



Projet présenté par le Conseil d'Etat

Date de dépôt : 4 septembre 2024

Projet de loi

accordant une indemnité en faveur de l'Office de promotion des produits agricoles de Genève (OPAGE) pour les années 2025 à 2029

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

Art. 1 Contrat de prestations

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

² Il est annexé à la présente loi.

Art. 2 Indemnité monétaire

¹ L'Etat verse à l'OPAGE un montant annuel de 2 134 650 francs, sous la forme d'une indemnité monétaire d'exploitation au sens de l'article 2 de la loi sur les indemnités et les aides financières, du 15 décembre 2005.

² Dans la mesure où l'indemnité n'est accordée qu'à titre conditionnel au sens de l'article 25 de la loi sur les indemnités et les aides financières, du 15 décembre 2005, son montant fait l'objet d'une clause unilatérale du contrat de prestations. Cette clause peut être modifiée par décision du Conseil d'Etat dans les cas visés par l'article 9, alinéa 2.

Art. 3 Indemnité non monétaire

¹ L'Etat met à disposition de l'OPAGE, sans contrepartie financière ou à des conditions préférentielles, des locaux et des prestations informatiques.

² Cette indemnité non monétaire est valorisée à 127 496 francs par année et figure en annexe aux états financiers de l'Etat et de l'OPAGE. Ce montant peut être réévalué chaque année.

Art. 4 Programme

Cette indemnité est inscrite au budget annuel de l'Etat voté par le Grand Conseil sous le programme E04 « Agriculture et nature ».

Art. 5 Durée

Le versement de cette indemnité prend fin à l'échéance de l'exercice comptable 2029. L'article 9 est réservé.

Art. 6 But

Cette indemnité s'inscrit dans les buts de la loi sur la promotion de l'agriculture, du 21 octobre 2004, et doit permettre de promouvoir une agriculture productrice, rémunératrice, diversifiée, respectueuse de l'environnement et du bien-être animal, répondant aux normes sociales ainsi qu'aux besoins de la population et du marché.

Art. 7 Prestations

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

Art. 8 Contrôle interne

Le bénéficiaire de l'indemnité doit respecter les principes relatifs au contrôle interne prévus par la loi sur la gestion administrative et financière de l'Etat, du 4 octobre 2013.

Art. 9 Relation avec le vote du budget

¹ Cette indemnité n'est accordée qu'à la condition et dans la mesure de l'autorisation de dépense octroyée par le Grand Conseil au Conseil d'Etat dans le cadre du vote du budget annuel.

² Si l'autorisation de dépense n'est pas octroyée ou qu'elle ne l'est que partiellement, le Conseil d'Etat doit adapter en conséquence le montant de l'indemnité accordée, conformément à l'article 2, alinéa 2.

Art. 10 Contrôle périodique

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

Art. 11 Lois applicables

La présente loi est soumise aux dispositions de la loi sur les indemnités et les aides financières, du 15 décembre 2005, aux dispositions de la loi sur la gestion administrative et financière de l'Etat, du 4 octobre 2013, ainsi qu'aux dispositions de la loi sur la surveillance de l'Etat, du 13 mars 2014.

Certifié conforme

La chancelière d'Etat : Michèle RIGHETTI-EL ZAYADI

EXPOSÉ DES MOTIFS

Le contexte actuel et ses événements, guerre en Ukraine, pandémie, changement climatique, événements météorologiques ou encore apparition de nouveaux organismes nuisibles, ont remis l'agriculture au centre des discussions avec sa fonction première, qui est de nourrir la population.

Assurer une production et contribuer à la sécurité alimentaire du pays, tout en préservant les ressources et en favorisant la biodiversité, sont les défis auxquels doit répondre l'agriculture suisse et genevoise.

L'objectif d'une agriculture résiliente nécessite d'accompagner et de soutenir les professionnels, en renforçant et en améliorant les infrastructures énergétiques et d'irrigation, tout en développant les techniques agro-écologiques. Les évolutions techniques nécessaires doivent faire l'objet d'une vulgarisation agricole de pointe et d'un appui solide par les institutions académiques cantonales et nationales.

Toutefois, la taille modeste de l'agriculture genevoise et de ses filières l'expose particulièrement à des décisions exogènes (économiques, de marché, administratives...) ou endogènes d'un acteur-clé (logistiques, stratégiques, de qualité...), dont les effets doivent être, dans la mesure du possible, atténués.

La loi sur la promotion de l'agriculture, du 21 octobre 2004 (LPromAgr; rs/GE M 2 05), et son règlement d'application, du 7 septembre 2022 (RPromAgr; rs/GE M 2 05.01), ainsi que la loi 13223 ouvrant un crédit au titre de subvention cantonale d'investissement de 40 000 000 francs pour financer les investissements en matière d'infrastructures agricoles durables, du 23 juin 2023, ont été complètement révisés, respectivement en 2021, en 2022 et en 2023, et offrent désormais à notre agriculture une palette assez complète d'outils pour répondre au mieux à ces multiples enjeux.

Parallèlement, l'évolution de notre agriculture doit être soutenue très concrètement par la population genevoise, qui peut apporter sa contribution en privilégiant ses produits et permettre aux entreprises agricoles de dégager des marges satisfaisantes. La marque « Genève Région – Terre Avenir » (GRTA), dont la traçabilité des produits est garantie, est un levier très important.

Les défis de notre marché de proximité sont importants. Du fait des accords de libre-échange, l'agriculture a vu sa protection à la frontière diminuer au fil des ans. Les produits agricoles suisses, et genevois plus particulièrement, dont les coûts de production sont élevés (main-d'œuvre, énergie...), sont soumis à une forte concurrence des produits importés.

Genève, qui partage environ 120 km de frontières avec la France, est de plus confrontée à un tourisme d'achat en produits alimentaires non négligeable.

