone etc.

Les frais de déplacement sur un seul pays peuvent atteindre 100 % des dépenses sur ce pays tout en respectant la règle de 30 % maximum sur l'ensemble de la phase.
Exemple : une entreprise présente un programme comportant 2 pays : Chine et USA. Sur la Chine 100 % des dépenses de la phase 1 concernent des déplacements. La dépense de déplacement (Chine+ USA) est prise en compte dans la limite maximale de 30 % des dépenses totales Chine+USA.
En revanche, dans le cas de frais atteignant 100 % sur un pays donné et pour une phase, les déplacements doivent être rattachés à une action éligible qui doit être justifiée par ailleurs : par exemple formation ou prise en charge de dépenses par des clients.
Une attention particulière sera portée sur la nature des actions réalisées pour vérifier qu'il ne s'agit pas simplement d'une action commerciale.

Les entreprises ayant des filiales dans un pays tiers peuvent présenter les frais de déplacement de leurs personnels sous réserve de rattacher ces frais à des actions de promotions identifiées. Ces dépenses sont intégrées dans le plafond des 30 %.
Par exemple : la filiale est à New York. Un salon se tient à Chicago : les frais d'avion de New York à Chicago et les frais d'hôtel et de repas sur place peuvent être éligibles pour l'action « salon ».

Les dépenses de déplacement des personnels des filiales accompagnant des clients en France sur le lieu de production sont partiellement éligibles :

- prise en compte des billets d'avion (dans le plafond des 30 %)
- prise en compte des repas accompagnés de clients dans le cadre d'une action de réception sur les lieux de production
- exclusion des frais d'hôtel et de séjour en France

Pour les prestataires, les frais de déplacement facturés dans la prestation sont éligibles au coût facturé à l'entreprise et hors plafond des 30 %, dans la mesure où ils font partie intégrante de cette prestation.

Frais de déplacement en France des importateurs, clients, presse, dans le cadre d'une action « voyage sur le lieu de production » (ex : voyage de presse, séminaire d'importateurs, rencontres acheteurs ...) : les dispositions générales du présent article relatives aux frais de déplacement ne s'appliquent pas dans la mesure où ces frais sont constitutifs de l'action en tant que telle. Ainsi, les frais de transport (aller et retour pays d'origine / France), d'hébergement et de séjour (restauration et frais divers) ne sont pas plafonnés selon la règle des 30 % et ne sont pas écrêtés selon le barème et sont pris en compte au coût réel. Dans ce cadre, sont également éligibles les frais de repas (factures de restaurant, traiteur...) qui concernent les personnels de l'entreprise associés à l'opération : producteur, œnologue de l'exploitation, maître de chais, commerciaux etc.

3.6. Avenants

Les avenants permettent d'ajuster les crédits entre les différentes phases, les différents pays et les différentes actions.
L'enveloppe globale du programme ne peut pas être revue à la hausse (mais peut être revue à la baisse).

Les produits, les actions ou les pays peuvent être modifiés sous réserve d'en justifier la raison conformément à l'article 4 dernier alinéa du règlement (CE) n° 555/2008.

Il appartient aux entreprises de formuler auprès de FranceAgriMer la demande d'établissement d'un avenant notamment lorsque, en fin de phase, le programme présente des évolutions notables.

L'établissement d'un avenant n'est pas de droit ; FranceAgriMer peut le refuser. Dans ce cas, la convention d'origine reste d'application.

3.7. Factures et relevés bancaires présentés au paiement

Les factures et les relevés bancaires permettent de justifier de l'effectivité de la dépense.

La présentation d'un état récapitulatif des dépenses, visé par le commissaire aux comptes ou l'expert comptable, n'exonère pas les demandeurs de leur obligation de conservation et de production des justificatifs parfaitement classés, accessibles au contrôle et recevables comme justification des paiements.

Factures originales/copies
Conformément aux règles en vigueur, notamment comptables, qui obligent les entreprises à conserver leurs factures originales, l'envoi et/ou la transmission de ces originaux aux services instructeurs de l'Etat n'est pas souhaitable. Seule la présentation sur site, notamment aux agents de contrôle, pourra être exigée.
En conséquence, pour la constitution du dossier transmis à l'appui de la demande de paiement, la copie simple d'un document est acceptée conformément au décret n°2001-899 du 1er octobre 2001 relatif à la certification conforme des copies de documents.

Mentions à porter sur les factures

Outre les mentions prévues à l'article 3.3, les factures doivent présenter les mentions suivantes :

- être libellées au nom du demandeur de l'aide (ou le cas échéant, si la convention ou un avenant le prévoit, au nom d'un intervenant identifié explicitement dans l'un de ces documents) ;
- porter l'indication manuscrite de la date et du moyen de règlement ainsi que le nom de la banque.
- sur chaque facture (et le cas échéant, sur chaque ligne de la facture), doivent figurer la référence de l'action et la période de réalisation.

De plus, en cas de facture globale fournie par un prestataire, il convient d'exclure (par rayure, annexe explicative ou tout autre moyen) les dépenses non-éligibles ou non présentées au financement.

Les montants sont considérés, nets des taxes récupérables (notamment hors TVA intracommunautaire)

Acquittement des factures

Une dépense est éligible si elle est acquittée. Une facture non acquittée, une facture pro-forma, un devis, ne sont pas recevables pour justifier de la dépense présentée à l'aide.

Le dossier de demande de paiement doit comporter les copies des relevés bancaires sur lesquels doivent être signalées (par surlignage ou tout autre moyen) les lignes incluant les montants des factures annexées au dossier. En cas de lignes sur le relevé bancaire agrégeant des montants relatifs au programme et des montants hors programme, la vérification de l'effectivité du paiement des montants éligibles pourra être effectuée par consultation des écritures comptables lors d'un contrôle sur place.

