



OFFICE DE L'ELEVAGE

Mission Assistance à l'Exportation

Adresse :

12 rue Henri Rol-Tanguy
TSA 30003
93555 Montreuil s/ Bois cedex
Tel : 01 73 30 31 71
Fax : 01 73 30 30 68

Division Entreprises et Promotion Nationale

Adresse :

12 rue Henri Rol-Tanguy
TSA 30003
93555 Montreuil s/ Bois cedex
Tel : 01 73 30 31 40
Fax : 01 73 30 30 47

**DECISION DU DIRECTEUR DE L'OFFICE DE L'ELEVAGE
RELATIVE A UN REGIME D'AIDES A LA PUBLICITE EN FAVEUR
DES PRODUITS DES FILIERES ANIMALES SUR LE MARCHÉ INTERIEUR
ET DANS LES PAYS TIERS**

NUMERO : CDP/2007-10/36

DATE : 1^{ER} AVRIL 2008

Mise en application : immédiate

OBJET : Décision du Directeur de l'Office de l'Élevage relative à la mise en place d'un régime d'aides à la publicité en faveur des produits des filières animales sur le marché intérieur et dans les pays tiers

Bases réglementaires :

- articles 87 à 89 du traité CE,
- règlement (CE) n°659/1999 du Conseil du 22 mars 1999 portant modalités d'application de l'article 93 du traité CE, ensemble le règlement (CE) n°794/2004 de la Commission du 21 avril 2004 concernant sa mise en œuvre et le règlement (CE) n° 1935/2006 de la Commission du 20 décembre 2006,
- article 32 du règlement CE n° 1698/2005 du Conseil du 20 septembre 2005 concernant le soutien au développement rural par le FEADER,
- règlement (CE) n°510/2006 du Conseil du 20 mars 2006 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires,
- le code rural, notamment ses articles L. 621-1 à L. 621-5, R.621-14, R. 621-21, R.621-44, et R.621-50,
- code de la consommation, notamment ses articles L. 112, 113, 115-30 et L121-1 ainsi que les articles de la partie réglementaire du code concernant les règles d'étiquetage des produits,
- lignes directrices de la Communauté du 27 décembre 2006 concernant les aides d'Etat dans le secteur agricole et forestier 2007-2013, notamment ses points 152 à 159,
- avis du Conseil de Direction Plénier de l'Office National Interprofessionnel de l'Élevage et de ses Productions du 10 octobre 2007,
- acceptation par lettre du 19 mars 2008 de la Commission européenne de l'aide d'Etat/France N 311/2007,
- approbation de la Décision par le ministère de l'agriculture et de la pêche.

Résumé : L'Office de l'Elevage peut accompagner des actions de publicité mises en œuvre en particulier par les interprofessions en faveur des produits des filières animales sur le marché intérieur et dans les pays tiers.

Mots-clés : campagnes de publicité, interprofessions, groupements professionnels, produits carnés, produits laitiers, produits tripiers, charcuterie, œufs, foie gras, produits génétiques, Office de l'Elevage

1 - CHAMP D'APPLICATION DU DISPOSITIF

L'Office national interprofessionnel de l'élevage et de ses productions (Office de l'Elevage) met en place un régime d'aides visant à appuyer la réalisation, par des associations, organisations interprofessionnelles ou groupements professionnels sans but lucratif, de campagnes de publicité en faveur des produits des filières animales françaises sur le marché intérieur et dans les pays tiers. Parmi les campagnes de publicité destinées à être exécutées uniquement sur le territoire français, seules celles revêtant une ampleur nationale pourront bénéficier de ce régime.

On entend par produits des filières animales les animaux reproducteurs, d'engraissement et de boucherie des espèces de rente, les produits génétiques issus de ces espèces (semence, embryons), les produits laitiers, les produits carnés, les produits tripiers, la charcuterie, les œufs, le foie gras.