1. L'Office de promotion des produits agricoles de Genève (OPAGE)

L'OPAGE est une fondation de droit privé créée en 1995, qui a succédé à l'Office des vins genevois. Dès 2005, suite à l'entrée en vigueur de la LPromAgr, en plus de la filière viticole, l'OPAGE étend ses activités de promotion à l'ensemble des filières agricoles. Dès 2009, il bénéficie de son premier contrat de prestations, d'une durée de 4 ans. Le présent projet de loi est le cinquième qui concerne l'OPAGE et il porte sur la période 2025-2029.

L'OPAGE à l'écoute des professionnels

Le conseil de fondation de l'OPAGE est composé de représentants des différentes filières agricoles (grandes cultures, maraîchage, viticulture, élevage, arboriculture et horticulture), ce qui permet de développer des synergies et d'assurer une promotion dynamique des produits, proche des besoins et des attentes des différentes filières. Les partenaires de la branche agricole sont également ponctuellement invités, en fonction des points de l'ordre du jour.

Des séances d'information par filières, en présence de la direction de l'OPAGE et du représentant de la filière concernée – ouvertes à tous les producteurs – sont organisées en début d'année. Ces séances permettent de faire le bilan de l'année écoulée et de présenter le programme à venir. Des propositions et des idées peuvent être formulées à cette occasion par les exploitants agricoles.

La promotion des produits, un besoin fondamental

La promotion des produits agricoles vise à soutenir les ventes, en partant du principe que c'est la consommation qui génère une diversification de la production agricole et des projets de développement et d'innovation en matière d'organisation, d'infrastructures de transformation, de commercialisation, etc. Pour atteindre cet objectif, le lien entre le consommateur et le producteur, et passant par les transformateurs et les distributeurs, doit être garanti. C'est un des rôles de GRTA comme des appellations d'origine protégée et des indications d'origine protégée (AOP/IGP) que de garantir la traçabilité des produits, du champ à l'assiette.

2. Bilan des activités de l'OPAGE pour 2021-2024

Le contrat de prestations actuel qui s'achève, s'est déroulé en partie dans le contexte particulier de la pandémie de COVID-19, qui a obligé l'OPAGE à revoir complètement ses programmes de 2020 et 2021. Les collaborateurs de l'OPAGE ont fait preuve d'une réactivité et d'une résilience remarquables. Ainsi, des activités de promotion alternatives ont pu être menées, à la satisfaction des différentes filières. Certaines de ces activités ont été conduites conjointement avec l'office cantonal de l'agriculture et de la nature (OCAN). Elles visaient essentiellement à favoriser la vente directe de vins et de produits du terroir au travers de lois COVID-19 ad hoc.

Notons que ce contexte particulier a généré des collaborations durables, inédites et fructueuses, entre les différentes filières de production genevoise, via notamment leurs coopératives respectives.

2.1. Mesures de communication 2021-2024

Promotion des ventes : secteur hôtellerie, restauration et café (HORECA)

Une première opération¹, menée de juillet 2020 à novembre 2021, visait à relancer la consommation et à promouvoir les vins genevois auprès du secteur d'activité HORECA – segment de marché également très durement touché par les mesures COVID-19. Cette mesure consistait à octroyer un bon d'achat de 200 francs aux hôtels, aux restaurants et aux cafés participants, par tranche de 1 000 francs de vins genevois achetés, auprès d'un ou de plusieurs encaveurs genevois. Ce bon était à faire valoir sur tout nouvel achat de vins genevois, sa valeur étant au final remboursée à l'encaveur par l'OCAN. Cette mesure a permis notamment de faire découvrir les vins genevois à de nouveaux établissements, créant des relations durables avec la branche. Au total, plus de 6 200 bons ont été distribués, dont plus de 95% ont été utilisés pour un nouvel achat par plus de 500 établissements de restauration.

En 2022, de nouvelles opérations de promotion des ventes ont été organisées, en collaboration avec la Société des cafetiers, restaurateurs et hôteliers du canton de Genève. La première concernait les restaurateurs qui, grâce à l'achat de 1 000 francs de vins locaux du 15 mai au 30 juin, recevaient du matériel pour leur terrasse d'été (verres gravés « Genève » et rafraîchisseurs). Ainsi, 137 restaurants ont obtenu, grâce à leurs commandes,

¹ Loi 12739 accordant une subvention cantonale de 2 000 000 francs au secteur vitivinicole dans le cadre de la crise sanitaire du coronavirus (COVID-19), du 26 juin 2020 et loi 12823 modifiant la loi 12739 accordant une subvention cantonale de 2 000 000 francs au secteur vitivinicole dans le cadre de la crise sanitaire du coronavirus (COVID-19), du 27 novembre 2020.

20 000 verres et 845 rafraîchisseurs. Vu le succès rencontré, cette opération a été reconduite en 2023 et en 2024 (15 000 verres et 1 100 rafraîchisseurs distribués à une centaine de restaurants).

La deuxième opération, intitulée « Retour aux sources » et organisée en 2023, permettait aux clients qui avaient consommé une bouteille de vin genevois dans l'un des 91 établissements de restauration participants d'en obtenir une deuxième offerte, à récupérer directement chez le producteur en présentant le ticket de caisse. Une promotion importante a été mise en place à cet effet pour les caves et les restaurants. Sur chaque table des restaurants se trouvait la présentation du concept de cette opération, qui mettait en valeur l'AOC Genève et les 30 caves participantes. Bien que le retour de cette opération ait été modeste, avec une trentaine de clients qui se sont finalement rendus aux domaines, la communication du concept a permis une très belle mise en valeur des vins de Genève sur les tables des restaurants. Cette opération n'a pas été reconduite en 2024.

Promotion des ventes : grand public

Une opération de promotion des ventes a été mise en place pour le grand public du 1^{er} juin au 20 décembre 2021, puis du 24 août au 17 novembre 2022, dans le cadre des mesures COVID-19², intitulée « Localement vôtre ». Elle s'est inspirée de diverses opérations de vente de bons d'achat subventionnés, mises sur pied par plusieurs communes et cantons³, dont le but était de relancer la consommation des produits locaux. Cette opération s'est pleinement inscrite de manière complémentaire dans le cadre de la campagne de promotion « Producteurs » menée par l'OPAGE au même moment et qui valorisait la vente directe.

