

## POLITIQUE DE PROMOTION DES PRODUITS AGRICOLES PROGRAMME DE TRAVAIL 2022 DESCRIPTION DU PROGRAMME

### CONTENU

INTRODUCTION.....	1
NOUVELLE POLITIQUE DE PROMOTION : QUELS SONT LES PRINCIPAUX CHANGEMENTS INTRODUICTS PAR LE NOUVEAU SYSTÈME ? .....	1
LE CADRE LÉGAL .....	2
BUDGET ET CO-FINANCEMENT.....	Mis à jour 5
QUELS SONT LES CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ POUR LES DOMANDEURS ? .....	7
QUELS SONT LES PRODUITS ET MÉCANISMES ÉLIGIBLES? .....	7
QUELLES SONT LES ACTIVITÉS ÉLIGIBLES ? .....	7
QUELS SONT LES COÛTS ÉLIGIBLES ? .....	8
INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES SUR LES CRITERES D'ATTRIBUTION.....	Mis à jour 8
COMMENT PRÉPARER ET SOUMETTRE UNE PROPOSITION POUR UN PROGRAMME DE PROMOTION ?.....	Mis à jour 9
CONTACTS .....	Mis à jour 9
LIENS UTILES .....	Mis à jour 10

## INTRODUCTION

**Le programme européen de promotion vient en aide au secteur agro-alimentaire européen pour financer des campagnes d'information et de promotion.**

Basé sur une stratégie définie au niveau européen, sous le slogan « Enjoy, it's from Europe », le programme doit aider les professionnels du secteur à se lancer sur les marchés internationaux et faire prendre conscience aux consommateurs des efforts réalisés par les agriculteurs européens pour offrir des produits de qualité

## QUI PEUT PARTICIPER ?

1. **Les organisations professionnelles ou interprofessionnelles représentatives du secteur ;**
2. **Les organisations de producteurs et leurs groupements** reconnus par les États membres ;
3. **Les groupements de producteurs** au sens de l'Art. 3 du Règlement 1151/12012 sur **les systèmes de qualité ;**
4. Les organismes agro-alimentaires réalisant une mission d'intérêt public en charge de la promotion de produits agricoles.

## QU'EST-CE QU'UN PROGRAMME DE PROMOTION ?

Un programme de promotion est un ensemble cohérent d'actions qui peut inclure des campagnes publicitaires dans la presse, à la télévision, à la radio ou sur Internet ; des actions de promotions sur des lieux de vente ; des campagnes de relations publiques ; la participation à des foires et des salons, ainsi qu'un large spectre d'autres activités. Le programme peut concerner des campagnes B2B ou B2C.

Le programme doit être mis en œuvre sur une période **d'au moins un an et ne dépassant pas les trois ans.**

Les programmes d'information et de promotion peuvent être des programmes « simples » ou « multiples ».

Un **programme simple** est un programme de promotion soumis par une ou plusieurs organisations proposant d'un même État membre. Il doit être mis en œuvre dans au moins deux États membres ou dans un État membre s'il est différent du pays d'origine de l'organisation proposante.

Un **programme multiple** est un programme soumis par au moins deux organisations proposant d'au moins deux États membres ou une ou plusieurs organisations européennes.

**PROGRAMME SIMPLE**  
**EXCEPTION POUR LES SYSTEMES DE**  
**QUALITE :**  
*il est possible de choisir de mener la campagne dans l'État membre d'origine de l'organisation proposante, sans devoir inclure un*

## QUELS SONT LES OBJECTIFS DE LA POLITIQUE DE PROMOTION ?

L'objectif de la politique d'information et de promotion est de **renforcer la compétitivité du secteur agricole de l'Union :**

- a) Améliorer la **connaissance des mérites des produits agricoles** et des normes de production élevées de l'UE ;
- b) **Augmenter la compétitivité et la consommation des produits agricoles de l'UE** à l'intérieur et à l'extérieur de l'Union ;
- c) **Sensibilisation et reconnaissance des systèmes de qualité de l'UE ;**
- d) **Augmenter la part de marché des produits agricoles de l'UE**, en mettant l'accent sur les marchés des pays tiers présentant le plus grand potentiel de croissance ;
- e) **Rétablir des conditions de marché normales** en cas de graves perturbations du marché.