Avoirs, remises, ristournes

Les avoirs, remises, rabais et ristournes doivent être déduits des dépenses éligibles.
Si l'avoir est reçu dans la période, il est déduit sur la ligne de dépense concernée.
Si l'avoir est reçu après présentation des dépenses au paiement, le bénéficiaire déduit le montant concerné des dépenses de l'année suivante (dépense négative).

Financement de la promotion par prélèvement sur facture

Il est possible de financer une action de promotion par un prélèvement opéré sur la vente des produits.

Dans ce cas, en lieu et place de la présentation d'une facture spécifique de promotion, il est possible de justifier comptablement les actions de promotion par une facture de vente affichant un prélèvement sur la vente des produits.

Pour que le coût de l'action de promotion puisse être pris en compte, l'entreprise doit disposer de manière systématique :

- d'un document stipulant clairement l'engagement pris par l'acheteur lors de l'opération commerciale de réaliser une opération de promotion en contrepartie du prélèvement consenti (ex. contrat écrit ; facture détaillée précisant l'objet du prélèvement....) ;
- des justificatifs matériels de l'action de promotion réalisée.

Dans le cas où un contrat comporte à la fois une baisse de prix de vente et un prélèvement au titre du financement d'une action de promotion, les deux parties devront être clairement identifiées et seul le montant de la contrepartie pour le financement de l'action de promotion est pris en compte.

Compensation intra-groupes

Les paiements de factures par compensation intra-groupes sont acceptés si la compensation peut être établie de façon certaine. Ces opérations doivent être certifiées par le commissaire aux comptes.
Exemple de compensation : l'entreprise A doit 100 € à sa filiale B. La filiale B a facturé un service ou de la marchandise à l'entreprise A pour 110 €. La compensation de 100 € entre A et B telle qu'elle figure dans l'extrait de compte ne peut être une pièce justificative du paiement car il n'y a pas eu flux financiers. Soit l'entreprise bénéficiaire de l'aide est susceptible de produire le compte entre A et B clôturé et attesté par le commissaire aux comptes, soit elle présente les factures acquittées et débitées de A vers B.

Compensation comptes de tiers
Les paiements de factures par compensation avec des tiers sont acceptés si la compensation peut être établie de façon certaine.
Les opérations sont justifiées :

- soit par une attestation du commissaire aux comptes ;
- soit par un extrait du compte de tiers permettant de retracer les différentes opérations de compensation.

Notes de débit (« debit note »)
En cas de notes de débit dans une relation avec un tiers (hors cas de consolidation des dépenses au sein d'un groupe), la dépense n'est effective que lors de la régularisation du compte de tiers.
Ces dépenses peuvent éventuellement être présentées mais en y ajoutant la confirmation de la régularisation du compte de tiers en fin d'exercice.

Langue utilisée sur la facture (hors français et anglais)
Dans le cadre de l'instruction des tableaux récapitulatifs des dépenses, les factures qui ne sont pas établies dans une langue de l'Union européenne, peuvent faire l'objet, pour un échantillon représentatif, d'une demande de vérification de la traduction, aux frais du bénéficiaire.

Factures acquittées en espèces
L'acquittement en espèce est possible (problème très récurrent dans les pays asiatiques notamment pour des « petites » prestations). Ce mode d'acquittement doit être indiqué sur la copie de la facture.
La difficulté voir l'impossibilité de le contrôler risque de conduire à un plafonnement ou à une non éligibilité. Il est recommandé aux entreprises de limiter ces pratiques.

3.8. Rapports d'activités

Ces documents sont particulièrement importants pour la justification et la compréhension du programme, aussi bien par les services instructeurs que par les corps de contrôles.

Le rapport de fin de phase comporte :

- une appréciation quantitative et qualitative de la réalisation des actions mises en œuvre lors de l'année écoulée. Il signale les principales modifications apportées et les écarts de réalisation ;
- une information sur les évolutions des résultats de l'entreprise (CA, volumes, parts de marché, etc.). Cette information sera particulièrement importante pour les cas dans lesquels elle conduira à déterminer la fraction éligible des dépenses correspondant à l'action réalisée ;
- la synthèse des pièces justificatives des actions telles que prévues en annexe à la présente décision.

Le rapport de fin de programme comporte :

- le rapport d'activités de la dernière phase ;
- et une appréciation globale (quantitative et qualitative) du déroulement de l'ensemble du programme.

3.9. Archivage

Les entreprises doivent conserver toutes les pièces justificatives de la réalisation des actions durant les 5 années suivant le dernier paiement : pièces comptables et documents justifiant de la matérialité des actions.

Article 4 - Actions non éligibles

Les actions non éligibles listées ci-après sont indicatives et ne constituent en aucun cas une liste exhaustive

4.1. Produits non éligibles

Les produits suivants sont non éligibles :

- vins sans indication géographique et sans mention de cépage ;
- alcools y compris alcool produits à partir de vins ;
- « vins sans alcool ».

Vins commercialisés au final sous la marque de l'importateur ou du distributeur :
Les vins en vrac comme en bouteille sont vendus à des importateurs ou à des distributeurs, qui les ré-étiquettent à leur propre marque. Dans ce cas, les actions de promotion réalisées par les importateurs ou les distributeurs en mettant en avant leur propre marque sont non éligibles, même si les vins concernés sont identifiés comme AOC, IGP ou vins sans indication géographique avec mention du cépage.

