Date de dépôt : 21 mai 2019

Rapport

de la commission de l'environnement et de l'agriculture chargée d'étudier la proposition de motion de M^{mes} et MM. Isabelle Brunier, Thomas Wenger, Jean-Charles Rielle, Salima Moyard, Roger Deneys, Lydia Schneider Hausser, Christina Meissner, Marc Falquet, Caroline Marti pour mieux soutenir la production de lait genevois

Rapport de M^{me} Simone de Montmollin

Mesdames et Messieurs les députés,

La commission de l'environnement et de l'agriculture (ci-après commission) a étudié la proposition de motion 2481 au cours de cinq séances (04.10.2018, 08.11.2018, 15.11.2018, 29.11.2018 et 17.01.2019) sous la présidence de M^{me} Delphine Bachmann. Les procès-verbaux ont été tenus par M^{me} Maëlle Guitton, que la commission remercie pour la qualité de son travail. Le département du territoire (DT) était représenté à toutes les séances, excepté la première, par M^{me} Karine Salibian Kolly, secrétaire générale adjointe, DT. Dans le cadre de ses travaux, la commission a procédé à cinq auditions :

- M. Pierre Charvet, directeur général des Laiteries Réunies Genève ;
- MM. Claude Bieri et Marc Zeller, producteurs de lait à Genève ;
- M^{me} Sandrine Salerno, conseillère administrative, et M. Gaëtan Morel, responsable Agenda 21, Ville de Genève;
- M. Jean-Pierre Viani, directeur général, direction générale de l'agriculture et de la nature (DGAN);
- M. Bertrand Levrat, directeur général HUG, accompagné de M. Ricardo Avvenenti, directeur de la centrale d'achats et d'ingénierie biomédicale des Hôpitaux universitaires Vaud-Genève (CHUV-HUG) et M. Didier Gevaux, directeur du département d'exploitation des HUG.

M 2481-A 2/56

Table des matières

PRÉSENTATION DU PROJET DE MOTION	3
Introduction	3
Contexte global de la consommation alimentaire	3
Problématique de la filière lait en Suisse et à Genève	3
Actions entreprises/à entreprendre par l'Etat de Genève	4
AUDITIONS – PRODUCTEURS ET TRANSFORMATEURS	7
Audition des producteurs de lait	7
Audition des Laiteries Réunies Genève	12
AUDITIONS – POUVOIRS PUBLICS	18
Audition du Conseil administratif de la Ville de Genève	18
Audition de la direction générale de l'agriculture et de la nature	23
AUDITION – ENTITÉ PUBLIQUE AUTONOME	28
Audition des Hôpitaux universitaires de Genève	28
DISCUSSION ET PRISE DE POSITION DES GROUPES	36
Vote	37
Synthèse et conclusion	37

PRÉSENTATION DU PROJET DE MOTION

Introduction

La M 2481 avait été déposée par M^{me} Isabelle Brunier en fin de législature 2013-2018. M^{me} Salima Moyard (S) présente les raisons qui avaient conduit M^{me} Brunier au dépôt de ce texte, qu'elle aborde en trois axes :

- 1) le contexte global de la consommation alimentaire ;
- 2) la problématique de la filière lait en Suisse et à Genève ;
- 3) les actions entreprises/à entreprendre par l'Etat.

Contexte global de la consommation alimentaire

Cette motion traite du lait, mais donne aussi l'occasion d'aborder la question plus large de l'approvisionnement en produits agricoles locaux. Elle souligne la volonté des motionnaires de soutenir une alimentation locale et durable, dont l'intérêt est multiple. Notons en particulier :

- maintien des structures agricoles locales (entretien des terres et des paysages);
- maintien d'un taux d'auto-approvisionnement alimentaire (actuellement jugé insuffisant selon l'auteure);
- garantie de traçabilité (origine, mode de production et de transformation);
- mise en œuvre du principe de durabilité économique (prix rémunérateur pour les producteurs de manière à assurer des activités commerciales pérennes) et environnementale (modes de production contrôlés);
- limitation des distances d'acheminement des produits (respect de l'environnement);
- lien social et pédagogique (reconnexion du citoyen urbain avec l'origine de l'alimentation).

Problématique de la filière lait en Suisse et à Genève

M^{me} Moyard explique que le lait est un aliment de base largement produit en Suisse. La Journée du lait qui se tient chaque année en avril connaît un retentissement dans de nombreux cantons suisses y compris à Genève. Ce secteur agricole est pourtant sinistré, car il y a peu de valeur ajoutée sur le lait. La question du prix aux producteurs pour l'achat de leur production se pose de manière récurrente.

M 2481-A 4/56

 Depuis l'abandon des quotas de production et la libéralisation du marché, les prix se sont effondrés.

- Le nombre d'exploitations a diminué de moitié en 20 ans. Il en reste 21 000. Ce chiffre peut paraître élevé, mais ce n'est pas le cas.
- Ce problème inquiète au niveau national mais aussi au niveau genevois.
 (En mars 2018, une pétition de producteurs de lait soutenus par le syndicat agricole Uniterre a été déposée à Berne pour demander que le litre de lait soit payé 1 F/litre aux producteurs.)

La situation à Genève est comparable, en matière de prix, à la problématique du reste de la Suisse. Il ne reste que 4 producteurs de lait genevois. Leurs coûts de production sont plus élevés que dans les autres cantons suisses, en raison de charges plus élevées. Ces 4 producteurs vendent l'entier de leur production aux Laiteries Réunies de Genève (LRG). La vente directe n'est que marginale.

Les LRG collectent le lait de producteurs de Genève, de la zone franche et du canton de Vaud. Le lait produit sur le canton de Genève représente 2% des quantités traitées par les LRG. Les LRG valorisent cet effort et achètent plus cher le lait labélisé GRTA, mais pas suffisamment selon M^{me} Moyard.

M^{me} Moyard explique que « les producteurs se retrouvent souvent dans des situations hallucinantes, car ils dégagent très peu de bénéfice, doivent moderniser leurs installations avec des coûts d'investissement élevés, ont besoin de faire des emprunts, mais les banques leur refusent des prêts, jugeant leur activité trop à risque. Au final, s'ils ne modernisent pas, ils n'augmentent pas leur production et finissent par devoir mettre la clé sous la porte. Ils sont vraiment dans un cercle vicieux. »

Du point de vue des motionnaires, M^{me} Moyard décrit la situation de cette filière comme sinistrée, triste et alarmante. Bien que le problème soit d'envergure nationale, il est tout de même possible d'agir au niveau local.

Actions entreprises/à entreprendre par l'Etat de Genève

La question d'un éventuel soutien aux producteurs de lait s'inscrit plus globalement dans le soutien à l'agriculture, mais aussi dans la mise en œuvre de l'Agenda 21. Sous l'angle Agenda 21, M^{me} Moyard indique que le canton offre par exemple des formations, à l'intention des restaurateurs, sur les filières d'approvisionnement durable. Cette démarche est positive bien qu'insuffisante. Elle juge le concept cantonal du développement durable 2030, issu de la loi instaurant l'Agenda 21, insuffisant sur le sujet de l'approvisionnement en produits agricoles de proximité.

Selon M^{me} Moyard, les autorités publiques ont différents moyens de soutenir la mise en œuvre d'une politique publique. La subvention n'est pas le moyen préconisé par cette motion. Cette motion vise plutôt à « inciter fortement les entités collectives à décider volontairement pour les institutions, qui sont au sein du petit et grand Etat, d'acheter ces productions locales et de les consommer ».

L'invite de cette motion n'est pas révolutionnaire. Elle demande de :

Mettre en œuvre le beau principe du « consommer local » en incitant, par tous les moyens dont dispose l'Etat, les collectivités publiques comme les communes pour leurs cantines scolaires et institutions pour la petite enfance, les EMS, les HUG et leurs nombreuses filiales, ainsi que les cliniques et écoles privées, les prisons, etc., à privilégier lors de l'achat des produits laitiers ceux produits dans le canton et labellisés GRTA.

Une démarche similaire effectuée en 2009 par M^{me} Brunier¹ à la Ville de Genève avait permis des résultats intéressants. Le canton a un rôle à jouer autre que celui de donner des conseils à d'autres entités.

Discussion et questions des commissaires

La discussion qui suit la présentation permet de répondre aux questions de compréhension des commissaires. Des précisions sur les thèmes abordés méritent sont apportées dans les chapitres consacrés aux auditions.

Rôle du lait dans l'alimentation contemporaine

Une députée (MCG) s'interroge sur le rôle du lait aujourd'hui en tant qu'aliment de base, et ce au regard des mouvements véganes et autres mais aussi en regard du fait que certaines personnes le tolèrent mal.

La question posée par cette motion ne concerne pas le débat « pour ou contre le lait ». L'être humain peut se passer de lait, en tout cas une fois qu'il a fini sa croissance. Le terme « aliment de base » doit être compris comme « produit de première nécessité ». Il fait référence au fait que le lait reste un

M^{me} Brunier, alors conseillère municipale à la Ville de Genève, avait déposé une motion le 3 octobre 2009 (M 883), adoptée par le CM, demandant notamment au Conseil administratif de prendre des mesures adéquates visant à maintenir la production locale de lait. Dans sa réponse en 2010, le Conseil administratif avait aussi proposé d'autres pistes comme la mise en place d'un réseau de vente directe de lait, l'intégration de produits GRTA lors d'événements organisés par la Ville et l'instauration de distributeurs de lait dans les quartiers. Ces propositions ne sont pas toutes entrées en force.

M 2481-A 6/56

aliment de base pour beaucoup de personnes et qu'il entre dans la composition de nombreux produits transformés. Le lait est un aliment d'origine agricole produit depuis longtemps en Suisse. Il serait dommage que ce ne soit plus le cas à Genève en raison des difficultés du fait qu'il a très peu de valeur ajoutée.

Prix rémunérateur et rôle des intermédiaires

Un député (MCG) s'interroge sur la fixation du prix du lait. Il soulève le fait que le lait genevois doit pouvoir bénéficier de la marque GRTA (ce qui doit garantir un certain niveau de prix) et que ce sont les LRG, en tant qu'intermédiaire, qui fixe les prix. Il en déduit que « si on passait en circuit court et que les producteurs approvisionnaient directement les entités qui ont besoin de lait, ils pourraient vendre le lait à un prix correct ».

Un député (PDC) rappelle que le prix du lait est fixé à l'échelle suisse par les gros opérateurs, dont Crémo, actif à Genève. Les LRG ont peu de marge de manœuvre. Lorsqu'ils répondent aux appels d'offres des HUG par exemple, ils doivent être compétitifs et n'obtiennent pas de supplément de prix. Les HUG doivent aussi respecter leurs obligations en termes de marchés publics. Il estime qu'il y a urgence si l'on veut sauver la production de lait à Genève, mais que cette motion restera lettre morte si elle n'est pas plus dirigiste.

M^{me} Moyard est consciente que cette motion aura un coût pour les entités concernées. C'est un coût qui doit être mis en perspective des avantages retirés. Il oblige à répondre à la question de ce que l'on veut manger et faire manger à nos enfants et de la cohérence entre ce que l'on affiche et ce que l'on fait. Elle déclare les motionnaires ouverts à adapter l'invite.

Outil législatif

Une députée (Ve) remarque que l'Etat est déjà doté de moyens légaux pour agir. Elle cite la marque GRTA qu'elle connaît bien, siégeant elle-même au sein de la commission technique, la loi sur la promotion de l'agriculture (LPromAgr) et son règlement d'application. Elle suggère que cet arsenal donne une bonne base pour la promotion des produits agricoles genevois sur laquelle s'appuyer en priorité.

M^{me} Moyard considère qu'il y aurait matière à aller plus loin avec un focus particulier sur la filière lait. Le canton a jusqu'ici assumé positivement une fonction formatrice, d'information et de promotion. A cela doit s'ajouter maintenant une vocation à mettre en œuvre pour lui-même les principes

prônés à l'égard des autres et acheter concrètement du lait GRTA, là où il y a du lait qui est consommé dans les institutions.

AUDITIONS – PRODUCTEURS ET TRANSFORMATEURS

Audition des producteurs de lait

MM. Claude Bieri et Marc Zeller, producteurs de lait (15.11.2018)

M. Zeller remercie la commission de les recevoir pour aborder leurs problématiques, car aujourd'hui l'agriculture est très à la mode et tout le monde y consacre beaucoup d'attention, sans vraiment savoir de quoi il s'agit. Cette audition leur donne l'occasion d'expliquer leur situation.

M. Zeller est agriculteur entre Vernier et Peney. Il a 80 vaches laitières, sur près de 250 têtes de bétail. Il cultive une centaine d'hectares, en grande partie pour l'affouragement. Il estive ses bêtes au Salève depuis 30 ans.

M. Bieri est agriculteur et éleveur de vaches laitières à Avully. Il s'occupe d'une centaine de génisses et cultive 70 hectares de céréales, principalement pour le bétail. Cela lui permet d'être autosuffisant. Il est la 4^e génération d'agriculteur et la 5^e est théoriquement assurée. Il estive ses bêtes au Salève depuis plus de 60 ans. M. Bieri produit du lait GRTA, travaille avec les LRG, des bouchers et traiteurs en direct, qui jouent la carte de la proximité.

Pour eux, le marché de la viande et du lait est en crise.

Situation du marché à Genève

Ils ne sont plus que 4 producteurs de lait, soumis à une forte concurrence de grands groupes. Une petite partie de leur lait se vend en GRTA. Ce n'est pas cela qui change la viabilité de leur entreprise, même si ça les aide quand même un peu. Le problème majeur reste les concurrents qui arrivent à vendre le litre de lait jusqu'à 30 centimes moins cher.