[www.arepoquality.eu](http://www.arepoquality.eu)

Secrétaire général : [secgen@arepoquality.eu](mailto:secgen@arepoquality.eu) ; + 33 (0) 6 10 13 11 89  
Bureau de représentation de Bruxelles : [policyofficer@arepoquality.eu](mailto:policyofficer@arepoquality.eu) ; + 32 (0) 4 86 60 54 62

## LA NOUVELLE POLITIQUE DE PROMOTION : QUELS SONT LES PRINCIPAUX CHANGEMENTS INTRODUICTS PAR LE NOUVEAU SYSTEME ?

Le nouveau règlement, qui est entré en vigueur le 1er décembre 2015, a un champ d'application étendu et un budget plus important et sera mis en œuvre sur le marché intérieur et dans les pays tiers.

Le nouveau règlement prévoit une **augmentation progressive des ressources disponibles** de 61 millions en 2014 à 200 millions en 2020.

Selon les nouvelles règles, le cofinancement national disparaît, mais le **taux de cofinancement de l'UE a été porté à 70 % pour les programmes simples** présentés par une organisation d'un État membre, à **80 % pour les programmes multiples sur le marché intérieur et pour tous les programmes dans les pays tiers**, et à 85 % pour les mesures de crise.

En outre, le nouveau règlement définit la **promotion des systèmes de qualité comme l'une des principales priorités**, afin d'améliorer les connaissances des consommateurs sur les mérites de ces produits. À cet égard, la possibilité de mentionner l'origine des produits dans les campagnes de promotion est introduite pour la première fois.

Un autre élément important est l'**inclusion des organisations de producteurs en tant que bénéficiaires de la** politique de promotion.

### LE CADRE LEGAL

MIS A JOUR

Les règles du régime d'aide à la promotion sont contenues dans 4 textes législatifs différents (règlement de base, acte délégué, acte d'exécution et programme de travail annuel).

Vous trouverez ci-dessous **l'ensemble des textes législatifs**. Vous pouvez également consulter la [présentation synoptique](#) et [l'infographie](#) de la réforme disponible en ligne en anglais seulement.

#### REGLEMENT DE BASE

[Règlement \(UE\) n° 1144/2014](#) relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers

#### ACTES DELEGUES ET ACTES D'EXECUTION

[Règlement délégué de la Commission \(UE\) n° 1829/2015](#)

[Règlement d'exécution de la Commission \(UE\) n° 1831/2015](#)

#### PROGRAMME DE TRAVAIL ANNUEL

MIS A JOUR

[Décision d'exécution de la Commission du 15.12.2021 relative à](#) adoption du programme de travail pour les actions d'information et de promotion du **2022** en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers.

#### [Pièces jointes:](#)

1. **Annexe 1 : définit les priorités du programme ;**
2. **Annexes 2 et 3 :** précisent les **critères de** soumission et d'évaluation des propositions de projets (éligibilité, exclusion, sélection et attribution).

Le **programme de travail annuel** a été introduit par la réforme pour tenir compte des changements par rapport aux opportunités du marché et aux priorités identifiées. Il permet d'adapter chaque année le cadre législatif de base aux besoins du secteur. Défini avec la participation des parties prenantes et des États membres, le programme de travail annuel expose :

[www.arepoquality.eu](http://www.arepoquality.eu)

Secrétaire général : [secgen@arepoquality.eu](mailto:secgen@arepoquality.eu) ; + 33 (0) 6 10 13 11 89  
Bureau de représentation de Bruxelles : [policyofficer@arepoquality.eu](mailto:policyofficer@arepoquality.eu) ; + 32 (0) 4 86 60 54 62

- Les priorités et l'allocation des ressources ;
- Les critères d'éligibilité, d'exclusion, de sélection et d'attribution à appliquer.

**Le programme de travail annuel pour 2022** a été adopté le 15 décembre 2021. Un total de **185,9 millions d'euros** sera disponible pour les programmes de promotion sélectionnés pour un cofinancement de l'UE en 2022.

