

*Projet présenté par le Conseil d'Etat*

*Date de dépôt : 27 juin 2008*

## **Projet de loi**

**accordant une indemnité pluriannuelle d'un montant total annuel de 2 430 150F pour l'année 2009, de 2 655 150F pour l'année 2010 et de 2 580 150F pour les années 2011 et 2012 à l'OPAGE**

Le GRAND CONSEIL de la République et canton de Genève décrète ce qui suit :

### **Art. 1 Contrat de prestations**

<sup>1</sup> Le contrat de prestations conclu entre l'Etat et l'Office de promotion des produits agricoles de Genève (OPAGE) est ratifié.

<sup>2</sup> Il est annexé à la présente loi.

### **Art. 2 Aide financière**

L'Etat verse à l'OPAGE un montant de 10 245 600 F, dont 2 400 000 F proviennent de la redistribution de taxes affectées, sous la forme d'une indemnité pluriannuelle au sens de l'article 2 de la loi sur les indemnités et les aides financières, du 15 décembre 2005.

### **Art. 3 Budget de fonctionnement**

Cette indemnité est inscrite au budget de fonctionnement pour les quatre exercices :

2009 : 2'40'000 F sous la rubrique 06061000.365 0 0320  
90'000 F sous la rubrique 06061000.365 0 0407  
150 F sous la rubrique 06061000.365 0 0103  
2010 : 2'540'000 F sous la rubrique 06061000.365 0 0320  
115'000 F sous la rubrique 06061000.365 0 0407  
150 F sous la rubrique 06061000.365 0 0103  
2011 : 2'440'000 F sous la rubrique 06061000.365 0 0320

140'000 F sous la rubrique 06061000.365 0 0407

150 F sous la rubrique 06061000.365 0 0103

2012 : 2'440'000 F sous la rubrique 06061000.365 0 0320

140'000 F sous la rubrique 06061000.365 0 0407

150 F sous la rubrique 06061000.365 0 0103

#### **Art. 4 Durée**

Le versement de cette indemnité prend fin à l'échéance de l'exercice comptable 2012.

#### **Art. 5 But**

Le présent projet de loi s'inscrit dans le cadre de la prestation publique de promotion de l'agriculture genevoise. Il a pour but de promouvoir une agriculture productrice, rémunératrice, concurrentielle, respectueuse de l'environnement et répondant aux normes sociales et aux besoins du marché et de la population.

#### **Art. 6 Prestations**

L'énumération, la description et les conditions de modifications éventuelles des prestations figurent dans le contrat de droit public.

#### **Art. 7 Contrôle interne**

L'OPAGE doit respecter les principes relatifs au contrôle interne prévus par la loi sur la surveillance de la gestion administrative et financière et l'évaluation des politiques publiques, du 19 janvier 1995.

#### **Art. 8 Relation avec le vote du budget**

L'indemnité n'est accordée qu'à la condition et dans la mesure de l'autorisation de dépense octroyée par le Grand Conseil au Conseil d'Etat dans le cadre du vote du budget annuel.

#### **Art. 9 Contrôle périodique**

Un contrôle périodique de l'accomplissement des tâches par le bénéficiaire de l'aide financière est effectué, conformément à l'article 22 de la loi sur les indemnités et les aides financières, du 15 décembre 2005, par le département du territoire.

**Art. 10 Lois applicables**

La présente loi est soumise aux dispositions de la loi sur les indemnités et les aides financières, du 15 décembre 2005, aux dispositions de la loi sur la gestion administrative et financière de l'Etat de Genève, du 7 octobre 1993, ainsi qu'aux dispositions de la loi sur la surveillance de la gestion administrative et financière et l'évaluation des politiques publiques, du 19 janvier 1995.

Certifié conforme

Le chancelier d'Etat : Robert Hensler

## ***EXPOSÉ DES MOTIFS***

Mesdames et  
Messieurs les députés,

Le présent projet de loi s'inscrit dans la continuité de la loi sur la promotion de l'agriculture adoptée le 21 octobre 2004 afin de promouvoir, dans le canton de Genève, une agriculture productrice, rémunératrice, concurrentielle, respectueuse de l'environnement et répondant aux normes sociales et aux besoins du marché et de la population.

L'importance accordée à la promotion est axée sur le fait qu'au travers de la communication et de la publicité il est possible de susciter la préférence des consommateurs pour les produits agricoles de proximité. Au-delà de la sensibilisation des consommateurs quant aux produits de proximité qui favorise le rapprochement de la population avec le monde paysan, la promotion a pour objectif d'influer positivement sur les ventes des produits agricoles. La préférence accordée à un produit agricole local contribue à améliorer ses ventes et le revenu des agriculteurs qui le produisent. Par ailleurs, il est accordé une grande importance à la promotion des connaissances et de l'éducation de la population en matière d'agriculture genevoise et de consommation des produits agricoles.

L'agriculture genevoise tend à valoriser directement ses produits sur des marchés de moins en moins protégés, notamment en développant des activités annexes. Par ailleurs, la production de produits du terroir s'est bien organisée au cours de ces dernières années : diversification des productions et certification se sont développées et laissent entrevoir des perspectives intéressantes. Les initiatives basées sur le modèle de l'agriculture contractuelle se multiplient. Enfin, l'agriculture biologique peut espérer un essor prometteur sur notre canton si elle parvient à résoudre le problème des moyens de production (intrants) et celui de l'écoulement et de la valorisation sur les marchés.

En cas de libéralisation accrue des marchés, il est fort probable que les producteurs tendent, d'une part, à améliorer leur productivité (introduction de nouvelles variétés, mécanisation accrue, réduction de la main d'œuvre extra-familiale, etc.) et, d'autre part, à renforcer leur secteur de vente directe. Toutefois, des études démontrent qu'en cas d'adoption d'un accord de libre-échange avec l'Union européenne (ALEA), nombreux seront les producteurs, en particulier dans le secteur des fruits et légumes et des grandes cultures, à cesser leur activité.

Dans le contexte du projet d'agglomération transfrontalier, l'agriculture genevoise affiche aussi clairement son objectif d'être présente sur les marchés locaux, par le développement des échanges de la Suisse vers la France et les micro-exportations. Les différences de coûts de production sont trop importantes pour envisager des chances d'exportation sur des marchés éloignés de l'agglomération franco-genevoise, en raison notamment du fait que les consommateurs européens sont plus sensibles au prix que les consommateurs suisses. Cependant, les marchés de niche sont à exploiter avec des produits à valeur ajoutée (variétés gustatives, spécialités, etc.).

## 1. Historique

Le Conseil d'Etat, dans son discours de Saint-Pierre 2001, avait précisé les axes de sa politique en matière d'agriculture, entendant notamment accorder une attention particulière à ce que chacun puisse avoir accès aux produits agricoles cultivés dans notre canton.

