

Date de dépôt : 27 août 2019

Rapport

de la commission de l'environnement et de l'agriculture chargée d'étudier la proposition de motion de M^{mes} et MM. Christina Meissner, Delphine Bachmann, Jean Luc Forni, Claude Bocquet, Anne Marie von Arx Vernon, Jean Marc Guinchard, Patricia Bidaux, François Lance, Guy Mettan, Souheil Sayegh, Bertrand Buchs, Delphine Klopfenstein Broggin, David Martin, Jean Rossiaud, Yvan Rochat, Katia Leonelli, Pierre Eckert, François Lefort, Alessandra Oriolo, Adrienne Sordet, Paloma Tschudi, Marjorie de Chastonay, Marc Falquet, Frédérique Perler, Philippe Poget, Patrick Dimier, Yves de Matteis, Nicole Valiquer Grecuccio, Thomas Wenger, Diego Esteban, Salima Moyard, Jean Batou pour une consommation locale facilitée des produits du terroir

Rapport de majorité de M^{me} Delphine Bachmann (page 1)

Rapport de minorité de M^{me} Danièle Magnin (page 11)

RAPPORT DE LA MAJORITÉ

Rapport de M^{me} Delphine Bachmann

Mesdames et
Messieurs les députés,

La commission de l'environnement et de l'agriculture s'est réunie à deux reprises pour discuter de la motion 2519 sous la présidence de M^{me} Marion Sobanek le 2 et le 23 mai 2019.

Les procès-verbaux ont été tenus par M^{me} Maëlle Guitton, que la commission remercie pour son travail de qualité.

Ont participé à ces séances :

- M^{me} Karine Salibian Kolly, Secrétaire générale adjointe, DT
- M. Daniel Chambaz, Directeur général de l'environnement, DT

A été auditionnée :

- M^{me} Christina Meissner, auteure

Le 2 mai 2019

Présentation du texte par son auteure :

M^{me} Meissner commence par poser les constats suivants :

- consommer des produits locaux relève du bon sens, autant pour l'environnement que pour notre agriculture de proximité, mais en ce qui concerne l'accès à ces produits, elle explique qu'il y a une multitude d'acteurs qui existent ainsi que des initiatives, commerciales ou associatives, qui favorisent les produits locaux et la consommation locale, mais elles sont isolées avec des moyens qui sont très limités. (Par exemple producteur agricole qui n'a pas les moyens de mettre en place un moyen de distribution efficace par manque de temps ou de savoir-faire, de magasins de proximité, de fermes ou de marchés)
- la grande distribution a des atouts et a des moyens qui sont extrêmement forts en matière de visibilité, de publicité et de proximité. Par rapport à cela, les petits acteurs devraient déployer des moyens énormes qu'ils n'ont pas et qu'ils ne pourraient pas avoir sans un soutien, raison pour laquelle elle a déposé ce texte.
- Elle n'a pas voulu développer comment il s'agit de soutenir ces acteurs, mais donne comme piste une plateforme commune qui permette de mettre en réseau les agriculteurs, les entreprises et le consommateur, ainsi qu'un coaching qui soit donné pour que ces acteurs aient la connaissance nécessaire pour distribuer le mieux possible leurs produits.
- Il faudrait aussi clairement renforcer les outils dédiés à la visibilité et les réseaux, les associations et les entrepreneurs qui existent et qui font preuve de bonne volonté, mais qui ont besoin d'aide pour se mettre en relation d'affaires.

L'auteure donne comme exemple la ville de Lausanne qui développe une plateforme de mise en réseau des gens qui veulent réparer plutôt que de jeter.

Elle termine en rappelant que la Loi pour la promotion de l'agriculture demande par ailleurs justement d'assurer et de soutenir la promotion et

l'écoulement des produits agricoles genevois ainsi que de favoriser le lien entre la ville et la campagne.

Une députée (S) indique que sur le fond elle partage cette motion puisqu'elle est en signataire. Elle demande à M^{me} Meissner comment elle voit concrètement le coaching des producteurs et par qui.

