

<b>NOTE EXPLICATIVE RELATIVE A DIFFERENTS POINTS DU FORMULAIRE DE DEMANDE<sup>1</sup></b>
---

**POINT 2 ORGANISATION(S) PROPOSANTE(S)**

- 2.2 Fournir des informations sur la représentativité de l'organisation ou des organisations proposante(s) pour le(s) secteur(s) concerné(s) au niveau national et/ou européen (par exemple: part de marché, produits et/ou régions couvertes). Fournir des informations relatives au statut juridique de l'organisation proposante. L'organisation proposante est-elle un organisme de droit public conformément à la législation nationale et à l'article 1<sup>er</sup>, paragraphe 9, de la directive 2004/18/CE.
- 2.3 Pour chaque organisation, confirmation de la disponibilité des ressources techniques et financières nécessaires pour assurer la mise en œuvre efficace des mesures. En ce qui concerne la capacité financière des organisations proposantes, les propositions de programme doivent être accompagnées des documents suivants:
- statuts;
  - informations financières, bilans et comptes annuels des trois derniers exercices;
  - tout autre document attestant de la capacité financière, technique et professionnelle de l'organisation proposante ou des organisations proposantes, le cas échéant;
  - description des projets similaires réalisés au cours des deux dernières années, le cas échéant.

**POINT 3 ORGANISME(S) D'EXECUTION****Si l'organisme d'exécution a été sélectionné**

- 3.2 Donner une description détaillée de la façon dont la procédure de mise en concurrence s'est déroulée et justifier les raisons du choix de l'organisme ou des organismes proposé(s). Dans le cas d'un organisme de droit public au titre de la législation nationale et de l'article 1<sup>er</sup>, paragraphe 9, de la directive 2004/18/CE, fournir des informations concernant la conformité de la procédure de sélection avec les règles de passation des marchés publics en application de la législation précitée. Fournir le numéro du Journal officiel dans lequel l'appel d'offres a été publié (uniquement pour les organismes de droit public).  
N.B. L'organisme ou les organismes d'exécution doivent être indépendants de l'organisation/des organisations proposantes.
- 3.3 Il convient d'apporter la preuve de la capacité technique et financière de l'organisme (des organismes) d'exécution à assumer le travail considéré, y compris des ressources

---

<sup>1</sup> La présente note explicative donne une brève explication de quelques points importants concernant le formulaire de demande. Pour obtenir plus d'informations, prenez contact avec les autorités compétentes des États membres.

financières par rapport à l'importance du programme. Mentionner l'importance et la nature des éventuels partenariats concernés.

#### **Si l'organisme d'exécution n'a pas encore été sélectionné**

- 3.4 Il convient d'apporter le calendrier provisoire et la procédure de mise en concurrence prévue pour la sélection. En tout état de cause, la sélection doit avoir lieu avant la signature du contrat. Dès que la sélection de l'organisme d'exécution a eu lieu, l'information mentionnée aux points 3.2 et 3.3 du formulaire d'application devra être fournie immédiatement.

#### **Si l'organisation proposante décide de mettre en œuvre une certaine partie du programme:**

- 3.5 L'organisation proposante peut être autorisée à mettre en œuvre certaines parties du programme pourvu que les conditions prévues par le règlement (CE) n° 501/2008<sup>2</sup> de la Commission soient respectées.

#### **POINT 4 PRECISIONS RELATIVES AU PROGRAMME**

- 4.1 Les produits éligibles sont énumérés dans les annexes I et II du règlement (CE) n° 501/2008. La promotion de produits de marque n'est pas éligible au cofinancement de l'UE. Toute référence à l'origine des produits doit être secondaire par rapport au message principal, bien que l'origine des produits ayant une appellation conformément à la législation de l'Union européenne (AOP, IGP, STG, production biologique) puisse être mentionnée.
- 4.2 Indiquer si le programme porte principalement sur des éléments d'information, de promotion, ou les deux.
- 4.3 Dans le cas où un programme est présenté de façon conjointe par plusieurs organisations dans plus d'un État membre, l'accord de chaque État membre pour sa partie du programme doit être obtenu.
- 4.4 La liste des marchés éligibles pour l'exécution des programmes dans les pays tiers se trouve à l'annexe II, partie B, du règlement (CE) n° 501/2008. Dans le cas des programmes dans le marché intérieur, les pays cibles ne peuvent inclure que les États membres de l'UE.
- 4.5 La durée minimale d'un programme est de 12 mois et sa durée maximale, de 36 mois. Le programme doit être divisé en phases de 12 mois.
- 4.6 Si la proposition constitue la poursuite d'un (ou des) programme(s) antérieur(s) ou si des programmes similaires sont en cours ou ont été achevés récemment,
- indiquer le nom, la durée et les marchés cibles du (ou des) programme(s) antérieur(s),
  - indiquer les résultats obtenus, dans la mesure où ils sont connus au moment de la présentation du programme.