En complément des mesures de la Confédération, le Grand Conseil genevois a adopté, le 27 juin 2002, une loi ouvrant un crédit d'investissement et un crédit de fonctionnement au titre de mesures d'urgence en faveur de l'agriculture, afin de préserver celle-ci d'une plus grande dégradation de sa situation économique. Parmi les mesures figurant dans cette loi, il était prévu une aide à la promotion des produits agricoles genevois, particulièrement les productions maraîchères, fruitières et les céréales panifiables, notamment en vue de la mise en œuvre et d'un contrôle d'un label de qualité dit du terroir. Un intérêt particulier était ainsi accordé à la promotion des productions agricoles, dans le but d'établir, par la proximité, un lien de confiance entre producteurs et consommateurs.

Parallèlement, le cahier des charges de ce label de qualité a été élaboré. Il concerne les produits frais ou transformés qui sont produits sur le territoire genevois, et qui pratiquent l'agriculture intégrée ou biologique. L'originalité de ce label est son volet social : il stipule que les producteurs sont rémunérés à un prix négocié équitable, permettant ainsi aux producteurs d'assurer aux ouvriers agricoles de bonnes conditions cadres. Le label genevois « Genève Région – Terre Avenir » est présent sur tous les canaux de vente, même dans les grandes surfaces. A ce titre, il fait figure de projet pionnier en Suisse.

Par ailleurs, un projet de loi sur la promotion de l'agriculture genevoise a été discuté au sein du groupe de travail « Souveraineté alimentaire », qui réunissait les syndicats ouvriers Syndicat industrie et bâtiment (SIB) et Syndicat interprofessionnel des travailleuses et travailleurs (SIT), la Fédération romande des consommateurs (FRC), AgriGenève, l'Union des

paysannes genevoises, Uniterre, l'OPAGE, les Jardins de Cocagne et le Département de l'intérieur, de l'agriculture et de l'environnement, dénommé aujourd'hui département du territoire.

Le projet de loi a été voté par le Grand Conseil en octobre 2004. La loi sur la promotion de l'agriculture et son règlement d'application sont entrés en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2005.

La loi sur la promotion de l'agriculture s'inscrit dans les principes du développement durable. Elle a pour but de promouvoir, dans le canton de Genève, une agriculture productrice, rémunératrice, concurrentielle, respectueuse de l'environnement et répondant aux normes sociales et aux besoins du marché et de la population.

## **2. Structures actuelles de la promotion agricole**

Considérant que deux institutions s'occupent de promotion agricole avec des champs d'action complémentaires (Service de l'agriculture et Office de promotion des produits agricoles de Genève, ci-après : OPAGE), la commission d'attribution du fonds de promotion a notamment pour rôle de récolter les propositions d'actions et de projets, et de les approuver en procédant le cas échéant à des arbitrages. Les décisions prises par la commission sont décisives pour les acteurs public et privé de la promotion.

Instituée par la loi sur la promotion de l'agriculture (art. 32), cette commission se compose de neuf membres représentant les diverses filières agricoles, la vente directe ainsi que la défense des consommateurs. Le secrétariat est assuré par le service de l'agriculture.

Du fait de la mise en place du contrat de prestations avec l'OPAGE, la commission d'attribution du fonds de promotion redéfinira ses missions ainsi que sa composition. Elle aura notamment pour mission de servir d'organe de conseil pour le label genevois « Genève Région – Terre Avenir », elle sera un lieu privilégié de réflexion pour les relations ville-campagne. Par ailleurs, la commission préavisera les futures évolutions du contrat de prestations et l'OPAGE aura à lui rendre compte des ses activités. Enfin, la commission se prononcera sur les activités de promotion de l'agriculture conduites par le département.

## **3. Financement actuel et futur de la promotion agricole**

La commission d'attribution du fonds de promotion est chargée de définir l'affectation du fonds de promotion. Ce fonds a été créé afin de financer les mesures prévues au chapitre III de la loi sur la promotion de l'agriculture.

*Le fonds de promotion agricole est alimenté notamment par :*

- a) les contributions annuelles des exploitants;*
- b) les contributions de l'Etat inscrites au budget.*

*Le fonds de promotion agricole peut également être alimenté par les compensations financières visées à l'article 22 de la loi sur la promotion de l'agriculture.*

En application de la loi sur les indemnités et les aides financières du 15 décembre 2005 (LIAF), le projet de loi accordant une indemnité à l'office de promotion des produits agricoles de Genève (OPAGE) pour les années 2009 à 2012 est financé de la manière suivante :

L'Etat de Genève, par l'intermédiaire du département, s'engage à verser à l'OPAGE une indemnité, sous réserve de l'accord du Grand Conseil dans le cadre de l'approbation annuelle du budget. Cette indemnité recouvre tous les éléments de charge en lien avec l'exécution des prestations prévues par le présent contrat.

Pour la première période de 4 ans (2009 - 2012), les montants engagés, provenant des subventions ordinaires de l'Etat de Genève et de la redistribution de taxes affectées, soit des contributions des exploitants viticoles et des encaveurs au fonds viti-vinicole, d'une part, et des contributions des exploitants agricoles au fonds de promotion, d'autre part, sont les suivants :

Année	Subvention ordinaire	Taxe affectée
2009 :	Fr. 1'740'000.--	Fr. 600'000.--
2010 :	Fr. 1'940'000.--	Fr. 600'000.--
2011 :	Fr. 1'840'000.--	Fr. 600'000.--
2012 :	Fr. 1'840'000.--	Fr. 600'000.--

Considérant les contributions des exploitants, il se justifie que l'OPAGE conserve 50 % de son résultat annuel. Le cofinancement de certains projets par des fonds fédéraux sera ainsi facilité. Le solde revient à l'Etat de Genève.

Les prestations non facturées accordées par l'Etat de Genève à l'OPAGE, telles que tenue de la comptabilité, mise à disposition de locaux et rendement du capital de dotation de 5000 F consenti lors de la création de l'OPAGE, font l'objet d'écritures internes et d'un engagement complémentaire aux montants ci-dessus, sous forme de subvention non-monétaire, s'établissant ainsi :

Année	Subvention non-monétaire
2009 :	Fr. 90'150.--
2010 :	Fr. 115'150.--
2011 :	Fr. 140'150.--
2012 :	Fr. 140'150.--

L'augmentation de la subvention non-monétaire dès 2010 correspond au loyer de l'OPAGE du fait de son installation dans la future Maison du terroir à Lully.

#### 4. Prestations attendues

L'OPAGE s'engage à fournir les prestations suivantes, détaillées dans l'annexe 2 du contrat de prestations :

- promotion de la diversité de l'agriculture genevoise, de la qualité de ses produits ainsi que de ses avantages;
- promotion des marques, des labels et des signes de qualité des produits de l'agriculture genevoise;
- promotion des produits agricoles de proximité afin d'en favoriser les ventes et d'améliorer le revenu du secteur agricole;
- promotion d'une image favorable des produits agricoles genevois;
- promotion des connaissances et de l'éducation de la population en matière d'agriculture genevoise et de consommation des produits agricoles;
- promotion du rapprochement entre la ville et la campagne;
- promotion des synergies entre la promotion de l'agriculture et celle relevant d'autres secteurs économiques.

