



Ordonnance sur l'aide à la promotion des ventes de produits agricoles (Ordonnance sur la promotion des ventes de produits agricoles, OPVA)

Modification du 18 octobre 2017

*Le Conseil fédéral suisse
arrête:*

I

L'ordonnance du 9 juin 2006 sur la promotion des ventes de produits agricoles¹ est modifiée comme suit:

Remplacement d'expressions

Ne concerne que le texte allemand.

Art. 1 But

¹ La présente ordonnance a pour but d'augmenter les recettes commerciales de l'agriculture suisse par l'octroi d'aides financières; elle vise notamment:

- a. à accroître la consommation de produits agricoles suisses par rapport aux produits concurrents et aux produits de substitution étrangers;
- b. à faire basculer les préférences des consommateurs vers des produits agricoles suisses générant une création de valeur aussi grande que possible;
- c. à maintenir et à développer les exportations de produits agricoles suisses;
- d. à prospecter de nouveaux marchés à l'étranger et à diversifier les exportations de produits agricoles suisses;
- e. à faire connaître les prestations d'intérêt public fournies par l'agriculture suisse.

¹ RS 916.010

Art. 1a Mesures soutenues

¹ Sont soutenus les projets incluant notamment les mesures suivantes:

- a. la conception, la production et la diffusion de la publicité de base, des mesures de marketing direct et de la communication électronique;
- b. les mesures prises dans le domaine des relations publiques;
- c. la participation à des foires, des expositions, des manifestations et des activités de parrainage;
- d. les activités de promotion des ventes dans les points de vente;
- e. la présentation et le design d'emballages communs, à condition que ces derniers assurent l'identification de la provenance suisse;
- f. les projets d'étude de marché et le contrôle marketing.

² Sont soutenus les projets communs portés par plusieurs personnes physiques ou morales. Ne sont pas soutenus les projets de particuliers.

Art. 2, titre

Ne concerne que le texte italien.

Art. 3, al. 1, let. a, et 2

¹ Par produits agricoles au sens de la présente ordonnance, on entend:

- a. les denrées se prêtant à la consommation et à la transformation et provenant de la production végétale et de la garde d'animaux de rente;

² Les produits doivent satisfaire aux exigences relatives aux indications de provenance suisses visées aux art. 48, 48a et 48b de la loi du 28 août 1992 sur la protection des marques² et dans l'ordonnance du 2 septembre 2015 sur l'utilisation des indications de provenance suisses pour les denrées alimentaires³.

Art. 4 Coûts imputables

¹ Sont réputées imputables les dépenses effectivement occasionnées dans le cadre de l'art. 1a, al. 1, et nécessaires à la réalisation adéquate des mesures de promotion des ventes.

² Les frais de personnel directement liés au projet, y compris les coûts des places de travail, sont imputables. Une limite peut être fixée au montant maximal imputable.

³ Seuls les coûts directement liés à la réalisation du projet et nécessaires à la mise en œuvre des mesures visées à l'art. 1a, al. 1, sont imputables.

² RS 232.11

³ RS 232.112.1

⁴ Les dépenses suivantes ne sont pas imputables:

- a. les réserves, les provisions et les amortissements;
- b. les frais et les jetons de présence des responsables qui ne sont pas directement nécessaires à la mise en œuvre des mesures visées à l'art. 1a, al. 1;
- c. les frais de recrutement de personnel, de formation et de formation continue internes ainsi que les événements à l'intention du personnel;
- d. les cotisations.

Art. 7

Ne concerne que le texte italien.

Art. 8 Montant des aides financières

¹ L'aide financière s'élève au maximum à 50 % des coûts imputables.

² L'OFAG fixe le montant de l'aide financière sur la base de l'attribution des fonds visée aux art. 13 et 13a et de l'appréciation des demandes visée à l'art. 13b.

³ Il peut s'écarter du taux maximal fixé à l'al. 1 pour les mesures de promotion de l'image dans le cadre de grandes manifestations internationales d'importance nationale.