Lorsqu'un client – le consommateur-citoyen – achetait un bon en ligne auprès des producteurs inscrits sur la plateforme de « Genève Avenue », il bénéficiait, grâce à l'aide de l'Etat, d'un rabais de 20% favorisant ainsi l'attractivité des produits locaux et la vente directe. Au total, plus de 32 000 bons ont été écoulés.

² Loi 12937 accordant une subvention de 2 750 000 francs aux producteurs locaux touchés par la crise économique ou par des mesures de lutte contre l'épidémie de coronavirus (COVID-19) et une subvention de 950 000 francs au fonds vitivinicole (*Relance par le local*), du 30 avril 2021.

³ Opérations « WelQome » 1 et 2 du canton de Vaud, action promotionnelle « Bons de 100 francs » lancée par le canton du Valais, initiative « Bons d'achats solidaires – Ville de Genève », ou encore bons d'achat carougeois, par exemple.

Le producteur éligible recevait, pour sa part, une plus-value de 10% au titre d'aide économique et de participation à ses propres frais de promotion.

Comme l'ont souligné certains producteurs, cette mesure leur a permis d'acquérir une plus grande visibilité et de développer, pour certains, la vente de produits en ligne alors qu'ils n'étaient pas équipés pour ce type de vente.

Par ailleurs, la filière légumes de l'OPAGE a poursuivi les dégustations de produits GRTA dans les grandes surfaces, dès le mois de mars 2022 et jusqu'à la fin de l'année 2024. Enfin, l'organisation des divers et nombreux cours sur les produits de notre agriculture, à la Maison du terroir, avec en moyenne 30 jours de cours par année, a pu reprendre son rythme de croisière.

2.2. Publicité

En ce qui concerne les campagnes de publicité multimédia diffusées ces 4 dernières années, signalons en 2021 la campagne intitulée « Mangez-moi, buvez-moi, aimez-moi ! », dont l'objectif était de sensibiliser les consommateurs à la vente directe. Puis, de juillet 2021 à juin 2022, la campagne GRTA « 100% local », qui mettait en vedette un produit pour chacune des filières. Un nouveau visuel GRTA, « Du champ à l'assiette », a été déployé de septembre 2022 à décembre 2024, année des 20 ans de la création de la marque de garantie.

La campagne intitulée « Caves ouvertes, c'est samedi ! », et lancée en juin 2020 avec une dizaine de caves, s'est prolongée jusqu'au printemps 2024 et a rassemblé au final plus de 50 domaines, qui se sont engagés à accueillir la population pour un moment convivial de partage.

Ces 2 campagnes principales, consacrées aux vins et à la marque de garantie GRTA, ont été très largement diffusées, durant ces 4 années, sur les réseaux sociaux, sur Léman Bleu et dans la presse locale, ainsi que dans les médias classiques comme l'affichage (rues et bus).

2.3. Evénements et salons

La plupart des événements annoncés et coorganisés par l'Opage de 2022 à 2024 se sont déroulés dans de très bonnes conditions et ont obtenu de bons, voire très bons retours. Citons par exemple la « Présentation du millésime », réservée principalement aux médias, la cérémonie de la « Sélection des vins de Genève », diffusée en direct sur Léman Bleu ou encore le « Rallye gourmand », avec en moyenne 700 participations payantes sur 2 jours.

Vu le contexte et les restrictions liées à la pandémie, la journée « Caves ouvertes », en 2021, prévue initialement en mai, a été adaptée sur un week-

end à la fin juillet, sous l'appellation « Fête du vignoble ». Cette fête a rencontré un public moins important mais très intéressé. La journée « Caves ouvertes » a repris avec succès dès 2022 et a rencontré un public toujours plus varié et important.

Pilotée par la Ville de Genève et organisée chaque année depuis 5 ans, en collaboration entre BioGenève et l'OPAGE, la manifestation « Festi'Terroir » permet la rencontre entre les citoyens et les producteurs pratiquant la vente directe. Dégustations, animations, petite restauration et nombreux échanges caractérisent cet événement, devenu incontournable à la fin du mois d'août.

La première édition d'« Agri Fête » a été organisée les 7, 8 et 9 juillet 2023 à Carouge. Cette manifestation d'envergure a proposé au public, sur la place de Sardaigne, une présentation inédite de toutes les filières agricoles genevoises, de leurs acteurs (producteurs-transformateurs-distributeurs) et de leurs produits. La fréquentation a été estimée à près de 20 000 visiteurs en 2023; la manifestation est rééditée en 2024.

Le Salon des goûts et terroirs, à Bulle, a conquis à nouveau son public et la plupart des producteurs présents sur place ont fait de belles affaires. Le restaurant du terroir a connu, lui aussi, une fréquentation record. La progression est encourageante pour le salon des vins « Arvinis », qui se développe petit à petit dans le cadre de Palexpo à l'occasion des « Automnales ».

2.4. Sponsoring

Ces 4 dernières années, le terroir a été associé aux plus grandes et prestigieuses manifestations sportives du canton, comme le « Concours hippique international de Genève », le « Gonet Geneva Open » (circuit de tennis ATP) et le « Bol d'or Mirabaud ». Hors canton, le « Swiss Open Gstaad » a été associé en 2023, pour la première fois, à nos vins, tout comme le « Tour de Romandie 2024 », en collaboration avec nos collègues vaudois et valaisans.

L'OPAGE a poursuivi ses partenariats avec les 2 clubs sportifs phares du canton évoluant dans l'élite, soit le « Genève Servette Hockey Club » – champion Suisse en 2023 et champion d'Europe en 2024 – et le « Servette Football Club » – vainqueur de la Coupe de Suisse en 2024. Il est également à noter que l'OPAGE a continué à apporter son soutien à de nombreuses manifestations agricoles, sportives ou culturelles ainsi qu'au fameux marché de Noël sur les quais.

2.5. Médias et relations publiques

Au niveau des médias, les collaborations avec nos partenaires locaux ont permis une belle visibilité de notre agriculture et de ses acteurs ces 4 dernières années, avec :

- la « Tribune du Terroir » (Tribune de Genève);
- « Objectif Terre » et « Un jour, un domaine » (Léman Bleu);
- « Micro terroir » (One FM);
- « Carnet de vigne » puis la « Recette du terroir » dès 2024 (GHI).

