



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'économie,
de la formation et de la recherche DEFR

Office fédéral de l'agriculture OFAG
Secteur Promotion de la qualité et des ventes

Questions et réponses relatives à l'ordonnance sur l'aide à la promotion des ventes de produits agricoles (ordonnance sur la promotion des ventes de produits agricoles, OPVA, RS 916.010)

Office fédéral de l'agriculture
Fritz von Allmen
Mattenhofstrasse 5, 3003 Berne
Tél. +41 58 463 27 63, Fax +41 58 462 26 34
fritz.vonallmen@blw.admin.ch
www.ofag.admin.ch

Domaine	Question	Réponse
Projets donnant droit à l'aide Art. 1 et 12	Pour quels projets des aides financières peuvent-elles être octroyées dans le domaine de la promotion des ventes de produits agricoles? Qui peut présenter une demande d'aide financière?	<p>Projets organisés à l'échelle nationale (marchés cibles en Suisse ou à l'étranger) Le requérant représente un secteur de production ou un domaine regroupant plusieurs produits (produits de montagne et d'alpage, produits bio, produits protégés par une appellation d'origine protégée (AOP) ou par une indication géographique protégée (IGP), produits issus de la production intégrée, services fournis par l'agriculture dans le domaine de l'agritourisme, communication sur les prestations d'intérêt général fournies par l'agriculture suisse).</p> <p>Projets organisés à l'échelle suprarégionale (marchés cibles en Suisse et dans les pays limitrophes) Le requérant représente à l'échelle suprarégionale différentes marques régionales utilisées pour des produits agricoles.</p> <p>Initiatives d'exportation Le requérant représente un secteur de production ou un domaine regroupant plusieurs produits.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Initiatives d'exportation dans le domaine de l'analyse de marché Objectifs: analyses de marchés relatives aux perspectives stratégiques de succès: développement du savoir-faire, chiffres clés, connaissance des consommateurs et de leurs besoins. • Initiatives d'exportation dans le domaine de la prospection de marché Objectif: prospection de nouveaux marchés.
Mesures bénéficiant d'un soutien Art. 1	Quels types de mesures peuvent bénéficier d'un soutien?	<ul style="list-style-type: none"> • Mesures dans le domaine de la communication-marketing ayant pour objectif d'accroître la préférence pour les produits agricoles suisses et par là même, d'influencer de manière positive la vente de ces produits. • Mesures dans le domaine de la communication-marketing, notamment campagnes sur les prestations d'intérêt général fournies par l'agriculture suisse.
Coûts imputables Art. 4	Quels coûts peuvent être imputés?	<p>Principe: sont considérés comme imputables les coûts qui ont effectivement été occasionnés (pas les réserves, amortissements, etc.) et qui sont directement liés à la mise en œuvre des mesures.</p> <p>Remarque: La fixation du montant final, et par conséquent la décision définitive sur l'imputation des coûts, intervient systématiquement après la vérification du décompte. Les requérants répondent du déroulement conforme aux prescriptions de l'ordonnance de leurs projets. Dans les cas limites et en cas de doute, l'OFAG doit être consulté en temps utile par écrit.</p>

		Instrument de marketing	Support publicitaire	Coûts imputables
		Publicité média / publicité de base	Télévision, imprimés, affiches, radio, Internet, publicité extérieure, cinéma	Conception, production, diffusion
		Marketing direct	Publipostage direct	Conception, production, diffusion
		E-communication	Jeux, Apps, information, mesures concernant les médias sociaux, sites Internet	Conception, production, diffusion, optimisation des moteurs de recherche (SEO).
		Événements	Événements, foires, expositions	Coûts de planification et de réalisation (y compris aménagement de stands)
		Relations publiques	Communiqués de presse, voyages de presse, événements presse, manifestations RP, reportages télévisés	Tous les coûts occasionnés par la planification et la réalisation de mesures RP et d'actions de promotion et d'information.
		Parrainage	Parrainage de personnes, d'organisations et de manifestations suivant le concept de l'organisation requérante	Coûts occasionnés par la planification et la réalisation de manifestations de parrainage (suivant le concept).
		Promotion des ventes	Dégustations, matériel de documentation, dépliants, brochures, inserts (annonce), articles publicitaires, formations, concours	Coûts occasionnés par la planification et la réalisation de mesures de promotion des ventes.
		Conception des emballages	Layout / design	Condition: assure l'identification de la provenance suisse au point de vente. Lien clair avec la campagne de communication de la branche.