M^{me} Meissner répond que l'idée serait de mettre en place une plateforme de mise en réseau avec d'un côté les produits du terroir qui sont proposés par les agriculteurs locaux et de l'autre les consommateurs qui reçoivent les produits à la maison. Elle précise qu'il y a déjà des réseaux de distribution qui existent, par exemple MagicTomato, Espace-Terroir et d'autres encore, mais qu'ils sont peu connus. Il faut que l'Etat soit proactif pour faciliter l'accès de la plateforme aux producteurs. Par rapport à MagicTomato, elle explique qu'ils vont chercher des produits chez les agriculteurs et qu'ils font ensuite la distribution chez le consommateur, mais qu'on pourrait toutefois imaginer que ce soit une entreprise de distribution qui le fasse. Elle souligne le fait qu'elle ne dit pas qu'il faille soutenir l'un ou l'autre des acteurs, mais qu'il faut une action globale pour augmenter la visibilité de ces acteurs et leurs moyens d'agir.

Une députée (MCG) remarque que la commission a déjà abordé ce sujet et auditionné des maraîchers qui ont dit qu'il était difficile de payer une personne pour vendre les marchandises, car cela leur coûtait trop cher et que c'était pour cela qu'ils passaient par la grande distribution.

Elle pose plusieurs questions sur le surcoût induit par une livraison.

M^{me} Meissner explique que le coût est dû au fait que la grande distribution arrive à avoir des moyens énormes simplement parce qu'elle a aussi un débit important. Si on augmente la visibilité et l'accessibilité de ces produits alors quelque part on facilitera aussi la vie des agriculteurs et des consommateurs. Le consommateur se déplace peu pour aller chercher un produit spécifique.

Une députée (MCG) demande ce qu'il en est des marchés.

M^{me} Meissner donne comme exemple l'essai de marché local à Vernier Village, mais que cela n'a pas fonctionné parce qu'il y avait une méconnaissance et qu'il est difficile pour les communes d'organiser seules. En ce qui concerne les grands marchés, il y en a qui marchent très bien, mais ils sont quand même rares. Le problème c'est que le producteur doit se déplacer et tenir son stand au lieu de pouvoir s'occuper de son domaine.

Une députée (Ve) remarque qu'il existe déjà un acteur qui est soutenu par l'Etat ; l'Office de promotion des produits agricoles de Genève (Opage). Elle demande si la motion vise à soutenir d'autres acteurs existants ou si elle

pourrait viser aussi l'Opage, car une offre existe, mais ce qui est difficile c'est qu'il y a beaucoup d'acteurs en jeu. Elle demande si, au lieu de soutenir tous ces acteurs globalement, il ne faudrait pas plutôt qu'il y ait une unité parce qu'il y a tellement d'offres différentes qu'on ne sait plus tellement comment chercher. C'est un peu cet « outil magique unique » qu'il faudrait trouver.

M^{me} Meissner répond qu'il existe en effet l'outil de promotion agricole genevois qui s'appelle l'Opage ainsi que le label GRITA. Elle explique que l'objectif de la motion n'est pas de réinventer ce qui existe déjà, mais de l'améliorer en trouvant des solutions afin que les outils existants soient encore plus performants et qu'ils mettent véritablement en lien, dans cette plateforme commune, ceux qui produisent et ceux qui veulent consommer en leur permettant d'obtenir le produit directement chez eux.

Un député (PDC) commence par préciser qu'il a dirigé pendant plus de 30 ans l'UMG, qu'il est toujours vice-président de l'Opage et qu'il connaît donc bien le sujet.

Il donne les informations suivantes à la commission :