4.2. Zones de réalisation non éligibles

Les actions réalisées sur le sol de l'Union Européenne (exemple sur des salons comme Vinexpo Bordeaux...) sont non éligibles même quand ces opérations visent explicitement un public d'acheteurs des pays tiers.
Seule exception : les voyages des partenaires (clients, importateurs, journalistes...), sur les lieux de production des vins concernés par la demande, sont éligibles.

Les dépenses de loisir sont non éligibles.

Les frais de déplacement ne sont pas éligibles s'ils ne sont pas rattachables à une action éligible.

Les frais de déplacement intra-communautaires des membres de l'entreprise sont non éligibles y compris pour des personnels de filiales implantées à l'étranger.

4.3. Actions de promotion non éligibles au financement communautaire

Remises rabais et ristournes
Les actions de promotion sous forme de rabais, ristournes, remises sont non éligibles, notamment les coûts/dépenses dont le financement serait directement assimilable à des aides directes permanentes au produit et aux volumes.
Par exemple :

- dégradation tarifaire prévue au catalogue ou permanente de fait ;
- ristournes prévues au catalogue ou permanentes de fait.

Ne sont pas concernées par ces dispositions les modalités de financement de la promotion décrites à l'article 3.7.

Frais de fonctionnement
Sont non éligibles, les frais de fonctionnement comme par exemple les charges de personnel, le recrutement d'un VIE, les salaires des commerciaux de l'entreprise, les frais de fonctionnement divers.

Les actions commerciales sont inéligibles.

Les salaires et charges (y compris sous forme d'honoraires) des personnels des filiales des entreprises sur place sont non éligibles car :

- ils sont assimilables aux dépenses de fonctionnement de l'entreprise ;
- il est difficile de les distinguer des dépenses commerciales qui ne relèvent pas de la promotion.

Les honoraires des importateurs et des représentants des entreprises par contrat annuel régulier (éventuellement mensualisation des rémunérations, % du chiffre d'affaire réalisé ...) sont non éligibles.

A contrario, les dépenses d'honoraires sont éligibles pour une prestation identifiée de promotion : par exemple pour des études, des actions de lobbying, de traduction, animation, ambassadeur de marque, démonstrateur ...

Les Incentives
Les « incentives » (mécanisme de motivation d'un tiers à la commercialisation du produit), ne sont pas éligibles en tant que tels.

Néanmoins, certaines dépenses engagées pour des actions figurant sous cet intitulé, peuvent être retenues, dans la mesure où elles correspondent à un type d'action éligible.

A titre d'exemple non exhaustif, sont éligibles des dépenses liées à :
- un voyage des acheteurs sur lieu de production ;
- un concours de vendeurs/acheteurs ;
- des objets promotionnels offerts aux vendeurs/acheteurs, sous réserve que ces objets soient en lien clair avec la promotion du vin.

4.4. Frais divers

Les droits de douanes sont non éligibles, sauf sur des échantillons prévus dans le cadre d'une action promotionnelle.

Les frais suivants sont inéligibles :
- frais de visa et vaccins ;
- licences annuelles ou pluriannuelles demandées à l'entrée dans certains pays tiers : licences de commercialisation, licences d'importation, licences sanitaires ;
- la TVA intracommunautaire sur factures ;
- Les frais bancaires (notamment les frais de change et les frais de garantie bancaire pour les avances).

Les frais de dépôt de marque et par extension les frais visant à protéger une marque, sont inéligibles.

Sont concernés :
- le dépôt de marque (en une fois, mais sur chaque pays) ;
- le renouvellement annuel pour la protection ;
- les honoraires de l'avocat qui dépose la marque ;
- la surveillance (honoraires prestataire qui réalise la surveillance).

Article 5 - Justification de réalisation des actions

5.1 Cas général des justificatifs

Compte tenu de la nature immatérielle des actions de promotion, les pièces justificatives de leur réalisation sont présentées sous forme d'un faisceau convergent d'éléments justificatifs.

Pour l'ensemble des actions et des sous actions identifiées à ce jour, des exemples de justificatifs possibles sont listés en annexe 1. Les entreprises pourraient le cas échéant, y substituer d'autres éléments qui leur paraîtraient plus probants.

Les pièces justificatives sont archivées dans l'entreprise. Elles sont reprises en synthèse dans les rapports de fin de phase et de fin de programme.

FranceAgriMer peut demander lors de la phase d'instruction des demandes de paiement ou à l'occasion d'un contrôle sur place, la communication de tout ou partie de ces éléments.

5.2 Cas particulier des groupements d'entreprises et assimilés :

Les groupements d'entreprises ou assimilés (GIE, Associations...etc) doivent retracer les éventuelles refacturations aux entités qui les composent, dans le cadre du présent programme.

Ainsi les groupements d'entreprises ou assimilés devront indiquer sur les factures aux entités que l'action faisant l'objet de ladite facture a fait l'objet d'une demande de financement communautaire au titre de l'OCM viticole.

Ce point sera précisé dans l'annexe à la convention relative aux clauses particulières passée entre le groupement d'entreprises ou assimilé et FranceAgriMer.

5 .3. Cas particulier des Etats avec monopole d'Etat ou assimilé

La commercialisation des vins dans plusieurs Pays fait l'objet de monopoles d'Etat. En particulier, le Canada est concerné : SAQ (Québec), LCBO (Ontario) ...

Au Canada, les « agents » sont des interfaces obligatoires avec la SAQ ou le LCBO. L'agent facture à l'entreprise bénéficiaire de l'aide les dépenses suivantes :

- sa commission (en % du CA) : poste non éligible ;
- une allocation promotionnelle (en % du CA) : poste éligible ;
- des dépenses affectées à une action promo supplémentaire. En général, cette dépense n'est pas présentée en % du CA : poste éligible.