Les grandes institutions cantonales, comme les HUG, décident en fonction du prix. Les acheteurs ont l'obligation de faire des appels d'offres ; s'ils font des appels d'offres, c'est bien pour prendre les prix les plus bas !

Sans règle sur les produits de proximité, nos produits seront systématiquement écartés de ces marchés. Il considère qu'il faut donc avoir un critère qui permette de mettre plus en avant les produits de la région.

M 2481-A 8/56

Questions des commissaires

GRTA, zone franche et avenir

Un député (PLR) veut connaître le sort du lait zonien et comment les producteurs imaginent leur activité dans 10-20 ans.

Le lait GRTA n'est produit qu'à Genève. Il y en a en suffisance, car seulement 50% du lait produit à Genève est valorisé GRTA à ce jour. Depuis 2017, les producteurs zoniens ont dû se mettre aux normes Swissness pour que les LRG puissent continuer de leur acheter leur lait. Ce n'est pas du lait vendu sous la marque GRTA.

Au cours des 10-20 prochaines années, il faudra pouvoir maintenir la valeur ajoutée que garantit GRTA sans augmenter les contraintes à la production.

Pour eux, ce n'est peut-être pas le prix du lait qui risque de condamner la production laitière à Genève, mais la pression immobilière. Les contraintes pour détenir des animaux dans les villages sont énormes, l'espace diminue, et la cohabitation avec les autres usagers est de plus en plus délicate. Il est devenu par exemple impossible de déplacer des bêtes à pied pour des raisons évidentes de fluidité du trafic. Tous les déplacements se font en bétaillère. Le moindre dommage sur une clôture et les bêtes sont sur la voie publique (M. Zeller a été amendé pour cela).

C'est peut-être le découragement qui aura raison de cette activité.

Prix idéal

Un député (UDC) demande à **quel prix idéal** le lait devrait leur être acheté pour que les producteurs s'en sortent.

Pour eux, le prix négocié dans le cadre GRTA est le bon, soit 1 F/litre. Actuellement, ce prix n'est octroyé que pour les volumes qui partent en lait. Lorsque le lait est transformé en fromage ou yogourt, ce prix ne peut plus être assuré, car cela rendrait le prix du produit final beaucoup trop élevé. Il faudrait pouvoir viser une moyenne de 0,7 F sur l'ensemble du volume de lait produit à Genève, tous produits confondus, pour y arriver.

Prix rémunérateur

Une députée (PLR) demande de rappeler ce qu'est un **prix rémunérateur** et comment il doit être compris par rapport à la marque GRTA.

Le lait entre dans la composition de différents produits. Selon le produit (crèmes, yogourts, fromage à pâte molle, fromage à pâte dure...), la quantité de lait utilisée varie. Pour du fromage, on aura concentré parfois jusqu'à

10 fois le volume de lait initial. Au final, il n'est pas possible de rémunérer de la même manière un litre de lait à boire et celui qui aura servi à la production d'un fromage. Sans quoi, le coût du fromage serait bien trop élevé et ils n'arriveraient plus à le vendre. Il faut donc réussir à trouver un équilibre entre les différents produits pour pouvoir respecter le marché. Il précise que c'est la centrale laitière (LRG) qui peut le faire. C'est aux producteurs de revendiquer le juste prix, mais à elle de le promouvoir et de trouver des marchés qui assurent un prix final intéressant ou « rémunérateur ».

Le marché dicte les règles du prix final, le prix rémunérateur peut l'être jusqu'à un certain point. Il dépend des produits et aussi des coûts de production, qui peuvent varier selon les exploitations et les régions.

Concurrence des autres cantons

Une députée (S) veut connaître la différence de prix entre le lait genevois et celui des autres cantons et pourquoi l'on doit importer du lait à Genève.

Le terme « lait » recouvre l'ensemble des produits laitiers, et pas seulement le lait à boire. Aucun prix ne couvre actuellement totalement les frais de production en Suisse. Le prix est le résultat de l'offre et de la demande (notamment déterminé par deux acteurs clés de la grande distribution suisse) et de la politique agricole. Les produits laitiers importés influencent considérablement le prix sur le marché intérieur.

Sur la « nécessité d'importer du lait d'autres cantons », il est rappelé qu'on ne peut pas forcer les gens à acheter du local! Les clients (intermédiaires ou finaux) sont libres de se servir où ils veulent.

Sur les coûts de production, les exploitations doivent satisfaire à de nombreuses normes et cela a un coût énorme. Les exploitations genevoises ont toutes été restructurées, elles sont modernes et assurent de gros volumes de production comparativement au reste de la Suisse où il y a encore beaucoup de petites structures. Ces structures disparaissent, parce que le prix du lait est bas et que les mises aux normes écologiques sont trop coûteuses. Construire une fosse à purin pour 20 vaches par exemple est un investissement impossible à rentabiliser. Raison pour laquelle les petites structures disparaissent.

M. Bieri explique qu'il a construit une nouvelle infrastructure en 1999 pour répondre aux normes. Le prix du lait était alors à 0,92 F. Il a fait ses calculs sur une base de 0,7 F/l. Le prix du lait industriel 20 ans après, est à 0,55 F. Personne n'aurait pu prévoir une telle baisse. A cela s'ajoute le coût de la main-d'œuvre qui a quasi doublé à Genève (passant de 2500 F pour 47h30 à 3-4000 F pour 45h). Cela explique pourquoi le lait produit dans

M 2481-A 10/56

d'autres cantons peut être attractif pour l'acheteur genevois. Le prix « rémunérateur » n'est pas le même à Genève qu'à Lucerne ou Schwyz. Dans ce contexte, le producteur est forcé de s'agrandir.

Impact de la sécheresse 2018

Une députée (S) veut connaître l'impact de **la sécheresse sur le prix** du lait.

Le prix du lait ne va pas augmenter en cas de pénurie de lait à Genève ou en Suisse. Ce prix est en quelque sorte « bloqué ». M. Zeller explique que, lorsqu'il manque quelque chose en Suisse, pays riche, il est toujours meilleur marché de l'importer que de le produire. La règle est simple, la population ne va pas mourir de faim et les prix ne vont pas augmenter!

D'autres facteurs globaux indiquent que cette situation va perdurer. Il y a de nouveaux acteurs comme la Chine. Alors que ce pays ne connaissait pas la production de lait il y a quelques années, il en produit aujourd'hui de manière autosuffisante et sera en surplus dès 2019. Des excédents en Europe sont dès lors à prévoir, ces pays n'achetant plus de lait en Europe, la production va devoir subir des ajustements.

La sécheresse 2018 a eu malheureusement d'autres conséquences : le manque d'eau a conduit à un manque de fourrage pour l'hiver. M. Zeller explique qu'il a dû resemer plusieurs hectares, mais que rien n'a levé. Arroser les cultures coûte très cher et le fourrage manquant ne peut pas toujours être remplacé. Pour M. Bieri, il est hors de question d'acheter du fourrage, raison pour laquelle il a dû se séparer de 15 vaches laitières et qu'il devra probablement se séparer de 10 bêtes supplémentaires.

Impact de cette motion sur les objectifs de prix

Un député (PDC) demande si cette motion va aider à **atteindre l'objectif de 0,7 F/l** (contre 0,55 F/ lait industriel actuellement²).

Les auditionnés répondent que sans règles qui tendent à imposer à l'acheteur le principe de la proximité, ce sera difficile. Il explique que si l'acheteur se base uniquement sur le prix, il va forcément choisir Crémo ou ses filiales comme le Petit Crémier (filiale Crémo basée à Genève et spécialisée dans la distribution auprès de la gastronomie, de la restauration collective et des détaillants et qui met en avant la « proximité »).

Pour atteindre cet objectif, il faudrait dégager 300 000 F de plus par rapport au prix du lait industriel (2 mio kg × 0,15). 100 000 F sont déjà atteints par les LRG, reste 200 000 F.

Vente directe

Une députée (Ve) demande si la vente directe serait une option.

Il est précisé que la vente directe correspond d'abord à un état d'esprit qui dépend d'un choix personnel, puis à une organisation spécifique qui suppose des infrastructures adaptées à l'accueil et à la vente (hygiène...). Cela suppose des investissements en ressources et en temps. Ensuite se pose la question des volumes écoulés par ce biais et de la rentabilité compte tenu des investissements consentis. Par ailleurs, en tant que coopérateur des LRG, vendre en direct c'est en quelque sorte aller contre la coopérative. Ce n'est pas le but.

Intérêts de vendre sous la marque GRTA

Une députée (S) demande si vendre tout leur lait en GRTA serait positif.

Les auditionnés répondent tout ce qu'ils pourraient vendre en GRTA ils voudraient le vendre ainsi. Le problème est de faire accepter cela à l'acheteur. Il rappelle que les règles internationales et les règles suisses du marché disent qu'il n'est pas possible de verrouiller un acheteur. Il n'est en effet pas possible de dire à un acheteur qui vit à Genève qu'il doit n'acheter que du GRTA. Il faut une certaine liberté du commerce. C'est donc à l'acheteur lui-même qu'incombe la responsabilité...

Rôle de la grande distribution

Un député (PLR) demande si les grands distributeurs jouent la carte GRTA.

Sur la marque GRTA, les auditionnés soulignent que c'est un cas unique en Suisse. Il n'y a personne en Suisse qui fait la même chose. C'est plus qu'un label. Cette marque est une garantie qui permet de nous différencier clairement. C'est une vraie chance pour nous. Il faut la préserver et la développer. Il ne faudrait pas en revanche multiplier les labels, car le consommateur ne s'y retrouverait plus. Et de compléter : « Il faut arrêter de cannibaliser ce qui a été créé pour faire croire qu'on va faire mieux. On a GRTA, il faut maintenant travailler avec cette marque, ne pas la compliquer, la valoriser et arrêter de toujours réinventer quelque chose. »

Sur les produits écoulés par la grande distribution, c'est toujours la même chose : un jour la grande distribution les veut et le lendemain ce n'est plus le cas. La production suisse est souvent utilisée par la grande distribution pour capter le consommateur.

M 2481-A 12/56

Cela dit, les deux grands distributeurs orange représentent 80% du chiffre d'affaire sur le global de la centrale laitière. Il insiste sur le fait que les producteurs genevois ont besoin de ces deux acteurs. Selon eux, ces distributeurs prendront probablement toujours des tommes et des yogourts GRTA, mais l'un d'entre eux a clairement dit depuis le début qu'il n'allait pas faire de plus-value.

Quel avenir pour les LRG?

Selon les auditionnés, les LRG ont l'avantage d'être une toute petite société, comparé à ses concurrents suisses. Leur capacité d'adaptation est plus grande. Avec des personnes compétentes aux commandes, on arrive à rebondir. Il existe une dynamique pour chercher de nouveaux produits et de nouveaux marchés. Il précise que c'est cependant toujours très éphémère. L'exemple du yogourt Yoplait « Perle de lait » que les LRG ont développé est cité en exemple. Ce produit a été lancé il y a quelques années et connaît un beau succès. Il a maintenant été repris quasi à l'identique par Migros avec le yogourt « Cœur de lait ». Les gens ne voient pas la différence. Il faut donc sans cesse innover pour rester compétitif et attractif.

Intérêt de cette motion

Une députée (PLR) demande si la motion leur convient.

Selon les auditionnés, la motion est très bien faite. Si les collectivités jouaient plus le jeu, alors automatiquement la situation s'améliorerait. Il y aurait plus de ventes de lait GRTA et plus de produits laitiers GRTA. Ce serait donc déjà un très bon point. Il estime qu'il faut aller jusqu'au bout de cette démarche et l'approfondir, plutôt que de se disperser dans d'autres directions.

Ils relèvent que les agriculteurs sont fiers de leur travail et qu'ils n'aiment pas recevoir de l'argent pour exister. Ils aiment que leurs produits soient reconnus et qu'ils puissent être rémunérés en conséquence. Ils ne pourront continuer à exister que si tout le monde joue le jeu.

Audition des Laiteries Réunies Genève

M. Pierre Charvet, directeur général des Laiteries Réunies Genève (08.11.2018)

Introduction

M. Charvet travaille aux Laiteries Réunies de Genève (LRG) depuis 1974, et comme directeur général depuis 2012. Il remercie la commission

pour l'intérêt qu'elle porte à la production laitière genevoise et à sa valorisation.

Les LRG sont une coopérative laitière plus que centenaire, fleuron de l'industrie agroalimentaire en Suisse romande, qui rassemble les producteurs de lait du Grand Genève (Genève, Vaud, zone franche Haute-Savoie et Ain).

La coopérative regroupe plusieurs secteurs d'activités : un secteur laitier, un secteur de négoce, un secteur carné et de la logistique. L'ensemble du groupe Laiteries Réunies Genève représente 220 millions de chiffre d'affaires. Les LRG traitent environ 50 mio kg/an de lait provenant des producteurs genevois, vaudois et de la zone franche.

Ils travaillent dur pour équilibrer leurs comptes et contenter tout le monde (les producteurs qui considèrent qu'ils ne sont pas suffisamment payés, mais aussi les employés et les fournisseurs). Ils essaient de maintenir les postes de travail (les LRG emploient 330 personnes) tout en payant le mieux possible le lait aux producteurs.

Evolution et situation actuelle

M. Charvet présente l'évolution comme suit :

1980 : 44 producteurs de lait, production 4 700 000 kg/an

2000: 20 producteurs

2018: 4 producteurs, pour une production de 2 300 000 kg/an environ.

Un seul et unique centre collecteur à Plan-les-Ouates (LRG) demeure.