- Un important travail a été fait au niveau de la grande distribution puisqu'en Suisse on a un schéma qui repose sur cette grande distribution, même pour le bio les parts de marché de la grande distribution représentent 85% de ce qui se vend en Suisse. La grande distribution ne jouait pas le jeu de la production locale, mais elle le joue de plus en plus avec les grands opérateurs, mais il y a donc encore un problème avec les petits opérateurs.
- Moins de 20% des adhérents dans les marchés qui sont des producteurs. Les autres sont des personnes qui font de la vente, mais qui vendent tout et n'importe quoi, il y a un problème de relève. Les personnes qui veulent créer des marchés ont de la peine à trouver des gens parce que c'est des heures de présence pour des chiffres d'affaires qui ne sont pas énormes. Il y a donc un vrai problème de fond.
- Concernant l'Opage, il explique que son rôle ce n'est pas de vendre, mais de communiquer sur ceux qui jouent le jeu. Par contre, pour les petits producteurs et la multiplicité de produits comme le miel par exemple, il explique qu'ils ont mis en place une plateforme dans le cadre du projet de développement régional. Il explique que la clé de voute c'est de mettre le petit producteur en relation avec l'utilisateur. Il précise cependant qu'ils ne sont pas allés au bout de M. et M^{me} Tout-le-Monde parce que c'était trop compliqué. Il termine en déclarant que cette plateforme est en cours d'élaboration à Genève.

- Pour lui, Espace-Terroir a toujours eu comme business plan uniquement le terroir, ce qui complique leurs affaires, parce que les clients veulent des oranges et des bananes. Il remarque que le business plan de MagicTomato est mieux orienté sur cette question
- Il termine en déclarant que plus on est petit et plus c'est difficile et qu'il y a un problème genevois, car il faut regrouper et faire des plateformes. Ce n'est pas possible de se suivre avec des camionnettes dans le canton pour aller livrer les uns derrière les autres des valeurs insignifiantes et faire payer le consommateur.

La présidente remarque qu'à Genève il y a déjà beaucoup qui se fait et que la dimension du canton fait que le consommateur peut trouver des produits locaux. Elle demande à M^{me} Meissner si elle a pensé à des coopératives de distribution, comme c'est ce qui se fait en Allemagne. Selon elle, le consommateur devrait se déplacer, car la livraison demande beaucoup d'énergie.

M^{me} Meissner remarque que c'est en effet un problème général que de ne pas se rendre compte qu'à chaque fois qu'on clique sur internet on consomme l'équivalent en énergie d'un café. Pour les gens qui n'ont pas le temps de se déplacer ou qui n'ont pas les moyens physiques de le faire, il faut faciliter les choses par un moyen de distribution qui soit regroupé.

Une députée (PDC) rappelle que la Loi sur la promotion de l'agriculture prévoit à son article 1, alinéa 2, lettre d que « [la présente loi] vise, en particulier, à (...) assurer et soutenir la promotion et l'écoulement des produits agricoles genevois ». Elle explique que la proposition de motion s'inscrit donc dans ce que la loi prévoit. Elle remarque ensuite qu'il y a quand même un changement de paradigme parce que les jeunes manifestent et cherchent un autre défi et à vivre autrement. Le fait de pouvoir acheter de manière différente et de se faire livrer quelque chose qui vient du local fait donc sens.

Par rapport à la circulation dans Genève, elle explique que cela prend du temps et de l'argent et que ce coût n'est pas forcément renchéri sur le consommateur puisque dans l'agriculture si on dépasse un certain coût le produit n'est plus vendu, même en direct.

Au niveau du GRTA, elle explique qu'un énorme travail est fait et qu'il y a une plateforme qui existe et qui concerne la restauration collective. Elle précise qu'il y a quand même plus de 500 produits labélisés et que pour les petits producteurs il y a donc une possibilité de développement qui représente au final un gain pour l'ensemble du canton.

Une députée (PLR) remarque que tout le monde est d'accord sur le but et le constat de cette motion, mais que c'est ce qu'il y a entre-deux qui doit être défini. Il y a un constat qu'il s'agit de faciliter l'accès aux produits locaux des producteurs du canton à une population qui souhaiterait pouvoir en profiter, mais qui ne connaît pas forcément le moyen de le faire autrement que par la grande distribution. Et puis, il y a aussi le constat que pour les petits producteurs c'est difficile d'organiser cette proximité et cette vente directe ou semi-directe.