L'OPAGE peut redistribuer une partie de l'indemnité. Dans ce contexte, l'OPAGE peut confier à des organismes tiers l'exécution de prestations pour autant que la tâche soit accomplie de manière économique et efficace conformément au but fixé et qu'elle s'inscrive dans le cadre des statuts de l'OPAGE.

Afin de mesurer si les prestations définies ci-dessus sont conformes aux attentes du département, des objectifs et des indicateurs de performance ont été préalablement définis et figurent dans le tableau de bord annexé au présent contrat (cf. annexe 3). Ces derniers seront complétés et adaptés en fonction des besoins.



## 5. Réalisations

Le programme promotionnel 2005 avait reflété une certaine continuité en raison non seulement de la poursuite des actions entreprises sous le régime des mesures d'urgence (2002-2004), mais également de celles, antérieures, de l'OPAGE.

L'année 2006 peut être considérée comme ayant permis à la promotion agricole de déployer pleinement ses potentialités. D'une part, les différentes filières de l'OPAGE ont disposé de nouveaux moyens financiers et humains pour élaborer et mettre en œuvre leur programme d'action ciblé sur leur domaine particulier. Des synergies entre les filières ont d'ailleurs été identifiées et exploitées. D'autre part, la marque de garantie « Genève Région – Terre Avenir » a également fait l'objet d'une attention particulière, car elle agit comme un fort levier de développement agricole.

En 2007, la stratégie visant à faire connaître et reconnaître les produits agricoles genevois a été poursuivie. Les actions de l'OPAGE sont maintenant bien implantées dans le paysage genevois et de surcroît elles se multiplient assurant ainsi une grande visibilité aux produits de notre agriculture. Ceci notamment grâce à des partenariats renforcés avec d'autres acteurs de la vie économique genevoise. En 2007, l'OPAGE a été mandaté par le Conseil d'Etat pour organiser la présence de Genève, hôte d'honneur au 104<sup>e</sup> Marché-Concours de Saïgnelégier.

En 2008, l'OPAGE est notamment présent sur la plaine de Plainpalais lors des manifestations autour de l'Euro 2008, où des dizaines de milliers de visiteurs, venant de Genève et d'ailleurs sont attendus. Les activités promotionnelles de l'OPAGE sont multiples et variées et s'inscrivent dans le long terme.

## 6. L'OPAGE

C'est en 1995 que l'OPAGE est né sous l'impulsion de M. Jean-Philippe Maitre, chef du Département de l'économie publique. Cet organisme est chargé principalement de «rappeler aux Genevois, au premier chef, puis aux Suisses alémaniques et aux étrangers que l'agriculture genevoise est compétitive, et que sa production est de grande fraîcheur et de première qualité».

Il réunissait sous un même sigle l'Etat, AgriGenève ainsi que les principales branches de production agricole. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2005, l'OPAGE est organisé en filières, au nombre de six : les vigneronnes, les maraîchers, les arboriculteurs, les horticulteurs (tous membres fondateurs) ainsi que les producteurs de grandes cultures et les éleveurs.

Au bénéfice de ces explications, nous vous remercions, Mesdames et Messieurs les députés, de réserver un bon accueil au présent projet de loi.

*Annexes :*

- 1) Préavis technique financier*
- 2) Planification des charges financières (amortissement et intérêts) en fonction des décaissements prévus*
- 3) Planification des charges et revenus de fonctionnement découlant de la dépense nouvelle*
- 4) Contrat de prestations et huit annexes*

## ANNEXE 1



RÉPUBLIQUE ET  
CANTON DE GENÈVE

## PROJET DE PRAEVIS TECHNIQUE FINANCIER

Ce préavis technique ne préjuge en rien des décisions qui seront prises en matière de politique budgétaire.

### 1. Attestation de contrôle par le département présentant le projet de loi

- Projet de loi présenté par le département du territoire.
- Objet : Projet de loi accordant une indemnité pluriannuelle de 10 245 600 F à l'OPAGE.
- Rubrique(s) concernée(s) : 06061000 365 0 0103, 06061000 365 0 0320 et 06061000 365 0 0407.
- Planification des charges et revenus de fonctionnement induits par le projet :
- Les tableaux financiers annexés au projet de loi intègrent la totalité des impacts financiers découlant du projet.

(en millions de francs)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Résultat récurrent
Charges en personnel [30]	-	-	-	-	-	-	-	-
Dépenses générales [31]	-	-	-	-	-	-	-	-
Charges financières [32+33]	-	-	-	-	-	-	-	-
Charges particulières [30 à 36]	-	-	-	-	-	-	-	-
Octroi de subvention ou prestations [36]	2.28	2.43	2.66	2.58	2.58	-	-	-
<b>Total des charges de fonctionnement</b>	<b>2.28</b>	<b>2.43</b>	<b>2.66</b>	<b>2.58</b>	<b>2.58</b>	-	-	-
Revenus liés à l'activité [40+41+43+45+46]	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres revenus [42]	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total des revenus de fonctionnement</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Résultat net de fonctionnement</b>	<b>2.28</b>	<b>2.43</b>	<b>2.66</b>	<b>2.58</b>	<b>2.58</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

- Inscription budgétaire et financement:

- Ce crédit de fonctionnement sera inscrit au budget de fonctionnement des années 2009, 2010, 2011 et 2012.

Le département atteste que le présent projet de loi est conforme à la loi sur la gestion administrative et financière de l'Etat (LGAF), à la loi sur les indemnités et les aides financières (LIAF), au manuel de comptabilité publique édité par la conférence des directeurs cantonaux des finances (NMC) et aux procédures internes adoptées par le Conseil d'Etat.