Près de la moitié du budget (86 millions d'euros) sera consacrée à des **campagnes plus directement en phase avec les ambitions du Green Deal européen, et notamment la stratégie "de la ferme à la fourchette" et le plan européen de lutte contre le cancer**. La priorité est accordée aux programmes de promotion des **produits biologiques, de l'agriculture durable** et de la communication sur l'initiative citoyenne européenne "End the cage age".

En ce qui concerne les campagnes dans les pays hors de l'UE, il s'agit de programmes ciblant les pays à fort potentiel de croissance tels que la Corée du Sud, le Japon, le Mexique et le Canada. En outre, les programmes doivent également **informer les consommateurs sur les différents systèmes de qualité de l'UE** ou promouvoir les normes élevées de sécurité et de qualité de l'UE ainsi que la diversité et l'authenticité des produits européens.

**Le programme de travail 2022** établit les **priorités** suivantes pour les programmes simples et multiples (voir la figure 2 pour la répartition du budget entre les différentes priorités) :

	<b>Marché intérieur</b>
<b>SIMPLE</b>	<p><b>1. AGRIP-SIMPLE-2022-IM-EU QS (Topic 1)</b> Programmes d'information et de promotion visant à mieux faire connaître et reconnaître les régimes de qualité de l'Union définis à l'article 5, paragraphe 4, points a) et c), du règlement (UE) n° 1144/2014.</p>
	<p><b>2. AGRIP-SIMPLE-2022-IM-ORGANIC (Topic 2)</b> Programmes d'information et de promotion visant à mieux faire connaître et reconnaître le régime de qualité de l'Union relatif aux méthodes de production biologique, tel que défini à l'article 5, paragraphe 4, point b), du règlement (UE) n° 1144/2014.</p>
	<p><b>3. AGRIP-SIMPLE-2022-IM-SUSTAINABLE (Topic 3)</b> Programmes d'information et de promotion visant à accroître la sensibilisation à l'agriculture durable de l'UE et au bien-être des animaux</p>
	<p><b>4. AGRIP-SIMPLE-2022-IM-FRESH FRUIT AND VEGETABLES (Topic 4)</b> Programmes d'information et de promotion visant à augmenter la consommation de fruits et légumes frais sur le marché intérieur dans le cadre de pratiques alimentaires équilibrées et saines. Les produits éligibles dans le cadre de ce thème sont ceux énumérés dans la partie IX et les bananes fraîches dans la partie XI de l'annexe I du règlement (UE) n° 1308/2013 du Parlement européen et du Conseil.</p>
	<p><b>5. AGRIP-SIMPLE-2022-IM-CHARACTERISTICS (Topic 5)</b> Programmes d'information et de promotion visant à mettre en évidence les spécificités des modes de production agricole dans l'Union et les caractéristiques des produits agricoles et des denrées alimentaires européens, ainsi que les régimes de qualité définis à l'article 5, paragraphe 4, point d), du règlement (UE) n° 1144/2014.</p>
	<b>Marchés des pays tiers</b>
	<p><b>6. AGRIP-SIMPLE-2022-TC-ASIA (Topic 6)</b></p>

Programmes d'information et de promotion visant un ou plusieurs des pays suivants : Chine (y compris Hong Kong et Macao), Japon, Corée du Sud, Taïwan, Asie du Sud-Est ou Asie du Sud.

**7. AGRIP-SIMPLE-2022-TC-AMERICAS** (Topic 7)

Programmes d'information et de promotion ciblant un ou plusieurs des pays suivants : Canada, USA ou Mexique

**8. AGRIP-SIMPLE-2022-TC-OTHERS** (Topic 8)

Programmes d'information et de promotion destinés à d'autres zones géographiques

**9. AGRIP-SIMPLE-2022-TC-ORGANIC OR SUSTAINABLE** (Topic 9)

Programmes d'information et de promotion des produits biologiques dans le cadre du régime de qualité de l'Union tel que défini à l'article 5, paragraphe 4, point b), du règlement (UE) n° 1144/2014 dans tout pays tiers.