Elle demande donc à M^{me} Meissner les éléments suivants :

- Qu'est-ce qui sera mis en place concrètement ?
- Qu'est-ce que le « soutien aux acteurs tant associatifs que privés qui distribuent de manière prépondérante et directe les produits agricoles locaux ».
- Est-ce que le soutien de l'Etat sera financier pour le développement d'une infrastructure de livraison ?
- Elle remarque que M^{me} Meissner a beaucoup parlé de communication, mais qu'entre le prix compétitif et la promotion il n'y a pas de relation. Ce n'est pas la communication qui va permettre d'offrir des prix compétitifs et c'est l'investissement dans un outil de distribution qui permettra de mettre en lien les clients. Elle demande donc une réponse concrète sur ce qu'elle entend par le mot « soutien ».
- Jusqu'où va le périmètre des consommateurs genevois cité dans la motion ?
- Comment sera matérialisée la plateforme ? Est-ce que c'est comme celle qui existe pour les restaurants ? Est-ce qu'un stock est envisagé ? Pour elle, entre la plateforme GRTA pour les restaurants avec de grandes quantités et la plateforme dont on parle ici il y a une différence puisqu'ici on parle d'un mini shop où d'un espace terroir.

M^{me} Meissner répond par les éléments suivants :

- Pour elle l'idée ce n'est pas donner de l'argent pour que le producteur puisse se déplacer. Elle explique que le fait pour les producteurs de devoir se déplacer est difficile, car reporter le surcoût sur le produit n'est pas possible. L'aide à la distribution empêchera ce produit de devenir trop cher.
- La notion de soutien peut prendre différentes formes et peut se faire simplement par la mise en relation et non par des moyens financiers. Elle explique que l'Etat a les moyens, à travers les organismes qui sont les

siens, de faire cette mise en relation alors que le petit producteur n'y arrive pas.

- Il ne s'agit pas non plus de recréer un autre organisme que l'Opage ou le label GRTA ni de réinventer la Loi sur la promotion de l'agriculture, mais se demander comment faire encore mieux pour faciliter les choses.
- Pour elle, Genève est un bon échelon de test, car il y a beaucoup de population sur un périmètre relativement restreint.
- Enfin, sur le périmètre, puisqu'il y a des produits qui sont de l'autre côté de la frontière, mais qui font partie des produits GRTA, elle propose de commencer par ce qui est facile puis d'augmenter le périmètre, autant pour aller chercher le produit que pour l'amener. L'avantage des plateformes, surtout si elles sont informatiques, c'est qu'elles sont évolutives.

Une députée (PLR) demande s'il s'agirait d'une plateforme du type Espace-Terroir et si oui en quoi elle serait différente.

M^{me} Meissner répond que oui, et qu'Esapce-Terroir ne distribue qu'une seule fois par semaine.

Un député (PDC) précise qu'ils distribuent tous les jours.

La commission aborde ensuite la question financière. Une députée (PLR) remarque qu'il s'agit donc forcément d'un soutien financier. Un député (PLR) demande si l'auteure a chiffré les moyens financiers, car ils seront nécessaires.

M^{me} Meissner répond que ce n'est pas forcément un soutien financier et que ce n'est pas à elle de chiffrer cela parce que ça dépend de ce qui est déjà existant. Elle rappelle que le label GRTA et l'Opage ont des moyens. L'Opage peut décider de mettre un grand coup sur cette plateforme afin d'aider à la mettre en place. Elle rappelle que lorsqu'on met en place quelque chose il faut faire un effort pendant environ 3 ans pour que ce soit rentable.

Une députée (MCG) demande s'il ne serait pas mieux d'avoir une application comme TooGoodToGo.

M^{me} Meissner répond que l'Etat doit faire un effort pour mettre en réseau les différents acteurs, étape indispensable pour promouvoir le local, car en face, il y a la grande distribution qui a des moyens importants pour nous faire acheter leurs produits.

23 mai 2019

La présidente considère qu'on fait déjà beaucoup pour les produits du terroir et elle propose de voter la motion suite à la seule audition de son auteure.

Une députée (MCG) remarque que l'année dernière la commission a amplement travaillé sur cette question et qu'il serait un peu exagéré de continuer les travaux sur cet objet.

Une députée (PDC) répond que l'année passée la commission a beaucoup traité de la question du lait. Elle considère qu'il serait donc intéressant de déterminer ce qu'il se fait sur le reste et d'avoir un rapport du Conseil d'Etat un peu plus exhaustif.