Ces 4 producteurs, qui approvisionnent la centrale laitière de Plan-les-Ouates sont Marc Zeller à Vernier, Claude et Mathias Bieri à Avully, Christophe Baumgartner à Genthod et Didier Pradervand à Céligny.

Sur les 2 300 000 kg de lait produits par les 4 producteurs, la moitié est vendue sous la marque GRTA, soit 1 250 000 kg.

Une large gamme de produits GRTA

Les LRG se sont lancées dans la fabrication de produit GRTA sous l'impulsion de Robert Cramer. Cette gamme est aujourd'hui composée de :

- lait pasteurisé: outres de 3 litres et de 10 litres, briques de ½ et de ¾ de litre:
- lait UHT : briques de 1 litre ;
- fromages à pâte molle : 24 tonnes/an (tomme de Genève et à griller) ;
- yogourts: nature (180g), fraise, abricot, miel et jus de pomme en 150g.

M 2481-A 14/56

Pour favoriser l'écoulement auprès des collectivités, ils proposent aussi de la crème 35% en outres de 3 litres, des fromages blancs en faisselles dès avril 2019, du yogourt en seau de 3 kg est prévu.

Les LRG se sont fortement diversifiées pour rester concurrentielles tout en valorisant le lait genevois.

Investissements et soutien

La centrale LRG de Plan-les-Ouates est très bien équipée. Ils investissent régulièrement pour moderniser et innover.

Les LRG ont pu profiter d'aides très appréciées dans le cadre du projet de développement régional I (PDR) cofinancé par les privés, le canton de Genève et la Confédération. Ces aides ont permis de développer la chaîne de production et de relancer la brique de 1 litre de lait UHT.

Il remarque qu'ils ont donc tout pour bien faire et pour produire.

Marché du lait en Suisse

Le marché était protégé jusque dans les années 2000 ; le prix du beurre était alors survalorisé et permettait d'avoir un prix du lait élevé, à 1.07 F.

L'ouverture des marchés s'est accompagnée d'un effondrement du prix du lait. L'arrivée de paiements directs octroyés aux producteurs par la Confédération, en contrepartie d'un cahier de charges très précis pour l'agriculture, devait quelque peu compenser la faiblesse des prix.

Les quotas laitiers ont ensuite été supprimés en mai 2009, la production a explosé et les prix se sont effondrés à nouveau en raison d'une surproduction.

Cette crise du lait n'est pas stabilisée aujourd'hui.

Le prix du lait est fixé par l'IP Lait (l'interprofession du lait) dont sont membres tous les grands transformateurs et distributeurs, sauf Migros. Le prix est fixé à 65 centimes le litre et à 68 centimes au sortir de l'usine, puisqu'il faut considérer les frais de transport.

A ce prix de référence s'ajoutent les frais de production, les frais de collecte, les frais de fabrication, les stocks, les déchets, les commandes et les livraisons à prendre en considération. Puis, il faut encore prévoir une marge. Raison pour laquelle les prix peuvent varier d'un concurrent à un autre.

Le prix du lait dépend ensuite de sa mise en œuvre :

- le prix A correspond aux transformations en fromage à pâte molle, en lait conditionné, en yogourts et desserts;
- le prix B correspond au prix du beurre et de la poudre de lait ;

- le prix C correspond au prix du marché international

Les LRG ne pratiquent pas le prix C et ne font pas de poudre de lait. En revanche, ils donnent une prime spécifique pour les produits genevois standard.

Rémunération du producteur

Fidèles aux principes de la coopérative et respectueuses du cahier des charges de la marque GRTA, les LRG versent un supplément sous forme de bonus financier aux 4 producteurs de lait. Ce bonus était de 100 000 F en 2017. Il est calculé sur les volumes de lait valorisé en outres de 3 litres, en briques UHT de 1 litre et en briques pasteurisées de ½ et ¾ de litres afin d'atteindre 1 F le litre.

Les LRG calculent la valorisation réelle de ce qui est vendu. La marge qui est dégagée est redonnée aux producteurs. M. Charvet insiste sur le fait qu'ils redonnent aux producteurs ce qu'ils récupérèrent du consommateur. C'est un réel effort qui représente un supplément de prix de 10% par rapport au tarif standard de base.

Ce bonus ne peut en revanche pas être réalisé sur les volumes de lait transformés en yogourts ou fromages, ni sur les outres de 10 litres, la concurrence étant trop forte sur ces produits, ils perdraient ces marchés.

Multiples défis à relever

Les LRG doivent faire face à de nombreux défis :

- la concurrence très vive de la part de certains acteurs suisses ;
- la concurrence des produits importés ;
- le tourisme d'achat qui les pénalise grandement.

Aléas saisonniers et climatiques

Ils doivent aussi faire face aux excédents saisonniers. Il y a beaucoup de lait au printemps lors de la mise à l'herbe et un minimum à l'automne. Cela les oblige à revendre à bas prix le lait printanier en surplus et à acheter au prix fort un complément de lait en automne. Il précise qu'avec GRTA ils ont juste le volume pour utiliser le 100% du lait genevois.

Difficulté à valoriser le lait GRTA dans les marchés publics

Les LRG rencontrent régulièrement des difficultés avec les marchés publics genevois, puisque le côté équitable des produits GRTA fait qu'ils

M 2481-A 16/56

sont un peu plus chers que les autres et que certains concurrents pratiquent de la sous-enchère de manière systématique. Il considère qu'il faudrait donc responsabiliser les structures qui dépendent de l'Etat comme l'hôpital cantonal, les cuisines collectives et les autres restaurants scolaires. Il estime qu'il faudrait renforcer le partenariat avec tous les organismes qui dépendent de l'Etat afin qu'ils soient sensibilisés sur une consommation genevoise.

Guerre des prix au niveau de la grande distribution

La grande distribution, comme Coop, Migros et Manor, devrait aussi être sensibilisée, car une guerre des prix acharnée règne à ce niveau.

Proposition

Il propose par exemple d'introduire des critères de proximité et de durabilité dans des appels d'offres passés par les différents acheteurs pour les produits alimentaires.

En complément, il estime qu'une aide directe aux 4 producteurs serait la bienvenue notamment pour compenser les effets désastreux de la sécheresse estivale de cette année 2018. Il explique que certains producteurs vont être obligés de vendre des vaches et qu'une aide directe permettrait donc de passer ce mauvais cap.

Conclusion

M. Charvet termine sa présentation en déclarant que cette motion est tout à fait pertinente et qu'il est touché du soutien donné par les élus. Cette motion serait d'un grand secours pour sauver la production laitière à Genève.

Il insiste sur le fait qu'il ne reste que 4 producteurs et que les choses sont très fragiles. M. Charvet conclut en insistant sur le fait qu'il n'y a pas de miracle et pas de secret, la guerre des prix est là, il estime donc qu'il faut un engagement qui aille dans le sens de la motion.

Si les choses continuent comme cela, il n'y aura plus aucun producteur de lait. Il insiste sur le fait que les 4 producteurs qui restent peuvent être décorés, car ils le méritent. Faire du lait 365 jours par an ce n'est pas rien.

Questions des commissaires

Procédures d'appels d'offres

Une députée (PLR) aimerait savoir **comment se passent les appels d'offres** lancés par les établissements publics autonomes et comment le prix de référence d'IP Suisse est pris en compte.

M. Charvet remarque en préambule que l'hôpital cantonal, par exemple, fait 10 000 repas par jour, mais que les LRG ont vendu seulement 40 000 litres de lait, ce qui est dérisoire, et 2000 yogourts par an.

Compte tenu du prix de base, chaque concurrent a sa politique de prix. Raison pour laquelle le prix peut varier. Les appels d'offres sont comme des offres d'emploi. Parfois on est retenu et parfois on ne l'est pas.

Il explique que les concurrents sont peut-être plus concurrentiels que les LRG. Aux LRG, ils essaient de payer le mieux possible le lait aux producteurs. Ils n'ont pas à rougir du prix payé. Il précise aussi que les LRG sont « propres » et qu'elles ne pratiquent pas le dumping pour obtenir un marché.

Il explique qu'il y a un très fort attrait à Genève et que les gens veulent vendre à Genève. Certains concurrents sont peut-être prêts à perdre de l'argent sur certains marchés, car ils en gagnent sûrement dans d'autres secteurs en Suisse alémanique ou ailleurs.

Concurrents et politique de prix

Un député (MCG) demande **qui sont les concurrents des LRG** sur les marchés publics.

M. Charvet indique qu'ils sont en général en concurrence avec Crémo (qui fabrique aussi du beurre et de la poudre de lait). Les marchés sont passés pour 6 mois.

Un député (PLR) souhaite savoir si les LRG ne pourraient pas baisser leur prix pour obtenir les marchés aux HUG.

M. Charvet indique que ce serait contraire à la démarche des LRG et qu'il lui faudrait, le cas échéant, l'accord de leur conseil d'administration.

Une députée (Ve) demande si des tarifs différenciés sont pratiqués selon la destination finale du produit.

M. Charvet indique que le prix de l'outre de 3 litres au départ de la centrale laitière est le même pour tout le monde, soit 4,80 F. Il n'y a pas de différence pour les collectivités ou pour les privés.

Conditions salariales

Une députée (S) s'interroge sur **la grille salariale aux LRG** : est-elle publique ? Ce serait selon elle un bon argument pour défendre le prix genevois.

M 2481-A 18/56

M. Charvet acquiesce et suggère que les grands établissements devraient faire un effort en faveur de la proximité.

Situation en zone franche

Un député (UDC) demande des précisions sur les producteurs zoniens.

M. Charvet indique qu'ils sont au nombre de 57 (10 ont disparu depuis l'entrée en vigueur du Swissness en 2017). La production baisse et la relève est quasi inexistante.

AUDITIONS - POUVOIRS PUBLICS

Audition du Conseil administratif de la Ville de Genève

 M^{me} Sandrine Salerno, conseillère administrative, et M. Gaëtan Morel, (29.11.2018)

Introduction

M. Morel indique que des contacts avec la DGAN et les LRG ont déjà été pris pour comprendre le contexte complexe de la filière du lait. Il observe une évolution positive au cours des dernières années.

L'indice GRTA mis en place par l'Etat (détenteur de cette marque) permet de déterminer un taux moyen de consommation, pour chaque entité qui achète des produits GRTA. Cela nous permet de suivre l'évolution **pour les restaurants scolaires** qui dépendent de la Ville de Genève (6000 repas par jour). Ce taux atteint 37% de la masse totale des produits laitiers consommés dans ces établissements. C'est le plus haut taux de produits GRTA utilisés dans la restauration scolaire. Comparé aux 14% pour les établissements cantonaux, ce résultat n'est pas si mauvais. Mais on pourrait aller au-delà et viser 50%, voire les 2/3.

Selon M. Morel, on pourrait encore augmenter le pourcentage en informant davantage les cuisiniers des restaurants scolaires. Ces derniers sont toutefois déjà très bien sensibilisés aux produits GRTA. Mais ils sont aussi confrontés à d'autres contraintes :

- contraintes budgétaires fortes ;
- gamme de produits laitiers assez limitée (pas de crèmes ou flans GRTA) ;
- produits pas toujours au goût des enfants qui sont habitués aux yogourts ;
- produits peu sucrés et peu colorés (les LRG proposent des yogourts GRTA sans arômes ni colorants artificiels et peu sucrés pour respecter des critères diététiques élevés);

 conditionnement pas toujours adapté (ils souhaiteraient du yogourt en vrac).

Il estime aussi qu'il est difficile de communiquer sur la notion de prix rémunérateur au producteur, car le 1 F/l n'est pas très clair ni très transparent. Il considère que cette problématique limite les campagnes de communication autour de ce lait.

Questions des commissaires

Bilan de l'expérience à la Ville de Genève

Une députée (S) demande comment ils analysent leur expérience depuis 2010 **qui vise à favoriser les produits du terroir genevois** et s'ils rencontrent des difficultés particulières.

Depuis la réponse à la motion M 883 en 2010 à la Ville de Genève, beaucoup des choses ont été testées, par exemple :

- Des distributeurs de lait et des locaux de stockage :
 - A l'époque ils voyaient un intérêt à distribuer le lait de manière alternative aux marchés pour toucher directement le consommateur, mais ce concept n'a pas abouti. Maintenant qu'il y a la labellisation GRTA, une filière bien structurée avec les LRG et un prix garanti, il est moins intéressant de partir dans la distribution directe. Le GRTA a résolu une bonne partie de la question qui était posée en 2010.
- Un poulailler urbain qui fonctionne encore aujourd'hui sans pour autant que cela ait créé « une émulation dingue », mais cette initiative est venue du terrain et du réseau

Beaucoup de choses sont faites avec relativement peu de ressources. Un seul collaborateur s'occupe de cette thématique en s'appuyant sur un tissu d'acteurs associatifs, des mouvements et des initiatives locales. Des partenariats avec le canton ont pris de plus en plus d'ampleur avec les années.

Des subventions de la Ville sont accordées pour des initiatives, mais restent à des niveaux limités : le NID a demandé une petite subvention de 20 000 F, le Bocal Local a demandé une petite subvention de démarrage. Ils essaient toujours de soutenir les initiatives qui leur semblent faire du sens. M^{me} Salerno observe que les gens sont conscients des enjeux et qu'il s'agit de questions de santé publique et d'éducation. Elle termine en déclarant que, même s'il y a des échecs, ils gardent toujours un regard très positif sur la question.

M 2481-A 20/56

M 2481, un vœu pieux?

Une députée (Ve) demande si l'invite de la M 2481est un vœu pieux.