**OU**

Programmes d'information et de promotion visant à sensibiliser à l'agriculture durable de l'UE et au bien-être des animaux dans tout pays tiers

**Perturbation du marché/ appel à propositions supplémentaire**

**Marché intérieur**

**1. AGRIP-MULTI-2022-IM** (Topic 1)

Programmes d'information et de promotion visant à mieux faire connaître et reconnaître les régimes de qualité de l'Union visés à l'article 5, paragraphe 4, points a) et c), du règlement (UE) n° 1144/2014.

**OU**

Programmes d'information et de promotion mettant en évidence les spécificités des méthodes agricoles dans l'Union et les caractéristiques des produits agroalimentaires de l'UE et des régimes de qualité visés à l'article 5, paragraphe 4, point d), du règlement (UE) n° 1144/2014.

**2. AGRIP-MULTI-2022-IM-ORGANIC** (Topic 2)

Programmes d'information et de promotion visant à mieux faire connaître et reconnaître le système de qualité de l'Union relatif aux méthodes de production biologique, tel que défini à l'article 5, paragraphe 4, point b), du règlement (UE) n° 1144/2014.

**3. AGRIP-MULTI-2022-IM-SUSTAINABLE** (Topic 3)

Programmes de sensibilisation à l'agriculture durable de l'UE et au bien-être des animaux

**4. AGRIP-MULTI-2022-IM-FRESH FRUIT AND VEGETABLES** (Topic 4)

Programmes d'information et de promotion visant à augmenter la consommation de fruits et légumes frais dans le marché intérieur dans le cadre de pratiques alimentaires équilibrées et saines.

Les produits éligibles dans le cadre de ce thème sont ceux énumérés dans la partie IX et les bananes fraîches dans la partie XI de l'annexe I du règlement (UE) n° 1308/2013 du Parlement européen et du Conseil.

MULTI

**Marchés des pays tiers**

**5. AGRIP-MULTI-2022-TC-ALL** (Topic 5)

Programmes d'information et de promotion destinés à tout pays tiers

**6. AGRIP-MULTI-2022-TC-ORGANIC OR SUSTAINABLE** (Topic 6)

Programmes d'information et de promotion des produits biologiques dans le cadre du régime de qualité de l'Union tel que défini à l'article 5, paragraphe 4, point b), du règlement (UE) n° 1144/2014 dans tout pays tiers.

OU Programmes d'information et de promotion qui sensibilisent à l'agriculture durable de l'UE et au bien-être des animaux dans tout pays tiers
<b>Perturbation du marché/ appel à propositions supplémentaire</b>

Figure 1. Priorités pour les actions d'information et de promotion des programmes simples et multiples dans le programme de travail 2022.

## APPEL A PROPOSITIONS 2022

MIS A JOUR

### [Voir la présentation de la Journée d'information sur l'appel à proposition 2022.](#)

Le programme de travail est mis en œuvre par le biais d'appels à propositions pour des programmes uniques et multiples, publiés chaque année, qui décrivent en détail les différents types de régimes de financement disponibles et les procédures à suivre.

- Il y a un appel à propositions par an pour les programmes simples et un pour les programmes multiples ;
- En cas de graves perturbations du marché, il est possible de lancer des appels d'offres supplémentaires.

Les appels à 2022 ont été publiés le 20 janvier, dans le cadre du nouveau cadre financier pluriannuel et la **date limite de dépôt des candidatures est le 21 avril 2022, à 17h00 CET (Bruxelles).**

[Appel à propositions programmes simples](#) (toutes les langues de l'UE) ; [guide des programmes](#) (FR) ; [Orientations sur la soumission sur le portail «Funding and tenders» \(Financement et appels d'offres\)](#) (FR).

[Appel à propositions programmes multiples](#) (toutes les langues de l'UE); [guide des programmes](#) (FR).

Notez que l'ancien « guide à l'attention des demandeurs » est maintenant appelé « guide des programmes », couvrant à la fois les programmes simples et les programmes multiples.