Genève, le : 03.06.2008

Signature du responsable financier : Vincent Mottet

N.B. : Le présent préavis technique est basé sur le PL, son exposé des motifs, les tableaux financiers et ses annexes datés du 03.06.2008

### 2. Approbation / Avis du département des finances

Genève, le : 03.06.2008

Visa du département des finances : Marc Gloria

Loi sur la gestion administrative et financière de l'Etat de Genève (D 1 06) - Dépense nouvelle d'investissement

## PLANIFICATION DES CHARGES FINANCIÈRES (AMORTISSEMENTS ET INTÉRÊTS) EN FONCTION DES DÉCAISSEMENTS PRÉVUS


Projet de loi accordant une indemnité pluriannuelle de 10'245'600 F à l'OPAGE

Projet présenté par le Département du territoire

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	TOTAL
Investissement brut	0	0	0	0	0	0	0	0
- Recette d'investissement	0	0	0	0	0	0	0	0
Investissement net	0	0	0	0	0	0	0	0
Aucun	0	0	0	0	0	0	0	0
Recettes	0	0	0	0	0	0	0	0
Aucun	0	0	0	0	0	0	0	0
Recettes	0	0	0	0	0	0	0	0
Aucun	0	0	0	0	0	0	0	0
Recettes	0	0	0	0	0	0	0	0
Aucun	0	0	0	0	0	0	0	0
Recettes	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL des charges financières</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Intérêts	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortissements	0	0	0	0	0	0	0	0
3,000%								
<b>charges financières récurrentes</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Signature du responsable financier :

Date : 16 03 juin 2008



Département du territoire  
Services financiers du département

Loi sur la gestion administrative et financière de l'Etat de Genève (D 1 05) - Dépense nouvelle

**PLANIFICATION DES CHARGES ET REVENUS DE FONCTIONNEMENT DÉCOULANT DE LA DÉPENSE NOUVELLE**

**Projet de loi accordant une indemnité pluriannuelle de 10'245'600 F à l'OPAGE**

**Projet présenté par le Département du territoire**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Résultat récurrent
<b>TOTAL des charges de fonctionnement induites</b>	<b>2'280'150</b>	<b>2'430'150</b>	<b>2'655'150</b>	<b>2'580'150</b>	<b>2'580'150</b>	<b>2'580'150</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Charges en personnel [30] (augmentation des charges de personnel, formation, etc.)	0	0	0	0	0	0	0	0
Dépenses générales [31]	0	0	0	0	0	0	0	0
Charges en matériel et véhicule (mobilité, fourniture, matériel classique et/ou spécifique, véhicules, entretien, etc.)	0	0	0	0	0	0	0	0
Charges de bâtiment (fluides (eau, électricité, combustibles), condescendance, entretien, location, assurances, etc.)	0	0	0	0	0	0	0	0
Charges financières [32+33] Intérêts (report tableau)	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortissements (report tableau)	0	0	0	0	0	0	0	0
Charges particulières [30 à 36] Perte comptable [35] Provision [38] (prélèver la nature)	0	0	0	0	0	0	0	0
Octroi de subvention ou de prestations [36] (subvention accordée à des tiers, prestation en nature)	2'280'150	2'430'150	2'655'150	2'580'150	2'580'150	2'580'150	0	0
<b>TOTAL des revenus de fonctionnement induits</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Revenus liés à l'activité [40-41+45+46] (augmentation de revenus (impôts, emplacements, taxes), subventions reçues, dons ou legs)	0	0	0	0	0	0	0	0
Autres revenus [42] (revenus de placements, de prêts ou de participations, gain comptable, loyers)	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>RÉSULTAT NET DE FONCTIONNEMENT (charges - revenus)</b>	<b>2'280'150</b>	<b>2'430'150</b>	<b>2'655'150</b>	<b>2'580'150</b>	<b>2'580'150</b>	<b>2'580'150</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Remarques :</b>								
L'année 2008 est mentionnée à titre comparatif.								

Signature du responsable financier :

Date : 12.05.2008

  
 Département du territoire  
 Services financiers du département



## Contrat de prestations 2009 - 2012

entre

- **La République et canton de Genève (l'Etat de Genève)**  
représentée par Monsieur Robert Cramer  
Conseiller d'Etat en charge du département du territoire

d'une part

et

- **L'Office de promotion des produits agricoles de Genève**  
**ci-après désigné OPAGE (le bénéficiaire)**  
représenté par

François Erard, Président  
Denis Beausoleil, Directeur

d'autre part

## TITRE I - Préambule

### *Introduction*

1. Conformément à la loi sur les indemnités et les aides financières du 15 décembre 2005 (LIAF), le Conseil d'Etat de Genève, par voie du Département du Territoire (ci-après le département), entend mettre en place des processus de collaboration dynamiques, dont les contrats de prestations sont les garants. Le présent contrat de prestations est établi conformément aux articles 11 et 21 de la LIAF.

### *But du contrat*

2. Le contrat de prestations a pour but de :
  - déterminer les buts et les objectifs visés par l'indemnité;
  - préciser le montant et l'affectation de l'indemnité consentie par l'Etat ainsi que le nombre et l'échéance des versements;
  - définir les prestations offertes par l'OPAGE ainsi que les conditions de modification éventuelles de celles-ci;
  - fixer les obligations contractuelles et les indicateurs de performance relatifs aux prestations.

### *Principe de proportionnalité*

3. Les parties tiennent compte du principe de proportionnalité dans l'élaboration du contrat en appréciant notamment :
  - le niveau de financement de l'Etat par rapport aux différentes sources de financement de l'OPAGE;
  - l'importance de l'indemnité octroyée par l'Etat;
  - les relations avec les autres instances publiques.

### *Principe de bonne foi*

4. Les parties s'engagent à appliquer et à respecter le présent contrat et les accords qui en découlent avec rigueur et selon le principe de la bonne foi.

## TITRE II - Dispositions générales

### Article 1

#### *Bases légales et conventionnelles*

Les bases légales et conventionnelles relatives au présent contrat de prestations sont notamment :

- la loi sur les indemnités et les aides financières du 15 décembre 2005 (LIAF) et son règlement d'application du 31 mai 2006 (RLIAF)
- la loi sur la gestion administrative et financière de l'Etat de Genève (LGAF) du 7 octobre 1993
- la loi sur la surveillance de la gestion administrative et financière et l'évaluation des politiques publiques du 19 janvier 1995
- la loi sur la promotion de l'agriculture (M 2 05) et son règlement d'application (M 2 05.01)
- la loi sur la viticulture (M 2 50) et son règlement d'application (M 2 50.01)
- le règlement sur les vins genevois (M 2 50.04)
- la loi d'application de la législation fédérale sur l'agriculture (M 2.30)
- la loi fédérale du 29 avril 1998 sur l'agriculture (LAgr)

### Article 2

#### *Cadre du contrat*

Le présent contrat s'inscrit dans le cadre de la prestation publique de promotion de l'agriculture genevoise. Il a pour but de promouvoir une agriculture productrice, rémunératrice, concurrentielle, respectueuse de l'environnement et répondant aux normes sociales et aux besoins du marché et de la population.



### Article 3

#### *Bénéficiaire*

Forme juridique :

L'OPAGE est une fondation de droit civil régie par les articles 80 et suivants du code civil suisse. Il possède la personnalité morale.

Son siège est dans le Canton de Genève. Sa durée est indéterminée. Il est inscrit au registre du commerce.

L'OPAGE ne poursuit aucun but lucratif, il exclut tout profit particulier.

But statutaire (cf. statuts à l'annexe 1) :

L'OPAGE a pour but de promouvoir les produits agricoles genevois, c'est-à-dire valoriser la production genevoise sur le marché local et de développer les marchés suisses et internationaux.

A cet effet, l'OPAGE peut notamment :

- organiser toutes manifestations utiles, ou y participer,
- organiser des campagnes d'information, ou y participer,
- collaborer avec tous organismes tendant aux mêmes buts.