Art. 9 Exigences auxquelles doivent satisfaire les projets donnant droit à une aide

¹ Les mesures doivent remplir les exigences suivantes:

- a. elles doivent remplir l'un des buts visés à l'art. 1, al. 1;
- b. elles doivent être adaptées aux conditions spécifiques du marché et aux objectifs de communication;
- c. elles doivent servir à informer des avantages particuliers des produits agricoles suisses ou de leurs méthodes de fabrication;
- d. les fonds engagés doivent être proportionnés à la valeur ajoutée produite et aux objectifs à atteindre;
- e. les fonds propres nécessaires doivent être disponibles;
- f. les mesures ne doivent pas se fonder sur une publicité comparative se référant à d'autres produits agricoles suisses;
- g. elles doivent reposer sur les objectifs de la Stratégie Qualité du secteur agroalimentaire suisse, conformément à l'art. 2, al. 3, LAgr;
- h. les mesures et les projets partiels régionaux doivent faire partie intégrante d'un concept de communication global du porteur de projet national ou suprarégional et être coordonnés par celui-ci.

² Les requérants doivent disposer pour leur projet d'une stratégie à moyen et à long terme qui doit être actualisée tous les quatre ans au moins.

³ Ils doivent fixer des objectifs qualitatifs et quantitatifs pour chaque année de réalisation de leur projet et de leurs projets partiels et disposer d'un concept adéquat de contrôle marketing.

⁴ Ils doivent fixer des objectifs quant à l'impact du projet sur les groupes cibles et sur les ventes de produits agricoles suisses. Ces objectifs doivent être actualisés tous les quatre ans au moins.

⁵ Les requérants doivent mandater un organe de révision indépendant pour la vérification de leur comptabilité.

Titre précédant l'art. 9a

Section 2 Projets de promotion des ventes

Art. 9a Projets de promotion des ventes organisés à l'échelle nationale

¹ Peuvent être soutenus les projets organisés à l'échelle nationale portant sur:

- a. les produits agricoles;
- b. les thèmes suivants:
 1. les produits de montagne et d'alpage visés à l'art. 14 LAgr,
 2. les produits biologiques visés à l'art. 15 LAgr,
 3. les produits protégés par une appellation d'origine protégée (AOP) ou par une indication géographique protégée (IGP) au sens de l'art. 16 LAgr,
 4. les produits régionaux,
 5. les produits issus de la production intégrée,
 6. le signe de provenance commun des produits agricoles suisses,
 7. les services fournis par l'agriculture dans le domaine de l'agrotourisme.

² Un seul projet national peut être soutenu pour chaque produit agricole ou thème.

Art. 9b Projets organisés à l'échelle nationale visant à faire connaître les prestations d'intérêt public

Les projets organisés à l'échelle nationale visant à faire connaître les prestations d'intérêt public fournies par l'agriculture suisse peuvent être soutenus.

Art. 9c Projets de promotion des ventes organisés à l'échelle suprarégionale

¹ Peuvent être soutenus les projets organisés à l'échelle suprarégionale:

- a. pour la communication-marketing réalisée en commun;
- b. pour la fourniture de prestations en faveur de projets organisés à l'échelle régionale.

² Les projets organisés à l'échelle suprarégionale sont soutenus uniquement si les fonds propres, sans les contributions des cantons, représentent au moins 25 % des coûts imputables.

Art. 9d Projets de communication complémentaires

¹ Des projets de communication complémentaires portant sur les projets visés aux art. 9a et 9b ainsi que sur des projets concernant plusieurs produits ou thèmes peuvent être soutenus lorsqu'ils satisfont aux conditions suivantes:

- a. ils sont portés par des groupements réunissant des producteurs et des transformateurs ou des négociants ainsi que, le cas échéant, des consommateurs;
- b. ils sont organisés à l'échelle nationale;
- c. ils s'adressent à des groupes cibles particuliers, exploitent de nouveaux canaux de distribution, reposent sur de nouvelles formes de coopération et de nouveaux partenariats, explorent de nouveaux thèmes de communication ou se distinguent par une approche de communication novatrice.

² Les projets de communication complémentaires sont soutenus pour une durée maximale de quatre ans.

Art. 9e Mises au concours pour les projets de communication portant sur des thèmes spécifiques

L'OFAG peut dans certains cas mettre au concours la mise en œuvre de mesures de communication portant sur des thèmes spécifiques. Ce faisant, il peut s'écarter des taux maximaux de l'aide financière visés à l'art. 8, al. 1 et 2, et des exigences visées à l'art. 9d.