A noter que le dernier épisode d'« Un jour, un domaine », émission créée durant la pandémie, a été diffusé au mois de décembre 2023. Ainsi, ce sont 82 domaines qui ont été présentés sur la chaîne locale depuis septembre 2020.

Hors du canton de Genève, une agence de communication⁴, partenaire de l'OPAGE en Suisse alémanique, a obtenu de nombreux retours positifs, depuis 2021, concernant la promotion du vignoble genevois dans différents médias outre-Sarine. Grâce aux contacts de l'agence, l'OPAGE a également pu accueillir dans notre belle campagne un certain nombre de journalistes et d'influenceurs. Ce travail a été complété par d'autres activités de relations publiques, comme plusieurs dégustations avec nos producteurs organisées à Zurich par le fameux journaliste Peter Keller.

2.6. Ecosystème digital

Genève Terroir développe une belle activité sur les réseaux sociaux, qui poursuivent leur progression avec, en 2023 :

- 11 420 abonnés pour Facebook (en 2022 : 10 167 abonnés);
- 15 141 abonnés pour Instagram (en 2022 : 13 422 abonnés).

Le petit dernier, TikTok, avec 162 abonnés, est en cours de lancement et utilisé pour l'instant avec parcimonie. Ces outils permettent non seulement une diffusion quotidienne de posts, principalement sur notre actualité agricole, mais également de relayer des informations sur les activités de nos partenaires. La fréquentation du site Internet est restée stable en 2023, avec une moyenne appréciable de 22 626 visites mensuelles (2023). Enfin, une newsletter est envoyée chaque mois à plus de 3 600 abonnés. A noter également la création d'une page Facebook « Die Genfer Weine », en 2022, qui compte environ 600 abonnés.

⁴ Schmid Pelli & Partner AG.

De plus, la réalisation de 4 capsules vidéos sur le thème des légumes et de la marque GRTA, intitulées « Attends j't'explique ! » et destinées à la diffusion sur les réseaux sociaux, a permis de diffuser des informations techniques vulgarisées pour le public. Ces capsules vidéos permettent notamment de répondre aux questions du consommateur sur la culture sous serre ou encore les exigences et contrôles de la marque GRTA, par exemple. Ces animations pourront être développées autour d'autres thématiques agricoles. Le département de l'instruction publique, de la formation et de la jeunesse (DIP) a également montré de l'intérêt pour ces vidéos explicatives.

2.7. Etudes de marché et indicateurs

Outre les indicateurs définis et annexés au contrat de prestations, l'OPAGE s'appuie notamment sur différentes études de marché pour orienter et mesurer ses actions.

Afin d'étudier et de mesurer non seulement l'évolution des habitudes de consommation de la population genevoise, mais également l'image de notre agriculture et de ses produits certifiés (AOC, AOP, IGP, GRTA) et d'alimenter les réflexions pour les futures actions de promotion, l'OPAGE organise tous les 4 ans des études « consommateurs », en collaboration avec l'OCAN. Les résultats de la dernière étude de l'institut de recherches M.I.S. Trend de 2022, consacrée aux vins de Genève et organisée tous les 4 ans avec les mêmes questions, ainsi que de celle de DémoScope en 2023, montrent des résultats encourageants et particulièrement positifs. On y apprend notamment que 81% des personnes interrogées privilégient les vins du canton dans les restaurants (71% en 2018) et que 78% de la population connaît la marque GRTA en 2023.

Deux autres études ont été réalisées par des partenaires; il s'agit de l'étude menée conjointement par regio.garantie Romandie et Swissmilk, ainsi que d'une enquête menée conjointement par la Haute école de gestion de Fribourg et Genève sur la vente directe pendant la pandémie de COVID-19.

3. L'OPAGE et ses partenaires

Au fil des années, l'OPAGE s'est positionné et est devenu LE partenaire clé s'agissant des produits agricoles et de la promotion de la campagne genevoise. Outre l'OCAN, l'OPAGE développe et a développé des relations et des projets avec différents services de l'Etat, ainsi qu'avec la Fondation Genève Tourisme et Congrès, avec laquelle il collabore notamment pour le développement du programme œnotouristique avec « Swiss Wine Tour ». L'OPAGE est membre, au niveau national, de l'Association regio.garantie

Romandie, qui rassemble les marques régionales comme GRTA, et de « Swiss Wine Promotion », qui regroupe les différents vignobles suisses et apporte ainsi sa contribution à la mise en place d'une promotion suprarégionale.

4. Axes d'actions 2025-2029

Afin de correspondre à la durée d'une législature, mais également dans un but de réduire la charge administrative nécessaire à l'établissement et à la reconduction du contrat de prestations, sa durée passe de 4 à 5 ans. Les activités de l'OPAGE et les nouveaux axes d'actions ont été présentés et débattus au sein de la commission consultative pour l'agriculture (CCPA), lors de ses séances du 6 octobre 2023 et du 2 février 2024. Des propositions ont été formulées et intégrées.

La nécessité d'informer et de sensibiliser

L'agriculture en général, la sécurité alimentaire, les modes de production, les résidus de pesticides, l'alimentation, le gaspillage et les scandales alimentaires, etc. ont été des sujets largement couverts par les médias ces dernières années. Ils sont souvent mis en relation avec les questions environnementales, économiques (marché, libre-échange), de santé, de conditions de travail et de changement climatique. Les discussions et les débats actuels peuvent être une opportunité pour rapprocher les consommateurs des réalités du monde agricole, en créant un lien de confiance. La population genevoise doit être mieux informée sur ces thématiques sensibles. Cette volonté, déjà exprimée dans les axes du précédent contrat, n'a pas pu être pleinement développée, du fait des réorientations des activités de l'OPAGE imposées par la pandémie. Elle est donc toujours d'actualité pour le présent contrat de prestations.

