

PRESENTATION TECHNIQUE DU PROJET

1^{ère} partie : à renseigner uniquement s'il s'agit d'un programme d'actions (projet regroupant plusieurs actions)
(5 pages maxi en Arial Narrow - caractère 11)

INTITULE DU PROJET : FACE A LA CRISE DU BIO, SOUTIEN AUX ENTREPRISES ET AIDE AU DEVELOPPEMENT DE LA CONSOMMATION DE LEURS PRODUITS BIO

Nom du porteur de projet (chef de file en cas de projets collaboratifs) : Association EBPL

Calendrier de réalisation : Date de début de projet : Janvier 2023.....Date de fin prévisionnelle 31 mars 2024

DESCRIPTION DU PROGRAMME D' ACTIONS

A – Contexte et objectifs

Le programme d'actions 2023 s'inscrit dans le cadre de la nouvelle stratégie triennale 2023 – 2024 – 2025, et en réaction à la décroissance que connaît la consommation du Bio depuis janvier 2022 : - 14 % constaté à fin septembre, -40% de chiffre d'affaires pour les magasins bio dont certains ferment.

Une situation qui selon les prospectives de Bio Panel, devrait conduire le Bio au niveau de 2017 ou dans le meilleur des cas 2018.

Dans ce contexte, les entreprises bio les Pays de la Loire doivent plus que jamais jouer collectif. Elles ont par ailleurs besoin de trouver de nouveaux points d'équilibre financiers, notamment par des leviers d'économies d'échelles, et de nouveaux débouchés pour celles qui jusqu'à présent étaient positionnées en mono-circuit.

L'association EBPL a donc articulé ses actions 2023 en corrélation avec cet enjeu nouveau afin d'accompagner au mieux les entreprises bio ligériennes à passer le cap de ces 3 prochaines années qui vont les fragiliser.

B – Contenu du programme d'action

Le programme d'action 2023 s'articule autour

> des actions B2B autour du réseau EBPL en direction des entreprises bio des Pays de la Loire, membres et non membres du réseau, afin de permettre aux entreprises d'être plus compétitives et ainsi de mieux répondre aux enjeux de la filière bio régionale :

Axe 1a. Dynamique de Réseau :

Face à la crise, favoriser le jeu collectif : Développer les interactions entre les entreprises, les coopérations, les réflexions collectives. Valoriser la marque employeurs des entreprises afin de leur permettre de maintenir leurs salariés en poste et les aider dans leurs recrutements sur des postes en pénurie.

Axe 1b. Levier de compétences : **Favoriser le transfert des connaissances** afin de soutenir les entreprises dans leurs efforts de formation et de progression de leurs collaborateurs dans leur poste et projet de carrière. Et ainsi les aider à devenir plus attractives, plus compétitives et performantes face aux grandes IAA,

> des actions B2C autour du Label engagement « Mon bio Pays de la Loire », en direction des consommateurs, des distributeurs, des collectivités locales, afin de favoriser le développement de la consommation des produits élaborés bio sur la Région des Pays de la Loire, voire en nationale et à l'étranger (Pays Francophone).

Axe 2a. La Label Engagement « Mon Bio Pays de la Loire » :

Face à la baisse de la consommation bio : Soutenir les marques bio en région, et favoriser la consommation des produits élaborés bio par la mise en œuvre de moyens de communication collectifs : Guide mon Bio Pays, actions de

relations presse, création d'évènements. Avec comme pierre angulaire LA ROUTE DE LA BIO qui fait l'objet d'un dépôt de dossier spécifique.

Axe 2b. Distribution, recherche de nouveaux débouchés :

Face à la perte de vitesse des magasins bio : Accompagner les entreprises bio des Pays de la Loire à conquérir de nouveaux circuits de distribution, car il en va de leur pérennité.

C – Public(s) ciblé(s)

Communication B2B du Réseau EBPL en direction de l'ensemble des entreprises bio des Pays de la Loire
Communication B2C du Label Engagement "Mon bio Pays de la Loire", en direction du grand public (consommateurs, distributeurs, associations de consommateurs)
.....