L'allocation promotionnelle facturée par l'agent peut donner lieu :

- soit à un paiement préalable, ou trimestriel et justifié par des factures et des actions détaillées ;
- soit à une mise en réserve de budget : payé au fur et à mesure des actions réalisées.

Certaines opérations sont facturées directement par le monopole aux opérateurs. Parmi les opérations mises en œuvre au Canada, les coûts de réponse aux appels d'offres sont non éligibles (y compris soumission des échantillons).

Article 6 – Présentation des demandes de paiement

Le demandeur présente à chaque fin de phase un dossier de demande de paiement permettant à FranceAgriMer de vérifier la réalisation des actions et des objectifs prévus au programme.

Ce dossier est composé :

- du courrier de transmission à FranceAgriMer de la demande de paiement ;
- des documents annexes suivants composant cette demande de paiement :
  - un état récapitulatif des dépenses, pour chaque pays-cible (avec un feuillet retraçant le détail des dépenses correspondant aux actions de promotion, et un feuillet correspondant au détail des dépenses d'hébergement et de séjour) ;
  - un rapport d'activités ;
  - le cas échéant, une attestation de valorisation des échantillons ;

- une déclaration relative aux autres financements publics éventuels sollicités ou déjà perçus (selon modèle type en annexe 3);
- des factures et relevés bancaires relatifs aux dépenses pour lesquelles l'aide est sollicitée.

Deux modalités de présentation des demandes peuvent être mises en œuvre, au choix de l'opérateur :

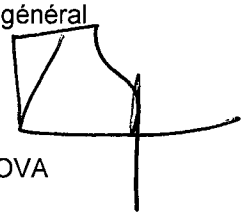
- 1er cas : l'état récapitulatif des dépenses est certifié par un commissaire aux comptes ou un expert comptable (le cas échéant, dans les filiales étrangères, l'audit des comptes peut être fait par un cabinet externe d'audit) ; il n'est alors pas nécessaire de fournir les factures et relevés bancaires correspondants.

- 2ème cas : l'état récapitulatif des dépenses n'est pas certifié par un commissaire au comptes ou un expert comptable ; dans cette hypothèse, les factures de l'ensemble des dépenses et les relevés bancaires correspondants, doivent être joints.

Dans les deux cas, les justificatifs de réalisation des actions peuvent être demandés dans le cadre de l'instruction des demandes de paiement par les services de FranceAgriMer.

Par ailleurs, le demandeur s'engage à répondre à toute demande de contrôles sur place des services compétents de l'administration ou des autorités communautaires qui peuvent porter sur l'entreprise concernée ou sur ses prestataires. Ces contrôles visent à s'assurer de la bonne fin des engagements contractés et de la réalité des dépenses relatives aux actions subventionnées.

Le Directeur général



Fabien BOVA

Annexe 1 - Détail des actions éligibles et des justificatifs de réalisation

Chaque action éligible doit faire l'objet :

- d'une justification directe ou indirecte de sa réalisation (identifiée par la matérialisation de documents, par des photos, des comptes rendus etc.) ;
- d'une justification directe de la dépense (identifiée par le décaissement inscrit dans la comptabilité de l'entreprise).

Les justificatifs non exhaustifs mentionnés dans les tableaux ci-dessous sont donnés à titre indicatif.

Action 1 : Actions de relations publiques, promotion et publicité

1.1. sous action : relations publiques, relations presse		
NATURE DE L'ACTION	JUSTIFICATIFS POSSIBLES	COMMENTAIRES
Déjeuner, dîner de presse (cibles diverses : journalistes, leaders d'opinion...)	Menu, liste des invités, listes de présence questionnaire d'évaluation, photos, articles de retombées presse	
Communiqués de presse	Communiqué, liste des medias auxquels le document a été envoyé, article retombée presse	
Fabrication et distribution de plaquettes	1 exemplaire de la plaquette	Garantir l'utilisation majoritairement en pays tiers
Achats de carnets d'adresses	Listing d'adresses éventuellement sous forme électronique (attention à garder les versions d'origine)	
Consulting, animation par un prestataire, agences de communication (ou public relations)	Brief ou cahier des charges initial à l'agence Compte rendu de prestation Contrat ou convention avec le prestataire	
Séminaires avec sommeliers ou œnologues	Programme, liste des invités, listes de présence, questionnaire d'évaluation, photos	
Sponsorisation : - Sponsoring actions spécifiques viticoles (concours de sommeliers, d'œnologues...) - Sponsoring actions grands public : opérations festives, sportives, mariages de stars...	Règlement ou document du concours faisant apparaître le sponsoring de l'entreprise Photos Retombées presse	

1.2 sous action publicités et annonces dans les medias		
NATURE DE L'ACTION	JUSTIFICATIFS POSSIBLES	COMMENTAIRES
Pubs presse (quotidien, hebdo, professionnels, spécialisés...) Articles publi-rédactionnels	Document publicitaire Liste des médias de diffusion/ nombre d'exemplaires/ date ou période de diffusion	
Insertion publicité dans le catalogue d'un distributeur ou d'un importateur	Document publicitaire ou catalogue Liste des magasins de diffusion/ nombre d'exemplaires/ date ou période de diffusion	Dans le cas des distributeurs ou des importateurs, donner le champ d'activité ou la zone géographique de l'opérateur si le nombre d'exemplaire n'est pas disponible
Pubs radios	Brief de création du spot Document publicitaire (enregistrement sous format audio ou texte) Liste des médias de diffusion/ nombre d'exemplaires/ date ou période de diffusion	
Pubs télévisions	Brief de création du film Document publicitaire (enregistrement sous format video) Liste des médias de diffusion/ nombre d'exemplaires/date ou période de diffusion	
Pubs affichage	Document publicitaire (maquette ou photo) Liste des média de diffusion/ sites retenus en nombre et lieux/ date ou période de diffusion	
Placement de produit : le produit apparaît dans un film, un reportage, talk show, ... en situation – la marque est clairement identifiée	Enregistrement de l'émission Date ou période de diffusion	Compte tenu de la difficulté d'anticiper la date de passage, l'enregistrement est facultatif.
Achat et création de « bandeaux » internet, pubs d'internet, pubs sur réseaux sociaux	Contrat de diffusion Copie d'écran Film des pubs Référencement du site	Attention à la cible pays tiers qui doit être justifiée
Réseaux sociaux, blogs	Contrat de prestation externe	Pas de dépenses éligible sauf si gestion par un prestataire Attention à la cible pays tiers qui doit être identifiée