Information sur les techniques de production

Il est nécessaire de donner plus d'informations sur la production et les prestations rendues par l'agriculture locale, notamment en matière de paysage, de biodiversité et du climat, ainsi que sur l'évolution des pratiques de production, comme les techniques agroécologiques (agroforesterie, évolution de l'agriculture biologique, agriculture de conservation, réseaux agroenvironnementaux, etc.). Il est de même nécessaire de communiquer sur toutes les évolutions qui s'inscrivent dans des objectifs de transition énergétique et de développement durable.

Sensibiliser sur le rôle du consomm'acteur

Finalement, n'avons-nous pas l'agriculture que nous méritons ? En effet, l'agriculture est prête à répondre aux attentes des consommateurs. (Re)créer un lien entre le producteur et le consommateur est un des objectifs fondamentaux de la LPromAgr, GRTA étant l'outil nécessaire à son maintien, à son évolution et à sa diversification.

La population peut, par ses choix de consommation, soutenir et influencer durablement la diversification de la production locale, laquelle inclut également les modes de production, de transformation et de commercialisation. Pour faciliter le rapprochement entre ville et campagne, des actions de sensibilisation sur la saisonnalité des produits et sur l'alimentation de proximité, menées par la Maison de l'Alimentation du Territoire de Genève (MA-Terre) en complémentarité et en collaboration avec l'OPAGE, se poursuivront.

Toutefois, expliquer à la population, par des messages crédibles et simples, toutes les valeurs ajoutées (environnementale, sociétale, culturelle, qualitative, etc.) d'un produit agricole local nécessite un énorme travail de vulgarisation et de persuasion. En effet, du message « consommer local », il faut passer au message plus complexe « pourquoi consommer local ».

Sensibilisation de la jeune génération

Les enfants sont les consommateurs de demain. De nombreuses initiatives de sensibilisation à la durabilité sont entreprises (économiser l'énergie, recycler les déchets, lutter contre le gaspillage, connaître l'origine des aliments, etc.). Leur faire prendre conscience que leur consommation est un levier important de durabilité est essentiel. Le concept « Ecole à la ferme », soutenu par l'OPAGE, contribue également à la sensibilisation des enfants in situ.

Sensibilisation et animations GRTA dans le cadre de la restauration

La direction de la durabilité et du climat (DDC) propose une formation sur l'alimentation durable et les produits de proximité, à l'intention des cuisiniers et des responsables travaillant pour des crèches, des cantines scolaires et universitaires et des établissements médico-sociaux (EMS).

Il s'agit de sensibiliser le milieu de la restauration aux différents avantages quant à la durabilité (environnementaux, sociaux, économiques) que représente l'achat d'un produit local. Il s'agit également de mettre en

perspective les réalités de la production agricole et de ses enjeux (climatiques, économiques, environnementaux, etc.).

C'est l'un des axes d'action importants, développé par l'OPAGE, qui collabore avec AgriVulg⁵ pour tout ce qui a trait aux informations sur les techniques culturales et les modes de production, et avec MA-Terre pour les aspects concernant l'alimentation de proximité.

Des animations pédagogiques intitulées « Découvre les produits locaux et de saison avec GRTA » sont proposées, entre autres, dans les restaurants scolaires qui en font la demande. A cet effet, des kits sont mis à disposition par l'OCAN.

Le programme « Terroir en ville »

Pour lutter contre les incompréhensions et informer la population sur les réalités d'une production agricole et de ses prestations (alimentation, paysage, biodiversité, bien-être animal...), l'OPAGE a modifié ses buts statutaires en 2022, ainsi que les axes d'actions de son prochain contrat de prestations. Le programme « Terroir en ville » vise des activités de sensibilisation, d'information et de promotion et s'inscrit pleinement dans cet objectif.

Le programme a pour but de rapprocher le terroir de la population citadine. L'événement « Légumes en ville » (promenade de l'Observatoire), la mise en place d'« Agri Fête » (place de Sardaigne), ainsi que la collaboration avec Genève Avenue et Genève Commerces pour les « Nocturnes du terroir » (35 boutiques sur la rive droite et sur la rive gauche, à Carouge et à Balexert) sont des exemples de ce qui a déjà été entrepris dans ce sens.

Depuis 2024, l'OPAGE profite de la structure mise en place par les vigneron genevois à la rue Lissignol pour intensifier sa présence et son lien avec la population urbaine. Cette démarche, transposable, met en avant l'ensemble des filières agricoles et leurs produits et représente l'occasion de faire découvrir la production agricole genevoise et ses enjeux, par le biais de conférences, de cours ou encore de dégustations. Le public cible est la population citadine genevoise, dont notamment la communauté internationale. Une collaboration avec la Fondation Genève Tourisme et

⁵ Cette société à responsabilité limitée se charge de la vulgarisation agricole auprès des professionnels. Elle dispose de compétences pointues sur les différentes techniques de production et modes de production. Sa faitière, AgriGenève, dispose en outre d'informations sur les réalités économiques de production et des compétences sur la politique agricole fédérale.

Congrès sera également mise en place pour faire découvrir le terroir aux visiteurs étrangers.

Accessibilité des produits

La visibilité et l'accessibilité des produits issus de l'agriculture locale font partie des axes d'actions de l'OPAGE. Une accentuation de la promotion de la vente directe et un développement du tourisme rural, permettant de recréer des liens entre consommateurs et producteurs, sont 2 des objectifs de l'OPAGE.

On recense actuellement une vingtaine de plateformes de vente en ligne de produits locaux⁶. Il existe un panorama assez diversifié d'entreprises privées en activité à Genève, proposant plus ou moins intensément des produits issus de l'agriculture genevoise. Six d'entre elles sont actives et proposent déjà un nombre relativement important de produits du terroir, dont les produits GRTA, tout en assurant une livraison. Elles sont déjà référencées sur le site de Genève Terroir, géré par l'OPAGE.

De plus, la plateforme dédiée à la restauration, gérée par l'OPAGE, permet aux fournisseurs de produits GRTA de faire connaître en tout temps leurs disponibilités auprès des acteurs de la restauration (banc de marché).

Les restaurateurs, de leur côté, peuvent lancer des appels d'offres pour les différents produits. Cet outil ne comprend pas les modalités de commande, de livraison et de paiement.