D – Pilote(s) et principaux partenaires

Association EBPL

Partenaires : INTERBIO, Chambres d'agriculture des Pays de la Loire, GAB, Ligeriiaa, Solutions and Co

E – Résultats et retombées attendus

L'association EBPL espère à travers ce programme

> Apporter des solutions concrètes, pragmatiques et efficaces pour permettre aux plus grands nombres de passer ce cap difficile.

> Contribuer, grâce au Label « Mon bio Pays de la Loire », à une meilleure implantation des marques bio ligériennes dans les circuits de distribution locaux, et par extension accroître leur reconnaissance par les consommateurs ligériens et leur consommation dans le cadre de meilleures pratiques alimentaires en faveur de produits sains, et une plus grande utilisation de produits « bienfait » (cosmétique, compléments alimentaires)

F – Liens éventuels avec d'autres projets (interrégionaux, européens, ...)

.....
.....
.....



2^{ème} partie : renseigner une fiche par action (1 page maxi par action en Arial Narrow - caractère 11)

AXE 1A. DYNAMIQUE DE RESEAU EBPL	
Contexte et objectifs	<p>Face à la crise, favoriser le jeu collectif : Développer les interactions entre les entreprises, les coopérations, les réflexions collectives. Valoriser la marque employeurs des entreprises afin de le permettre de maintenir leurs salariés en poste et les aider dans leurs recrutements sur des postes en pénurie.</p> <p>2023 est l'année de mise en place de l'ensemble des outils B2B collaboratifs et interactifs. Avec pour pierre angulaire le site dédié à l'association avec un espace dédié aux adhérents de l'association et la création d'un ensemble d'outils collaboratifs</p> <p>Objectifs : Aider les entreprises à conduire leurs projets et leurs démarches de progrès plus rapidement, plus sereinement, en rompant certaines formes d'isolement. Aider les entreprises à valoriser leurs marques employeurs afin de «fidéliser» leurs collaborateurs et les aider à recruter.</p> <p>Favoriser les collaborations grâce à une meilleure connaissance entre les entreprises, le partage de bonnes pratiques, d'expériences, et la mise en action de réflexions collectives.</p> <p>Cela s'accompagne d'une recherche de leviers d'économie d'échelle afin de permettre aux entreprises de réduire un certain nombre de leurs coûts d'achat.</p>
Description de l'action	<p>. Action de communication "interne" vers les adhérents à travers</p> <ul style="list-style-type: none"> . le site internet où les entreprises pourront retrouver des informations utiles à leur activité (juridiques, économiques, sociales), des données clés, des événements auxquels elles peuvent prendre part, et un ensemble d'outils à leurs dispositions : Annuaire des collaborateurs «Trouver son homologue», Guide des fournisseurs « Prest'Advisor » . la création d'une plateforme collaborative : . Animation du réseau à travers Slack, réseau social d'entreprise afin de favoriser des "tête-à-tête", la formulation de requêtes, la recherche de mise en contacts, ou de conseils . Poursuivre des "Afterwork" réseau visite inter-entreprises : visite d'une entreprise (partage des solutions mises en place : qualité, production, RSE...), table ronde présentation 1 minute de chaque entreprise participante, focus sur un point d'actualité, lancement d'une demande particulière/requête. Le midi, déjeuner-dégustation-découverte autour de produits bio apportés par chacun. L'après-midi atelier collectif autour d'une problématique collective. <p>. Valorisation des marques employeurs Adhérents :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ animation de la plateforme avantage EBPL CE/CSE à destination des salariés des entreprises de moins de 50 salariés. ➤ Organisation d'une journée « Job Dating » autour de la problématique de recrutement et de maintien en poste (Présentation par un collaborateur d'un métier qui manque de main d'œuvre dans chacune des entreprises participantes ; présentation des entreprises ; suivi d'une session d'entretien individuel avec les personnes en recherche d'emploi, de reconversion. ➤ Action incentive : Groupe sport animé par Fabrice Fy, Magalie Jost, Ludovic Mercier. 2 événements sur l'année : Mars 2023 ODYSEEA (courses et marches à pied). Fin juin, début juillet 2023 challenge Pétanques.