1.3 sous action opérations de dégustation		
NATURE DE L'ACTION	JUSTIFICATIFS POSSIBLES	COMMENTAIRES
Pour toutes les opérations de dégustations, éligibilité : - campagne d'information/annonce sur la dégustation - échantillons (valorisation et transport) - supports d'information : plaquettes, fiches, doc,... - matériel pour la dégustation : verres, présentoirs, nappes, alcootests... - aliments pour accompagner la dégustation (pain, fromage, produits traiteurs...) - fonctionnement si les animateurs sont pris en prestation - location de salle ou du site	Justificatifs de base : Liste des vins dégustés (si ce n'est pas détaillé précisément sur la facture) Bilan des contacts réalisés Réponse à un questionnaire d'évaluation Photos	Non éligibles : - retour des échantillons en France l'animation de la dégustation si elle est réalisée par le personnel de l'entreprise - les vins qui ne font pas partie de la gamme de l'entreprise inscrite au programme de promotion Le matériel de dégustation peut resservir à plusieurs dégustations : il ne doit être présenté qu'une seule fois comme dépense éligible
Dégustation en repas ou dîner	Justificatifs de base Et liste des invités, menus	
Dégustation en Wine Maker dinner	Justificatifs de base Et nombre de participants, menus	
Dégustation en GMS	Justificatifs de base Et nom des magasins/lieu/date, rapport des animateurs de dégustations	
Dégustation en salon	Justificatifs de base Et référence du salon concerné	En l'absence de présence directe de l'entreprise, bilan de l'utilisation des échantillons par le demandeur
Dégustation par cible B to B	Justificatifs de base Et liste des contacts /dates	
Dégustation en restauration	Justificatifs de base Et liste des restaurants /dates	
Formation à la dégustation des vendeurs, importateurs....	Justificatifs de base Et programme ou support de formation, liste des participants	
Dégustation dans le cadre d'un voyage sur les lieux de production.	Justificatifs de base Et pièces justificatives liées au déplacement dont liste des participants	A inscrire dans le poste voyage sur les lieux de production.

1.4 sous action échantillonnages		
NATURE DE L'ACTION	JUSTIFICATIFS POSSIBLES	COMMENTAIRES
Les échantillons sont : - soit utilisés dans des actions particulières de dégustation - soit envoyés directement aux clients Les échantillons peuvent être utilisés dans une opération de promotion que réalise un tiers.	Nombre de bouteilles mises à disposition pour l'opération Nombre de bouteilles utilisées Public ciblé	Echantillons éligibles mais devant être liés à des dégustations identifiées (le nombre est justifié dans l'action elle-même) avec des justificatifs de l'action. Si aucune justification possible le poste est non éligible. Les échantillons, lorsqu'ils ne sont pas achetés (cas des producteurs et des caves coopératives) sont valorisés par l'entreprise.

1.5 sous action envoi des produits pour une opération de dégustation		
NATURE DE L'ACTION	JUSTIFICATIFS POSSIBLES	COMMENTAIRES
Frais d'expédition des échantillons et du matériel nécessaire à la dégustation Les frais de dédouanement des échantillons sont éligibles.	Liés aux actions (cf. chapitre dégustation)	Non éligibles : - les frais de retour des échantillons et du matériel promotionnel - les frais d'analyse des échantillons

1.6 Sous action réalisation de plaquettes et brochures techniques, sites internet dédiés à l'export		
NATURE DE L'ACTION	JUSTIFICATIFS POSSIBLES	COMMENTAIRES
Plaquettes commerciales (présentation de gamme) ou brochures en langue locale et de divers matériel publicitaire sur place : - création, - traductions - fabrication - acheminement	1 exemplaire de la plaquette 1 exemplaire de la brochure	Garantie à apporter de l'utilisation dans le seul pays concerné par le programme
Traduction des documents	Document original + document traduit	Garantie à apporter de l'utilisation dans le seul pays concerné par le programme
Site internet : - Création - Traduction - Référencement sur les moteurs de recherche	Copie d'écran Adresse du site	Garantie à apporter de l'utilisation dans le seul pays concerné par le programme

1.7 sous actions frais de création et de développement de marques (hors frais de dépôt de marques)		
NATURE DE L'ACTION	JUSTIFICATIFS POSSIBLES	COMMENTAIRES
Création de vins, de gammes « spécifiques »	Brief Visuel du produit Etude de marché Test consommateurs	
Création d'étiquettes ou de contre étiquettes dédiées - Prestation de création (rédactionnel, maquette...) - Impression et production d'un nombre test d'étiquettes ou de contre étiquettes	Modèle de l'étiquette Nombre d'exemplaires utilisés	Non éligible : étiquettes pour des volumes importants, bouteilles, capsules, barriques, divers contenants Eligible : création des étiquettes ou contre étiquettes ou du contenant, et nombre limité d'impression échantillons d'étiquette ou contre étiquettes (1000 exemplaires de chaque)
		Les créations de marques dans le cadre de ce programme sont limitées : - aux produits éligibles - à des besoins spécifiques liés aux développement des marchés export Par exemple : la création d'un nom de marque en chinois ou d'un visuel, correspondant aux attentes consommateurs du pays cible
		Non éligibles - dépôt de marque - protection juridique des marques