Par ailleurs, la visibilité des produits est également assurée par l'OPAGE, via sa collaboration avec regio.garantie Romandie. Ce partenariat lui permet de participer à des manifestations dans l'ensemble de la Suisse romande, en bénéficiant de nombreuses synergies avec les autres offices de promotion.

5. Rôle et axes d'actions de l'OPAGE

Au vu des enjeux, les statuts de l'OPAGE, notamment les buts, ont été modifiés en septembre 2022. A la suite et après consultation de la commission consultative pour l'agriculture, le rôle et les axes d'actions de l'OPAGE ont été modifiés et complétés en conséquence. Par rapport au précédent contrat, les ajouts figurent en *italique souligné* ci-après. Ainsi, selon l'article 4 du contrat de prestations, l'OPAGE s'engage à fournir les prestations suivantes, sous 2 axes :

⁶ Voir le rapport du Conseil d'Etat au Grand Conseil sur la motion 2519 : Pour une consommation locale facilitée des produits du terroir (M 2519-B).

A) Actions s'inscrivant dans le cadre de la politique agricole genevoise :

1. promouvoir la diversité de l'agriculture genevoise, de la qualité de ses produits ainsi que de ses avantages, en mettant un accent sur les enjeux de durabilité;
2. promouvoir les produits agricoles de proximité afin d'en favoriser l'accès pour les consommateurs et consommatrices, les ventes en général et plus particulièrement la vente directe, afin d'améliorer le revenu du secteur agricole;
3. développer les connaissances et l'éducation de la population en matière d'agriculture genevoise et de consommation des produits agricoles et du savoir-faire pour les apprêter;
4. informer la population sur l'évolution des actions de l'agriculture genevoise en faveur de la biodiversité et du climat;
5. favoriser le rapprochement entre la ville et la campagne;
6. développer les activités de tourisme rural;
7. développer et assurer les synergies entre la promotion de l'agriculture et celles relevant des autres secteurs économiques;

B) Actions en faveur des produits labellisés genevois :

8. promouvoir les marques, les labels et les signes de qualité des produits de l'agriculture genevoise, dont notamment la marque de garantie Genève Région – Terre Avenir (GRTA), les AOP, les AOC et les IGP;
9. promouvoir une image favorable et les valeurs de durabilité des produits agricoles genevois;
10. promouvoir les produits de l'agriculture genevoise dans le cadre de salons et de manifestations grand public.

6. Incidences financières

Indemnité monétaire

Le montant de l'indemnité monétaire, quasi inchangé depuis 2009, à un peu plus de 1 830 000 francs par an, s'élèvera à 2 134 650 francs par an pour le nouveau contrat de prestations. Rappelons ici que, dans le cadre du vote du budget 2024, le Grand Conseil a augmenté de 150 000 francs le soutien financier en faveur de l'OPAGE, dans le but de développer des actions de promotion, d'information et de sensibilisation sur la production et les produits agricoles locaux dans le cadre du projet « Terroir en ville ». Ainsi, comparée à 2024, l'indemnité monétaire s'inscrit en progression de 150 650 francs, dont 34 650 francs résultent d'une simplification administrative neutre

financièrement (cf. explication ci-après). L'augmentation réelle de 116 000 francs vise à développer les nouvelles prestations prévues au point 4, à savoir principalement le développement de l'information et la sensibilisation, en complément de la promotion, et à faire face au renchérissement observé ces dernières années.

Soutiens financiers selon la LIAF, vers une simplification administrative

Les sources de financement tant de l'OPAGE que de l'interprofession du vignoble et des vins de Genève (IVVG) proviennent de subventions de l'Etat et d'une redistribution des produits du fonds viti-vinicole. Dans un but de simplification et d'allègement de la charge administrative, le soutien financier selon la loi sur les indemnités et les aides financières, du 15 décembre 2005 (LIAF; rs/GE D 1 11), de 34 650 francs par an en faveur de l'IVVG – qui est un organisme de défense professionnelle – est supprimé dès 2025 et le montant correspondant transféré à l'OPAGE. En compensation, la redistribution d'une somme équivalente, issue des taxes viti-vinicoles, est transférée de l'OPAGE vers l'IVVG. Suite à cette opération financièrement neutre, l'IVVG est donc dorénavant financée entièrement par des fonds privés.

Une augmentation des contributions des exploitants agricoles

Les exploitants agricoles contribuent à financer l'OPAGE au moyen de 2 contributions, la taxe viti-vinicole prévue dans la loi sur la viticulture, du 17 mars 2000 (LVit; rs/GE M 2 50), et dans le règlement sur la vigne et les vins de Genève, du 20 mai 2009 (RVV; rs/GE M 2 50.05), ainsi que la taxe sur la promotion agricole prévue dans la LPromAgr et dans son règlement d'application. S'agissant de cette dernière, les contributions ont été ajustées, dès 2023, en fonction des prestations dispensées par l'OPAGE en faveur de chaque filière. Ainsi, la modification du barème des taxes de promotion agricole génère une augmentation de la contribution des exploitants d'environ 50 000 francs par an. Pour la durée du contrat de prestations à venir, il est toutefois proposé une redistribution forfaitaire annuelle des taxes affectées en faveur de l'OPAGE à hauteur de 615 000 francs. Cette proposition se veut un peu plus conservatrice, dans le but de rééquilibrer le solde du fonds viti-vinicole dans les années à venir, les récoltes de raisin ayant tendance ces dernières années à être inférieures à la moyenne décennale.

Indemnité non monétaire

La mise à disposition par l'Etat de Genève, en faveur de l'OPAGE, de locaux dans la Maison du terroir à Lully et de prestations informatiques (infrastructure réseau, suite bureautique (hardware et software), applications standards de l'Etat, messagerie, téléphonie et support) est reconduite. La valorisation de la mise à disposition de ces moyens a été actualisée et elle est aujourd'hui évaluée à 127 496 francs, dont 81 276 francs pour les locaux et 46 220 francs pour l'informatique.