	<p><u>."Partage de bonnes pratiques" entre les membres</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Echanges en visio : Tables rondes sur une problématique du moment. Exemple la politique salariale des entreprises bio ; et rencontre d'un acteur économique, social ou sociétal inspirant qui invite les entreprises à considérer certaines questions sous un angle nouveau. ➤ Poursuite des commissions Export, Communication et relance de la commission RSE. <p><u>. Outils d'aide à la conduite de projets</u></p> <p>Annuaire "Trouver son homologue" ; Guide "Prest'advisor", Guide "Acteurs du changement" (Outils digitaux).</p> <p><u>Développement du réseau afin de renforcer sa crédibilité et sa représentativité sur le territoire.</u></p> <p>Action d'information vers les entreprises bio ligériennes sur le programme d'actions d'EBPL, l'actualité du réseau, le développement de ses services, ses événements : Newsletter, mailing, communication sur LinkedIn, visites sur les salons : Salon Pro Bio Ouest, Natexpo, Serbotel, Zen et Bio.</p> <p>Relations presse vers les médias économiques et professionnels</p> <p><u>. Leviers d'économie d'échelle et d'optimisation des coûts</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Relance du groupement achat carton qui va arriver à son terme en 2023. Groupement achat animé par Fabrice Fy et Fabien Deuez. Lancement de l'étude d'un groupement achat Etuis, et d'un groupement achat Transport (en lien avec le groupe « solutions et optimisation de la logistique »). ➤ Groupe de travail Logistique : Groupe de travail composé de Transformateurs, distributeurs, logisticiens, grossistes, collectivités locales. ➤ Groupe de travail Egalim 2 : ce groupe fait suite aux ateliers organisés sur le sujet en 2021 et 2022.
Bénéficiaires finaux	X PME actives dans le secteur agricole (transformation et/ou commercialisation) <input type="checkbox"/> Autre, précisez :
Pilote(s)	Association EBPL
Partenaires opérationnels	Pour le Groupe « Egalim 2 » INTERBIO
Partenaires mobilisés	Pour le Groupe « Egalim 2 » : LIGERIAA – SOLUTIONS and Co – L'INTERCOOP Pour le Job dating : LIGERIAA - SOLUTIONS and Co – Les centres de formations et structures de l'emploi (Pole emploi, missions locales...)
Durée et calendrier de réalisation	Janvier 2023 au 31 mars 2024
Résultats attendus	Aider les entreprises à conduire leurs projets et leurs démarches de progrès ; à valoriser leurs marques employeurs afin de «fidéliser» leurs collaborateurs et les aider à recruter. Favoriser les collaborations. Résultats attendus pour le réseau EBPL : accroître la satisfaction de ses membres, développer le réseau
Indicateurs de réalisation	<p>. "Afterwork" réseau visite inter-entreprises : 2 par an</p> <p>. Animation de la Plateforme CE : (232 salariés concernés en 2022, 12 entreprises concernées). 1 action/mois sur les actus "Avantage".</p> <p>.Job dating "réseau" : 1 par an.</p> <p>.Action incentive : 2 événements sur l'année : Mars 2023 et juin/juillet 2023</p> <p>.Tables rondes sur une problématique du moment : 2 par an</p> <p>. Commission export : 2 par an ; Commission Communication : 2 par an ; Commission RSE : 2 par an (dont 1 visite entreprise).</p>

	<p>Annuaire "Trouver son homologue" ; Guide "Prest'advisor", Guide "Acteurs du changement" (Outils digitaux).</p> <p>. Action vers les entreprises bio non adhérentes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 entreprises prospects. Objectif en toucher 7% = 18 entreprises/an. Rendre visite à 2 d'entre elles (10%) ➤ Rencontres sur les salons Pro bio Ouest, Natexpo, Serbotel, Zen et Bio = Objectif : toucher entre 10 et 30 entreprises. ➤ Relations presse : 1 par an <p>. Groupement achats : 3 Copil</p> <p>. Groupe de Travail Logistique : 3 Copil</p> <p>. Groupe de Travail Egalim 2 : 3 Copil</p>
--	---

Pour les actions de promotion (salons par exemple, actions de communication...), merci de répondre aux questions suivantes :

L'action de promotion concerne des produits agricoles : oui non Commentaires :...Produits Bio Elaborés.....

