

**PROJET DE DECISION RELATIVE A LA MISE EN PLACE
D'UN CADRE D'INTERVENTION POUR LES ACTIONS
DE PROMOTION et PUBLICITE NATIONALE ET INTERNATIONALE**

Principaux éléments de réflexion

Afin d'optimiser et rationaliser les crédits publics alloués aux actions de publicité, promotion et communication sur le territoire national, de l'Union Européenne et des pays tiers, il est nécessaire de définir un socle commun de modalités d'attribution de ces crédits aux filières agricoles et agroalimentaires concernées (produits laitiers, toutes viandes et génétique animale, fruits et légumes, horticulture, céréales, oléoprotéagineux) ainsi que de préciser, pour chacune d'entre elles, le périmètre des actions à mener.

Afin d'éviter les recouvrements des actions conduites par les opérateurs du dispositif d'appui à l'export (Ubifrance, DSP/Sopexa et Adepta), FranceAgriMer déterminera sa participation financière sur les actions de promotion et de publicité en tenant compte des interventions de chacun de ces opérateurs.

Chacune des filières agricoles et agroalimentaires concernées a fait part de ses besoins en matière de promotion et publicité dans le cadre de réunions de travail ad hoc au sein de FranceAgriMer, durant le dernier trimestre de l'année 2011. Les discussions ainsi menées avec les professionnels ont permis de faire émerger une stratégie propre à chacune des filières sur le territoire national, dans l'Union européenne et les pays tiers. Chacune des filières a établi une stratégie d'exportation fondée sur la détermination de pays prioritaires adaptés aux opportunités commerciales et de promotion (cf annexe).

Dans ce cadre, seuls seront éligibles les dossiers considérés comme prioritaires au titre de l'article 4 de la décision INTERNATIONAL/SAITL/D-2011-34 du 2 août 2011 en ce qu'ils incluent un financement professionnel. Il est donc demandé aux filières agricoles et agroalimentaires concernées d'apporter une participation financière au budget alloué à hauteur de 50% minimum, pour les actions de promotion et de publicité sur le territoire national, dans l'Union européenne et les pays tiers

Compte-tenu de cette part de financement professionnel, et dans le respect des plafonds fixés à l'article 4 de la décision INTERNATIONAL/SAITL/D-2011-34 du 2 août 2011, la participation financière publique sera de 50% maximum, y compris pour les programmes cofinancés par l'Union européenne. Néanmoins, les taux d'intervention pourront être fixés à des niveaux plus élevés dans le cadre de la gestion d'une crise conjoncturelle

Les programmes relatifs aux actions de promotion et de publicité dans l'Union européenne et les pays tiers seront étudiés prioritairement.

Pour l'ensemble des actions menées sur le territoire national et hors France (UE et pays tiers):

En début de chaque année civile, les filières agricoles et agroalimentaires déposeront auprès de FranceAgriMer leur programme global stratégique des actions de promotion (financé ou non par les pouvoirs publics) menées à sur le territoire national et à l'export.

Ces programmes doivent notamment:

- présenter une stratégie globale par marché et/ou par type de produit ;
- analyser les données économiques justifiant du programme proposé ;
- définir les objectifs du programme ;
- prévoir une évaluation des actions menées et l'impact du programme proposé, sur la base de critères préalablement définis. Ces évaluations d'impact seront déléguées à un prestataire externe compétent ;
- pour les actions menées à l'export, utilisation du logo France et France Bon Appétit, sauf cas particulier.
- Présenter un budget détaillé et un plan de financement précisant les différentes participations.

Pour les actions menées à l'export :

Les actions de promotion réalisées à l'international doivent être ciblées de façon prioritaire sur les pays relevant du plan sectoriel agroalimentaire (POEAA) établi par les pouvoirs publics, en concertation avec les professions concernées. Ce plan comprend une liste de 21 pays/zones prioritaires, jugés les plus pertinents pour le développement des parts de marché des produits français. Le plan comprend également des recommandations quant aux actions à conduire en fonction des pays. Une synthèse figure en annexe de cette décision.

Les actions de promotion à l'international, programmées dans le cadre des conseils spécialisés, doivent être coordonnées avec celles des opérateurs de l'Etat à l'export.

La prise en compte d'autres pays cibles, stratégiques pour une filière, pourrait être étudiée sur la base d'éléments économiques probants.

Les modalités d'instruction des demandes seront établies, prenant en compte les cadres stratégiques présentés par les conseils spécialisés.

Des règles de cumul des financements entre FranceAgriMer et les opérateurs de l'Etat qui interviennent dans le financement du dispositif d'appui à l'export devront être définies afin d'éviter leur recouvrement et de favoriser leur synergie.

Par courrier du 10 octobre 2011, la Commission confirme aux autorités françaises le droit d'utiliser le logo France et France Bon Appétit (voir annexe) en tant qu'emblème national, à côté de l'emblème européen dans les actions de promotion communautaire, dans la mesure où les modalités concernant la participation

financière de l'Union européenne sont respectées (*règlement (CE) n° 3/2008 du Conseil du 17 décembre 2007*).

Ce principe est élargi à toutes les actions de promotion menées dans l'Union européenne et à l'export.

Dès lors, il est convenu d'utiliser les logos France et/ou France Bon Appétit comme unique emblème national de toutes les actions de promotion menées par chacun des opérateurs du dispositif d'appui à l'export.

Par ailleurs, le logo France Bon Appétit peut être décliné de façon sectorielle afin de se rattacher à une logique de filière. La réalisation et mise en œuvre de telles déclinaisons sectorielles doit permettre un rayonnement le plus large possible du logo France Bon Appétit. Une convention de cession de droits d'utilisation de ce logo est signée entre un représentant de la filière agricole et le Ministère en charge de l'Agriculture et doit être retirée auprès des services compétents du ministère en charge de l'agriculture (bureau des échanges et de la promotion).

Un comité de coordination et d'information est créé. Il est composé des représentants de la DGPAAT (sous direction des produits et marchés ainsi que sous direction des échanges internationaux) et de FranceAgriMer. Ce comité constitue le point de convergence et de synthèse des programmes d'actions de promotion des différentes filières.

Il se réunira selon la même périodicité que le "Comité Technique export pour le développement des ventes de produits et de technologies agricoles et alimentaires" de la DGPAAT et le précèdera.