1.8 sous actions opérations de promotions		
NATURE DE L'ACTION	JUSTIFICATIFS POSSIBLES	COMMENTAIRES
Publicité et annonces de l'action de promotion (insertion presse, articles...)	Document de publicité	La dépense peut être éventuellement classée dans la partie publicité média
Mise en tête de gondole	Liste des magasins photo Date /période	
Référencement des produits	Liste des magasins Photos Date /période	Liste et photos non forcément exhaustives
Matériel de promotion sur le lieu de vente : brochures, plaquettes, petits cadeaux avec sigle de la marque, kit dégustation, collerettes bouteilles, affiches, présentoirs, sacs, becs verseurs, porte-clés, ...	Exemplaires des matériels Photos	
Dégustations en magasin	(voir justificatifs échantillons et dégustations)	
Participations annuelles à des opérations collectives : « club des marques », ...	Bulletin d'adhésion Programme de l'association	Paiement d'une facture « de cotisation annuelle ». attention au risque de double financement sur ces opérations
Participations à des concours (par exemple organisés par un journal spécialisé local du pays cible)	Bon d'adhésion ou inscription Résultats du concours	
Opérations croisant vins et autre produit : vin et fromage, vin et culture, vin et gastronomie)	Programme Bulletin de participation	
		Incentives non éligibles en tant que tels sauf matériels spécifiques, concours et voyages sur lieux de production

1.9 sous actions voyages sur les lieux de production		
NATURE DE L'ACTION	JUSTIFICATIFS POSSIBLES	COMMENTAIRES
Opérations comprenant : - découverte du vignoble - des installations et de l'élaboration des produits - mise en valeur des spécificités - éléments de formations sur place Eligibles : - le transport (avion, train, voiture) au coût réel - les nuitées au coût réel - les prestations facturées de repas (y compris pour les membres de l'entreprise qui reçoit) - les prestations facturées d'organisation et de formation - le transfert via Paris éligible mais doit rester « raisonnable ») - les dégustations	Justificatifs de base : Liste des participants avec leur fonction/entreprise Programme des visites (dates, lieux, activité) photos Liste des participants de l'entreprise sur place si certains frais de bouche sont pris en charge (le cas échéant, voir justificatifs liés aux dégustations)	Inéligibles : - Frais de loisir (mais les frais de repas dans un lieu de prestige sont éligibles si distincts de la partie loisir) Partiellement éligibles : - frais de déplacement des membres des filiales implantées à l'étranger et accompagnant les clients
Opérations clients et importateurs	Justificatifs de base	
Opérations presse étrangère	Justificatifs de base et retombées presse	
Concours clients avec voyage sur place	Justificatifs de base et conditions de mise en œuvre du concours	

Action 2 Participation à des manifestations, foires et expositions d'envergure internationale dans les pays tiers		
NATURE DE L'ACTION	JUSTIFICATIFS POSSIBLES	COMMENTAIRES
Création d'un stand Installation et fonctionnement du stand pendant le salon Transport du stand, montage, retour Prestation d'animation du stand Bouteilles d'échantillons pour le salon (voir chapitre échantillons)	Catalogue du salon avec référence de l'entreprise Questionnaire d'évaluation des visiteurs Liste de contacts Photos	Manifestations hors du territoire de l'Union Européenne uniquement. A noter que des salons comme Vinexpo Bordeaux, Prowein etc. sont non éligibles même si le public cible est un public d'acheteurs des pays tiers.
Organisation complète de soirées même en dehors du site du salon (mais durant la période du salon).	Programme de la soirée Liste d'invités	
Participation à des opérations organisées par des tiers, type « apéritif à la Française ».	Programme de l'action/date/ participants	

Action 3 Etudes de marchés nouveaux, nécessaires à l'élargissement des débouchés		
NATURE DE L'ACTION	JUSTIFICATIFS POSSIBLES	COMMENTAIRES
Etudes de marchés	Rapport d'étude	Frais de réalisation en interne non éligibles mais dans ce cas l'achat de données éligible
Achat de données de panels ou de statistiques	Rapport d'étude	

Action 4 Campagnes d'information		
NATURE DE L'ACTION	JUSTIFICATIFS POSSIBLES	COMMENTAIRES
Campagnes d'information, notamment sur les régimes communautaires relatifs aux appellations d'origine, aux indications géographiques et à la production biologique	Documents support : article, brochure... Liste et moyen de diffusion	

Action 5 Etudes d'évaluation des résultats des actions de promotion et d'information		
NATURE DE L'ACTION	JUSTIFICATIFS POSSIBLES	COMMENTAIRES
- Etudes, expertise et conseil, -pré-tests de validation de nouveaux produits, -pré-validation de lancement de marques, -« focus group », panels.	Rapport du prestataire retenu ou de l'entreprise si elle fait les travaux d'analyse en interne	Frais internes à l'entreprise non éligibles

Annexe 2 - Définitions

Un programme
Il s'agit d'un ensemble d'actions de promotions menées par une entreprise sur un ou plusieurs pays et sur plusieurs années conformément à l'article 4 point d) du règlement (CE) n° 555/2008.
A noter qu'en France, les durées des programmes sont variables mais qu'une majeure partie dure 3 ans, avec possibilité de prolonger d'une année supplémentaire.