Si oui : ces produits sont-ils couverts par un/des systèmes de qualité ? oui Précisez le(s)quel(s) :.....
 non

Pour les actions de conseil et de formation ou incluant du conseil et de la formation, merci de répondre aux questions suivantes :

Mon organisme dispose des ressources adéquates en termes de qualification du personnel et de formation régulière.

X Nous faisons appel à des experts extérieurs

X L'accès au service de conseil/ formation n'est pas subordonné à l'affiliation à mon organisme



AXE 1B. LEVIER DE COMPETENCES

Contexte et objectifs	<p>Face aux difficultés de recrutement et de maintien des collaborateurs en poste : Favoriser le transfert des connaissances afin de soutenir les entreprises dans leurs efforts de formation et de progression de leurs collaborateurs dans leur poste et projet de carrière. Et ainsi les aider à devenir plus attractives, plus compétitives et performantes face aux grandes IAA,</p>
Description de l'action	<p><u>Journées "Panorama" Bio développement (F. Labbaye): Meilleures connaissances des consommateurs et des distributeurs</u> 14 mars 2023 "Panorama des consommateurs bio et des distributeurs. Bilan 2022 et perspectives 2023". Chez adhérent, avec déjeuner-dégustation.. 6 juin 2023 "Comment optimiser sa présence sur les salons ? ". Chez un adhérent + déjeuner-découverte. 4 et 5 juillet 2023 Cessions de speed dating en visio "Perfectionner sa préparation aux négociations de fin d'année". Speed dating individuel de 30 minutes (exclusivement sur inscription). 7 juillet 2023. « Enjeu diversification des circuits de distribution". Chez adhérent, avec déjeuner-dégustation. 12 septembre 2023 "Point sur les chiffres clés du marché". En visio.</p> <p><u>Ateliers autour des outils de communication</u> Janvier 2023 - ATELIER GALOPINS "Qu'est-ce qu'un site éco-conçu", en webinaire Février 2023 - ATELIER GALOPINS "Site web inclusif, présentation de la solution LISIO" Mars ou Avril 2023 : ATELIER "E-commerce, comment générer du Traffic via les réseaux" Avril ou Mai 2023 : ATELIER Réseaux sociaux "nouvelles tendances" Mai ou Juin 2023 : ATELIER Réseaux sociaux : « comment créer des publicités performantes » Septembre 2023 - Conférence "Image de marque" "les grandes règles à prendre en compte pour une déclinaison de son image de marque à 360°"</p>
Bénéficiaires finaux	<p>X PME actives dans le secteur agricole (transformation et/ou commercialisation) <input type="checkbox"/> Autre, précisez :</p>
Pilote(s)	Association EBPL
Partenaires opérationnels	
Partenaires mobilisés	
Durée et calendrier de réalisation	Janvier 2023 au 31 mars 2024
Résultats attendus	Permettre aux collaborateurs des entreprises d'obtenir des clés supplémentaires pour conduire leurs missions et leurs projets de manière plus efficiente.
Indicateurs de réalisation	Les ateliers et journées organisés réunissent en moyenne 10 entreprises
<p>Pour les actions de promotion (salons par exemple, actions de communication...), merci de répondre aux questions suivantes :</p> <p>L'action de promotion concerne des produits agricoles : <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non Commentaires :</p> <p>Si oui : ces produits sont-ils couverts par un/des systèmes de qualité ? <input type="checkbox"/> oui Précisez le(s)quel(s) :..... <input type="checkbox"/> non</p>	
<p>Pour les actions de conseil et de formation ou incluant du conseil et de la formation, merci de répondre aux questions suivantes :</p> <p><input type="checkbox"/> Mon organisme dispose des ressources adéquates en termes de qualification du personnel et de formation régulière. <input type="checkbox"/> L'accès au service de conseil/ formation n'est pas subordonné à l'affiliation à mon organisme</p>	