## Titre III - Engagement des parties

### Article 4

#### *Prestations attendues du bénéficiaire*

1. L'OPAGE s'engage à fournir les prestations suivantes, détaillées selon instruments à l'annexe 2:

- Promotion de la diversité de l'agriculture genevoise, de la qualité de ses produits ainsi que de ses avantages,
- Promotion des marques, des labels et des signes de qualité des produits de l'agriculture genevoise,
- Promotion des produits agricoles de proximité afin d'en favoriser les ventes et d'améliorer le revenu du secteur agricole,
- Promotion d'une image favorable des produits agricoles genevois,
- Promotion des produits de l'agriculture genevoise dans le cadre de foires et manifestations grand public,
- Promotion des connaissances et de l'éducation de la

- 5 -

population en matière d'agriculture genevoise et de consommation des produits agricoles,

- Promotion du rapprochement entre la ville et la campagne,
- Promotion des synergies entre la promotion de l'agriculture et celle relevant d'autres secteurs économiques.

*Prestations de tiers*

2. L'OPAGE peut redistribuer une partie de l'indemnité. Dans ce contexte, l'OPAGE peut confier à des organismes tiers l'exécution de prestations pour autant que la tâche soit accomplie de manière économique et efficace conformément au but fixé et qu'elle s'inscrive dans le cadre des statuts de l'OPAGE.
3. Sont considérés comme produits agricoles, ceux provenant de la production végétale et animale, ainsi que les denrées issues des différentes étapes de leur transformation élaborées dans le périmètre défini par la marque de garantie Genève Région - Terre Avenir.
4. Afin de mesurer si les prestations définies ci-dessus sont conformes aux attentes du département, des objectifs et des indicateurs de performance ont été préalablement définis et figurent dans le tableau de bord annexé au présent contrat (cf. annexe 3).

### Article 5

*Engagements financiers de l'Etat et de la promotion*

1. L'Etat de Genève, par l'intermédiaire du département, s'engage à verser à l'OPAGE une indemnité, sous réserve de l'accord du Grand Conseil dans le cadre de l'approbation annuelle du budget. Cette indemnité recouvre tous les éléments de charge en lien avec l'exécution des prestations prévues par le présent contrat.
2. Pour la première période de 4 ans (2009 - 2012), les montants engagés, provenant des subventions ordinaires de l'Etat de Genève et de la redistribution de taxes affectées dont les montants fluctuent en fonction des surfaces et des récoltes, soit des contributions des exploitants viticoles et des encaveurs au fonds viti-vinicole d'une part et des contributions des exploitants agricoles au fonds de promotion d'autre part, sont les suivants :

Année	Subvention ordinaire	Taxe affectée
2009 :	Fr. 1'740'000.--	Fr. 600'000.--
2010 :	Fr. 1'940'000.--	Fr. 600'000.--
2011 :	Fr. 1'840'000.--	Fr. 600'000.--
2012	Fr. 1'840'000.--	Fr. 600'000.--

- 6 -

3. Les prestations non facturées accordées par l'Etat de Genève à l'OPAGE, telles que tenue de la comptabilité, mise à disposition de locaux, et rendement du capital de dotation de F 5'000.-- consenti lors de la création de l'OPAGE, font l'objet d'écritures internes et d'un engagement complémentaire aux montants cités à l'alinéa 2, sous forme de subvention non-monnaire, s'établissant ainsi :

Année	Subvention non-monnaire
2009 :	Fr. 90'150.--
2010 :	Fr. 115'150.--
2011 :	Fr. 140'150.--
2012 :	Fr. 140'150.--

4. Le versement des montants des l'alinéas 2 et 3 ci-dessus n'intervient que lorsque la loi de financement est exécutoire.
5. Les prestations inattendues et non budgétées exigées par un engagement extraordinaire (exemple: Genève hôte d'honneur) ne sont pas englobées dans l'enveloppe figurant à l'al. 2.
6. Un contrôle périodique de l'accomplissement des tâches par le bénéficiaire de l'aide financière est effectué, conformément à l'article 22 alinéa 2 LIAF, par le département. Les modalités y relatives sont fixées d'entente entre les parties.

## Article 6

### *Rythme de versement de l'aide financière*

1. L'indemnité est versée chaque année selon les échéances et les conditions suivantes:
- L'indemnité est versée annuellement en 3 tranches.
  - Le premier versement annuel sera effectué en début d'année civile sur la base d'un dossier de demande accompagné d'un budget.
  - Des acomptes anticipés peuvent être versés sur demande s'ils sont indispensables à la réalisation du programme de promotion.
  - Au terme de la période du présent contrat, l'indemnité est ajustée après vérification des rapports annuels et du décompte final.
2. En cas de refus du budget annuel par le Grand Conseil, les échéances de paiement sont respectées en conformité avec la loi autorisant le Conseil d'Etat à pourvoir aux charges du budget de fonctionnement ainsi qu'aux dépenses du budget d'investissement

- 7 -

jusqu'à promulgation du budget administratif de l'Etat de Genève (loi dite des "douzièmes provisoires")

#### Article 7

##### *Conditions de travail*

1. L'OPAGE est tenu d'observer la législation en vigueur en matière de conditions de travail.
2. Il tient à disposition du département son organigramme, le cahier des charges du personnel ainsi qu'une description de ses conditions salariales et de travail, conformément à l'article 12 de la LIAF.

#### Article 8

##### *Développement durable*

L'OPAGE s'engage à ce que les objectifs qu'il poursuit et les actions qu'il entreprend s'inscrivent dans une perspective de développement durable.

#### Article 9

##### *Système de contrôle interne*

L'OPAGE s'engage à mettre en place ou à maintenir un système de contrôle interne adapté à ses missions et à sa structure dans le respect des articles 1 et 2 de la loi sur la surveillance de la gestion administrative et financière et l'évaluation des politiques publiques, du 19 janvier 1995.

#### Article 10

##### *Reddition des comptes et rapports*

1. L'OPAGE, en fin d'exercice comptable mais au plus tard 4 mois après la date de clôture du dernier exercice, fournit au département :
  - ses états financiers révisés conformément aux SWISS GAAP RPC; les états financiers comprennent notamment un bilan, un compte d'exploitation, un tableau de financement, un tableau de variation des fonds propres ainsi que des annexes explicatives;
  - un rapport d'exécution du contrat reprenant les objectifs et les indicateurs de performance figurant dans le tableau de bord (cf. annexe 3);

- 8 -

- son rapport d'activité incluant les éléments relatifs aux prestations dont l'exécution a été confiée à des tiers.
2. L'OPAGE rend également compte de ses activités à la Commission d'attribution du fonds de promotion instituée par la loi sur la promotion de l'agriculture M 2 05.

