

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

du 9 juin 2006

Le Conseil fédéral suisse,

vu les art. 12, al. 4, et 177, al. 1, de la loi du 29 avril 1998 sur l'agriculture (LAgr)¹,
arrête:

Section 1 Dispositions générales

Art. 1 Projets donnant droit à une aide

¹ Des aides financières peuvent être allouées pour soutenir la promotion des ventes de produits agricoles suisses pour:

- a. des projets organisés à l'échelle nationale avec des marchés cibles dans le pays ou à l'étranger;
- b. des projets organisés à l'échelle suprarégionale avec des marchés cibles dans le pays et dans la zone frontalière étrangère;
- c. des projets organisés à l'échelle régionale avec des marchés cibles dans le pays et dans la zone frontalière étrangère.

² Une aide financière est accordée pour:

- a. des mesures dans le domaine de la communication-marketing, y compris des mesures d'information sur l'agriculture suisse organisées à l'échelle nationale;
- b. la participation à des manifestations, foires ou expositions nationales et internationales;
- c. des mesures de communication concernant les produits biologiques visés à l'art. 15 LAgr ainsi que les produits protégés par une appellation d'origine contrôlée (AOC) ou par une indication géographique protégée (IGP) au sens de l'art. 16 LAgr;
- d. la recherche marketing et le contrôle des résultats des mesures d'information et de promotion des ventes donnant droit à une aide.

³ Les projets communs de plusieurs personnes physiques ou morales donnent droit à une aide. Il n'est pas accordé de soutien pour les projets de particuliers.

RS 916.010

¹ RS 910.1

Art. 2 Mesures ne donnant pas droit à une aide

Ne donnent pas droit à une aide:

- a. les mesures qui touchent à la formation des prix, à la distribution ou au développement des produits, y compris au développement des emballages;
- b. les mesures prises dans le domaine de la communication politique;
- c. les mesures de communication interne ou les relations publiques en faveur d'organisations ou d'entreprises;
- d. la publicité faite dans le pays pour des entreprises, des sortes et des marques ou d'autres mesures susceptibles de provoquer une distorsion de la concurrence;
- e. les mesures pouvant être financées de manière autonome;
- f. les mesures qui s'adressent principalement à un public cible agricole dans le pays;
- g. plusieurs mesures de même type prises par diverses organisations et pouvant aussi être réalisées en commun;
- h. les mesures en faveur du tabac, des spiritueux et des stupéfiants définis à l'art. 1 de la loi du 3 octobre 1951 sur les stupéfiants².

Art. 3 Produits agricoles

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

- a. les denrées issues de la production végétale et de la garde d'animaux de rente;
- b. les denrées issues de l'horticulture productrice;
- c. les produits de la pêche exercée à titre professionnel et de la pisciculture;
- d. les animaux d'élevage et de rente.

² Les produits doivent en principe avoir été entièrement produits en Suisse au sens de la législation sur les denrées alimentaires.

Art. 4 Coûts imputables

¹ Sont réputées imputables les dépenses effectivement occasionnées dans le cadre de l'art. 1, al. 2, 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. L'Office fédéral de l'agriculture (office) peut fixer des taux maximums ou des plafonds.

³ Seuls les coûts directement liés à la réalisation du projet sont imputables.

Art. 5 Fonds propres

¹ Les projets doivent être financés par des fonds propres, dans une proportion suffisante.

² Ne sont notamment pas considérés comme fonds propres:

- a. les recettes provenant d'activités commerciales générées par les mesures du projet;
- b. le sponsoring sous forme de prestations en nature et de prestations de services;
- c. les prestations de travail rétribuées par des tiers;
- d. les aides financières et les indemnités de la Confédération.

Section 2 Projets organisés à l'échelle nationale**Art. 6** Principe

Un seul projet donne droit à une aide pour chaque produit ou catégorie de produits visés à l'annexe, pour les produits biologiques et pour ceux protégés par une AOC ou par une IGP.

Art. 7 Identité visuelle commune

¹ Les projets organisés à l'échelle nationale, avec des marchés cibles dans le pays et à l'étranger, ne donnent droit à une aide que si le message communiqué fait clairement référence à l'origine suisse des produits.

² Le Département fédéral de l'économie (DFE) définit les exigences que doivent remplir les mesures de communication bénéficiant d'un soutien en ce qui concerne l'identité visuelle commune.

Art. 8 Montant et type des aides financières

¹ L'aide financière peut s'élever au plus à 50 % des coûts imputables.

² L'aide financière peut s'élever au plus à 25 % des coûts imputables pour les sous-projets régionaux réalisés dans le cadre de projets organisés à l'échelle nationale ou pour d'autres sous-projets qui ne sont pas accessibles à tous les fournisseurs du même produit à l'échelle nationale.