AXE 2A. LABEL ENGAGEMENT « MON BIO PAYS DE LA LOIRE »

Contexte et objectifs	<p>Face à la baisse de la consommation bio : Soutenir les marques bio en région, et favoriser la consommation des produits élaborés bio par la mise en œuvre de moyens de communication collectifs.</p> <p>2023 est l'année de communication du Label engagement « Mon Bio Pays de la Loire » Avec pour pierre angulaire LA ROUTE DE LA BIO, qui fait l'objet d'un dépôt de dossier distinct, et de la mise en place d'une stratégie de communication collective Grand public.</p> <p>Objectifs : Renforcer la visibilité des marques bio, l'intérêt du consommateur pour leurs produits et favoriser leur consommation ; mais aussi la compréhension des démarches engagées, des labels et certificats qui accompagnent ces produits.</p>
Description de l'action	<p>Guide mon Bio Pays : Développer la diffusion du guide dans certains magasins bio et épiceries bio et locales.</p> <p>Communication digitale : Valorisation des marques bio à travers le site monbiopays et la page Facebook "Monbiopays" : Publication d'articles sur le site monbiopays consacrés à l'actualité des marques bio (produits, démarches, trophées obtenus...) Relais de leurs actualité sur la page facebook "Mon Bio Pays" afin de développer la visibilité et la notoriété des marques et de leurs produits et ainsi contribuer au développement de leur consommation. Sur la page Facebook, création d'un rendez-vous vidéo "Coup de coeur" afin de faire un zoom sur un produit, pour quelle raison il plait à la rédaction de "Mon bio Pays", conseil d'utilisation, de dégustation, suggestion de recettes...</p> <p>Relations presse : Constitution d'une base journalistes collective accessible à l'ensemble des entreprises bio ligériennes. Création d'un service de relations presse à destination des entreprises adhérentes. Actions en amont des grands salons : Salon Pro Bio ouest (en direction des journalistes Pays de la Loire, Bretagne + nationaux pro) ; Natexpo Paris (en direction des journalistes Pays de la Loire + presse distribution + presse grand public nationale) ; Salon Zen et Bio (en direction des journalistes pays de la loire grand public). En relais des trophées "Meilleurs produits bio" : envoi auprès de la presse régionale Pays de la Loire + Presse nationale distribution bio et grand public.</p> <p>Création de l'évènement "Trophée Mon bio Pays de la Loire" Trophée régional qui récompensera les meilleurs produits bio libériens. Groupe de Travail conduit par François Cambell, Magalie Jost.</p>
Bénéficiaires finaux	<p>X PME actives dans le secteur agricole (transformation et/ou commercialisation) <input type="checkbox"/> Autre, précisez :</p>
Pilote(s)	Association EBPL
Partenaires opérationnels	
Partenaires mobilisés	
Durée et calendrier de réalisation	Janvier 2023 au 31 mars 2024
Résultats attendus	<p>Renforcement des référencements des marques bio dans les circuits de distribution de la région des Pays de la Loire.</p> <p>Création d'une communauté de consommateurs convaincus, amateurs des marques bio des entreprises ligériennes.</p>
Indicateurs de réalisation	<p>Guide Mon bio Pays : 300 à 500 exemplaires – 1 édition par an Relations Presse : 4 actions par an - Copil Trophée « Mon Bio Pays » : 4 réunions</p>
<p>Pour les actions de promotion (salons par exemple, actions de communication...), merci de répondre aux questions suivantes :</p> <p>L'action de promotion concerne des produits agricoles : <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non</p> <p>Si oui : ces produits sont-ils couverts par un/des systèmes de qualité ? <input type="checkbox"/> oui Précisez le(s)quel(s) : <input type="checkbox"/> non</p>	
<p>Pour les actions de conseil et de formation ou incluant du conseil et de la formation, merci de répondre aux questions suivantes :</p> <p><input type="checkbox"/> Mon organisme dispose des ressources adéquates en termes de qualification du personnel et de formation régulière. <input type="checkbox"/> L'accès au service de conseil/ formation n'est pas subordonné à l'affiliation à mon organisme</p>	