## BUDGET ET CO-FINANCEMENT

MIS A JOUR

Le budget global des programmes d'information et de promotion pouvant être accordé en 2021 est de **€ 185,9 millions**. Ce montant est divisé entre les programmes uniques (€ 89,000,000) et les multiprogrammes (€ 87,400,000) et il est distribué selon les priorités suivantes :

PROGRAMMES SIMPLES	€ 89 M
<b>MARCHÉ INTÉRIEUR</b>	<b>€42,1 M</b>
<a href="#">Topic 1 - AGRIP-SIMPLE-2022-IM-EU QS</a>	€ 5 M
<a href="#">Topic 2 - AGRIP-SIMPLE-2022-IM-ORGANIC</a>	€ 14 M
<a href="#">Topic 3 - AGRIP-SIMPLE-2022-IM-SUSTAINABLE</a>	€ 8 M
<a href="#">Topic 4 - AGRIP-SIMPLE-2022-IM-FRESH FRUIT AND VEGETABLES</a>	€ 9.1 M
<a href="#">Topic 5 - AGRIP-SIMPLE-2022-IM-CHARACTERISTICS</a>	€ 6 M
<b>PAYS TIERS</b>	<b>€ 41,9 M</b>
<a href="#">Topic 6 - AGRIP-SIMPLE-2022-TC-ASIA</a>	€ 16.3 M
<a href="#">Topic 7 - AGRIP-SIMPLE-2022-TC-AMERICAS</a>	€ 8.3 M
<a href="#">Topic 8 - AGRIP-SIMPLE-2022-TC-OTHERS</a>	€ 12.3 M

<u>Topic 9</u> - <b>AGRIP-SIMPLE-2022-TC-ORGANIC OR SUSTAINABLE</b>	€ 5 M
<b>PERTURBATION DU MARCHÉ/APPEL A PROPOSITIONS SUPPLEMENTAIRE</b>	<b>€ 5 M</b>
<b>PROGRAMMES MULTIPLES</b>	<b>€ 87,4 M</b>
<b>MARCHÉ INTÉRIEUR</b>	<b>€ 43,2 M</b>
<u>Topic 1</u> - <b>AGRIP-MULTI-2022-IM</b>	€ 4.2 M
<u>Topic 2</u> - <b>AGRIP-MULTI-2022-IM-ORGANIC</b>	€ 18 M
<u>Topic 3</u> - <b>AGRIP-MULTI-2022-IM-SUSTAINABLE</b>	€ 12 M
<u>Topic 4</u> - <b>AGRIP-MULTI-2022-FRESH FRUIT AND VEGETABLES</b>	€ 10 M
<b>PAYS TIERS</b>	<b>€ 39,2 M</b>
<u>Topic 5</u> - <b>AGRIP-MULTI-2022-TC-ALL</b>	€ 25,2 M
<u>Topic 6</u> - <b>AGRIP-MULTI-2022-TC-ORGANIC</b>	€ 13 M
<b>PERTURBATION DU MARCHÉ/APPEL A PROPOSITIONS SUPPLEMENTAIRE</b>	<b>€ 5 M</b>
<b>INITIATIVES PROPRES DE LA COMMISSION</b>	<b>€9,5 M</b>
<b>TOTAL DES ACTIONS DE PROMOTION</b>	<b>€185,9M</b>

Figure 2. Ventilation indicative du budget et priorités pour les programmes 22 cofinancés. Les sujets en vert contribuent aux priorités fixées par le Green Deal et la stratégie Farm to fork.

Le taux de cofinancement de l'UE est de **70% pour les programmes « simple », 80% pour les programmes « multiple » et les programmes vers des pays tiers, 85% pour les programmes en cas de perturbations graves du marché.** Les bénéficiaires venant d'un Etat membre sous assistance financière dispose d'une **augmentation de 5%** de la part de cofinancement européen.

**Le reste doit être intégralement financé par les organisations demandeuses.** Il n'y a plus de cofinancement national, aussi une organisation demandeuse ne peut-elle pas recevoir d'argent de l'Etat pour sa campagne.

	SIMPLE		MULTIPLES
	Marché intérieur	Pays tiers	Marché intérieur et pays tiers
	70%	80%	80%
<i>5% supplémentaire pour les organisations d'un État membre sous assistance financière</i>	75%	85%	85%
<i>Perturbation grave du marché (programme simple)</i>	85%		85%

Figure 3. Taux maximum de cofinancement européen des coûts éligibles.