³ Les aides financières sont allouées par voie de décision.

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

¹ Les projets doivent remplir les exigences suivantes:

- a. les mesures envisagées doivent avoir un effet positif sur les ventes de produits agricoles ou sur le prix à la production;

- b. les fonds engagés doivent être proportionnés à la valeur ajoutée produite et aux objectifs à atteindre;
- c. les exigences visées à l'art. 7 doivent être remplies;
- d. les fonds propres nécessaires doivent être disponibles;
- e. les mesures ne doivent pas se fonder sur une publicité comparative se référant à d'autres produits agricoles suisses;
- f. le personnel et l'organisation nécessaires à la réalisation du projet doivent être disponibles. Les personnes responsables disposent notamment des compétences requises dans les domaines du marketing, des relations publiques ou de la publicité.

² Les requérants doivent disposer d'une planification stratégique pluriannuelle qui doit être actualisée au moins tous les quatre ans.

³ Ils doivent fixer des objectifs qualitatifs et quantitatifs pour chaque année de réalisation et disposer d'un concept adéquat de contrôle des résultats.

⁴ Ils doivent mandater un service de révision indépendant pour vérifier la comptabilité et les justificatifs.

Art. 10 Exigences particulières auxquelles doivent satisfaire les mesures avec un marché cible dans le pays

¹ La communication-marketing dans le pays ne doit pas servir en premier lieu à concurrencer les produits indigènes.

² Les mesures destinées à promouvoir les ventes de vin dans le pays ne donnent droit à une aide que si elles:

- a. ne contiennent pas de scènes de consommation d'alcool;
- b. ne s'adressent pas aux jeunes;
- c. comprennent une référence à un des messages du programme de prévention de la Confédération «Ça débouche sur quoi?».

³ Les prestations de services ayant un lien avec l'agriculture et fournies dans le domaine de l'agritourisme ne donnent droit à une aide que dans le cadre d'un projet unique coordonné à l'échelle nationale.

Section 3 Projets organisés à l'échelle suprarégionale

Art. 11

¹ Une aide peut être accordée pour des projets organisés à l'échelle suprarégionale dans les domaines de la communication-marketing réalisée en commun, de la coordination et des prestations de services fournies pour des projets organisés à l'échelle régionale.

² L'aide financière peut s'élever au plus à 50 % des coûts imputables.

³ L'aide financière peut s'élever au plus à 25 % des coûts imputables pour les sous-projets régionaux réalisés dans le cadre de projets organisés à l'échelle suprarégionale.

⁴ Les fonds propres, sans les contributions des cantons, doivent représenter au moins 25 % des coûts imputables.

⁵ Les projets doivent remplir les exigences requises à l'art. 9.

Section 4 Projets organisés à l'échelle régionale

Art. 12

¹ Par projets organisés à l'échelle régionale, on entend les activités d'un groupement qui réunit plusieurs produits issus d'une même région.

² L'aide accordée pour les projets organisés à l'échelle régionale s'élève:

- a. durant une phase préparatoire: à 50 % au plus des coûts imputables, mais au maximum à 20 000 francs pour l'analyse du marché et le suivi technique;
- b. durant une phase de démarrage: à 50 % au plus des coûts imputables du projet pendant une durée maximale de quatre ans;
- c. durant une phase de consolidation supplémentaire: à 25 % au plus des coûts imputables du projet pendant une durée maximale de quatre ans.

³ Les projets doivent remplir les exigences requises à l'art. 9.

⁴ Les projets régionaux ne donnent droit à l'aide selon l'al. 2, let. b et c, que si les requérants peuvent démontrer, au moyen d'un business plan, que l'on peut escompter un autofinancement et la poursuite du projet à l'échéance de l'aide financière. Les requérants fixent des règles assurant une augmentation progressive du financement du projet par les fonds propres.

⁵ L'aide financière doit être déterminée de manière à pouvoir être remplacée par l'autofinancement au terme des phases de démarrage et de consolidation.

⁶ Les fonds propres, sans les contributions des cantons, doivent représenter au moins 25 % des coûts imputables.

Section 5 Principes de l'attribution des fonds

Art. 13

¹ Les fonds disponibles dans le cadre des crédits accordés sont attribués aux domaines suivants à raison d'au moins:

- a. 5 % pour des projets organisés aux niveaux régional et suprarégional;
- b. 5 % pour des mesures d'information sur l'agriculture suisse organisées à l'échelle nationale;

- c. 5 % pour des campagnes faitières communes en relation avec l'art. 7 al. 1;
- d. 5 % pour des mesures de communication de base concernant les produits biologiques suisses visés à l'art. 15 LAgr et les produits protégés par une AOC ou une IGP au sens de l'art. 16 LAgr.