M. Salerno répond que c'est une question de volonté politique. Indépendamment de la formulation de l'invite, si le Grand Conseil pense que c'est un enjeu important, alors il doit se mobiliser.

Elle constate qu'il y a, lors de la semaine du goût, beaucoup de restaurateurs et de jeunes très attentifs aux produits locaux et au « fait maison ». Certains jeunes se lancent dans des projets de coopérative ou d'agriculture contractuelle. « Il y a un vrai attrait, pour une grande partie des Genevois et des Genevoises, à consommer bien et local ».

Concernant la question des prix des produits, elle considère que ce n'est pas une vraie problématique, puisque tout le monde à l'argent pour s'acheter le dernier iPhone. Il s'agit donc seulement d'une question d'allocation des ressources.

Elle juge qu'il y a encore beaucoup de domaines où la Ville pourrait mieux faire. Par exemple pour les marchés : il est en effet très compliqué de différencier un producteur local qui produit ses tomates d'un autre qui est juste revendeur. Les gens sont un peu perdus. Elle mentionne aussi les discussions sans fin sur le calibrage, la forme et les exigences des produits. De la sensibilisation sur les légumes tordus qui ne sont pas vendus, par exemple. Les gens veulent du local, mais n'acceptent pas que les légumes ne soient pas calibrés. Elle remarque qu'il y a toute une éducation à faire.

Une volonté politique à mesurer

Un député (PDC) relève que M^{me} Salerno a parlé de **volonté politique**, mais que c'est au quotidien qu'elle se mesure. Cette volonté politique ne s'est pas manifestée pour le marché de Noël, par exemple. Il demande si la Ville a les budgets pour que les 6000 repas par jour soient GRTA.

M^{me} Salerno acquiesce. Elle rappelle que les projets de crèches bio de M^{me} Alder coûtaient aussi plus cher, mais qu'elle a obtenu les budgets auprès du Conseil municipal. Mais c'est vrai que les produits GRTA coûtent plus cher

M. Morel souligne le fait que la question des budgets est un gros frein. Il explique par exemple que le cuisinier du restaurant scolaire de sa fille lui a dit qu'il n'achetait jamais du poulet genevois parce qu'il était obligé de jouer avec les budgets. Il précise que cette personne est très sensibilisée et très intéressée par les produits régionaux et qu'elle fait son maximum. Il termine

en expliquant que les cuisiniers peuvent toutefois jouer un peu avec les quantités, les fournisseurs et la concurrence pour adapter leurs budgets.

Imposer plus de contraintes ?

Une députée (S) demande si la Ville impose des contraintes aux établissements qu'elle subventionne (cafétérias des musées par exemple).

M^{me} Salerno répond qu'ils ne contraignent pas ces entités. Pour les restaurants des établissements publics propriété de la Ville, une clause dans le cahier des charges et dans le contrat de bail est prévue. Si la personne ne fait pas du GRTA, ce n'est pas suffisant pour résilier le bail. Par contre, s'ils se rendent compte que ça ne va pas dans le bon sens, ils entrent en discussion.

M. Morel précise qu'il n'y a pas de possibilité d'obliger les gens à consommer local, ce serait contraire à la liberté économique. Il est par contre possible de prévoir des clauses qui privilégient les dossiers qui misent sur le local. C'est aussi valable pour les manifestations publiques. Pour le marché de Noël par exemple, il serait possible de rajouter une clause qui prévoirait qu'il faut d'abord privilégier les producteurs locaux.

Surcoût induit par GRTA

Une députée (S) demande quel est le surcoût induit par GRTA.

M. Morel estime un surcoût de 10 ou 20 centimes par repas. Il précise cependant que même avec l'introduction d'au moins deux produits GRTA par jour dans le repas, ils arrivent à des budgets similaires en adaptant les rations et en limitant le gaspillage. Il y a donc des moyens pour maîtriser les budgets sans forcément acheter des produits moins chers.

Changer les critères AIMP

Une députée (PDC) demande si on peut **changer les critères d'attribution de marchés publics au niveau cantonal** pour tenir compte du fait qu'il y a un surcoût pour les produits GRTA.

M^{me} Salerno répond que, pour une partie de la population, le fait de savoir ce qu'ils consomment et de pouvoir faire un choix est important. Typiquement, dans la grande distribution, on trouve certains aliments facilement, alors que pour le lait c'est moins évident. Selon elle, « il faut chercher le lait GRTA dans les linéaires pour le trouver ». Il faudrait donc discuter avec la grande distribution. Elle considère que, pour une grande partie des habitants, le fait de consommer local a de l'importance, même si c'est plus cher. Après, c'est aussi un apprentissage et une éducation.

M 2481-A 22/56

AIMP et alimentation

Une députée (PLR) demande si les repas dans les crèches de la Ville sont soumis aux marchés publics.

M^{me} Salerno répond que non. Les crèches sont des associations de droit privé, subventionnées massivement par la Ville, mais aussi par les parents. Les restaurants scolaires ne sont pas non plus soumis aux marchés publics à sa connaissance, les seuils n'étant pas atteints. Cela permet plus de latitude aux cuisiniers pour commander là où ils veulent et choisir leurs fournisseurs et leurs produits.

Une députée (PLR) demande comment la question des AIMP est gérée.

Concernant les AIMP, M^{me} Salerno considère qu'à un moment donné un arbitrage politique doit se faire. Pour les producteurs de lait, si on ne fait pas quelque chose, ils vont disparaître. Après ce sera impossible de faire revenir la filière. Rien n'est jamais impossible, mais cela coûterait terriblement cher. Il faut donc faire attention. Elle considère que ce sont des arbitrages compliqués, parce que le politique est à la fois astreint au droit et à d'autres contingents. Elle considère que le fait de devoir respecter un marché public et le fait de fournir une alimentation qui soit qualitative pour les gens ont le même poids. Elle rappelle que cela fait une dizaine d'années que la Suisse essaie de faire bouger l'accord international sur les marchés publics en introduisant d'autres critères qui existent déjà, mais qu'on devrait pondérer différemment. Elle termine en déclarant qu'il faut être attentif à ne pas laisser partir des filières économiques entières, parce qu'on ne les récupérera plus. Par rapport à la question des critères AIMP, M. Morel indique que le local n'est pas un critère par définition. Par contre, la proximité, la qualité des produits et l'écologie sont des critères de pondération. Il y a donc quand même une latitude pour ne pas se limiter uniquement à la question du prix.

Au niveau des achats en général, la Ville de Genève a une centrale municipale d'achat et teste un partenariat sous forme de convention avec la Ville de Carouge pour faire leurs marchés publics ensemble. Ils ont proposé à d'autres communes de faire la même chose. En dehors des denrées périssables et de l'alimentation, certains achats peuvent être faits en commun.

Sensibilisation du personnel

Une députée (PLR) revient sur les actions menées par la Ville : qu'en est-il de la **sensibilisation du personnel** ?

Tout ce qu'ils font en termes de **promotion de l'économie locale** est porté à la connaissance des collaborateurs. Depuis quelques années, ils proposent une formation sur le développement durable dispensée pendant la

pause de midi. Une formation sur la nutrition qui intègre 2 h sur le sujet de la production locale a lieu 4 ou 5 fois par année avec une vingtaine de participants. Il y a même des listes d'attente!

Les **offres de formation** de la Ville sont proposées aux autres communes. Ils essaient de mutualiser les projets qui sont menés. Ils ont par exemple fait des projets sur le principe « recycler et réparer » en partenariat avec la FRC et des communes genevoises.

Le service de réception de la Ville de Genève a été rendu attentif à **utiliser des produits locaux et à consommer de saison**. Toutes les réceptions de la Ville de Genève ont progressivement été dirigées vers des producteurs locaux. Il s'agit d'une éducation, il faut revenir, répéter, expliquer, sensibiliser et montrer qu'il y a des alternatives, parce qu'il n'y a pas que l'histoire du coût, il faut aussi que ce soit pratique et facile.

Audition de la direction générale de l'agriculture et de la nature (DGAN) M. Jean-Pierre Viani, directeur général DGAN (29.11.2018)

Introduction

M. Viani remercie la commission de l'auditionner. Il se dit touché de voir les parlementaires se préoccuper des paysans de ce canton et de leurs productions. En préambule, il livre une analyse la situation comme suit :

- L'agriculture genevoise représente moins de 1% de l'agriculture suisse : à l'échelle nationale, elle n'existe pas.
- Il y a 15 ans, l'identification des produits locaux n'existait pratiquement pas à Genève, il n'y avait pas de marque de garantie.
- En 2004-2005, le parlement adopte la loi sur la promotion de l'agriculture. Son article 13 alinéa 2 prévoit d'encourager la consommation de produits agricoles genevois au sein des collectivités publiques.
- Le Conseil d'Etat a ensuite précisé, dans son règlement d'application, que les départements doivent veiller à mettre en œuvre ce principe dans les restaurants sous son autorité.

Cela paraît impératif comme dispositions, mais dans les faits, ce n'est pas très contraignant.

Dispositif légal existant

Les dispositions légales et réglementaires visant la promotion et la valorisation des produits de l'agriculture genevoise existent :

M 2481-A 24/56

Loi sur la promotion de l'agriculture (LPromArg)

Art. 10, al. 4

Le canton veille à ce que la consommation de produits agricoles genevois soit favorisée, notamment dans les manifestations locales.

Art. 13 Commercialisation

¹ Le canton favorise le placement et l'écoulement des produits agricoles genevois, lesquels doivent être distinctement identifiés, notamment en vue de l'obtention de prix équitables.

² La consommation de produits agricoles genevois dans la restauration est encouragée. Le canton veille, en particulier, à ce que ces derniers soient proposés prioritairement par les collectivités publiques, ainsi que lors de manifestations ayant bénéficié de subventions cantonales.

Règlement d'application de la LPromArg

Art. 10 Commercialisation

⁴ Les départements compétents doivent veiller à ce que les restaurants dépendant de leur autorité s'approvisionnent en priorité auprès des producteurs locaux. Il en va de même pour les manifestations que ces autorités soutiennent financièrement.

La marque de garantie Genève Région Terre Avenir (GRTA)

La marque de garantie GRTA (et non le label) est propriété de l'Etat de Genève. Elle est placée sous la responsabilité d'une commission technique mixte et indépendante, intégrant des représentants de l'ensemble de la chaîne de valeur. La marque GRTA permet au consommateur d'identifier les produits respectant son cahier de charge, fondé sur des critères géographiques, environnementaux, économiques et sociaux. Cette marque facilite leur valorisation auprès d'utilisateurs privés et publics.

- La marque GRTA a été créée en 2004, c'est une marque de garantie, unique en Suisse, propriété de l'Etat de Genève et déposée auprès de la propriété intellectuelle.
- Les procédures de contrôle sur cette marque, sur les produits et les entreprises qui sont accréditées sont très strictes et rigoureuses.
- C'est une marque ambitieuse qui se préoccupe aussi de questions sociales comme le revenu du producteur ou les conditions des ouvriers agricoles.
- Elle exige le respect de différentes législations liées à la protection de l'environnement et des animaux.
- Elle garantit la traçabilité des productions.

 Une plateforme GRTA est créée quelques années après pour mettre en lien vendeur et acheteurs (ceux qui ont des produits GRTA et ceux qui souhaitent les acheter), notamment pour les cuisiniers des restaurants.

 Un indice de performance, pour estimer et suivre la consommation des produits GRTA par les restaurants « labellisés », a été développé.

Office de promotion des produits agricoles genevois (OPAGE)

Parallèlement, une impulsion nouvelle est donnée à la promotion dès 2004. L'OPAGE assure la promotion des produits GRTA auprès du consommateur final. Cette tâche lui est attribuée en vertu d'un contrat de prestation³.

L'office de promotion des produits agricoles de Genève élargit son champ d'activités à l'ensemble des produits du canton et ne se concentre plus uniquement sur le vin. Cet office se voit doter de ressources financières nouvelles.

Evolution de la situation à Genève (2004-2019)

Genève a été pionnier tant au niveau de sa loi (LPromAgr) que de sa marque GRTA et de son développement. Après plus de 10 ans d'efforts, une diversification de la production et une promotion renforcée, le résultat reste médiocre selon M. Viani : « Malgré le fait que le politiquement correct dit de consommer local, le **bilan est catastrophique** :

- Genève produit 15% de ce que Genève mange et on n'est pas fichu de vendre ce 15% localement.
- Les 4 producteurs de lait genevois produisent 4% de la consommation de produits laitiers du canton, mais on n'en valorise que 2% localement.
- La valorisation locale des trois grandes productions du canton que sont les céréales, les légumes et le vin n'atteint que 50%.

Genève a une production de niche, on devrait donc se battre pour avoir du lait GRTA, malheureusement on ne se bat pas. Une sensibilisation générale est faite, les citoyens sont très attentifs, mais le résultat est mauvais. Il y a donc une grande marge de progression, mais toute la question est de savoir comment. »

³ L'OPAGE est financé par la taxe de promotion imposée aux producteurs et le solde par un contrat de prestation.

M 2481-A 26/56

Les résultats sont mauvais, pourquoi?

Il y a de nombreux facteurs parmi lesquels deux doivent être soulignés :

- Genève est un canton urbain, les consommateurs n'ont pas d'« habitude terroir », et sont très éloignés de l'agriculture et des productions.
- Les consommateurs font souvent le grand écart : le discours citoyen dit consommez local mais pour les achats c'est de l'autre côté de la frontière.