### Article 11

#### *Traitement des bénéfices et des pertes*

1. Au terme de chaque exercice comptable, pour autant que les prestations financées aient été fournies conformément au contrat, le résultat annuel établi conformément à l'article 10 est réparti entre l'Etat de Genève et l'OPAGE selon la clé figurant à l'alinéa 4 du présent article.
2. Une créance reflétant la part restituable à l'Etat de Genève est constituée dans les fonds étrangers de l'OPAGE. Elle s'intitule «Subventions non dépensées restituables à l'échéance du contrat». La part conservée par l'OPAGE est comptabilisée dans un compte de réserve spécifique intitulé «Part de subvention non dépensée» figurant dans ses fonds propres. Cette réserve est utilisée pour absorber d'éventuelles pertes annuelles constatées lors des exercices suivants, durant la durée du contrat de 4 ans.
3. Pendant la durée du contrat, les éventuelles pertes annuelles sont également réparties selon la clé figurant à l'alinéa 4 du présent article et sont déduites de la créance jusqu'à concurrence du solde disponible et du compte de réserve spécifique.
4. L'OPAGE conserve 50 % de son résultat annuel. Le solde revient à l'Etat de Genève.
5. A l'échéance du contrat, l'OPAGE conserve définitivement l'éventuel solde du compte de réserve spécifique, tandis que l'éventuel solde de la créance est restitué à l'Etat de Genève.
6. A l'échéance du contrat, l'OPAGE assume ses éventuelles pertes reportées.

## Article 12

### *Bénéficiaire direct*

1. L'OPAGE s'engage à être le bénéficiaire direct de l'indemnité. Il peut cependant procéder à une redistribution dans le cadre de ses missions sous forme d'allocation à des organismes tiers lorsque la tâche sera accomplie de manière économique et efficace conformément au but fixé, ou lorsque ces organismes conduisent des projets s'inscrivant dans le cadre des objectifs figurant à l'art. 4 et dans les statuts de l'OPAGE.
2. L'OPAGE met en place un règlement interne définissant les critères d'allocation pour le financement de projets de promotion de tiers (cf. règlement de l'OPAGE à l'annexe 4).
3. L'OPAGE a la responsabilité du suivi et du contrôle des projets réalisés par des tiers. Il lui incombe de déterminer les charges et les conditions permettant de garantir que l'indemnité sera utilisée conformément au but visé et que la tâche sera accomplie de manière économique et efficace.
4. L'OPAGE veillera notamment à coordonner les projets et les actions de promotion :
  - en réalisant des économies d'échelle lors d'achats d'espaces publicitaires,
  - en mettant notamment sur pied une communication intégrée pour l'ensemble de la promotion agricole genevoise.

## Article 13

### *Communication*

1. Les publications, campagnes d'information ou de communication lancées par l'OPAGE auprès du public ou des médias en relation avec les prestations définies à l'article 4, peuvent faire mention de la République et canton de Genève en tant que subventionneur. L'annexe 6 précise les conditions d'utilisation des armoiries de l'Etat de Genève.
2. Le département aura été informé au préalable des actions envisagées.

## **Titre IV - Suivi et évaluation du contrat**

### **Article 14**

#### *Objectifs, indicateurs, tableau de bord*

1. Les prestations définies à l'article 4 du présent contrat sont évaluées par le biais d'objectifs et d'indicateurs de performance.
2. Ces indicateurs de performance mesurent le nombre de prestations rendues, leur qualité (satisfaction des destinataires), leur efficacité (impact sur le public-cible) ou leur efficience (amélioration de la productivité).
3. Dans le respect du principe de proportionnalité, les indicateurs définis sont utiles, facilement mesurables et établis en lien avec la pratique de terrain de l'OPAGE.
4. Le tableau de bord, établissant la synthèse des objectifs et indicateurs, figure en annexe 3 du présent contrat. Il est adapté et réactualisé régulièrement.

### **Article 15**

#### *Modifications*

1. Toute modification au présent contrat doit être négociée entre les parties, est réservé le respect de la loi de financement.
2. En cas d'événements exceptionnels et préitérant la poursuite des activités de l'OPAGE ou la réalisation du présent contrat, les parties s'accordent sur les actions à entreprendre.
3. Ces événements doivent être signalés dans les plus brefs délais au département.

### **Article 16**

#### *Évaluation du contrat*

1. Les parties au présent contrat mettent en place un dispositif de suivi du contrat afin de :
  - veiller à l'application du contrat;
  - évaluer les engagements par le biais du tableau de bord et du rapport annuel d'exécution établi par

- 11 -

l'OPAGE;

- permettre l'adaptation, la réorientation ou la redéfinition des conditions du contrat.
2. Ce dispositif est indépendant du processus de contrôle périodique prévu à l'art. 22 de la LIAF.

## **Titre V - Dispositions finales**

### **Article 17**

- Règlement des litiges*
1. Les parties s'efforcent de régler à l'amiable les différends qui peuvent surgir dans l'application et l'interprétation du présent contrat.
  2. En cas d'échec, elles peuvent recourir d'un commun accord à la médiation.
  3. A défaut d'un accord, le litige peut être porté devant le tribunal administratif du canton de Genève par la voie de l'action pécuniaire.

### **Article 18**

- Résiliation pour justes motifs*
1. Le Conseil d'Etat peut résilier le contrat et exiger la restitution de tout ou partie de l'indemnité lorsque:
    - a) l'indemnité n'est pas utilisée conformément à l'affectation prévue;
    - b) le bénéficiaire n'accomplit pas ou accomplit incorrectement sa tâche malgré une mise en demeure;
    - c) l'indemnité a été indûment promise ou versée, soit en violation du droit, soit sur la base d'un état de fait inexact ou incomplet.
  2. Sauf si les circonstances l'exigent, la résiliation s'effectue par écrit, moyennant un préavis de 6 mois pour la fin d'une année civile.



**Article 19**

*Entrée en vigueur,  
durée du contrat et  
renouvellement*

1. Le contrat entre en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2009, dès que la loi qui l'approuve devient exécutoire. Il est valable jusqu'au 31 décembre 2012.
2. Les parties conviennent d'étudier les conditions de renouvellement éventuel du contrat au moins douze mois avant son échéance.