Section 3 (art. 11)

Abrogée

Titre précédant l'art. 13

Section 5 Mise en œuvre

Art. 13 Priorités et domaines de la promotion

¹ L'OFAG attribue dans les domaines suivants les fonds disponibles sur la base des priorités de la promotion:

- a. les projets organisés à l'échelle nationale portant sur des produits agricoles;
- b. les projets organisés à l'échelle nationale portant sur les domaines thématiques visés à l'art. 9a, al. 1, let. b, ainsi que les projets organisés à l'échelle suprarégionale portant sur les produits régionaux visés à l'art. 9c;
- c. les projets organisés à l'échelle nationale visant à faire connaître les prestations d'intérêt public fournies par l'agriculture suisse;

- d. les initiatives d'exportation visées à la section 4;
- e. les projets de communication complémentaires visés à l'art. 9d.

² Les priorités de la promotion et l'attribution des fonds dans les différents domaines font régulièrement l'objet d'un contrôle et d'une adaptation de la part de l'OFAG.

Art. 13a Attribution des fonds

¹ Les fonds disponibles pour les projets visés à l'art. 9a sont attribués en fonction de leur attrait en matière d'investissement.

² L'OFAG se réfère à des montants minimaux et maximaux pour attribuer les fonds aux différents projets.

Art. 14 Demandes de soutien conformément aux art. 9a à 9d

¹ Le délai pour le dépôt des demandes de soutien conformément aux art. 9a à 9d est le 31 mai de l'année précédente.

² Les demandes doivent comprendre les données et documents suivants:

- a. descriptif du projet;
- b. concept de marketing;
- c. budget;
- d. plan de financement;
- e. concept pour le contrôle marketing des différentes mesures et pour le contrôle de l'atteinte des objectifs d'impact définis.

³ Les demandes de soutien conformément à l'art. 9d doivent comporter une prise de position des responsables qui bénéficient déjà d'une aide financière pour un projet dans le même domaine.

Art. 15, al. 1 et 3, let. g

¹ Le délai pour le dépôt des demandes pour des initiatives d'exportation est le 30 septembre de l'année précédente.

³ Les demandes pour des initiatives de prospection du marché doivent comprendre les données et documents suivants:

- g. un concept pour le contrôle marketing des différentes mesures et pour le contrôle de l'atteinte des objectifs d'impact définis.

Art 15a Appréciation des demandes

Les demandes sont examinées notamment sur la base des critères suivants:

- a. respect des exigences visées à l'art. 9 et, le cas échéant, à l'art. 9d;
- b. conformité à l'un des buts visés à l'art. 1 et à la priorité correspondante de la promotion visée à l'art. 13, al. 1;

- c. efficacité des coûts et rentabilité;
- d. qualité de la conception, mise en œuvre et contrôle d'impact du projet;
- e. résultats obtenus au cours des années précédentes.

Art. 16, al. 1 et 4

¹ L'OFAG décide de l'allocation des aides financières par voie de décision.

⁴ Les prises de position visées à l'art. 14, al. 3, ne sont pas contraignantes pour la décision de l'OFAG.

Art. 17 Contrôle marketing, contrôle d'impact et rapport

¹ Les bénéficiaires d'aides financières doivent effectuer un contrôle marketing des différentes mesures. Ils présentent les résultats à l'OFAG dans le cadre d'un rapport annuel, au plus tard avant le versement final.

² Ils doivent contrôler l'atteinte des objectifs d'impact définis. Tous les quatre ans au moins, ils doivent présenter un rapport à l'OFAG sur l'impact du projet.

Art. 20a Disposition transitoire relative à la modification du 18 octobre 2017

L'ancien droit s'applique aux demandes de soutien pour les projets réalisés en 2018.

II

L'annexe est abrogée.

III

La présente ordonnance entre en vigueur le 1^{er} janvier 2018.

18 octobre 2017

Au nom du Conseil fédéral suisse:

La présidente de la Confédération, Doris Leuthard
Le chancelier de la Confédération, Walter Thurnherr

Cette page est vierge pour permettre d'assurer une concordance dans la pagination des trois éditions du RO.