Tableau récapitulatif des aspects financiers

Les éléments financiers en relation avec la reconduction du contrat de prestations peuvent être résumés ainsi :

Evolution financière de 2022 à 2029 (en francs par an)				
	2022	2023	2024	2025 à 2029
Taxes de promotion agricole ¹	165 871	212 314	215 000	215 000
Taxes viti-vinicoles ¹	505 510	507 308	500 000	530 000
Taxes redistribuées à l'OPAGE ²	625 000	635 000	635 000	615 000
Taxes redistribuées à l'IVVG ³	60 111	60 623	60 000	94 650
Indemnité OPAGE ⁴	1 834 000	1 834 000	1 984 000	2 134 650
Aide financière IVVG ³	34 650	34 650	34 650	0
Indemnité non monétaire ⁵	118 052	118 052	118 052	127 496

¹ Dès 2024 : sommes estimées. Le montant des taxes viti-vinicoles est tributaire des quantités de raisin récoltées et peut donc subir des variations assez conséquentes d'une année à l'autre. En cas de récolte s'inscrivant dans la moyenne décennale, les taxes viti-vinicoles devraient s'établir à environ 530 000 francs.

² La réduction dès 2025 vise à rééquilibrer, à terme, le solde du fonds viti-vinicole.

³ Les taxes redistribuées à l'IVVG augmentent de 34 650 francs, en vue de compenser la suppression de l'aide financière en sa faveur.

⁴ Comparée à 2024, l'indemnité monétaire augmente de 116 000 francs, après déduction de l'opération de compensation financièrement neutre entre l'IVVG et l'OPAGE.

⁵ Par rapport au contrat de prestations 2021-2024, l'indemnité non monétaire varie quelque peu suite à une actualisation de la valorisation des moyens mis à disposition de l'OPAGE.

7. Conclusion

Les prestations de promotion du nouveau contrat impliquent des activités relativement nouvelles pour l'OPAGE, qui doit intégrer, à ses actions classiques de promotion, de l'information complète et de qualité sur les externalités positives d'une consommation de proximité et la nécessité de soutenir les producteurs locaux. Ce contrat de prestations et ses objectifs illustrent bien la transversalité de l'agriculture et de l'alimentation de proximité, exprimée notamment au travers de divers documents stratégiques de l'Etat de Genève concernant le climat, le développement durable, la biodiversité ou encore la santé. Il s'agit in fine de donner à la population les informations et les outils nécessaires pour qu'elle puisse faire ses choix de consommation en connaissance de cause.

Au bénéfice de ces explications, nous vous remercions de réserver un bon accueil au présent projet de loi.

Annexes :

- 1) *Préavis financier (art. 30 RPFGB – D 1 05.04)*
- 2) *Planification des charges et revenus de fonctionnement découlant du projet (art. 31 RPFGB – D 1 05.04)*
- 3) *Contrat de prestations*

Annexes disponibles sur internet :

- 4) *Rapport d'évaluation et ses annexes (études DemoSCOPE et M.I.S. Trend)*
- 5) *Comptes audités 2023*



REPUBLIQUE ET
CANTON DE GENEVE

PREAVIS FINANCIER

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

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

- ♦ Projet de loi présenté par le département du territoire.
- ♦ Objet : Projet de loi accordant une indemnité en faveur de l'Office de promotion des produits agricoles de Genève (OPAGE) pour les années 2025 à 2029.
- ♦ Rubrique(s) budgétaire(s) concernée(s) (CR et nature) :
CR : 05250600 / nature : 363500
Projet S160450000 Opage, promotion agricole
- ♦ Numéro(s) et libellé(s) de programme(s) concernés :
E04 Agriculture et nature
- ♦ Planification des charges et revenus de fonctionnement du projet de loi :
Le tableau financier annexé au projet de loi intègre la oui non totalité des impacts financiers découlant du projet.

(en mlis de fr.)	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Dès 2030
Ch. personnel	-	-	-	-	-	-	-	-
Biens et services et autres ch.	-	-	-	-	-	-	-	-
Ch. financières	-	-	-	-	-	-	-	-
Amortissements	-	-	-	-	-	-	-	-
Subventions	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	-	-	-
Autres charges	-	-	-	-	-	-	-	-
Total charges	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	-	-	-
Revenus	-	-	-	-	-	-	-	-
Total revenus	-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat net	-2.1	-2.1	-2.1	-2.1	-2.1	-	-	-

♦ Inscription budgétaire et financement :

L'indemnité est inscrite au budget de fonctionnement dès 2025, conformément aux données du tableau financier. oui non

L'indemnité est inscrite au plan financier quadriennal 2025-2028. oui non

L'indemnité prend fin à l'échéance comptable 2029. oui non

Autre(s) remarque(s) : _____ oui non

Le département atteste que le présent projet de loi est conforme à la loi sur la gestion administrative et financière de l'Etat (LGAF), à la loi sur les indemnités et les aides financières (LIAF), au modèle comptable harmonisé pour les cantons et les communes (MCH2) et aux dispositions d'exécution adoptées par le Conseil d'Etat.

Genève, le : 6 août 2024

Signature du responsable financier :

Frédéric Dekoninck

2. Avis du département des finances

Genève, le 6 août 2024

Visa du département des finances :

N.B. : Le présent préavis financier est basé sur le PL, son exposé des motifs, le tableau financier et ses annexes transmis le 23.07.2024.

**PLANIFICATION DES CHARGES ET REVENUS DE FONCTIONNEMENT DÉCOULANT DU PROJET
 Projet de loi accordant une indemnité en faveur de l'Office de promotion des produits agricoles de
 Genève (OPAGE) pour les années 2025 à 2029**

Projet présenté par le Département du territoire

(montants annuels, en mio de fr.)	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	dès 2032
TOTAL charges de fonctionnement	2.13	2.13	2.13	2.13	2.13	0.00	0.00	0.00
Charges de personnel [30]	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
30 Salaires	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ETP Nombre Equivalent Temps Plein	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Biens et services et autres charges [31]	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Charges financières [34] 1.375%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Amortissements [33 + 366 - 466]	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Subventions [363+369]	2.13	2.13	2.13	2.13	2.13	0.00	0.00	0.00
Autres charges [30-36]	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL revenus de fonctionnement	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Revenus [40 à 46]	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
RESULTAT NET FONCTIONNEMENT	-2.13	-2.13	-2.13	-2.13	-2.13	0.00	0.00	0.00

Remarques :

Renouvellement de l'indemnité financière cantonale à l'OPAGE avec une hausse de 150KF couvert par le budget 2025.