AXE 2B. DISTRIBUTION, RECHERCHE DE NOUVEAUX DEBOUCHES

Contexte et objectifs	Face à la perte de vitesse des magasins bio (- 40 % de chiffre d'affaires constaté à fin septembre 2022) : Accompagner les entreprises bio des Pays de la Loire à conquérir de nouveaux circuits de distribution, car il en va de leur pérennité.
Description de l'action	<p>Création d'un groupe de travail RHF, piloté par François Cambell</p> <p>Réalisation d'un panorama exhaustif de tous les circuits de distribution sur lesquels les entreprises doivent se diversifier : Les circuits à explorer : Jardineries, épicerie fine, cavistes ayant un rayon épicerie, spa, comités d'entreprises, artisans bouchers, boulangers ayant une offre complémentaire épicerie fine, les forains, les Gaec qui vendent à la ferme, les Amap, les market places...</p> <p>Constitution d'une base de données collective des différents circuits de distribution, en mutualisant les fichiers des entreprises membres du réseau.</p> <p>Action "Ambassadeur" du label "Mon Bio Pays" vers les circuits de distribution afin de développer le référencement des produits, la proposition de produits bio locaux aux consommateurs ligériens, et favoriser ainsi la consommation des produits bio locaux :</p> <p>. Aider les acheteurs dans leur sourcing d'entreprises bio de transformation : Envoi par mail du Guide Mon Bio Pays. Envoi d'une newsletter : portrait de marque, info nouveaux produits.</p> <p>. Renouveler l'opération "Fleur Lozevis" auprès des acheteurs de la région des Pays de la Loire : présentation des marques bio locales, identification des besoins de l'enseigne, proposition d'entreprises pour une pré-sélection, Organisation d'une journée de rencontre avec visite de une ou 2 entreprises, avec déjeuner-dégustation-rencontre avec les autres entreprises présélectionnées. Ciblage : Magasins système U, Métro, Naturalia, Grossistes bio régionaux, Comités d'entreprises.</p> <p>. Participation au groupe de travail Resto-co organisé par l'INTERBIO</p>
Bénéficiaires finaux	X PME actives dans le secteur agricole (transformation et/ou commercialisation) <input type="checkbox"/> Autre, précisez :
Pilote(s)	Association EBPL
Partenaires opérationnels	
Partenaires mobilisés	INTERBIO
Durée et calendrier de réalisation	Janvier 2023 au 31 mars 2024
Résultats attendus	Créer un lien de proximité et de confiance avec les acheteurs des circuits de distribution. Devenir leur interlocuteur pour leur faciliter leur sourcing fournisseurs. Permettre à certaines entreprises d'obtenir de nouveaux référencements.
Indicateurs de réalisation	Groupe de travail RHF : 3 Copil Rencontre Transformateurs/acheteurs : 3 à 4 par an
<p>Pour les actions de promotion (salons par exemple, actions de communication...), merci de répondre aux questions suivantes :</p> <p>L'action de promotion concerne des produits agricoles : <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non Commentaires :</p> <p>Si oui : ces produits sont-ils couverts par un/des systèmes de qualité ? <input type="checkbox"/> oui Précisez le(s)quel(s) :..... <input type="checkbox"/> non</p>	
<p>Pour les actions de conseil et de formation ou incluant du conseil et de la formation, merci de répondre aux questions suivantes :</p> <p><input type="checkbox"/> Mon organisme dispose des ressources adéquates en termes de qualification du personnel et de formation régulière.</p> <p><input type="checkbox"/> X Nous faisons appel à des experts extérieurs</p> <p>X L'accès au service de conseil/ formation n'est pas subordonné à l'affiliation à mon organisme</p>	

Pour les associations

ANNEXE CONTRAT D'ENGAGEMENT REPUBLICAIN

Document annexe à la demande de subvention, à compléter pour les associations et les fondations

La loi n°2021 1109 du 24 août confortant le respect des principes de la République et son décret d'application n°2021 1947 du 31 décembre 2021 ont défini les bases et modalités du contrat d'engagement républicain (cf. annexe 1) des associations et fondations bénéficiant de subventions publiques.