Effectivement, les poulets suisses sont produits au prix suisse avec les contraintes suisses! Ce sera donc toujours moins cher d'aller acheter des poulets européens. M. Viani rappelle à ce propos un fait qui traduit la relative hypocrisie du système: en 1992, on a interdit les poules en batterie en Suisse, interdiction tout à fait compréhensible du point de vue de la production. A Genève, il existait alors quelques élevages en batterie. Résultats: ils ont tous déménagé à Saint-Julien. Aujourd'hui, le 100% des œufs qui entrent dans la composition de produits alimentaires proviennent d'élevages en batterie...

Le prix, facteur déterminant, mais pas facteur unique

On parle d'îlot de cherté suisse, mais il y a aussi l'îlot de cherté genevois.

Le fait que nos produits ne sont pas compétitifs, ni au niveau européen ni au niveau suisse, est un fait. Genève a les conditions les plus chères de Suisse pour louer un hectare de terres agricoles et pour rémunérer le travail. Donc le poulet, l'orge, les légumes sont plus chers que dans le reste de la Suisse.

A cela s'ajoute le fait que le panier de la ménagère suisse se compose de moins de 7%, hors restaurant, pour l'alimentation des familles. On n'est jamais arrivé à un taux aussi bas, sans doute le plus bas au monde.

Côté offre, Genève ne peut pas produire une palette complète de produits agricoles. En quantité souvent, l'offre n'est pas ou est peu coordonnée. Elle s'adresse à la grande distribution qui est soumise à la pression des marchés internationaux.

Conclusion

En conclusion, M. Viani, estime qu'il faut voter cette motion, car c'est un encouragement pour les efforts constants menés à la fois par les producteurs et la DGAN depuis plus de 15 ans. Il préconise aussi :

 de mobiliser tous les départements de l'Etat de Genève pour entreprendre quelques actions complémentaires;

 au niveau de l'agriculture, d'inviter les producteurs et les coopératives qui transforment les produits à mieux coordonner l'offre en quantité et en diversité;

- au niveau de la promotion, de sensibiliser plus et d'informer sur les modes de production et des prix (l'OPAGE pourrait orienter ses actions et expliquer pourquoi les produits coûtent plus cher à Genève);
- concernant les AIMP, il y aurait une recherche à faire au niveau juridique pour renforcer les critères comme la durabilité.

Questions des commissaires

Imposer un produit laitier en plus

Une députée (Ve) suggère de modifier la directive GRTA qui prévoit minimum 2 produits par repas en imposant un produit laitier en plus.

M. Viani explique qu'au début, il pensait que la restauration collective publique serait la plus intéressée. Dans les faits, il y a aujourd'hui plus de restaurants privés que publics qui sont certifiés GRTA. Un des critères est d'avoir minimum 2 produits GRTA par repas. Pour encourager à faire mieux, ils ont développé un indice de performance locale. Cela permet à ceux qui vont au-delà des deux produits exigés par la charte d'afficher leur indice GRTA à l'entrée de leur restaurant. Et cela fonctionne bien, les restaurants privés jouent le jeu. On ne peut pas contraindre. Comme détenteur de la marque, il est possible d'augmenter les exigences, mais il faut s'assurer que le résultat ne soit pas contre-productif. En d'autres termes, il ne faudrait pas perdre des clients en raison de trop fortes contraintes de quantité, mais plutôt essayer d'en gagner grâce à la valorisation de leurs efforts.

Autres propositions concrètes?

Un député (EAG) demande s'il a d'autres propositions concrètes à faire.

M. Viani répond que c'est un processus très dynamique. Il explique qu'ils travaillent énormément sur la <u>crédibilité de la marque et sa rigueur</u>. Si on vendait sous GRTA des produits qui ne venaient pas de la région ou qui ne respectaient pas les directives de la marque, on redescendrait d'un étage, alors que c'est déjà très difficile de sensibiliser et de communiquer. C'est un travail de longue haleine pointu et exigeant.

Améliorer la coordination au sein de la filière

En référence à la coordination de l'offre entre producteur et transformateur, une députée (PLR) demande si M. Viani a des suggestions.

M 2481-A 28/56

M. Viani répond que ce n'est pas à l'administration d'organiser l'offre des paysans mais à leurs filières. Les paysans savent pourquoi on ne prend pas leurs produits. Ils connaissent bien les marchés qui leur échappent et ce qu'il faudrait faire pour être plus fort. L'Etat doit se borner à mettre en place des conditions-cadres. GRTA est une des conditions-cadres pour profiler les produits locaux. L'Etat doit garantir la valeur de cette marque. Il se doit de défendre tout le monde (formes, structures et modes de production), dans les limites du cadre légal fixé par la Confédération et le canton. Cette diversité est une arme supplémentaire pour attaquer les marchés. Si tout le monde était bio, ce serait difficile économiquement. Les producteurs devraient trouver d'autres moyens pour se différencier! L'agriculture contractuelle a sa place, pas au niveau de l'écoulement quantitatif des productions, mais au niveau de la communication et de la sensibilisation. Différentes pistes sont à explorer. Il termine en déclarant qu'on ne gagne qu'ensemble.

AUDITION – ENTITÉ PUBLIQUE AUTONOME

Audition des Hôpitaux universitaires de Genève

M. Bertrand Levrat, directeur général des HUG, accompagné de M. Ricardo Avvenenti, directeur de la centrale d'achats et d'ingénierie biomédicale des Hôpitaux universitaires Vaud-Genève (CHUV-HUG), et de M. Didier Gevaux, directeur du département d'exploitation des HUG (17.01.2019)

Introduction

M. Levrat indique que les HUG se soucient de mettre à l'honneur les producteurs locaux et sont sensibles aux produits GRTA. Il présente leur activité relative aux achats alimentaires comme suit :

- Les HUG fonctionnent en conglomérat qui regroupe les centrales d'achats du CHUV (Vaud) et des HUG (Genève).
- Ils sont donc soumis aux marchés publics, les volumes étant relativement importants, et procèdent à des appels d'offres régulières auprès des différents fournisseurs.
- Un hôpital a un certain nombre de spécificités propres, notamment en matière de consommation.
- Depuis plusieurs années, les HUG mènent une politique très engagée et volontariste pour promouvoir le label GRTA et être respectueux de l'environnement. Il s'agit d'un axe de leur plan stratégique.

 En ce début d'année, ils ont doublé leur consommation en énergie verte.
 C'est significatif, car les HUG consomment annuellement l'équivalent de 18 500 ménages.

- Concernant les produits laitiers en général, il souligne le fait que tous les patients ne les supportent pas, ce qui impose un certain nombre d'exigences sur les produits.
- Les volumes sont considérables, l'hôpital étant un consommateur important.
- Les HUG s'occupent aussi de fabriquer l'ensemble des repas pour l'IMAD. Donc tous les repas livrés à domicile proviennent des cuisines des HUG.

M. Levrat indique que les HUG ont le sentiment de déjà appliquer la motion, dans les limites de leur priorité, à savoir privilégier ce dont les patients ont besoin. Il insiste sur le fait que, pour tout ce qui est possible dans le cadre du GRTA, ils sont sensibles à cette problématique et ils l'appliquent.

Procédure d'appel d'offres pour les produits laitiers

M. Avvenenti explique les processus d'appels d'offres.

Pour les produits laitiers, ainsi que tous les produits utilisés par le service de la restauration, les appels d'offres sont faits sur base annuelle, car il est assez difficile de fixer un prix au-delà d'une période de 12 mois.

- L'appel d'offres pour le lait s'est déroulé en février 2018 et il court pour une année
- Huit fournisseurs ont répondu et deux ont été retenus. Il précise que, pour les HUG, une partie du volume de lait est labélisé GRTA.
- Les HUG consomment 168 000 litres de lait frais par année sur lesquels 55 000 litres sont labélisés GRTA (soit environ 1/3). Il souligne le fait que le label GRTA n'est pas appliqué à toutes les qualités de lait. Le lait demi-écrémé n'existe pas en GRTA.
- Les appels d'offres couvrent les besoins des HUG et du CHUV, mais le CHUV ne prend pas de lait GRTA à cause de la différence de prix. Le CHUV achète donc du lait standard à 100%. Le CHUV consomme environ 181 000 litres de lait par année.
- Ils achètent aussi du lait en poudre pour confectionner les petits déjeuners des patients. Ce produit n'existe pas en GRTA.
- Les HUG font un effort financier important, puisque le prix du litre de lait standard est de 1,01 F contre 1,27 F pour le litre de lait GRTA en outres

M 2481-A 30/56

de 10 litres et de 1,44 F le prix du lait GRTA en briques ou en litres. Ils ont accepté de favoriser le marché local en prenant, lorsque le produit est disponible, un lait labélisé GRTA malgré la différence de prix.

Il y a des discussions pour que le lait, qui est principalement livré en outres de 10 litres, soit livré en briques de 0,5 litre ou de 1 litre. Ils essaient de travailler avec les producteurs pour développer des nouveaux produits.

Pour les fromages, ils achètent principalement des fromages pour les plateaux des patients, mais il n'existe malheureusement pas de produits GRTA. Le chiffre d'affaires annuel est de 800 000 F et ils travaillent de la même manière que pour le lait. Ce marché a été lancé le 15 novembre 2018 et arrivera à échéance le 14 novembre 2019.

Pour les yogourts, les appels d'offres sont aussi annuels. Une partie des yogourts sont labellisés GRTA, cela concerne aujourd'hui 11 500 yogourts. Ils ne peuvent pas prendre uniquement des produits GRTA en raison du conditionnement plus important que ce dont ils ont besoin à l'hôpital.

Impératifs techniques relatifs aux produits laitiers

M. Gevaux souligne les impératifs techniques liés aux HUG:

- Pour les petits déjeuners, le lait en poudre est privilégié, car il est plus économique mais aussi plus digeste. Le service de nutrition a travaillé pendant plusieurs années sur le réglage de ce lait en poudre de manière à ce qu'il soit acceptable pour tous les régimes légers.
- Ils ont énormément travaillé pour intégrer le lait GRTA dans les recettes.
 Les outres de 10 litres sont privilégiées, car pratiques. L'unité centrale de production, à la base de la quasi-totalité des repas, utilise ce lait GRTA.
- Le lait demi-écrémé servi dans les restaurants ou sur les plateaux des patients n'est pas disponible en GRTA.
- Pour des raisons de régime alimentaire, ils ont choisi de servir du fromage à pâte dure, car il y a peu de lactose dans ce genre de fromage. Cela représente 90% des fromages servis. Il n'y a pas de fromage GRTA à pâte dure disponible. Le chef du service restauration est un pro-GRTA et il essaie de travailler avec les LRG et d'autres fournisseurs pour encore améliorer cela, mais il n'y a malheureusement pas de fromage à pâte dure GRTA à l'heure actuelle.
- Les petites tommes sont servies dans les restaurants, mais il s'agit d'une petite quantité. Ils n'en servent pas sur les plateaux des patients.
- Pour les yogourts, il est rare qu'un yogourt fasse office de dessert. C'est souvent un petit accompagnement pour prendre les médicaments. Il faut

donc un conditionnement très petit, plutôt de 100 grammes ou de 125 grammes, mais pas de 180 grammes comme c'est le cas des yogourts GRTA. Il indique qu'il y a une discussion en cours.

Exemple pour les légumes

Les HUG s'approvisionnent en légumes frais labellisés GRTA à hauteur de 90%. Cela signifie que pratiquement tous les légumes utilisés aux HUG sont labélisés GRTA. Cela représente 1,3 million de chiffre d'affaires annuel pour 350 tonnes de légumes.

Un travail s'est fait entre les HUG et les différents producteurs du canton pour arriver à ce taux de 90% de légumes labélisés GRTA consommés aux HUG. Il y a quelques années, on n'était pas à ce taux-là.

Le potage qui est servi à travers l'IMAD est à 100% GRTA.

M. Avvenenti indique que c'est grâce aux HUG que les producteurs ont pu monter à ce niveau de capacité de production.

Questions des commissaires

Consommation de yogourts aux HUG

Une députée (EAG) remarque que 11 500 yogourts sont GRTA, elle demande combien de yogourts sont servis aux HUG par année et qui sont les fournisseurs.

Il s'agit d'un chiffre d'affaires annuel de 900 000 F, le prix moyen d'un yogourt GRTA est de 95 centimes et le prix d'un yogourt standard qui n'est pas labélisé GRTA est de 63 centimes. Donc il s'agit, en quantité, de plus d'un million de yogourts consommés par année aux HUG (ndlr: selon calcul, le résultat approche plus les 1 420 000 yogourts).

Les fournisseurs sont toujours les 4 mêmes : Crémo, Emmi, Silivri et LRG/Vivadis. Actuellement, 53% du marché va à Crémo, 13% à Emmi, 16% à Silivri et 18% à Vivadis

M. Levrat rappelle que le Grand Conseil donne une subvention cantonale aux HUG et qu'ils sont soumis aux marchés publics. La centrale d'achat Vaud-Genève, gérée par M. Avvenenti, touche d'autres hôpitaux romands. Ces volumes en commun permettent de mettre la pression sur un certain nombre de fournisseurs afin de faire diminuer les prix et d'éviter de devoir surpayer. Ils cherchent à répondre à cet équilibre à travers le GRTA, c'est une volonté institutionnelle, mais il n'est pas possible de privilégier un fournisseur au détriment des règles des marchés publics.

M 2481-A 32/56

Dans le cadre des AIMP, il n'est pas possible d'éliminer des fournisseurs au motif qu'ils ne sont pas dans le canton de Genève. Ils essaient de favoriser les fournisseurs locaux dans le cadre des règles qui leur sont imposées. Mais quand une société comme Crémo offre des conditions plus favorables, c'est compliqué, voire même impossible, de la sortir au motif qu'elle ne se situe pas dans le canton de Genève.