## PRINCIPES GÉNÉRAUX DE FINANCEMENT

- Règle de cofinancement : vous devez **disposer de ressources financières** propres pour contribuer aux coûts du projet ;
- Règle de non-profitabilité : La subvention **ne peut avoir pour but ou effet le profit des participants** ;
- Règle de non-rétroactivité : Seuls les **coûts postérieurs à la date de début stipulée dans l'accord de financement sont éligibles** au cofinancement ;
- Règle de non-cumul : chaque action ne peut donner lieu qu'à **une seule et unique subvention** quel que soit le bénéficiaire (Vous ne pouvez pas vous faire cofinancer deux fois le même coût).

## QUELS SONT LES CRITERES D'ELIGIBILITE POUR LES DEMANDEURS ?

TYPE D'ORGANISATION	
PROGRAMME SIMPLE	PROGRAMMES MULTIPLES
Les propositions peuvent être soumises par :	Les propositions peuvent être soumises par :
<b>Une ou plusieurs des organisations suivantes du même État membre :</b>	<b>1. Au moins deux des organisations</b> suivantes doivent provenir <b>d'au moins deux États membres :</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Organisations professionnelles ou interprofessionnelles</b> établies dans un État membre et représentative du secteur, <b>y compris des groupements de producteurs et transformateurs du secteur des IG</b> ;</li> <li>• <b>Organisations de producteurs et leurs associations</b> reconnus par l'État membre ;</li> <li>• <b>Organismes agroalimentaires</b> ayant une mission d'intérêt public en charge de la promotion des produits agricoles.</li> </ul>	
	<b>2. Une ou plusieurs organisations professionnelles ou interprofessionnelles de l'Union.</b>

Figure 4. Listes des demandeurs éligibles pour les programmes simples et multiples.

**Représentativité** : Tant pour le programme simple que pour le programme multiple, une organisation professionnelle ou interprofessionnelle est considérée comme représentative si :

- Elle représente au moins **50% du nombre de producteurs, ou 50% du volume ou de la valeur de la production commercialisable** du secteur concerné, dans l'État membre concerné ou à l'échelle européenne ;
- Elle est une **organisation interprofessionnelle reconnue par l'État membre**.

**Critère de sélection** : L'organisation demandeuse doit avoir les ressources techniques, financières et professionnelles nécessaires pour réaliser le programme.

**Éligibilité du pays** : Pour recevoir un soutien financier de l'UE pour un programme de promotion, c'est-à-dire pour être coordinateur ou simple bénéficiaire, l'organisation doit être **légalement établie dans l'un des États membre de l'UE**.

## QUELS SONT LES PRODUITS ET MECANISMES ELIGIBLES ?

UN PROGRAMME DE PROMOTION PEUT CONCERNER LES PRODUITS SUIVANTS :

1. Les produits listés en **Annexe I du TFUE**, à l'exclusion du tabac ;



2. Les **produits transformés suivants** : bière, chocolat et produits dérivés, produits de la boulangerie, de la pâtisserie, de la confiserie ou de la biscuiterie, boissons faites à partir d'extraits de plantes, pâtes, sel, résines et gommes naturelles, moutarde, maïs, coton ;
3. Les **boissons spiritueuses avec indication géographique protégée** ;
4. Les **vins d'origine ou ayant le statut d'indication géographique protégée et les vins portant la mention du cépage** ; Dans le cas d'un programme simple, le vin doit être associé à un ou plusieurs autres produits ;
5. Les **produits de la pêche** si associés à un ou plusieurs autres produits.

#### UN PROGRAMME DE PROMOTION PEUT CONCERNER LES SYSTEMES SUIVANTS :

- Les **systèmes de qualité européens**, soit les AOP, IGP et STG ;
- Le mode de production **biologique** ;
- Le symbole graphique des produits agricoles de qualité spécifiques des **régions ultrapériphériques** ;
- Les **systèmes nationaux de qualité** si les visuels respectent les règles sur l'origine.

Un programme concernant un système doit être illustré par un ou plusieurs produits. Sur le marché intérieur, ces produits doivent apparaître dans un second message en lien avec le message principal de l'UE.