Ces dispositions s'appliquent aux demandes de subventions présentées à compter du 2 janvier 2022.

Dans le cadre du dépôt de votre dossier de demande de subvention, il vous revient de nous retourner ce document dûment complété et signé.

Pour les associations non agréées par l'Etat ou par ses établissements publics et pour les associations ou fondations non reconnues d'utilité publique

Je soussigné(e), (nom et prénom) Jennifer ORHON
représentant(e) légal(e) de l'association/ la fondation
déclare :

- que l'association a pris connaissance des dispositions de l'article 10-1 de la loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations et de son décret d'application n°2021-1947 du 31 décembre 2021
- que l'association souscrit au contrat d'engagement républicain annexé au décret n°2021-1947 du 31 décembre 2021 pris pour l'application de l'article 10-1 de la loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations et reproduit en annexe du présent formulaire de demande de subvention.

Pour les associations agréées par l'Etat ou par ses établissements publics et pour les associations ou fondations reconnues d'utilité publique

Je soussigné(e), (nom et prénom)
représentant(e) légal(e) de l'association / la fondation
déclare :

- que l'association / la fondation a pris connaissance des dispositions de l'article 10-1 de la loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations et de son décret d'application n°2021-1947 du 31 décembre 2021
- que l'association / la fondation a été agréée par l'Etat ou ses établissements publics au titre de..... en date du.....
- ou que l'association / la fondation a été reconnue d'utilité publique par décret en date du.....
- que l'association / la fondation a déjà souscrit ou souscrit au contrat d'engagement républicain annexé au décret n°2021-1947 du 31 décembre 2021 pris pour l'application de l'article 10-1 de la loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations et reproduit en annexe du présent formulaire de demande de subvention.

Fait à PONT SAINT MARTIN., le 28 Octobre 2022..

Pour le bénéficiaire

Qualité

Nom du signataire

Annexe 1

Contrat d'engagement républicain annexé au décret n° 2021-1947 du 31 décembre 2021 pris pour l'application de l'article 10-1 de la loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 et approuvant le contrat d'engagement républicain des associations et fondations bénéficiant de subventions publiques ou d'un agrément de l'Etat

L'importance des associations et des fondations dans la vie de la Nation et leur contribution à l'intérêt général justifient que les autorités administratives décident de leur apporter un soutien financier ou matériel. Il en va de même pour les fédérations sportives et les ligues professionnelles. L'administration, qui doit elle-même rendre des comptes aux citoyens, justifier du bon usage des deniers publics et de la reconnaissance qu'elle peut attribuer, est fondée à s'assurer que les organismes bénéficiaires de subventions publiques ou d'un agrément respectent le pacte républicain. A cette fin la loi n° 2021-1109 du 24 août 2021 confortant le respect des principes de la République a institué le contrat d'engagement républicain.

Conformément aux dispositions des articles 10-1 et 25-1 de la loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations, le présent contrat a pour objet de préciser les engagements que prend toute association ou fondation qui sollicite une subvention publique ou un agrément de l'Etat. Ainsi, l'association ou la fondation « s'engage (...) à respecter les principes de liberté, d'égalité, de fraternité et de dignité de la personne humaine ainsi que les symboles de la République (...) », « à ne pas remettre en cause le caractère laïque de la République » et « à s'abstenir de toute action portant atteinte à l'ordre public ».

Ces engagements sont souscrits dans le respect des libertés constitutionnellement reconnues, notamment la liberté d'association et la liberté d'expression dont découlent la liberté de se réunir, de manifester et de création.