Pour le lait, il y a eu un appel d'offres. Deux fournisseurs ont été retenus. Il s'agit de Crémo et de Vivadis. Il précise que Crémo détient 31% du marché et que Vivadis en détient 69%.

GRTA, une plus-value pour les patients?

Une députée (Ve) demande si mettre en avant des produits genevois est une plus-value pour les patients.

La motivation de chercher à se fournir localement est multiple, il s'agit tout d'abord d'une responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise. Le GRTA permet d'assumer cette responsabilité en diminuant l'empreinte écologique des HUG.

Pour les patients, la durée moyenne de séjour est de 6,5 jours. Ils ne sont pas insensibles aux produits GRTA, mais ce n'est pas vraiment un élément de promotion.

Pour les restaurants, les HUG sont des ambassadeurs du GRTA. Par exemple, la soupe qui est servie décrit tous les produits GRTA qui sont utilisés

Selon M. Gevaux, la difficulté est de pouvoir suivre lorsqu'on s'engage à être GRTA. Etant donné les volumes importants écoulés aux HUG, il n'est pas toujours simple de trouver trois produits GRTA par repas. Il déclare qu'à partir du moment où il y a des nouveaux produits et des prix qui peuvent être revus ils sont preneurs.

Comparativement au CHUV, M. Avvenenti insiste sur le fait que les HUG sont très proactifs. Les HUG prennent le poulet dans le canton de Genève alors que le CHUV prend du poulet du Brésil. Le poulet du canton de Genève est un peu cher, mais au moins on en est fier quand on le met dans l'assiette. Le CHUV choisit les produits les moins chers et ne veut pas entendre parler du label GRTA.

Une députée (PDC) suggère que les HUG fassent pression pour **baisser les marges de l'industrie pharma**, somme qui pourrait être attribuée au profit de l'approvisionnement en produits de l'agriculture locale.

M. Levrat indique que les HUG vont initier des importations parallèles sur le matériel non médical, qui coûte 6 à 7 fois moins cher en Europe qu'auprès des fournisseurs suisses. En revanche, les importations parallèles de médicaments restent interdites en Suisse, signe que les lobbys pharma sont suffisamment puissants à Berne pour maintenir cette interdiction. Le HUG paient donc les médicaments 5 fois plus cher que leurs voisins européens. S'agissant de la nourriture, ils essaient de trouver des solutions cohérentes.

Etat des discussions entre les HIIG et les LRG

Un député (PLR) demande si des discussions entre les HUG et les LRG ont lieu, dans la perspective d'un accord similaire à celui réalisé pour les légumes, portant sur la qualité souhaitée, le conditionnement, le prix, une planification dans le temps.

M. Avvenenti indique que des discussions ont débuté, il est confiant et pense que les choses pourront aboutir. Le prix reste le point d'achoppement. Pour le conditionnement en briques de 0,5 litre ou de 1 litre, le prix du lait est à 1,44 F alors que le prix du lait standard est à 1,01 F.

Sur les conditionnements de yogourts de 100-120 grammes, ils n'ont pas encore commencé les discussions, mais chaque année ils publient ce dont ils ont besoin dans les appels d'offres. Les fournisseurs peuvent donc choisir de s'adapter. Il n'y a aucune découverte chez les fournisseurs par rapport au fait qu'ils ont besoin de yogourts d'une certaine taille. Ils se sont engagés avec l'IMAD à faire un potage réalisé chez un fournisseur GRTA, avec un engagement sur trois ans. Ce genre de négociations existe.

A la question : les fournisseurs ont-ils déjà répondu qu'ils ne pouvaient pas adapter leur production à leurs exigences en raison des coûts induits, M. Avvenenti répond qu'ils n'ont pas reçu de réponse à ce niveau-là.

Sur la question des investissements nécessaires à l'achat de nouvelles machines de conditionnement, M. Avvenenti explique que le processus est le même que pour les légumes et qu'ils vont s'engager sur plusieurs années. Ils sont conscients des investissements que cela peut occasionner.

Sur les quantités de lait demi-écrémé, une discussion est en cours. M. Avvenenti répond que cela va prendre du temps, car le fait de ne pas pouvoir livrer du lait dans des briques de 0,5 litre et de 1 litre empêche les HUG d'augmenter leur part GRTA. Si les producteurs sont prêts à faire une démarche sur les briques de 0,5 et de 1 litre, alors les HUG pourront augmenter leur part GRTA.

Sur la question du prix, M. Avvenenti indique qu'ils devront négocier le prix. Le prix de 1,44 F par litre ne lui convient pas. Le CHUV et les HUG

M 2481-A 34/56

dépensent par année 1 milliard de francs pour le lait via la centrale commune d'achat. Il est obligé d'avoir ce raisonnement pour le lait, car les montants sont importants en fin d'année. Il estime que s'ils passaient en GRTA, pour la partie du lait qui n'existe pas actuellement, cela représenterait 50 000 F de plus par année sur le budget du lait, sans le lait demi-écrémé. Il va donc falloir trouver un juste milieu. Il précise cependant qu'ils ne traitent pas de la même manière un producteur local de lait qu'une entreprise comme Novartis.

Le député (PLR) demande si la seule marge de manœuvre aujourd'hui serait le **conditionnement de lait GRTA en briques de 0,5 et de 1 litre**, étant donné qu'il n'y a pas de fromage à pâte dure GRTA et que la production de lait en poudre est assurée par 5 gros producteurs en Suisse⁴.

M. Avvenenti acquiesce et indique que cela représenterait quand même 50 000 F de plus par année pour le budget des HUG.

A la question de savoir à quel prix les HUG seraient prêts à prendre ce lait GRTA, M. Avvenenti répond qu'ils devraient négocier avec les producteurs.

Sur l'avancement des négociations, M. Avvenenti estime qu'il sera possible d'aboutir. Il explique qu'ils sont très transparents avec les producteurs par rapport au prix qu'ils paient et à la marge de manœuvre qu'ils ont.

En réponse à la question d'une députée (S) qui demande pourquoi les négociations relatives aux yogourts n'ont pas encore pu être menées (alors qu'une telle démarche a déjà abouti pour les légumes), il lui est signifié que les discussions ne sont pas très en retard et que les choses sont en train de mûrir. La question du prix reste importante. Le prix de la transition représenterait tout de même 290 000 F d'écart. Le fournisseur est aussi conscient de cela.

Si demain le budget du service de la restauration n'était plus le même, alors peut-être qu'au terme de leur engagement de trois ans, ce taux de 90% de légumes genevois ne pourrait pas être reconduit. De manière générale, ils dépensent aujourd'hui plus qu'avant pour les légumes, car cela leur semblait porteur de faire travailler les fournisseurs locaux.

S'agissant du conditionnement en pot de 125 grammes, une députée (PLR) remarque qu'il existe (disponible chez certains distributeurs de la place). Elle conclut que c'est le tarif qui est source de divergence et espère que des discussions proactives pourront se faire.

-

⁴ Crémo, Emmi, Hochdorf, Nestlé, Gefu Oberle.

M. Avvenenti indique qu'ils ont des bonnes relations avec les LRG, mais qu'il y a un prix du marché et de la concurrence. Les LRG sont mises en concurrence comme tout le monde.

Compte tenu de l'impact du transport sur l'environnement, une députée (S) demande quel est le périmètre dans lequel se trouvent les fournisseurs de lait et **comment les HUG pondèrent le critère de proximité** dans les AIMP.

M. Avvenenti explique que le périmètre est romand, car la centrale d'achat opère pour Vaud et Genève (HUG-CHUV). A la question de savoir pourquoi Emmi, qui n'est pas romand, figure parmi les fournisseurs, il répond que le critère de distance ne peut pas être invoqué; ce serait discriminatoire. La distance est un sous-critère du critère environnemental, dont il représente 20% pour ce type de produit.

S'agissant du périmètre d'approvisionnement, une députée (PLR) remarque que tous les producteurs de ce pays connaissent les mêmes difficultés quant aux débouchés locaux. Elle demande à combien s'élève le budget annuel des HUG pour l'alimentation et quelle est la part dédiée aux produits locaux.

M. Gevaux répond que le budget total pour l'alimentation est de 32 millions de francs, mais qu'il ne connaît pas la part en francs dédiée à l'effort local. Il précise toutefois « qu'ils travaillent au maximum sur les circuits courts. Cela a été fait pour les légumes, pour une partie de la viande, notamment la viande blanche, mais c'est malheureusement moins vrai pour les fruits. Parce que malgré la bonne volonté on ne trouve pas de bananes à Genève et qu'il en faut de temps en temps. »

Elle demande si **une stratégie avec des objectifs particuliers** existe aux HUG concernant l'approvisionnement des denrées alimentaires. Si oui, est-elle publiée ?

M. Avvenenti explique qu'un des objectifs a été de supprimer tous les produits transportés par avion. Les produits en provenance d'Asie et d'Amérique du sud ont été supprimés aussi.

En revanche, M. Gevaux répond qu'ils ne communiquent effectivement pas suffisamment, mais que la semaine du goût de cette année sera basée sur des recettes GRTA. Ils doivent toutefois tenir compte du fait que les décisions sont prises en commun, au niveau de la centrale d'achat Vaud-Genève.

Une députée (PDC) demande s'ils **mettent en valeur** le fait que les menus contiennent des produits locaux et GRTA auprès des patients.

M 2481-A 36/56

M. Levrat répond qu'ils ne le font pas, mais que c'est une bonne suggestion. Il termine en déclarant que la nourriture hospitalière, dans sa présentation, va devoir être améliorée dans les années à venir.

Elle demande s'ils sont en discussion avec les LRG pour le lait demi-écrémé.

M. Gevaux répond que les LRG connaissent les besoins des HUG. Un nouvel appel d'offres aura lieu dans quelques mois, si les LRG proposent quelque chose à un prix raisonnable, il n'y a aucune raison de ne pas discuter.

DISCUSSION ET PRISE DE POSITION DES GROUPES

Le groupe socialiste constate, grâce aux auditions des LRG et des producteurs, que ce segment agricole est particulièrement sinistré, notamment du fait de la faible valeur ajoutée des produits. Il est dès lors justifié d'envisager un traitement particulier. Les résultats obtenus à la Ville de Genève sont bons, cela doit donc aussi être possible au niveau du canton. Tous les acteurs semblent favorables à cette motion, y compris la DGAN. Cela dit, le groupe socialiste est conscient que ce texte n'est pas révolutionnaire et que les choses ne vont pas changer du jour au lendemain. Le texte de l'invite est mesuré, ne vise pas à imposer mais à inciter les partenaires qui ont des volumes relativement intéressants. C'est aussi l'occasion d'encourager les particuliers à acheter des produits locaux.

L'audition des HUG a montré que l'Etat pouvait avoir un rôle non négligeable en montrant plus de détermination dans ce dossier.

Le groupe PLR souhaitait l'audition des HUG, non pas pour retarder le vote, mais parce que cette audition a permis de bien comprendre les mécanismes, les préoccupations, les stratégies et les intentions des HUG sur la question de l'approvisionnement local, et en particulier du lait. Cette audition a montré que les choses peuvent progressivement s'améliorer si une volonté politique est plus fermement soulignée. Pour autant, la question des critères AIMP reste ouverte. Le PLR va soutenir cette motion qui permet de remettre l'ouvrage sur le métier.

Le groupe MCG va aussi soutenir cette motion. Il explique que le soutien de nos producteurs locaux fait plaisir à entendre.

Le groupe EAG va soutenir cette motion. Il considère en effet qu'on ne peut pas se reposer uniquement sur la volonté des conseils d'administration ou sur le bon vouloir de quelques magistrats. Il doit s'agir d'un choix public, global, cohérent et assumé par une majorité du parlement.

Les Verts sont favorables à cette motion. Pour eux, le texte de la motion s'inscrit dans le sens de la souveraineté alimentaire. La notion de prix rémunérateurs est importante. S'agissant du lait, il ne reste que 4 producteurs et, selon les Verts, le lait est un des seuls produits GRTA pour lequel la question du prix rémunérateur a été discutée explicitement.

Le PDC va également soutenir ce texte. Même si de nombreuses actions sont déjà réalisées, les confirmer par cette motion permet de démontrer une vraie volonté politique.

Vote

La présidente met aux voix la prise en considération de la M 2481 :

Oui: 14 (1 EAG, 3 S, 2 Ve, 2 PDC, 4 PLR, 2 MCG)

Non: – Abstentions: –

La prise en considération de la motion M 2481 est acceptée.

La commission accepte de prendre en considération cette motion pour renvoi au Conseil d'Etat. Elle préavise un traitement en catégorie de débat III (Extraits).

Synthèse et conclusion

A l'issue des auditions, les commissaires s'accordent sur le constat que la situation de la production laitière à Genève est alarmante.

Il ne reste que 4 producteurs (20 dans les années 2000) dont l'activité est fortement compromise par une guerre des prix sans merci. Les 4 producteurs de lait genevois produisent 4% de la consommation de produits laitiers du canton, mais 2% sont valorisés localement. Les efforts consentis pour adapter leur outil de production, répondre aux hautes exigences en matière environnementale et sociale ne sont que marginalement valorisés dans le prix obtenu sur le marché (seule la moitié de la production annuelle est vendue en tant que GRTA), tant la concurrence est forte sur le lait, et ce malgré les efforts des LRG.

Paradoxalement, l'Etat de Genève a été le premier canton à se doter de bases légales et d'une politique proactive pour promouvoir son agriculture locale :

 il a déposé et développé la marque GRTA (2005), unique en son genre, qui garantit la traçabilité du produit, favorise une rémunération équitable et le respect des normes environnementales; M 2481-A 38/56

- il a facilité les investissements et encouragé les innovations techniques ;

- il a adopté une loi sur la promotion de l'agriculture (2005) permettant à l'Etat de favoriser l'écoulement de produits agricoles genevois;
- il assure la promotion de sa marque GRTA, via l'office de promotion OPAGE.

