

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

Modification du 23 octobre 2013

*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'une expression

Dans toute l'ordonnance, «office» est remplacé par «OFAG».

Art. 1, al. 1, let. c, 2 et 2^{bis}

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

- c. des initiatives d'exportation dans le domaine de l'analyse et de la prospection des marchés.

² Des aides financières sont allouées pour la communication portant sur les prestations fournies par l'agriculture suisse dans l'intérêt général.

^{2bis} Sont notamment soutenues:

- a. la conception, la production et les coûts médiatiques de la publicité de base, des mesures de *marketing* direct et de l'e-communication;
- b. les mesures prises dans le domaine des relations publiques;
- c. la participation à des foires, des expositions, des manifestations ou à 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 de prospection du marché et le contrôle *marketing*.

¹ RS 916.010

Art. 2, let. a et c

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;
- c. les relations publiques et la publicité relative à l'image d'organisations ou d'entreprises, ainsi que la communication interne;

Art. 4, al. 1

¹ Sont réputées imputables les dépenses effectivement occasionnées dans le cadre de l'art. 1, al. 2^{bis}, et nécessaires à la réalisation adéquate des mesures de promotion des ventes.

Titre précédant l'art. 6

Abrogé

Art. 6

Abrogé

Art. 7, al. 1

¹ Les projets ne donnent droit à une aide que si les mesures font clairement référence à l'origine suisse des produits.

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 pour les sous-projets régionaux réalisés dans le cadre de projets organisés à l'échelle nationale ou suprarégionale s'élève au plus à 25 % des coûts imputables. Elle s'élève au plus à 50 % des coûts imputables lorsque:

- a. la coordination a lieu à l'échelle nationale ou suprarégionale;
- b. le projet se fonde sur un message national ou suprarégional commun et est réalisé dans le cadre d'un concept national ou suprarégional;
- c. la majorité des régions actives dans le projet y jouent un rôle de premier plan.

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

⁴ Les aides financières sont allouées par voie de décision.

Art. 9, al. 1, let. c et f, ainsi que 2 à 4

¹ Les projets doivent remplir les exigences suivantes:

c. *abrogée*

f. les mesures doivent reposer sur les objectifs de la Stratégie Qualité du secteur agroalimentaire suisse, conformément à l'art. 2, al. 3, LAgr;.

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

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

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

Titre précédant l'art. 9a

Section 2 Projets organisés à l'échelle nationale

Art. 9a Principe

¹ Les projets organisés à l'échelle nationale portant sur les produits et les groupes de produits visés à l'annexe, ainsi que sur les thèmes suivants, peuvent faire l'objet d'un soutien:

a. les produits de montagne et d'alpage visés à l'art. 14 LAgr;

b. les produits biologiques visés à l'art. 15 LAgr;

c. les produits protégés par une appellation d'origine protégée (AOP) ou par une indication géographique protégée (IGP) au sens de l'art. 16 LAgr;

d. les produits issus de la production intégrée;

e. les services fournis par l'agriculture dans le domaine de l'agritourisme.

² Un seul projet national peut faire l'objet d'un soutien pour chaque produit, groupe de produit ou thème visé à l'al. 1.

Art. 10, al. 1

¹ Les mesures dont le marché cible est la Suisse ne doivent pas servir en premier lieu à concurrencer les produits indigènes.

Art. 11, al. 2, 3 et 5

Abrogés

Titre précédant l'art. 12

Section 4 Initiatives d'exportation

Art. 12 Exigences générales

¹ En ce qui concerne les initiatives relatives à une analyse du marché, une aide est accordée pour les mesures visant à l'évaluation des perspectives stratégiques de succès sur les nouveaux marchés, notamment pour l'acquisition de données concernant les attentes des consommateurs, les conditions du marché, la taille des marchés, les structures de distributions et les concurrents.

² En ce qui concerne les initiatives visant la prospection de nouveaux marchés, une aide est accordée pour la mise en œuvre par les filières de stratégies en matière de marques faitières, ainsi que des stratégies d'entreprises individuelles. Les stratégies d'entreprises individuelles ne sont soutenues que si elles sont subordonnées aux objectifs stratégiques et spécifiques au marché de la filière concernée visés à l'art. 12a.

³ Les demandes d'aide financière doivent être déposées par les organisations représentatives et responsables des mesures visées à l'art. 9a pour chaque filière.

⁴ L'aide financière est accordée pour un maximum de cinq ans par projet.