Une députée (MCG) explique qu'avant de parler du lait, la commission a quand même parlé de la production locale de toute autre sorte de choses et que les producteurs ont clairement dit que cela représentait un coût excessif pour eux que de devoir encaisser directement sur place différents clients et que des associations de livraison existaient déjà. Elle considère que la commission a eu toutes ses réponses sur ce sujet et pas seulement sur le lait.

La présidente met aux voix la M 2519 :

Oui :	8 (1 EAG, 3 S, 2 Ve, 2 PDC)
Non :	7 (4 PLR, 1 UDC, 2 MCG)
Abstentions :	-

La M 2519 est acceptée.

Mesdames et Messieurs les députés,

Dans un contexte globalisé où les producteurs genevois peinent parfois à exister, l'Etat se doit d'apporter son soutien, notamment pour la visibilité et le marketing. Rivaliser avec la grande distribution n'est pas évident, ce d'autant plus que cette dernière a désormais progressé en termes de produits du terroir proposés.

Des initiatives isolées existent, mais à l'heure actuelle, rien ne rassemble tous les producteurs du canton autour d'une même plateforme. L'idée est de se replonger dans les structures existantes pour tenter d'innover et de faire mieux.

En effet, si nous ne sommes pas capables de proposer des solutions de consommation locale aux citoyens, ils iront chercher leurs produits plus loin,

à qui voudra bien leur livrer. La population est cependant de plus en plus sensible sur la production et l'origine des produits, il y a donc une opportunité de l'encourager dans cette voie. Si l'attitude idéale serait d'aller chercher ses produits directement au producteur, les modes de vie actuels ne sont pas toujours compatibles et une partie de la population est preneuse de livraisons à domicile. Il faut cependant qu'un choix suffisamment large soit mis à disposition pour que tout puisse être inclus et éviter ainsi au consommateur de devoir se redéplacer pour certains produits spécifiques. La mise en réseau et une plateforme de distribution large devraient permettre d'aller dans ce sens, surtout que notre canton, avec l'OPAGE notamment, possède des ressources d'expérience qui peuvent contribuer à la prospérité des produits genevois, et à terme, à la survie de notre agriculture locale.

Proposition de motion (2519-A)

pour une consommation locale facilitée des produits du terroir

Le GRAND CONSEIL de la République et canton de Genève
considérant :

- la volonté du peuple suisse d’opter pour la sécurité alimentaire en septembre 2017 ;
- le soutien massif à la souveraineté alimentaire exprimé par les citoyens genevois lors des dernières votations en septembre 2018 ;
- les changements climatiques qui doivent nous orienter vers une consommation de produits locaux ;
- le soutien nécessaire à l’agriculture de proximité, à ceux qui en font la promotion et à ceux qui assurent sa distribution,

invite le Conseil d’Etat

à soutenir les acteurs tant associatifs que privés qui distribuent de manière prépondérante et directe les produits agricoles locaux (frais ou transformés) aux consommateurs genevois.

Date de dépôt : 13 août 2019

RAPPORT DE LA MINORITÉ

Rapport de M^{me} Danièle Magnin

Mesdames et
Messieurs les députés,

Il ressort des travaux de la commission que les invites de la motion sont peu précises sur ce qui est demandé au Conseil d'Etat. Il est notamment ressorti une totale absence d'évaluation de ses conséquences au plan financier.

La minorité est d'avis que les précédents objets qui ont occupé la commission ces dernières années sur le même sujet, soit la vente des fruits et légumes, miel, produits laitiers, etc., ont apporté à notre conseil des informations selon lesquelles la commercialisation des produits locaux par les petits producteurs a un coût très élevé.

Malgré les dénégations sur les implications financières de la motion, la minorité ne s'est pas convaincue de l'absence d'impact de la motion.

Enfin, différentes associations ou sociétés coopératives travaillent déjà dans ce domaine et le rôle de l'Etat serait vraisemblablement une redondance.

C'est pourquoi la minorité vous invite à rejeter cette motion.