Coûts non imputables Art. 2 et 4	Quels coûts <i>ne peuvent pas</i> être imputés?	Mesures touchant aux domaines suivants: <ul style="list-style-type: none"> • Formation des prix, distribution ou développement des produits • Communication politique • Relations publiques et publicité relative à l'image en faveur d'organisations ou de sociétés • Communication interne • Tabac, spiritueux et stupéfiants définis à l'art. 1 de la loi du 3 octobre 1951 sur les stupéfiants • Mesures pouvant être financées de manière autonome • Mesures s'adressant principalement à un public cible agricole dans le pays • Plusieurs mesures de même type prises par diverses organisations qui peuvent aussi être réalisées en commun
Frais de personnel et coûts des places de travail Art. 4	Quels coûts peuvent être imputés et comment?	Le salaire brut, qui comprend les charges salariales de l'employeur et les coûts liés à la place de travail, doit être budgétisé et décompté sous la forme d'heures et de taux horaires, avec un plafond fixé à 100 francs l'heure. Les charges salariales peuvent être imputées au prorata du taux d'occupation pour le personnel permanent employé dans le domaine du marketing de l'organisation requérante. Informations supplémentaires : Directive sur les frais de personnel et les coûts de places de travail
Fonds propres Art. 5	A combien se monte la part qui doit être financée par les fonds propres?	50 % pour des projets organisés à l'échelle nationale ou suprarégionale et des initiatives d'exportation 75 % pour des sous-projets régionaux (condition: ils doivent être intégrés à des projets organisés à l'échelle nationale ou suprarégionale). Informations supplémentaires : Promotion des ventes – Règlement national-régional
Suisse.Naturellement Art. 7	Quels supports publicitaires doivent être pourvus du label <i>Suisse.Naturellement</i> ?	Tous les supports publicitaires des projets subventionnés doivent être pourvus des éléments clés de l'identité visuelle commune <i>Suisse.Naturellement</i> .
Recommandations nutritionnelles	Quelles recommandations nutritionnelles sont-elles autorisées?	Les recommandations nutritionnelles et autres déclarations liées à l'alimentation doivent concorder avec la pyramide alimentaire suisse.
Modalités de paiement Art. 8	Comment les aides financières sont-elles versées?	Projets bénéficiant d'une aide financière approuvée inférieure ou égale à 2 millions de francs: 75 % au maximum d'ici la fin février Projets bénéficiant d'une aide financière approuvée supérieure à 2 millions de francs: 50 % au maximum d'ici la fin février 25 % au maximum d'ici la fin juin

		Le versement final intervient l'année suivant la réalisation après vérification du décompte et fixation du montant définitif. Les modifications résultant de décisions du Conseil fédéral ou du Parlement sont réservées. Les modalités de paiements sont fixées chaque année dans les décisions rendues.
Décompte Art. 9	Est-il nécessaire de joindre un rapport de révision?	Un rapport de révision établi par un service de révision indépendant doit être remis avec le décompte. Pour les projets disposant d'un budget annuel supérieur à 2 millions de francs, le mandat de révision doit obligatoirement être confié à des réviseurs ou à un organe de révision <i>externes</i> à l'organisation requérante.
Attribution des fonds Art. 13	Selon quels critères les moyens disponibles sont-ils attribués?	L'attribution des fonds se fonde sur une analyse du portefeuille qui permet de déterminer l'attrait des produits en matière d'investissement et les secteurs produit-marché. 15 % des moyens disponibles sont consacrés aux thèmes suivants: produits de montagne et d'alpage, produits bio, produits protégés par une AOP ou par une IGP, produits issus de la production intégrée, agritourisme et les projets suprarégionaux. 5 % au plus sont employés pour des mesures d'information sur les prestations d'intérêt public fournies par l'agriculture. Les fonds restants sont prévus pour des produits et des groupes de produits ainsi que pour des mesures portant sur plusieurs produits.
Données figurant dans le dossier Art. 14	Quelles données doivent figurer dans la demande d'aide financière?	Projets organisés à l'échelle nationale ou suprarégionale <ul style="list-style-type: none"> • Descriptif du projet • Business plan • Budget • Plan de financement • Concept pour le contrôle marketing Initiatives d'exportation <ol style="list-style-type: none"> a) Analyse du marché <ul style="list-style-type: none"> • premières réflexions stratégiques concernant la prospection de nouveaux marchés • descriptif du projet • budget • plan de financement b) Prospection de marché <ul style="list-style-type: none"> • analyse du portefeuille des pays • descriptif du projet • Business plan sur 5 ans • plan de financement

		<ul style="list-style-type: none"> • calcul du seuil de rentabilité • budget • concept pour le contrôle marketing <p>c) Demandes portant sur des études préliminaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • descriptif du projet • budget • plan de financement 	
Délais de dépôt des demandes d'aide financière	Demandes d'aide financière pour des projets organisés à l'échelle nationale		31 mai
	Demandes d'aide financières pour des projets organisés à l'échelle suprarégionale		31 mai
	<i>Disposition transitoire pour les demandes dont l'année de réalisation est 2015</i>		30 septembre 2014
	Demandes d'aide financières pour des initiatives d'exportation <i>Disposition transitoire pour les demandes dont l'année de réalisation est 2014</i>		30 septembre 31 mars 2014
Délais pour les décisions rendues par l'OFAG	Demande d'aide financière pour des projets organisés à l'échelle nationale		30 novembre
	Demandes d'aide financières pour des projets organisés à l'échelle suprarégionale		30 novembre
	Demandes d'aide financières pour des initiatives d'exportation		30 novembre
	<i>Disposition transitoire pour les demandes dont l'année de réalisation est 2014</i>		31 mai 2014
Délai de remise du rapport de contrôle marketing	Demande d'aide financière pour des projets organisés à l'échelle nationale		31 mars
	Demandes d'aide financières pour des projets organisés à l'échelle suprarégionale		
	Demandes d'aide financières pour des initiatives d'exportation		
Délai de remise du décompte	Demande d'aide financière pour des projets organisés à l'échelle nationale		31 mars
	Demandes d'aide financières pour des projets organisés à l'échelle suprarégionale		
	Demandes d'aide financières pour des initiatives d'exportation		
Délai pour le versement final par l'OFAG	Demande d'aide financière pour des projets organisés à l'échelle nationale		31 octobre
	Demandes d'aide financières pour des projets organisés à l'échelle suprarégionale		
	Demandes d'aide financières pour des initiatives d'exportation		