#### QUELLES SONT LES ACTIVITES ELIGIBLES ?

1. Gestion de projet;
2. Stratégie (stratégie de communication, définition de l'identité visuelle de la campagne) ;
3. Relations publiques (activités de relations publiques, événements presse) ;
4. Site internet, média sociaux (création de sites internet, mise à jour, maintenance, média sociaux – création de compte, gestion, etc., autres – applications mobiles, plateformes de e-learning, webinaires, etc.)
5. Publicité (imprimée, radio, en ligne, panneau d'affichage, cinéma) ;
6. Outils de communication (publications, kits média, articles et vidéos promotionnels) ;
7. Événementiel (stands lors de foires et de salons, séminaires, ateliers, rencontres entre professionnels, stages de vente/cuisine, activités dans des écoles, restaurant weeks, sponsoring d'événements, séjours d'étude en Europe) ;
8. Point de vente, promotion (journées de dégustations, promotions dans des publications de détaillants, publicité en point de vente).

#### QUELS SONT LES COUTS ELIGIBLES ?

Les coûts éligibles doivent être supportés par l'organisation demandeuse pendant la mise en œuvre du programme, à l'exception des coûts relatifs aux rapports et à l'évaluation finaux.

Les types de coûts suivants sont éligibles :

1. Coûts relatifs à une **garantie d'acompte** par une banque ou une institution financière et déposée par l'organisation demandeuse ;
2. Coûts relatifs à des **audits externes** si ces audits sont requis pour les paiements ;
3. **Coûts de personnel** limités aux salaires, aux charges sociales et aux autres coûts, y compris la rémunération de personnel dédié à la mise en œuvre du programme ;

4. **TVA** si elle n'est pas recouvrable via la législation nationale en vigueur et si elle est payée par un bénéficiaire autre qu'une personne non-imposable ;
5. Les coûts **d'études** pour évaluer les résultats des mesures d'information et de promotion ;
6. Les **coûts indirects éligibles** sont déterminés en appliquant un taux forfaitaire de 4% du total des coûts de personnel éligibles de l'organisation demandeuse.

## INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES SUR LES CRITÈRES D'ATTRIBUTION

MIS A JOUR

Chaque proposition sera évaluée selon les critères et sous-critères énoncés à l'annexe I du guide du programme. Afin de rester cohérent avec les priorités des politiques européennes en matière de production et de consommation durables, les critères d'attribution ont été mis à jour. Dans le cadre du critère de **pertinence**, **une nouvelle sous-section sera prise en compte lors de l'évaluation de la qualité des propositions** :

*(b) Contribution du projet d'information et de promotion proposé aux **objectifs de l'ambition climatique et environnementale de la PAC, du Green Deal et de la stratégie Farm to Fork**, notamment en ce qui concerne la **durabilité de la production et de la consommation** ; pour les propositions destinées au marché intérieur, **alignement sur les objectifs du plan européen Beating Cancer**, notamment en encourageant le passage à un régime alimentaire plus végétal, avec moins de viande rouge et transformée et d'autres aliments liés aux risques de cancer (par exemple, les boissons alcoolisées).*

Pour chaque projet présenté sous chaque thème, il y aura une évaluation de sa contribution réelle à l'ambition climatique et environnementale de la PAC, en particulier en ce qui concerne la durabilité de la production et de la consommation (Green Deal et stratégie Farm to fork). Pour les projets mis en œuvre sur le marché intérieur, toutes les informations visuelles et le matériel promotionnel utilisés doivent **inclure une référence aux directives nationales en matière de régime alimentaire (FBDG) du ou des États membres cibles** pour le ou les produits promus.

## COMMENT PRÉPARER ET SOUMETTRE UNE PROPOSITION ?

MIS A JOUR

Les propositions ne peuvent être soumises que par voie électronique via le [Single Electronic Data Interchange Area \(SEDIA\) of the Funding and Tenders Portal](#). Les orientations de soumission et tous les documents nécessaires se trouvent sur le portail Funding and Tenders.