Le bilan après 15 ans est mitigé. Les résultats peuvent être qualifiés de très bons en termes de production (tant sur le plan environnemental que social) et sur le plan de la notoriété de la marque GRTA :

- Au sein de la grande distribution, les efforts des dernières années sont porteurs, les produits GRTA sont bien présents, car demandés par le consommateur. Des efforts restent à faire en termes de visibilité.
- Auprès de la restauration collective privée, les résultats sont significatifs.
 Ces derniers sont très motivés et jouent la carte GRTA, dont la composante durabilité correspond aux valeurs qu'ils souhaitent privilégier.

En revanche, les résultats restent encore insatisfaisants au sein de l'Etat. La mise en œuvre de la loi sur la promotion de l'agriculture locale se heurte à d'autres dispositions contraignantes, en particulier les règles relatives aux marchés publics (AIMP). Le critère de proximité ne pouvant être que marginalement pris en compte, le prix reste le critère déterminant, au détriment d'autres critères de durabilité.

Cette motion invite donc le Conseil d'Etat à aller au bout de la démarche et à mettre en place de manière proactive des outils permettant d'assurer la mise en œuvre effective des art. 10 et 13 de loi sur la promotion de l'agriculture, au sein du grand et du petit Etat, tout comme au sein des entités publiques qui dépendent de son autorité.

Au vu de ce qui précède, la commission recommande, à l'unanimité, la prise en considération de la présente motion et son renvoi au Conseil d'Etat.

Annexes

- 1. La stratégie des produits GRTA aux Laiteries Réunies (P. Charvet, directeur général des Laiteries Réunies Genève).
- 2. Genève Région-Terre Avenir dans la restauration (office cantonal de l'agriculture et de la nature, OCAN).

Proposition de motion (2481-A)

pour mieux soutenir la production de lait genevois

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

- qu'il ne reste plus que cinq producteurs de lait à Genève, dont l'un consacre toute sa production à la fabrication du fromage;
- que ces producteurs vivent difficilement de la vente de leur lait ;
- que certains, qui devraient moderniser leurs installations, peinent à trouver des financements auprès des banques, car cette activité est considérée comme « à risque »;
- que ce lait genevois et ses produits dérivés, tels que fromages ou yogourts, bénéficient du label GRTA qui garantit qualité, proximité, traçabilité et équité de la production;
- que les collectivités publiques devraient montrer l'exemple en achetant et en consommant ces produits locaux, en quantités suffisantes afin d'assurer un revenu correct à ces exploitants;
- que les habitants du canton devraient être, de ce fait, incités à faire de même,

invite le Conseil d'Etat

à mettre en œuvre le beau principe de « consommer local » en incitant, par tous les moyens dont il dispose, les collectivités publiques, telles que les communes pour leurs cantines scolaires et institutions pour la petite enfance, les EMS, les HUG et leurs nombreuses filiales, les cliniques et écoles privées, les prisons, etc., à privilégier lors de l'achat des produits laitiers ceux produits dans le canton et labellisés GRTA.

M 2481-A 40/56

ANNEXE 1



Grand Conseil Genevois Commission de l'environnement et agriculture Salle de L'auditeur – Hôtel de Ville Madame Delphine Bachmann Présidente 08/11/18



aux Laiteries Réunies le 8 novembre 2018



Direction Générale

Novembre 2018



Conditionnement en Lait Pasteurisé :

- Briques de ½ et ¾ de litre Outres de 3 et 10 litres
 - la brique genevoise UHT
 - Tomme de Genève et yogourts
 - But
 - Avantages et intérêts
 - Contraintes
 - Perspectives et risques
 - Coût de l'installation
 - Conclusion

M 2481-A 42/56







BUT

- Maintenir une activité laitière à Genève
- Transformer et valoriser le lait de nos 4 sociétaires
- Offrir à la restauration collective et aux consommateurs de Genève, des produits de proximité et de qualité
- Recréer une activité sur le site de Plan-les-Quates
- Aspect social (maintien du potentiel RH)
- Répondre aux attentes du Canton

Direction Générale

Novembre 2018







BUT

- Fermes Genevoises avec label GRTA
- Lait frais produit par des vaches laitières Genevoises,
- Produit frais sain et naturel, origine et traçabilité garantie, produit de proximité, du terroir,
- Traitement (pasteurisation, homogénéisation, refroidissement, stockage),
- Conditionnement, (Respect de la matière noble, conditionnement par gravité sur la conditionneuse en sachet (outres) de 3 et 10 litres),
- Outre → sachet économique et écologique,
- Proximité, origine, traçabilité, qualité, fraîcheur, Rapidité, respect de ce produit naturel avec un prix équitable.
- Respect des consommateurs, ils peuvent aller voir les vaches dans la campagne genevoise.
- Lait de haute qualité, > Fraîcheur et surtout Santé







AVANTAGES ET INTERETS

- Véhiculer l'image et la réputation de l'entreprise
- Proposer aux consommateurs le lait de notre terroir
- Rationaliser les flux du lait et des produits finis
- Utilisation du lait de nos producteurs
- · Valoriser une contribution à l'écologie
- Profiter de notre savoir faire
- Pouvoir bénéficier de l'appui du Canton GE
- Bénéficier de notre réseau commercial

Direction Générale

Novembre 2018







Contraintes

- Marge faible → installation économique impérative
- Amortissement des lignes sur 6 années
- · Produit sensible et clients exigeants
- · Maîtrise technologique indispensable
- · Concurrents limités mais puissants

M 2481-A 44/56







ASPECTS COMMERCIAUX

Réseau commercial: Vivadis

Clientèles visées : Collectivités,

Restauration collective

• Hôpitaux,

• Marchés à la ferme, etc.

• Gamme --> différents laits past. et UHT

tomme, yogourts, etc.

Prix compétitif

Direction Générale

Novembre 2018







MARKETING

- Marque « LAITERIES REUNIES »
- · Label proximité Genève « GRTA »
- Lait pasteurisé Haute pasteurisation
- · Lait UHT longue conservation
- Emballage attrayant
- Respect environnement
- Circuit court







Structure des coûts

- Le LAIT
- Machine Suisse ELVA Mac
- Ligne stérile (UHT)
- Cond. GALDI
- Automation tuvauteries . vannes
- Emballages, caisses, palettes

Direction Générale

Novembre 2018





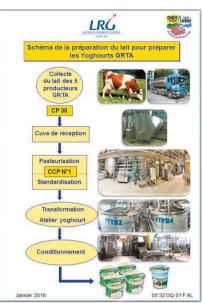


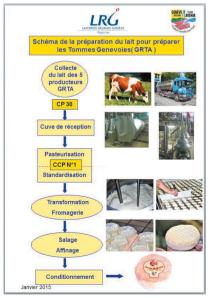
ORGANISATION GENERALE

- Etude & conception : Fédération + CA + DG
- Marketing: Fédération / VIVADIS
- Réseau commercial: VIVADIS + OTTIGER + Féd.
- Contacts avec les Services de l'Agriculture du Canton de Genève pour l'obtention du label GRTA
- · Soutien politique fort

M 2481-A 46/56













Direction Générale Novembre 2018



Qualité Proximité



Traçabilité Équité



Lait entier genevois

Liste des exploitations certifiées par l'OIC

1 Baumgartner Christophe Ferme de Rennex , Ch. Des Limites, 36 1294 GENTHOD

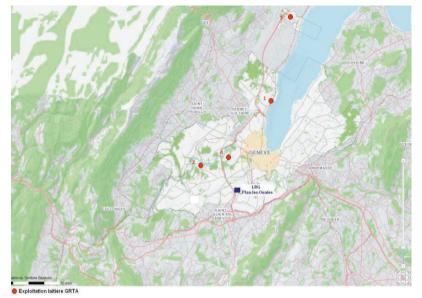
2 Bieri Claude, et Mathias Ch. Des Tanquons, 41 1237 AVULLY

3 Pradervand Didier La grande Coudre 1298 CELIGNY

4 Zeller Marc Route de Peney, 82 1214 VERNIER

Situation au 01.11.2018

M 2481-A 48/56



Direction Générale

Novembre 2018



ÉVOLUTION DU TONNAGE DE LAIT LABEL GRTA TRANSFORMÉS

	Outres 3 litres et 10	Tommes de Genève	Yogourts	Yogourts	Lait UHT	Lait past. 0,75 L et 0,5 L	TOTAL (tonnes)	Observations
2019							1 300	
2018				Novembre 2018			1 250	Lancement yogourt à la pomme
2017			Septembre 2017	10000			1 200	Lancement yogourt au miel
2016	Million					Octobre 2016	1 200	Lancement lait de conso. past. 0,75 L et 0,5 L
2015	40. 14		100 100 100 100 100 100 100 100 100 100				1 030	
2014				\$3 1000	Janvier 2014		980	Lancement lait UHT
2013			Latter of	Août 2013			847	Lancement tomme à grillée yogourt 2 X 180 g
2012			Juin 2012				702	Lancement yoghourts 4 X 125 g
2011		Material A	Multi-chier III	William March			641	
2010	the sale	Août 2010	3				594	Lancement tomme de Genève
2009				40.90			497	
2008	mai 2008	The most					346	Lancement outres de lait pasteurisée en 3 et 10 litres



Collecte et Utilisation du Lait GRTA





Année 2017 (en litres de lait)			2018 (situation à fin octobre)(en litres de lait)		
LAIT COLLECTÉ		2'201'566	LAIT COLLECTÉ		1'949'650
Outres de 3 Lts lait entier	136′587		Outres de 3 Lts lait entier	111′319	
Outres de 10 Lts lait entier	401′700		Outres de 10 Lts lait entier	328'820	
Briques de ½ et ¾ Lts lait entier	31'675		Briques de ½ et ¾ Lts lait entier	35'488	
Outres de 10 Lts 3,5 % Matières grasses	210'250		Outres de 10 Lts 3,5 % Matières grasses	250'150	
Lait UHT 1 litre Lait entier	176′200		Lait UHT 1 litre Lait entier	163'200	
Fromages Pâtes Molles	118′234		Fromages Pâtes Molles	103'879	
Yoghourts	81'950		Yoghourts	89'315	
Mozzarella lait entier	4'420		Mozzarella lait entier	610	
TOTAL LAIT UTILISÉ		1'161'016	TOTAL LAIT UTILISÉ		1'084'141

Direction Générale Novembre 2018



M 2481-A 50/56







CONCLUSION

- Maintenir une activité laitière sur le canton de Ge
- Valoriser équitablement le lait des 4 producteurs
- · Développer des produits de proximité
- Répondre à l'attente de la restauration collective et des consommateurs
- GRTA / label de l'état du Canton de Genève
- Plan PDR (subvention Etat de Genève et Confédération)
- Paiement des emballages cartons (1 année par l'état Ge)
- Qualité, Proximité, Tracabilité et Equité

Direction Générale

Novembre 2018

ANNEXE 2



Genève Région-Terre Avenir dans la restauration

1. Préambule et contexte

"Genève Région-Terre Avenir" (GRTA) est une marque de garantie¹ privée, qui certifie des produits et qui a été créée en 2004 par l'Etat de Genève qui en est le propriétaire. Déposée auprès de la propriété intellectuelle, elle est administrée par l'OCAN et une commission technique.²

Une démarche de promotion de la consommation dans la restauration a été initiée en 2013 par l'OCAN qui consiste, avec divers partenaires (OIC, SCAV) 3, à s'assurer que les produits identifiés comme étant GRTA sont conformes (tracabilité). Précisons ici que l'OCAN peut consacrer 1,5 ETP à la gestion de la marque GRTA.

Enfin, il est utile de rappeler également que les taux d'autosuffisance du canton de Genève (analyse quantitative)4 sont de :

-Grandes cultures:	34%	-Viande bovine:	8%
-Viticulture:	50%	-Viande porcine:	3%
-Arboriculture:	28%	-Lait, produits laitiers:	4%
-Maraîchage:	64%	-Global:	20%5

2. Promotion des produits GRTA dans la restauration et bases légales

Conformément à la loi sur la promotion de l'agriculture⁶ (Art. 9; 10; 13), l'OCAN promeut les produits GRTA au sein des restaurants collectifs publics et privés. En effet, la restauration offre non seulement des opportunités de consommation mais également de sensibilisation par une identification claire des produits certifiés dans les établissements et sur l'information qui y est donnée.

3. Motions du Grand Conseil

Plusieurs motions qui demandent une plus grande consommation de produits locaux ont été déposées ces dernières années: il s'agit des motions M1923-1926 pour un soutien aux productions de l'agriculture genevoise et pour une agriculture genevoise viable et un approvisionnement en denrées alimentaires équitable; M2391 une alimentation respectueuse du développement durable en milieu carcéral; M2481 pour mieux soutenir la production de lait genevois (actuellement à l'examen de la commission de l'environnement et de l'agriculture). Les rapports et réponses aux trois premières motions mentionnent notamment les AIMP (accord intercantonal sur les marchés publics) comme frein au développement des produits GRTA.

Les mesures visant à favoriser les connaissances et l'éducation de la population en matière d'agriculture genevoise, ainsi que ses produits et services sont soutenues.

Art. 10 Promotion

Le canton veille à ce que la consommation de produits agricoles genevois soit favorisée, notamment dans les manifestations locales.