---

<sup>2</sup> JO L 147 du 6.6.2008, p. 34.

Le cas échéant, joindre des rapports.

En ce qui concerne la poursuite d'un programme en cours, il est important, pour que les services de la Commission puissent évaluer les propositions présentées à cet effet et pour que le rapport coûts-avantages de ces propositions puisse être estimé, que les propositions concernées soient accompagnées d'une évaluation solide des incidences du programme précédent ou des programmes précédents, ainsi que d'études de marché appropriées, d'informations complètes relatives au retour sur investissement, dans le cas des programmes de promotion, et d'une justification valable du maintien du financement de l'Union.

## **POINT 5 DESCRIPTION DU PROGRAMME**

- 5.1 Décrire les motivations ayant amené à présenter la proposition, par exemple en termes de situation du marché ou de demande du/des produit(s) concerné(s) ou le besoin de disséminer l'information au moyen du programme.
- 5.2 Préciser les objectifs du programme en termes d'objectifs concrets et, si possible, quantifiés. Le cas échéant, inclure une différenciation par groupe cible et/ou marché cible.
- 5.3 Pour les propositions concernant le marché intérieur, veiller à ce que la stratégie du programme et ses principales actions et instruments soient conformes aux lignes directrices figurant dans le règlement (CE) n° 501/2008.
- 5.4 Les objectifs, la stratégie, et les groupes cibles d'un programme doivent constituer un ensemble cohérent. Dans le cas des programmes pour le marché intérieur, les lignes directrices en annexe du règlement (CE) n° 501/2008 donnent des informations concernant les groupes cibles recommandés pour les différents secteurs.
- 5.5 Lorsque des références à des effets sur la santé ou aux valeurs nutritionnelles des produits sont mentionnées, leur base scientifique doit être précisée. Toutes ces références doivent être conformes à la législation nationale et à la législation de l'Union européenne dans le domaine de la santé. Pour les programmes concernant le marché intérieur, le matériel contenant des allégations relatives à la santé doit être accepté par les autorités nationales compétentes.
- 5.6 Si le pays ou la région d'origine du produit est mentionné, cette indication doit être secondaire par rapport au message principal qui donne des informations sur les caractéristiques et les qualités du produit.

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

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

Toutes les actions incluses dans le programme devront comporter une description claire de la composition des différents coûts qui y sont liés. Par exemple:

Action X «Participation à l'exposition AAA»

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

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

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

Les coûts des temps d'antenne/espaces publicitaires devraient être présentés séparément.

La description des actions doit suivre la même structure (titres/catégories) et ordre (numérotation) que la présentation du tableau budgétaire (voir point 8 ci-dessous).

**POINT 6 IMPACT PREVISIBLE**

Préciser l'impact prévu du programme en ce qui concerne la demande, la notoriété et/ou l'image du produit et/ou tout autre aspect lié aux objectifs. Chiffrer autant que possible les résultats prévus de la mise en œuvre du programme.

Décrire succinctement la ou les méthodes qui seront utilisées pour mesurer l'impact. Au cas où une information de fond à cet égard existe déjà ou sera obtenue avant le début du programme, une description de celle-ci devrait être incluse.

**POINT 7 DIMENSION EUROPEENNE DU PROGRAMME**

Décrire les bénéfices éventuels au niveau de l'UE qui découleront du programme, justifiant son cofinancement au niveau de l'UE.

**POINT 8 BUDGET**

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

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

Le budget (en euros) doit être présenté suivant la même structure (titres/catégories) et le même ordre (numérotation) que la liste des actions décrites au point 5.7. Si le programme couvre plusieurs pays, les coûts doivent être détaillés par pays et par action. Les honoraires de l'organisme (des organismes) d'exécution doivent être présentés séparément.