2 – FRAIS ELIGIBLES

Les frais éligibles dans le cadre du régime d'aides à la publicité décrit ci-dessus peuvent porter sur :

- les études de conception des campagnes, si elles concernent des marchés peu connus en regard des produits considérés,
- les interventions dans les médias grand public ou professionnels (campagnes à la télévision, la radio, dans la presse écrite, sur Internet) et les actions de nature à stimuler l'intérêt ou à fidéliser les consommateurs ou les professionnels vis-à-vis de ces produits,
- les matériels publicitaires destinés aux prescripteurs (journalistes et autres professionnels ou personnalités influant sur l'opinion), opérateurs, utilisateurs ou consommateurs.

Pour les campagnes en faveur des produits enregistrés en tant qu'AOP (appellations d'origine protégée) ou IGP (indications géographiques protégées) conformément au règlement (CE) n° 510/2006 du 20 mars 2006 ou d'autres produits de qualité définis en vertu de l'article 32 du règlement (CE) n° 1698/2005 (FEADER), l'origine des produits pourra être mentionnée dans la limite de ce qui aura été enregistré par la Communauté ou, pour les produits sous label de qualité, de façon subsidiaire.

Pour les autres campagnes de publicité menées sur le marché intérieur par les groupements ou organismes représentant les intérêts collectifs des producteurs concernés par les produits visés, l'origine des produits ne pourra pas être mentionnée. En outre, ces campagnes devront revêtir un caractère générique et profiter à tous les producteurs du type de produit concerné.

Les actions aidées dans les pays tiers pourront être admises en référence aux principes du règlement CE n° 2702/1999 du Conseil du 14 décembre 1999 relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles dans les pays tiers.

L'étiquetage et la présentation des produits devront respecter les règles édictées par le code de la consommation ainsi que les réglementations spécifiques à certains secteurs tels que les produits laitiers, les œufs, les volailles.

Ne sont pas éligibles aux aides les actions de publicité portant exclusivement et directement sur les produits d'une ou plusieurs entreprises.

3 – MODE DE CALCUL DE LA SUBVENTION

Les actions de publicité visées à l'article 1 pourront être financées au taux de :

- 50 % maximum pour les campagnes sur le marché intérieur en faveur des produits sous AOP, IGP ou autres appellations d'origine protégées au titre de la réglementation communautaire ainsi qu'en faveur des produits sous labels de qualité nationaux reconnus au titre de la réglementation communautaire,
- 80 % maximum pour les campagnes de publicité dans les pays tiers,
- 100 % maximum pour les campagnes revêtant un caractère générique et profitant à l'ensemble des producteurs du type de produits concerné.

4 – PROCEDURE D'EXAMEN DES DOSSIERS DE DEMANDE DE SUBVENTION

Chaque demande d'aide, présentée dans le cadre de ce régime à l'Office de l'Elevage, est examinée en fonction de la pertinence du programme projeté, de sa cohérence avec les objectifs de la politique définie par le ministère de l'agriculture et de la pêche, ainsi que de la situation budgétaire de la ligne de crédits sollicitée et de sa compatibilité avec les lignes directrices de la Communauté du 27 décembre 2006 susvisées (points 152 à 159).

Le directeur de l'Office de l'Elevage statue sur la recevabilité de chaque demande et en informe la structure demanderesse. Chaque aide accordée donne lieu, selon son montant, à l'établissement d'une décision du directeur de l'Office de l'Elevage ou à une convention signée entre l'Office de l'Elevage et le maître d'œuvre ou le maître d'ouvrage, qui fixe notamment les conditions techniques et financières du versement de l'aide ainsi que les droits et obligations de chacune des parties.

5 – DUREE DU DISPOSITIF

La présente décision fera l'objet d'une diffusion et d'une publicité adéquate auprès de l'ensemble du secteur agricole tant par l'intermédiaire des instances professionnelles concernées que par toutes autres voies de diffusion. Elle sera publiée sur le site internet de l'Office de l'Elevage et au Bulletin Officiel du ministère de l'Agriculture et de la Pêche.

La présente décision s'applique jusqu'au 31 décembre 2013.

Fait à Montreuil sous Bois, le 01 AVR. 2008

Le directeur de l'Office de l'Elevage



Yves BERGER