ENGAGEMENT N° 1 : RESPECT DES LOIS DE LA RÉPUBLIQUE

Le respect des lois de la République s'impose aux associations et aux fondations, qui ne doivent entreprendre ni inciter à aucune action manifestement contraire à la loi, violente ou susceptible d'entraîner des troubles graves à l'ordre public. L'association ou la fondation bénéficiaire s'engage à ne pas se prévaloir de convictions politiques, philosophiques ou religieuses pour s'affranchir des règles communes régissant ses relations avec les collectivités publiques.

Elle s'engage notamment à ne pas remettre en cause le caractère laïque de la République.

ENGAGEMENT N° 2 : LIBERTÉ DE CONSCIENCE

L'association ou la fondation s'engage à respecter et protéger la liberté de conscience de ses membres et des tiers, notamment des bénéficiaires de ses services, et s'abstient de tout acte de prosélytisme abusif exercé notamment sous la contrainte, la menace ou la pression.

Cet engagement ne fait pas obstacle à ce que les associations ou fondations dont l'objet est fondé sur des convictions, notamment religieuses, requièrent de leurs membres une adhésion loyale à l'égard des valeurs ou des croyances de l'organisation.

ENGAGEMENT N° 3 : LIBERTÉ DES MEMBRES DE L'ASSOCIATION

L'association s'engage à respecter la liberté de ses membres de s'en retirer dans les conditions prévues à l'article 4 de la loi du 1er juillet 1901 et leur droit de ne pas en être arbitrairement exclu.

ENGAGEMENT N° 4 : ÉGALITÉ ET NON-DISCRIMINATION

L'association ou la fondation s'engage à respecter l'égalité de tous devant la loi.

Elle s'engage, dans son fonctionnement interne comme dans ses rapports avec les tiers, à ne pas opérer de différences de traitement fondées sur le sexe, l'orientation sexuelle, l'identité de genre, l'appartenance réelle ou supposée à une ethnie, une Nation, une prétendue race ou une religion déterminée qui ne reposeraient pas sur une différence de situation objective en rapport avec l'objet statutaire licite qu'elle poursuit, ni cautionner ou encourager de telles discriminations.

Elle prend les mesures, compte tenu des moyens dont elle dispose, permettant de lutter contre toute forme de violence à caractère sexuel ou sexiste.

ENGAGEMENT N° 5 : FRATERNITÉ ET PREVENTION DE LA VIOLENCE

L'association ou la fondation s'engage à agir dans un esprit de fraternité et de civisme.

Dans son activité, dans son fonctionnement interne comme dans ses rapports avec les tiers, l'association s'engage à ne pas provoquer à la haine ou à la violence envers quiconque et à ne pas cautionner de tels agissements. Elle s'engage à rejeter toutes formes de racisme et d'antisémitisme.

ENGAGEMENT N° 6 : RESPECT DE LA DIGNITÉ DE LA PERSONNE HUMAINE

L'association ou la fondation s'engage à n'entreprendre, ne soutenir, ni cautionner aucune action de nature à porter atteinte à la sauvegarde de la dignité de la personne humaine.

Elle s'engage à respecter les lois et règlements en vigueur destinés à protéger la santé et l'intégrité physique et psychique de ses membres et des bénéficiaires de ses services et ses activités, et à ne pas mettre en danger la vie d'autrui par ses agissements ou sa négligence.

Elle s'engage à ne pas créer, maintenir ou exploiter la vulnérabilité psychologique ou physique de ses membres et des personnes qui participent à ses activités à quelque titre que ce soit, notamment des personnes en situation de handicap, que ce soit par des pressions ou des tentatives d'endoctrinement.

Elle s'engage en particulier à n'entreprendre aucune action de nature à compromettre le développement physique, affectif, intellectuel et social des mineurs, ainsi que leur santé et leur sécurité.

ENGAGEMENT N° 7 : RESPECT DES SYMBOLES DE LA RÉPUBLIQUE

L'association s'engage à respecter le drapeau tricolore, l'hymne national, et la devise de la République.