Art. 13 Commercialisation

Le canton favorise le placement et l'écoulement des produits agricoles genevois, lesquels doivent être distinctement identifiés, notamment en vue de l'obtention de prix équitables.

La consommation de produits agricoles genevois dans la restauration est encouragée. Le canton veille, en particulier, à ce que ces derniers soient proposés prioritairement par les collectivités publiques, ainsi que lors de manifestations ayant bénéficié de subventions cantonales

Loi fédérale sur la protection des marques et des indications de provenance (LPM)

www.grta.ch

OIC: organisme intercantonal de certification: SCAV: service de la consommation et des affaires vétérinaires

Le métabolisme agricole de l'agglomération franco-valdo-genevoise DGAN septembre 2010

Selon les études ce taux varie entre 10 et 20%

Art. 9 Communication

4. Freins au développement de la consommation en produits GRTA dans la restauration publique

4.1. LMI, COMCO, AIMP, Cour des comptes

Pour illustrer la problématique liée à la loi sur le marché intérieur (LMI), la Cour des comptes du Canton de Genève, dans un examen sommaire du 30 juin 2016⁷ intitulé "Genève Région – Terre Avenir (GRTA)", disponible en ligne, a notamment cité la position de la COMCO concernant le cas du canton de Fribourg:

"En date du 4 avril 2016, la COMCO a recommandé au canton de Fribourg de renoncer à l'adoption d'un article d'un avant-projet de loi cantonale sur la restauration collective publique, dans la mesure où cette disposition contraignait les restaurants du secteur cantonal public de privilégier systématiquement les produits régionaux lors de leurs achats.

L'article 8 al.1 de l'avant-projet de loi avait la teneur suivante : « Les restaurants du secteur public cantonal proposent régulièrement une offre adéquate en produits régionaux et durables. »

La COMCO est parvenue à la conclusion que cette formulation n'était pas conforme à la loi fédérale sur le marché intérieur (LMI, RS 943.02), considérant que l'obligation légale faite aux restaurants d'acheter une part déterminée de leurs produits dans la région constituait une discrimination de provenance. Comme le rappelle la COMCO dans sa recommandation, la LMI ancre le principe de l'accès non discriminatoire aux marchés publics. Ce principe concerne tous les offreurs ayant leur siège ou leur établissement en Suisse. Cette disposition constitue une clause d'égalité de traitement, respectivement une interdiction de discriminer dans le cadre des marchés publics."

Rappelons également ici que l'OCAN est uniquement responsable de la mise en place du label GRTA en application de l'art. 12 LPromAgr. Elle n'a pas de compétence de supervision du respect des règles en matière de marchés publics, y compris dans le cadre d'appels d'offres portant sur des produits alimentaires. Il revient à chaque entité adjudicatrice de respecter les règles sur les marchés publics et de tenir compte de celles-ci dans le cadre des appels d'offres qu'elles mettent en place.

4.2. Prix, disponibilité et saisonnalité

Les questions de prix plus élevés ou de disponibilité des produits sont souvent relevées comme des problèmes liés à un approvisionnement de proximité. Afin de répondre à ces problématiques, une plateforme GRTA https://www.geneveterroir-plateforme-grta.ch/ a été mise en ligne en 2015. Cette plateforme permet aux utilisateurs de la marque (producteurs, transformateurs, distributeurs) de mettre régulièrement en ligne leurs disponibilités et aux restaurateurs de demander des offres. Outre les mises à jour régulières, le suivi de la plateforme porte essentiellement sur l'information auprès des fournisseurs, cuisiniers, gérants, etc. par le biais de newsletters, de reportages et de nouvelles sur les pages du site ainsi que sur l'accompagnement des cuisiniers à son utilisation. La plateforme valorise le travail des cuisiniers en organisant notamment le concours "Les toqués de GRTA" dans le cadre des Automnales.

Actions de l'OCAN

Pour les raisons évoquées plus haut, l'OCAN et la commission technique de la marque ont adopté un système basé sur <u>le volontariat</u>, ouvert non seulement aux restaurants publics mais également privés intéressés par cette démarche. Comme pour tous les utilisateurs de la marque : - producteurs (agriculteurs) - transformateurs (boulangers, bouchers) - distributeurs (primeurs, détaillants), les restaurateurs doivent également pouvoir démontrer la provenance des produits GRTA. Ce n'est qu'en garantissant la traçabilité des produits que la consommation pourra avoir un effet positif sur notre agriculture. Nous comptons actuellement 360 entreprises agréées GRTA (producteurs, transformateurs, distributeurs) et 357 restaurants "labellisés". La "labellisation" des restaurants et un droit d'utiliser la marque dans le restaurant (affichage, menu, etc.) sous certaines conditions et elle atteste des connaissances des bonnes pratiques de communication de la part du restaurant. ⁸

OCAN - 29.11.2018

⁷ http://www.cdc-ge.ch/fr/Publications/Examens-sommaires.html

https://geneveterroir.ch/fr/label-grta/4624

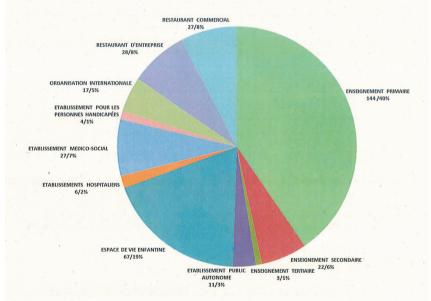
5.1. Labellisation d'un restaurant public ou privé, droit de communiquer sur la marque, contrôles

5.1.1. Promotion de la consommation

Selon leur offre journalière, les 357 restaurants labellisés proposent 2 (en cas de menu unique) ou 3 produits certifiés par jour. Le SCAV, partenaire important de la marque, vérifie également dans le cadre des contrôles officiels des établissements de restauration, la conformité des informations données sur les produits GRTA. La marque de garantie GRTA et le label Fourchette verte, lequel certifie l'équilibre alimentaire, expriment tous deux un intérêt public et une volonté de communiquer un message aux gérants et aux usagers. Adhérer à la démarche GRTA, c'est renforcer une traçabilité des produits et promouvoir une diversification de l'agriculture.

5.1.2. Catégories de restaurants labellisés

Au 30.06.2018 la répartition des 357 restaurants (13,5 millions de repas annuels) se répartissaient ainsi:



5.1.3. Différents modes de gestion des restaurants

Il est important de relever que les restaurants sont gérés de deux manières différentes : par des cuisiniers indépendants, d'une part, et par des entreprises de restauration, d'autre part. Le mode de gestion est un paramètre important à prendre en considération pour évaluer notamment le degré de liberté du cuisinier dans le choix des fournisseurs.

En 2017, 53% des restaurants labellisés GRTA étaient gérés par une entreprise de restauration (Eldora, Novae, Compass,...) qui ont en général des politiques d'approvisionnement très cadrées (centrale d'achat, référencement des fournisseurs, etc.) et 47% par des cuisiniers indépendants.

Entreprises actives au sein de la restauration		Nombre de restaurants labellisés GRTA		
		Valeur absolue	Valeur relative	
		168	47.06%	
Restauration collective concédée	Eldora	75	21.01%	
	Novae ⁹	35	9.80%	
	Migros Traiteur	33	9.24%	
	Kidelis S.A.	29	8.12%	
	Adalia S.A.	3	0.84%	
	Kenzai Sàrl	2	0.56%	
	SV-Group	, 5	1.40%	
	Compass Group	3	0.85%	
	Autogrill	2	0.56%	
	Newrest Canonica S.A.	1	0.28%	
	Traiteur de Châtelaine	1	0.28%	
	TOTAL :	357	100%	

5.1.4. Indice GRTA

Afin de valoriser le travail des restaurants collectifs labellisés, la marque de garantie GRTA a introduit en 2016 "l'Indice GRTA" qui permet d'estimer la quantité de marchandises certifiées, consommées au sein du restaurant, par catégorie de produits (féculents / fruits et légumes / produits carnés / produits laitiers), par rapport à une consommation potentielle totale. Cet indice est calculé grâce à un site internet interactif où les cuisiniers doivent saisir - notamment pour des questions de traçabilité - leurs achats en produits GRTA durant 2 mois aléatoires au minimum¹0. Ces achats de produits GRTA sont rapportés à une consommation totale potentielle calculée sur: 1. le nombre de repas, 2. l'âge des usagers et 3. les normes de Fourchette verte. Il s'agit ici d'obtenir des informations sur l'approvisionnement en produits GRTA tout en limitant au maximum le travail administratif pour les restaurants.

Les avantages:

- Pour le restaurant labellisé : Permet une autoévaluation de la consommation en produits locaux, par rapport à l'ensemble des restaurants labellisés. Offre l'opportunité de communiquer et de valoriser la performance du restaurant auprès des usagers.
- Pour le mandant : (la collectivité, la direction d'une entreprise, etc..) Permet de suivre précisément la performance du restaurant et éventuellement de lui fixer des objectifs de consommation (évolution).

⁹ Novae a été racheté en octobre 2018 par SODEXO. L'OCAN ignore quelle sera la politique d'approvisionnement en produits locaux de ce géant français (400'000 salariés).

www.restaurationcollective.ch

 Pour le propriétaire de la marque et la plateforme GRTA: Permet d'identifier les problèmes d'approvisionnement et d'y apporter des solutions (facilitateur). Permet de mesurer l'évolution de la consommation afin d'orienter les actions de communication.

Remarque importante:

Chaque indice est une estimation qui est propre à chaque restaurant et non comparable. En effet, chaque établissement évolue dans des conditions qui lui sont propres en fonction de:

- l'importance des budgets mis à disposition;
- la liberté du choix des fournisseurs;
- la régularité de livraison et l'engagement des fournisseurs à fournir des produits GRTA;
- la politique d'approvisionnement de l'entreprise de restauration (Eldora, Novae, SV-group etc.):
- la taille du restaurant (HUG vs crèche):
- le type de restaurant public ou privé;
- etc.

Biais

La valeur de l'indice peut également être influencée par différents biais:

- la période de saisie des approvisionnements, effet de saisonnalité et de disponibilité (rappel: mois aléatoires imposés par la marque);
- le nombre de repas servis qui peut fluctuer d'une période à l'autre;
- la richesse de l'offre journalière du restaurant, menu unique ou plusieurs menus et buffet;
- etc.

Ainsi, c'est donc l'évolution de l'indice de chaque restaurant qu'il faut suivre sur plusieurs années, plutôt que la valeur de l'indice lui-même.

5.2. Outils de sensibilisation utilisés dans le cadre de la restauration

5.2.1. <u>Sensibilisation des cuisiniers aux produits de proximité par le service du développement</u> durable (SDD)

Le service cantonal du développement durable propose depuis 2017 une formation sur l'alimentation durable et les produits de proximité, à l'attention des cuisiniers travaillant pour des crèches, cantines scolaires et universitaires et des EMS. Plus de 80 cuisiniers - servant à eux tous quelque 2,4 millions de repas par année - ont participé à ces cours. Les produits GRTA sont également promus dans les supports à l'attention des professionnels (le "Guide des achats professionnels responsables") et du grand public (le guide "Pour une consommation responsable", les livrets de recettes du projet "Cuisinez malin"). Enfin, la promotion des produits locaux et de saison fait partie des actions prévues dans la mise en œuvre du volet 2 du Plan climat cantonal, adopté par le 20 décembre 2017 par le Conseil d'Etat.

5.2.2. Sensibilisation des enfants

Les animations, pour environ 3'000 enfants par année, organisées à la pause de midi dans les restaurants scolaires, sont structurées en trois thèmes fondamentaux en lien avec le développement durable. Ces animations sont financées par les communes et portent sur :

- -La santé nutritionnelle "l'équilibre alimentaire"; "mes repas GRTA".
- -L'agriculture de proximité "du champ à l'assiette"; "fruits et légumes de saison à Genève".
- -La responsabilité du consommateur "mes achats GRTA"; "d'où vient ce que tu manges".

Le matériel (kits) est mis à disposition par l'OCAN qui assure également la formation des animateurstrices.

6. Conclusions

- 6.1. <u>Les outils</u> pour développer la présence de produits GRTA au sein des restaurants <u>sont en place</u> :
- Certification des produits par un organisme indépendant (Organisme Intercantonal de Certification, OIC);
- Labellisation des restaurants (traçabilité et identification des produits);
- Sensibilisation des cuisiniers et des enfants;
- Plateforme GRTA (formation, encadrement et valorisation des cuisiniers, disponibilité des produits, appels d'offres);
- Indice GRTA (estimation de la consommation des produits).

6.2. Les principaux freins qui agissent sur le développement de la marque dans la restauration sont :

- Juridique : pour les restaurants publics (AIMP);
- Economique: marges moins intéressantes réalisées par les intermédiaires sur des produits locaux que sur des produits importés, les intermédiaires ne privilégient donc pas la livraison de produits locaux, observation valable pour les restaurants publics et privés;
- La motivation plus ou moins grande des différents acteurs à s'inscrire dans la démarche (fournisseurs, cuisiniers, entreprises de restauration);
- La politique d'entreprise en matière d'approvisionnement (niveau d'engagement en faveur d'un approvisionnement local);
- La marge de manœuvre très variable entre les différents restaurants pour s'approvisionner en produits GRTA, au niveau du budget disponible et du choix des fournisseurs;
- Le taux de rotation important des cuisiniers, qui génère un accompagnement conséquent (formation et information).

6.3. Développement

Des encouragements visant à faire progresser **l'indice GRTA** pourraient être formulés par les mandants, aux entreprises de restauration et/ou aux cuisiniers.

En effet, chaque restaurant peut éditer ses performances (attestation voir ci-contre) à la fin de chaque mois où les approvisionnements en produits GRTA ont été saisis.