Insérer les art. 12a à 12c avant le titre de la section 5

Art. 12a Exigences spécifiques portant sur les initiatives soutenues visant une prospection de nouveaux marchés

¹ Le requérant doit établir une analyse du portefeuille de pays pour l'évaluation de l'attractivité des marchés d'exportation du point de vue des investissements dans le *marketing*.

² 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 différents produits agricoles.

³ Le requérant établit une stratégie spécifique pour chaque marché cible avec des objectifs correspondants.

Art. 12b Etudes préliminaires

L'OFAG peut octroyer une aide financière unique s'élevant au plus à 50 % des coûts imputables et au maximum à 20 000 francs par projet pour les études préliminaires.

Art. 12c Suppression des entraves techniques au commerce

L'OFAG peut accorder une aide financière unique s'élevant au plus à 50 % des coûts imputables pour des mesures visant à supprimer les entraves techniques au commerce qu'il faut prendre pour atteindre les objectifs stratégiques et spécifiques au marché de la filière selon l'art. 12a.

Art. 13 Attribution des fonds

¹ Les fonds disponibles pour les projets visés à l'art. 1, al. 1, let. a et b, sont utilisés à raison de:

- a. 15 % pour des mesures visées à l'art. 9a, let. a à e, ainsi que pour des projets suprarégionaux visés à l'art. 1, al. 1, let. b;
- b. 5 % pour des mesures d'information sur les prestations d'intérêt public fournies par l'agriculture suisse.

² Si les demandes concernant les mesures citées à l'al. 1 dépassent les fonds disponibles, l'OFAG accorde la priorité aux mesures qui génèrent une plus-value élevée pour l'agriculture sur le marché.

³ Les fonds disponibles pour les produits et groupes de produits visés à l'annexe sont répartis par l'OFAG entre ces produits et groupes de produits sur la base de leur intérêt en matière d'investissement.

⁴ Si les différentes filières mettent en œuvre des mesures communes suprasectorielles, celles-ci sont financées par les fonds mis à disposition pour les produits ou groupes de produits visés à l'annexe.

⁵ L'OFAG peut attribuer les fonds non utilisés en dérogation aux al. 1 et 3.

*Insérer avant le titre de la section 6**Art. 13a* Analyse du portefeuille

¹ Afin d'évaluer l'intérêt à investir que présentent les produits ou catégories de produits, l'OFAG effectue, tous les quatre ans au moins, une analyse du portefeuille.

² 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 différents produits agricoles.

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

Les demandes portant sur des projets organisés à l'échelle nationale ou suprarégionale doivent être présentées avant le 31 mai de l'année précédant leur réalisation. Le dossier doit comprendre les données suivantes:

- a. un descriptif du projet;
- b. un *business plan*;
- c. un budget;
- d. un plan de financement;
- e. un concept pour le contrôle *marketing*.

Art. 15 Demandes pour des initiatives d'exportation

¹ Les demandes portant sur des initiatives d'exportation doivent être présentées avant le 30 septembre de l'année précédant leur réalisation.

² Les demandes portant sur des initiatives d'analyse du marché doivent comprendre les données et documents suivants:

- a. les premières considérations stratégiques concernant la prospection de nouveaux marchés;
- b. une description du projet;
- c. un budget;
- d. un plan de financement.

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

- a. une analyse du portefeuille des pays;
- b. un descriptif du projet;
- c. un *business plan* avec un horizon de planification de cinq ans;
- d. un calcul du seuil de rentabilité;
- e. un budget;
- f. un plan de financement;
- g. un concept pour le contrôle *marketing*.

⁴ Les demandes portant sur des études préliminaires doivent comprendre une description du projet, un budget et un plan de financement.

Art. 17 Contrôle *marketing* et rapport

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

Art. 20 Dispositions transitoires

¹ L'ancien droit s'applique aux demandes concernant des projets organisés à l'échelon national ou suprarégional dont l'année de réalisation est 2014.

² Les demandes concernant les initiatives d'exportation qui requièrent une aide financière à partir de l'année 2014 doivent être déposées auprès de l'OFAG au plus tard le 31 mars 2014.

³ Les demandes concernant des projets organisés à l'échelon suprarégional qui sont réalisés en 2015 doivent être déposées auprès de l'OFAG au plus tard le 30 septembre 2014.

II

La présente ordonnance entre en vigueur le 1^{er} janvier 2014.

23 octobre 2013

Au nom du Conseil fédéral suisse:

Le président de la Confédération, Ueli Maurer

La chancelière de la Confédération, Corina Casanova