### DOCUMENTS PERTINENTS

1. [Programme de travail](#) pour le 2022 et les [annexes](#)
2. Appels à propositions pour des projets [simples](#) et [multiples](#)
3. [Guide des programmes](#), pour les programmes simples et multiples
4. [Modèle de convention de subvention](#) pour les bénéficiaires uniques et multiples
5. [FAQ - politique de promotion](#) : site web de REA et de la DG AGRI

[Voir la présentation Infoday 2022 sur la façon de préparer et de soumettre une proposition](#)

[Voir l'infographie sur le cycle de vie des programmes de promotion des produits agricoles de l'UE](#)

### LANGUE DE DEPOT DES PROPOSITIONS

**En principe**, les propositions de projet peuvent se faire dans n'importe quelle langue officielle de l'UE. Néanmoins, la proposition sera évaluée par trois experts indépendants qui devront être capables de lire la proposition, il est donc conseillé de produire aussi une version en anglais.

- En particulier pour les programmes « **multiple** », sélectionnés et suivis par REA, les demandeurs sont encouragés à soumettre leur proposition en anglais pour faciliter le processus de candidature.

- Pour les programmes « **simple** », sélectionnés par REA mais suivi par les États membres, les demandeurs sont encouragés à soumettre leur proposition dans la **langue de cet Etat**, à moins qu'il n'ait indiqué son accord pour signer le contrat en anglais.

## CONTACTS

NOUVEAU

### SERVICE D'ASSISTANCE INFORMATIQUE ET REA

À partir du 1er avril 2021, l'**Agence exécutive pour la recherche européenne (REA)** gère la mise en œuvre de la politique de l'UE pour la promotion des produits agricoles.

Si vous avez des questions sur les outils de soumission en ligne, vous pouvez contacter le [service d'assistance informatique](#) via le [portail de financement et d'appel d'offres](#).

**Pour les questions non liées à l'informatique**, un service d'assistance au REA est disponible en semaine de 9h30 à 12h00 et de 14h00 à 17h00. Le service d'assistance n'est pas disponible les week-ends et les jours fériés.

**Nouvelle adresse e-mail de la CE dédiée à l'agri-promotion** : [AGRI-PROMOTION@ec.europa.eu](mailto:AGRI-PROMOTION@ec.europa.eu)

**Demandes de renseignements des demandeurs de projets et des entrepreneurs concernant le programme "Promotion des produits agricoles"** : [REA-AGRI-CALLS@ec.europa.eu](mailto:REA-AGRI-CALLS@ec.europa.eu)

**Adresse électronique de REA** : [Rea-agri-grants@ec.europa.eu](mailto:Rea-agri-grants@ec.europa.eu)

[Contacts REA](#)

[FAQ DU PORTAIL F&T - Soumission des propositions](#)

### AUTORITES COMPETENTES DANS LES ÉTATS MEMBRES

Bien que les EM ne soient plus impliqués dans la procédure de sélection, ils sont impliqués dans la gestion des programmes simples.

Sur leurs [sites web nationaux](#), les **États membres** concernés publient des informations sur la politique de promotion et en particulier sur les **programmes simples**.

Voir à ce lien la [liste des autorités compétentes des États membres chargées de la mise en œuvre de la politique de promotion](#) au titre du règlement (UE) n° 1144/2014.

### RECHERCHE DE PARTENAIRE DE L'AREPO POUR DES PROJETS DE PROMOTION

**REA** a créé un portail entièrement dédié à la politique de promotion : [https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products-0\\_en](https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products-0_en).

Sur le portail, vous trouverez des [statistiques sur le marché](#), des informations sur les [possibilités de financement](#) dans le cadre de la politique de promotion et vous pourrez également [rechercher un partenaire](#) !

[Consultez le site Web de REA pour en savoir plus sur les outils de soutien mis à la disposition des candidats.](#)

## AUTRES LIENS UTILES

MIS A JOUR

[Site web de la Commission](#)

[Site web de REA](#)

[Vidéos et présentations d'Infoday 2022](#)

[FAQ - politique](#) : site web de REA et de la DG AGRI

[FAQ - présentation en ligne](#) : Portail de financement et d'appel d'offres

[Présentation synoptique](#)

[Liste des campagnes approuvées dans le passé](#)