Une phase de programme
Un programme est découpé en phases correspondant en général à des périodes de 12 mois (en général 3 phases de 12 mois sur les appels à projets de 2008 à 2010 mais ce n'est pas systématique)

Actions éligibles
Le règlement communautaire a défini 5 types d'actions éligibles :

- Actions de relations publiques, promotion et publicité ;
- Participation à des manifestations, foires et expositions d'envergure internationale dans les pays tiers ;
- Études de marchés nouveaux, nécessaires à l'élargissement des débouchés ;
- Campagnes d'information ;
- Études d'évaluation des résultats des actions de promotion et d'information.

Une action peut consister en plusieurs sous-actions qui peuvent être exécutées sur des phases distinctes.

Une sous action
Une sous action est une partie des actions prévues dans le cadre du règlement communautaire.
Les actions et sous actions sont détaillées en annexe 1 de la présente décision.

Poste budgétaire :
Un poste budgétaire correspond à une action ou éventuellement à une sous-action avec un intitulé précis et un montant déterminé, telle que figurant dans le budget présenté par l'entreprise au financement communautaire et annexé à la convention passée avec FranceAgriMer.

Pays ou groupe de pays :
Les actions sont établies par pays ou par groupe de pays. Les entreprises ne peuvent pas modifier ces pays sans en faire la demande préalable à FranceAgriMer. Ces demandes doivent être motivées.
Quand il s'agit d'un groupe de pays, le périmètre doit en être précisé par la liste des pays concernés.

Annexe 3 - Déclaration des autres financements publics

Je, soussigné M. .....
Agissant en qualité de .....
Représentant la société .....
SIRET N°.....
Convention FranceAgriMer n° .....

déclare que ..... *(Nom de la société)* **a demandé à bénéficier, ou bénéficie, pour l'exécution des actions de promotion de ses vins hors de l'Union européenne, faisant l'objet de la convention visée ci-dessus, des aides publiques suivantes* :**

1 – Autres concours publics aux actions du programme.

Tableau de déclaration des autres concours publics aux actions de votre programme (aides communautaires ou nationales de l'Etat ou de ses opérateurs, d'Ubifrance, des Régions et autres collectivités territoriales ou de leurs organismes délégués, ou de toutes autres structures).

Organisme octroyant ou signalant l'aide	Nom de l'aide et base règlementaire	Objet de l'aide	Date de paiement de l'aide	Assiette de l'aide (dépenses éligibles)	Montant de l'aide versée	Montant de l'aide demandée

2 – Assurance prospection Coface **OUI** **NON** *(rayer la mention inutile)*

Fait à le,

(Signature et cachet de l'entreprise)

* *Sont déclarées les aides publiques en cours d'instruction ou perçues par la société (suite à demande d'aide, ou dont le versement a été signalé par tout document écrit à la société).*

FranceAgriMer	**DECISION DU DIRECTEUR GENERAL DE FRANCEAGRIMER**
Direction International Service des Affaires Internationales 12 RUE HENRI ROL-TANGUY TSA 20002 93555 MONTREUIL-SOUS-BOIS CEDEX	**INTERNATIONAL/SAITL/D 2011-19 du 17 avril 2012**
Dossier suivi par : Mme OBERTI Tel. : 01 73 30 34 31 E-mail : marie-agnes.oberti@franceagrimer.fr	
PLAN DE DIFFUSION : FranceAgriMer, Fédérations professionnelles et interprofessionnelles, DRAAF, DGPAAT, DGAL.	MISE EN APPLICATION : IMMEDIATE

Objet : la présente décision a pour objectif de définir les modalités générales d'intervention de FranceAgriMer au titre de la promotion de l'oenotourisme.

Bases réglementaires :

- les articles 107 à 109 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE),
- 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 et 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,
- le Règlement (CE) n° 498/2007 de la Commission du 26 mars 2007 portant modalité d'exécution du Rgt n° 1198/2006,
- le règlement (CE) n° 510/2006 de la Commission du 20 mars 2006 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires,
- les lignes Directrices de la Communauté concernant les aides d'Etat dans le secteur agricole et forestier 2007/2013 (Communication de la Commission 2006/C 319/01 du 27 décembre 2006),
- le code rural et de la pêche maritime, notamment ses articles L. 621-1 à L. 621-5, R. 621-2, R. 621-6, R. 621-26 et R. 621-27,
- le 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, notamment ses articles 3 et 7.
- la Décision du 2 avril 2009 modifiée portant organigramme et organisation de FranceAgriMer, notamment son point 2.3.3
- le régime d'aides d'Etat N 694/2007 (aide à la publicité en faveur des produits viticoles)
- la fiche d'exemption XA 220/2007 (aides à l'appui technique en faveur des productions de fruits, de légumes, de la viticulture et de l'horticulture ornementale),
- l'avis du Conseil Spécialisé de la filière viticole de FranceAgriMer du 21 mars 2012

Résumé : cette décision définit les modalités d'intervention et les conditions de financement par FranceAgriMer des actions relatives à la promotion de l'œnotourisme.

Mots-clés : Oenotourisme, campagne de promotion, campagne de publicité, communication, interprofessions, groupements professionnels, collectivités territoriales, viticulture, FranceAgriMer.

Article 1 : Objectif et champ d'application

L'objectif des actions réalisées au titre de la présente décision est d'apporter un soutien aux actions visant à promouvoir l'œnotourisme.

Ce régime d'intervention vise à permettre le financement des coûts d'opérations d'études, de conception, de programmation, de réalisation et de communication, sous la forme de subventions ou d'achats directs, dans la limite des plafonds prévus à l'article 3. Ce régime relève exclusivement des crédits d'Etat.