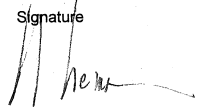
**Annexes au présent contrat :**

1. Statuts de l'Office de promotion des produits agricoles de Genève, OPAGE
2. Prestations fournies
3. Tableau de bord des objectifs et des indicateurs de performance
4. Règlement interne de l'OPAGE définissant les critères d'allocation
5. Plan financier pluriannuel
6. Directive d'utilisation des armoiries de l'Etat de Genève
7. Directives du Conseil d'Etat :
  - arrêté du Conseil d'Etat relatif à la politique de l'Etat en matière de thésaurisation des subventions
  - sur la présentation et la révision des états financiers des entités subventionnées et des autres entités para-étatiques
  - en matière de subvention non-monétaire
8. Liste d'adresses des personnes de contact

Pour la République et canton de Genève :  
représentée par

**Robert Cramer**  
Conseiller d'Etat en charge du département du territoire

Date : 19.6.08

Signature  


Pour l'Office de promotion des produits agricoles de Genève, OPAGE  
représenté par

François ERARD  
Président

Date : Signature

10 juin 2008  


Denis BEAUSOLEIL  
Directeur

Date : Signature

11 juin 2008  


**Statuts de l'Office de promotion des produits agricoles de Genève, OPAGE**

Document joint au format pdf

### **Prestations fournies**

L'Office de promotion des produits agricoles de Genève (OPAGE) est représentatif de l'agriculture genevoise. L'OPAGE est organisé en filières, au nombre de 6 :

1. filière VIN
2. filière LEGUMES
3. filière GRANDES CULTURES
4. filière FRUITS
5. filière FLEURS
6. filière PRODUCTION ANIMALE

Une 7ème filière, dite MULTIFILIERE, regroupe toutes les activités de promotion transversale.

L'importance accordée à la promotion résulte de la réflexion que par le biais de la communication il est possible de susciter la préférence des consommateurs pour les produits agricoles de proximité. La préférence accordée à un produit agricole local contribue à améliorer ses ventes et le revenu des agriculteurs qui le produisent. Par ailleurs, une sensibilisation des consommateurs et de la population quant aux produits de proximité favorise le rapprochement ville - campagne.

La promotion concerne les produits agricoles genevois, y compris les produits élaborés.

Pour mener à bien les prestations qui lui sont confiées, l'OPAGE fait recours à l'ensemble des outils du domaine de la Communication Marketing avec une attention particulière aux instruments de Communication. Il incombe aux organes de l'OPAGE de définir la stratégie adéquate et de mettre sur pied le programme lui permettant d'atteindre ses buts et objectifs.

Si chaque filière est à même de définir ses besoins et ses objectifs, il relève de la compétence des organes de l'OPAGE de mettre sur pied une stratégie cohérente servant des objectifs communs et non les intérêts particuliers d'entreprises privées. Ces dernières peuvent être sollicitées pour des actions de promotion.

Instruments dans le domaine de la Communication Marketing :

- **Grands médias** : presse, TV, affichage, radio, cinéma, autres médias électroniques
- **Hors médias** : marketing direct, promotion des ventes par les dégustations, salons et foires, manifestations grand public, sponsoring, relations publiques, annuaires et imprimés, soutien à une promotion non commerciale des produits agricoles de proximité et à l'éducation

L'OPAGE veillera à regrouper notamment les budgets Grands médias afin de réaliser des économies d'échelle par l'obtention de rabais d'agence. De même, toute disposition contribuant à la mise sur pied d'une communication intégrée est fortement encouragée.

Les filières peuvent décider si la conception visuelle d'emballages ainsi que leur production sont intégrées dans le programme de promotion de la filière. Ce poste budgétaire ne doit pas dès lors excéder les 20 % du budget de cette filière.

Les recettes liées à une mesure / action viennent en déduction des charges.

Lorsque le programme de promotion d'une filière est confié à une entité affiliée, les frais de coordination, planification et gestion de projets sont admis à hauteur de 10 % au maximum. La prospection de marchés en fait partie.

**Annexe 3****Tableaux de bord des objectifs et indicateurs  
pour le suivi des prestations**

Afin de mesurer la performance de son action, l'OPAGE met en place ou maintient les outils adaptés à ses missions et à sa structure :

- indicateur d'efficacité : bénéfice attendu de la prestation pour son destinataire (public cible)
- indicateur de qualité : qualité attendue du service rendu au bénéficiaire (milieu agricole)
- indicateur d'efficience : recherche d'un rapport acceptable entre moyens investis et impact sur le public-cible

L'objectif général est de sensibiliser la population genevoise à l'actualité et à la qualité des produits agricoles locaux

Les objectifs sont formulés par mesure / action entreprise pour la durée du contrat et selon le type de cible choisie ou identifiée. Ces indicateurs sont notamment appliqués sur :

**Indicateurs en cours d'étude:**

En *italique* les indicateurs qui devraient être identifiés et quantifiés au cours de la période 2009 - 2012, conformément à l'article 14 al 4 du contrat de prestations.

**Publicité**

Campagne média les vins de Genève  
Campagne radio légumes  
Internet

**Relation publiques**

École à la ferme  
Cours de vins

**Promotion des Ventes**

Dégustation dans les grandes surfaces  
Ambassadeurs du terroir genevois  
*Agriculture contractuelle*

**Salons/Évènements**

*Salon de vins*  
Fête de la Tomate  
*Foire de Genève*

**Études de Marché**

*Image des vins de Genève*  
*Notoriété du label GRTA*  
*Image de l'agriculture genevoise*

Mesure marketing	Action	Filière	Type d'indicateur	-Cœur de cible -Objectif (s)	2009	2010	2011	2012	Moyen de mesure
Publicité	Campagne média les vins de Genève	Vins	Qualitatif/Quantitatif <b>Performance média</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amateurs de vins, épiciers, 25-40 ans, selon définition</li> <li>Toucher 80% du public cible au travers de la campagne</li> </ul>					Pénétration nette, audience, OTS, GRP, affinité et coût pour 1000 contacts de la cible
	Campagne radio légumes de Genève	Légumes	Qualitatif/Quantitatif <b>Performance média</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tous les consommateurs de + 35 ans (282'000)</li> <li>Sensibiliser au minimum 20% de la cible (GRP<sup>1</sup> ≥ 110)</li> </ul>	20%	25%	30%	35%	Pénétration nette, audience, OTH, GRP et coût pour 1000 contacts de la cible
	Internet	Multi filière	Qualitatif/Quantitatif <b>Nombre total d'accès</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grand public</li> <li>Augmentation de la fréquentation</li> </ul>	50'000	52'500	55'000	57'500	Statistique mensuelle sur le nombre de sessions
	École à la ferme	Multi filière	Qualitatif/Quantitatif <b>Nombre de classes participant aux visites par année</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Écoliers, enseignants</li> <li>Augmenter le nombre de classes et d'élèves et maintenir la qualité des visites</li> </ul>	230	250	270	290	Rapport sur le nombre de participants
Relations publiques	Cours de vins	Vins	Qualitatif/Quantitatif <b>Nombre de participants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amateurs de vins</li> <li>Faire découvrir les vins de Genève au travers de la dégustation</li> </ul>	12	16	20	24	Nombre de cours
			<b>Satisfaction des participants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Développer le nombre de soirées et maintenir la qualité de l'enseignement</li> </ul>	5	5	5	5	Enquête de satisfaction auprès des participants (Note de 1 à 6)

<sup>1</sup> GRP : indice de pression d'une campagne publicitaire sur un groupe cible donné (somme des contacts / groupe cible)