² L'office répartit le solde des fonds disponibles entre les produits ou catégories de produits mentionnés dans l'annexe, en fonction de l'intérêt à investir qu'ils présentent et compte tenu des fonds propres disponibles.

³ Afin d'évaluer l'intérêt à investir que présentent les produits ou catégories de produits, l'office effectue, tous les quatre ans au moins, une analyse du portefeuille.

⁴ L'analyse du portefeuille se fonde sur:

- a. l'appréciation de l'attrait que présentent des marchés cibles pour la mise en œuvre de mesures de promotion des ventes;
- b. l'appréciation de la compétitivité des produits ou catégories de produits.

⁵ L'office peut s'écarter des principes de l'attribution des fonds fixés aux al. 1 et 2, notamment pour des campagnes multiproduits, pour des présentations à des manifestations, foires et expositions ainsi que pour des mesures prises dans le domaine de l'agritourisme.

Section 6 Procédure

Art. 14 Demandes pour des projets organisés à l'échelle nationale et suprarégionale

¹ Les demandes portant sur des projets organisés à l'échelle nationale ou suprarégionale doivent être présentées à l'office respectivement avant le 31 mai et le 30 septembre de l'année précédant leur réalisation. Le dossier de demande doit contenir une description du projet, un budget, un plan de financement ainsi qu'un planning de contrôle des résultats.

² L'office édicte des instructions sur la forme et la teneur des demandes.

Art. 15 Demandes pour des projets organisés à l'échelle régionale

¹ Les demandes portant sur des projets organisés à l'échelle régionale doivent être présentées à l'office accompagnées d'une appréciation de l'autorité cantonale compétente. Le dossier de demande doit contenir une description du projet, un business plan, un budget, un plan de financement ainsi qu'un planning de contrôle des résultats.

² En ce qui concerne les projets impliquant une participation substantielle de domaines d'activités non agricoles, l'office décide après avoir entendu les autorités fédérales intéressées.

³ L'office et les cantons règlent dans une convention les obligations en matière d'information et de surveillance pour les projets bénéficiant d'une aide en vertu de la présente ordonnance.

⁴ L'office édicte des instructions sur la forme et la teneur des demandes.

Art. 16 Décision concernant l'aide financière et fixation du montant final

¹ Après examen de la demande, l'office alloue l'aide financière par voie de décision. Les décisions portant sur les projets organisés à l'échelle nationale sont prises chaque année avant le 30 novembre.

² L'office fixe les modalités de paiement au cas par cas.

³ Le montant final est fixé après vérification du décompte définitif présenté par les requérants.

Art. 17 Contrôle des résultats et rapport

¹ Les bénéficiaires d'aides financières sont tenus d'effectuer un contrôle des résultats. Chaque année, ils doivent présenter un rapport à l'office sur les résultats des mesures, au plus tard avant le versement final.

² L'office fixe dans une instruction les exigences minimales en matière de contrôle des résultats et de rapports.

Section 7 Dispositions finales

Art. 18 Exécution

L'office est chargé de l'exécution de la présente ordonnance.

Art. 19 Abrogation du droit en vigueur

L'ordonnance du 7 décembre 1998 sur l'aide à la promotion des ventes de produits agricoles³ est abrogée.

Art. 20 Dispositions transitoires

¹ L'ancien droit s'applique aux demandes concernant des projets organisés à l'échelle nationale et supra-régionale destinés à être réalisés en 2007.

² Le DFE doit édicter jusqu'à fin août 2007 au plus tard les dispositions concernant les exigences visées à l'art. 7, al. 2.

³ RO 1998 3205, 2000 187, 2002 4311, 2003 5415

Art. 21 Entrée en vigueur

La présente ordonnance entre en vigueur le 1^{er} janvier 2007.

9 juin 2006

Au nom du Conseil fédéral suisse:

Le président de la Confédération, Moritz Leuenberger

La chancelière de la Confédération, Annemarie Huber-Hotz

Annexe
(art. 6 et 13)

**Produits et catégories de produits au sens
de la présente ordonnance**

- a. Lait et produits laitiers;
- b. Fromage (dans le pays, à l'étranger);
- c. Viande;
- d. Pommes de terre;
- e. Céréales;
- f. Oléagineux;
- g. Légumes;
- h. Fruits;
- i. Jus de fruits;
- j. Dénrées issues de l'horticulture productrice (fleurs coupées, plantes en pot et ornementales);
- k. Vin;
- l. Œufs;
- m. Animaux d'élevage et de rente;
- n. Poissons;
- o. Miel;
- p. Champignons.