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

La redevance de l'organisme d'exécution pour l'achat d'espace médiatique (achat d'espace médiatique le plus approprié et au prix le plus avantageux à la radio, sur l'internet, à la TV, dans la presse, etc.) ne dépassera pas 5 % du total des coûts des temps d'antenne/espaces publicitaires, ligne budgétaire (1A).

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

### **Tableaux récapitulatifs du budget en euros (€) (sans décimales)**

Ces tableaux peuvent être adaptés autant que de besoin en fonction du programme, de la nature des différentes actions et du niveau de ventilation considéré comme nécessaire par l'État ou les États membres concernés.

ACTIONS (pour chaque pays cible)	1 <sup>ère</sup> année	2 <sup>e</sup> année	3 <sup>e</sup> année	TOTAL
Action 1*				
Action 2*				
Action N*				
<b>Coût total des temps d'antenne/espaces publicitaires (1A)</b>				
<b>Coût total des actions à l'exclusion du coût des temps d'antenne/espaces publicitaires (1B)</b>				
<b>Total des actions (1)**</b>				
Frais de garantie de bonne exécution				
Honoraires de l'organisme d'exécution pour l'achat d'espace				

médiatique [maximum 5 % de (1A), annexe III, point B.1.2 du contrat]				
Honoraires de l'organisme d'exécution [maximum 13/15 % de (1B), annexe III, point B.1.2 du contrat]				
Mesure des résultats des actions (maximum 3 % de (1), annexe III, point C.5 du contrat)***				
<b>Total des coûts directs pour le programme (2)</b>				
Frais généraux (maximum [3/5 marché intérieur][4/6 pays tiers] % de (2), annexe III, point A.2 du contrat)				
<b>TOTAL DU PROGRAMME</b>				

\* Y compris les honoraires facturés sur la base d'un taux horaire (annexe III, point B.1.1, du contrat).

\*\* à compléter uniquement en cas de calcul forfaitaire des honoraires.

\*\*\*3 % pour l'évaluation annuelle, 5 % pour l'évaluation de la dernière phase incluant une évaluation de l'ensemble du programme.

## POINT 9 PLAN DE FINANCEMENT

La participation financière de l'Union européenne n'excède pas 50 % du coût réel de chaque année des programmes. L'organisation proposante doit participer au financement du programme à concurrence d'au moins 20 % du coût réel du programme, le reste du financement étant à la charge de l'État membre concerné. La participation financière de l'État membre peut varier entre 0 et 30 %, mais même dans le cas où l'État membre ne participe pas au financement du programme, il doit l'accepter et le présenter à la Commission. La participation financière de la ou des organisations professionnelles et du ou des États membres peut provenir de recettes fiscales ou de contributions obligatoires.

La participation financière de l'Union européenne visée au premier alinéa est de 60 % pour les actions de promotion des fruits et légumes destinées spécifiquement aux enfants des établissements scolaires de l'Union européenne. Le pourcentage prévu au premier alinéa est de 60 % pour les actions mises en œuvre dans l'Union européenne en matière d'information sur les modes de consommation responsables de boissons alcoolisées et sur les méfaits de la consommation dangereuse d'alcool.

S'il s'agit d'un programme présenté conjointement par plusieurs organisations professionnelles et États membres, les participations financières respectives doivent être clairement établies avant que le programme soit présenté à la Commission.

PARTICIPATION FINANCIÈRE	1 <sup>ère</sup> année		2 <sup>e</sup> année		3 <sup>e</sup> année		TOTAL	
	€	%	€	%	€	%	€	%
Union européenne <i>(n'excèdera pas 50 % ou 60 %)</i>								
État membre <i>(jusqu'à 30 %)</i>								
Organisation proposante <i>(au moins 20 %)</i>								
<b>TOTAL</b>		100		100		100		100

**POINT 10 AUTRES INFORMATIONS PERTINENTES**

Toute autre information demandée par l'État membre ou jugée pertinente par l'organisation proposante.

[http://ec.europa.eu/comm/agriculture/prom/index\\_fr.htm](http://ec.europa.eu/comm/agriculture/prom/index_fr.htm)