Article 2 : Critères d'éligibilité

2.1. Conditions liées aux demandeurs

Dans le cas d'une subvention, le dispositif est accessible, pour autant qu'elles exercent des activités sans but lucratif et d'intérêt public, aux structures évoluant dans ou étant en relation avec le secteur viticole, notamment les associations loi 1901, les organisations professionnelles et interprofessionnelles, les collectivités territoriales, les groupements privés.

Il ne s'adresse pas directement à des producteurs ou à des entreprises.

Dans le cas d'un achat direct par FranceAgriMer, ce dispositif peut aussi concerner des actions dont FranceAgriMer est maître d'ouvrage ou directement maître d'œuvre.

2.2. Conditions liées au programme

Les actions financées sur crédits d'intervention peuvent être les suivantes :

a- Création et organisation de colloques, séminaires, conférences, foires, expositions et la participation à ces événements,

b- Conception, création et aménagements d'espaces pédagogiques et informatifs,

c- Relations publiques (organisation d'événements ad hoc pour la promotion de l'œnotourisme) et les relations avec la presse,

d- Création, hébergement et animation de sites internet,

e- Création de matériels de promotion (brochures, dossiers de presse, objets promotionnels, matériels pédagogiques, création d'outils de formation, ...),

f- Réalisation de campagnes dans les medias grand public ou professionnels (télévision, radio, presse écrite, internet),

g- Déplacement en France ou à l'étranger d'experts français dans le cadre des actions financées au titre des alineas « a » à « f ».

Au titre d'expert, il peut s'agir :

- d'agents de FranceAgriMer en charge des actions financées ou participant à leur mise en œuvre,

- de membres du conseil d'administration, des conseils spécialisés ou d'un comité de FranceAgriMer, apportant leur expertise à une action financée,
- de membres des filières professionnelles apportant une expertise à une action financée,

La prise en charge des frais de déplacement, au titre des actions éligibles, s'effectue en conformité avec la décision ARBORIAL/ SG / D 2011-38 du 4 août 2011 relative à la prise en charge des frais des missions pouvant justifier le dépassement de forfait prévu par le décret n° 2006-781 du 3 juillet 2006 en vigueur dans l'Etablissement.

2.3. Conditions particulières

La mention de l'origine des produits est possible dans les conditions fixées par les dispositions communautaires applicables.

L'étiquetage et la présentation des produits doivent respecter les règles édictées par le code de la consommation ainsi que la réglementation relative au secteur viticole.

Article 3 : Montant d'aide

La participation de FranceAgriMer ne peut dépasser la double limite d'un montant plafonné à 50% des coûts des actions prévues à l'article 1.

Article 4 : Modalités d'instruction des demandes

Les demandes d'aide doivent comprendre au minimum :

- une description des actions pour lesquelles le soutien financier de FranceAgriMer est sollicité (avec, le cas échéant, les livrables attendus),
- l'identification du demandeur,
- le budget prévisionnel et le plan de financement faisant apparaître distinctement les sources de financement publiques et privées,
- une information du demandeur par laquelle il déclare sa situation d'assujetti ou non à la TVA pour chacune des actions prévues au programme.

Le directeur Général de FranceAgriMer statue sur la recevabilité de chaque demande et en informe le demandeur.

L'aide est attribuée dans la limite des crédits budgétaires disponibles à la date de l'instruction du dossier. En cas d'insuffisance de crédit, le directeur Général de FranceAgriMer peut suspendre ou mettre fin à un dispositif d'aide.

Dans le cas où FranceAgriMer est maître d'ouvrage et effectue un achat direct, les procédures à appliquer sont celles prévues par le code des marchés publics

L'engagement des crédits donne lieu selon les cas à l'établissement :

- d'une décision du directeur Général de FranceAgriMer, lorsque le seuil fixé par le décret n°2001-485 du 6 juin 2001 n'est pas atteint,
- d'une convention, lorsque le seuil fixé par le décret n°2001-485 du 6 juin 2001 est dépassé,
- d'un acte d'engagement dans le cadre d'un marché public,
- si ces décisions ou conventions portent sur un montant dépassant le seuil fixé par le Contrôleur Général Economique et Financier de FranceAgriMer, elles sont soumises à son visa.

Article 5 : Modalités de versement

Les paiements peuvent être effectués par avance, par acompte, ou par paiement direct. Les modalités sont prévues par les décisions, conventions ou actes d'engagement propres à chaque engagement de crédits.

Dans le cas de marché publics, les modalités de versement sont définies dans le cahier des clauses particulières du marché

Article 6 : 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, sur pièces et/ou sur place, portant sur la réalisation du programme d'actions aux fins de s'assurer du respect des conditions d'octroi et de maintien de l'aide.

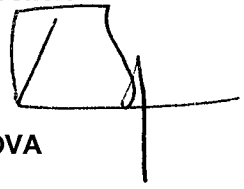
Le bénéficiaire, ainsi que les éventuels partenaires ou sous-traitants, conservent l'ensemble des documents et justificatifs relatifs aux dépenses réalisées dans le cadre de ce programme pendant une durée de 5 ans à compter de la réception du solde de l'aide.

En cas de non respect d'un ou de plusieurs des engagements souscrits, de déclarations erronées ou de fausses déclarations, le remboursement de tout ou partie de l'aide perçue est exigé, assorti en cas de fausse déclaration, d'une sanction égale au montant de l'aide indûment octroyée.

Article 7 – Durée

Cette décision prend effet à la date de sa signature. Toutefois, les projets pluriannuels sélectionnés en 2011 dans le cadre du Fonds Viticole, peuvent être pris en compte, ainsi que les dépenses afférentes à ces projets

Le Directeur Général



Fabien BOVA