Mesure marketing	Action	Filière	Type d'indicateur	-Cœur de cible -Objectif (s)	2009	2010	2011	2012	Moyen de mesure
Promotion des Ventes	Dégustation dans les grandes surfaces	Légumes	<u>Qualitatif/Quantitatif</u> Nombre de consommateurs approchés par jour	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tous consommateurs</li> <li>Convaincre et inciter à l'acte d'achat préférentiel</li> <li>Sensibilisation aux produits régionaux</li> </ul>	50	55	60	65	Rapports des paysannes genevoises et qualité des contacts
	Ambassadeurs du terroir genevois	Multi filières	<u>Qualitatif/Quantitatif</u> Nombre de restaurants affiliés	<ul style="list-style-type: none"> <li>Restaurateurs</li> <li>Mettre en valeur les restaurants valorisant les produits locaux</li> </ul>	45	47	49	51	Rapport annuel des ambassadeurs, couverture médias
	Agriculture contractuelle	Multi filières							
Salons / Événements	Salons de vins	Vin							
	Fête de la Tomate	Légumes	<u>Qualitatif/Quantitatif</u> Nombre de visiteurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tous les consommateurs potentiels</li> <li>Faire découvrir et convaincre de la richesse et du sérieux de la culture maraîchère locale (savoir faire séculaire)</li> </ul>	8500	8700	9000	9500	Service de sécurité / qualité des contacts par les maraîchers et les stands d'information
	Foire de Genève	Multi filières							



Mesure marketing	Action	Filière	Type d'indicateur	-Cœur de cible -Objectif (s)	2009	2010	2011	2012	Moyen de mesure
<b>Études de marché</b>	<i>Image des vins de Genève</i>	Vin							
	<i>Scores du Label Genève Région - Terre Avenir (GRTA)</i>	Multi filières							
	<i>Image de l'agriculture genevoise</i>	Multi filières							

**Annexe 4****Règlement interne de l'OPAGE définissant les critères d'allocation  
pour des projets de tiers**

Document joint au format pdf

## Plan financier pluriannuel

## PLAN FINANCIER PLURIANNUEL 2009 - 2012

COMPTE DE RESULTATS				
EN CHF	2009	2010	2011	2012
<b>PRODUITS</b>				
Indemnités Etat de Genève *	2'430'150	2'655'150	2'580'150	2'580'150
Recettes	279'000	279'000	279'000	279'000
Participations (partenaires et sponsoring)	95'000	100'000	105'000	110'000
Revenus financiers	2'000	2'000	2'000	2'000
<b>TOTAL DES PRODUITS</b>	<b>2'806'150</b>	<b>3'036'150</b>	<b>2'966'150</b>	<b>2'971'150</b>
<b>CHARGES</b>				
Personnel fixe	300'000	340'000	350'000	360'000
Personnel auxiliaire (lié aux projets de promotion)	142'000	142'000	142'000	142'000
Promotion	2'139'500	2'304'500	2'209'500	2'214'500
Administration et gestion	215'650	235'650	253'650	244'650
Amortissement	9'000	14'000	11'000	0'000
<b>TOTAL DES CHARGES</b>	<b>2'806'150</b>	<b>3'036'150</b>	<b>2'966'150</b>	<b>2'971'150</b>
<b>RESULTAT EXPLOITATION</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

* DETAIL DES CONTRIBUTIONS CANTONALES				
Subvention ordinaire	1'740'000	1'940'000	1'840'000	1'840'000
Taxes affectées redistribuées	600'000	600'000	600'000	600'000
Subvention non monétaire (loyer, compta, rend. capital dotation)	90'150	115'150	140'150	140'150
<b>TOTAL INDEMNITES ETAT DE GENEVE</b>	<b>2'430'150</b>	<b>2'655'150</b>	<b>2'580'150</b>	<b>2'580'150</b>

<b>COMPTE D'INVESTISSEMENT</b>				
EN CHF	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>CHARGES</b>				
Mobilier et matériel de promotion	5'000	35'000	-	5'000
<b>TOTAL DES CHARGES D'INVESTISSEMENT</b>	<b>5'000</b>	<b>35'000</b>	<b>-</b>	<b>5'000</b>

**Annexe 6****Utilisation du logo de l'Etat de Genève par  
les entités subventionnées par le département****Principes généraux**

- Les départements n'ont pas de logo propre. Ils utilisent tous le logo de l'Etat.



- L'écusson et le texte sont indivisibles.

**Utilisation du logo par des entités subventionnées par le département du territoire**

Les supports de communication (affiches, affichettes, flyers, rapports d'activité et autres brochures) des entités subventionnées doivent nécessairement faire référence au soutien qui leur est apporté. Cette référence peut se faire de 2 manières:

1. logo de l'Etat avec la mention "Avec le soutien de :"
2. texte seul: "Avec le soutien de la République et canton de Genève"

De préférence, on optera pour la solution 1 (logo).

**Emplacement du logo ou du texte:**

- pour les affiches, affichettes, flyers : en bas à droite

- pour les brochures, rapports et autres: 4<sup>e</sup> de couverture, en bas à droite. Pour des raisons graphiques, il est possible de faire l'insertion en 2<sup>e</sup> de couverture, en bas à droite.

La cellule communication du secrétariat général du département fournit les fichiers électroniques du logo et valide les bons à tirer des documents sur lesquels le logo de l'Etat est inséré.

Pour toute question ou renseignement complémentaire, s'adresser à la cellule communication du secrétariat général : Mme Armelle Combre au 022 327 47 52.

**Directives du Conseil d'Etat**

Directives du Conseil d'Etat :

- arrêté du Conseil d'Etat relatif à la politique de l'Etat en matière de thésaurisation des subventions
- sur la présentation et la révision des états financiers des entités subventionnées et des autres entités para-étatiques
- en matière de subvention non-monétaire

**Annexe 8**

## Liste d'adresses des personnes de contact

<b>Présidence et secrétariat général du département</b>	Robert Cramer, Conseiller d'Etat Rue de l'Hôtel-de-Ville 2 Case postale 3918 1211 Genève 3  Tél : 022 327 01 00 Fax : 022 327 41 11
<b>Direction générale de l'agriculture</b>	Jean-Pierre Viani, Directeur Ch. du Pont-du-Centenaire 109 1228 Plan-les-Ouates  Tél : 022 388 71 71 Fax : 022 388 71 99
<b>Service financier du département</b>	Vincent Mottet, Directeur Rue Henri-Fazy 2 Case postale 3918 1211 Genève 3  Tél : 022 327 07 11 Fax : 022 327 34 13
<b>Inspection cantonale des finances</b>	Charles Pict, Directeur Rte de Meyrin 49 1203 Genève  Tél : 022 388 66 00 Fax : 022 388 66 11
<b>L'Office de promotion des produits agricoles de Genève, OPAGE</b>	François Erard, Président, Denis Beausoleil, Directeur  Ch. du Pont-du-Centenaire 109 1228 Plan-les-Ouates  Tél : 022 388 71 56 Fax : 022 388 71 58