Date et signature du responsable financier :

le 18.07.24. F. DE KONINCK

- 1 -

REPUBLIQUE
ET CANTON
DE GENEVEOPAGE
Office de promotion des produits
agricoles de Genève

Contrat de prestations 2025-2029

entre

- **La République et canton de Genève (l'Etat de Genève)**

représentée par

Monsieur Antonio Hodgers, conseiller d'Etat chargé du
département du territoire,

d'une part

et

- **L'Office de promotion des produits agricoles de Genève**

ci-après désignée par l'**OPAGE**

représenté par

Monsieur Xavier Patry, Président

et par

Monsieur Denis Beausoleil, Directeur

d'autre part

TITRE I - Préambule

Introduction

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

But des contrats

2. Les contrats de prestations ont pour but de :

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

Principe de proportionnalité

3. Les parties tiennent compte du principe de proportionnalité dans l'élaboration du contrat en appréciant notamment :

- le niveau de financement de l'Etat par rapport aux différentes sources de financement de l'OPAGE;
- l'importance de l'indemnité octroyée par l'Etat;
- les relations avec les autres instances publiques.

Principe de bonne foi

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

TITRE II - Dispositions générales

Article 1

Bases légales et réglementaires et conventionnelles

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

- la loi sur la gestion administrative et financière de l'Etat (LGAF – D 1 05), du 4 octobre 2013;
- la loi sur la surveillance de l'Etat (LSurv – D 1 09), du 13 mars 2014;
- la loi sur les indemnités et les aides financières (LIAF – D 1 11), du 15 décembre 2005, et son règlement d'application (RIAF – D 1 11.01), du 20 juin 2012;
- la loi générale sur l'égalité et la lutte contre les discriminations (LED – A 2 90), du 23 mars 2023;

- 3 -

- la loi sur la promotion de l'agriculture (LPromAgr – M 2 05), du 21 octobre 2004, et son règlement d'application (RPromAgr – M 2 05.01), du 7 septembre 2022;
- la loi sur la viticulture (LVit – M 2 50), du 17 mars 2000;
- le règlement sur la vigne et les vins de Genève (RVV – M 2 50.05), du 20 mai 2009;
- la loi fédérale sur l'agriculture (LAgr – 910.1), du 29 avril 1998;
- l'ordonnance fédérale sur la vulgarisation agricole et la vulgarisation en économie familiale rurale (RS 915.1), du 3 novembre 2021.

Article 2

Cadre du contrat

Le présent contrat s'inscrit dans le cadre du programme E04 Agriculture et nature

Article 3

Bénéficiaire

L'OPAGE est une Fondation de droit privé régie par les articles 80 et suivants du Code civil suisse. Il possède la personnalité morale et est inscrit au registre du commerce. Son siège est dans le Canton de Genève. Sa durée est indéterminée.

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

Buts statutaires (selon statuts adoptés le 21 septembre 2022) :

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

A cet effet, il peut notamment :

1. organiser toutes manifestations utiles, ou y participer;
2. organiser des campagnes de promotion et d'information ou y participer;
3. contribuer à développer les connaissances et l'éducation de la population en matière d'agriculture genevoise, de consommation des produits agricoles et de leur durabilité, notamment en favorisant le rapprochement entre la ville et la campagne;
4. collaborer avec tous organismes tendant aux mêmes buts.

Titre III - Engagement des parties**Article 4***Prestations attendues
du bénéficiaire*

1. L'OPAGE s'engage à fournir les prestations suivantes, sous deux axes :
 - A) Actions s'inscrivant dans le cadre de la politique agricole genevoise :
 1. promouvoir la diversité de l'agriculture genevoise, de la qualité de ses produits ainsi que de ses avantages en mettant un accent sur les enjeux de durabilité;
 2. promouvoir les produits agricoles de proximité afin d'en favoriser l'accès pour les consommateurs et consommatrices, les ventes en général et plus particulièrement la vente directe, afin d'améliorer le revenu du secteur agricole;
 3. développer les connaissances et l'éducation de la population en matière d'agriculture genevoise et de consommation des produits agricoles et du savoir-faire pour les apprêter;
 4. informer la population sur l'évolution des actions de l'agriculture genevoise en faveur de la biodiversité et du climat;
 5. favoriser le rapprochement entre la ville et la campagne;
 6. développer les activités de tourisme rural;
 7. développer et assurer les synergies entre la promotion de l'agriculture et celles relevant des autres secteurs économiques.
 - B) Actions en faveur des produits labellisés genevois :
 8. promouvoir les marques, des labels et des signes de qualité des produits de l'agriculture genevoise, dont notamment la marque de garantie Genève Région - Terre Avenir (GRTA), les AOP, AOC et les IGP;
 9. promouvoir une image favorable et les valeurs de durabilité des produits agricoles genevois;
 10. promouvoir les produits de l'agriculture genevoise dans le cadre de salons et de manifestations grand public.
2. Sont considérés comme produits agricoles, ceux provenant de la production végétale et animale, ainsi que les denrées issues des différentes étapes de leur transformation élaborées dans le périmètre géographique défini par la marque de garantie Genève Région - Terre Avenir.

Prestations de tiers

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

Article 5*Engagements financiers de l'Etat*

1. L'Etat de Genève, par l'intermédiaire du département du territoire, s'engage à verser à l'OPAGE une indemnité, sous réserve de l'accord du Grand Conseil dans le cadre de l'approbation annuelle du budget. Cette indemnité recouvre tous les éléments de charge en lien avec l'exécution des prestations prévues par le présent contrat.
2. L'indemnité n'est accordée qu'à titre conditionnel (article 25 LIAF). Les montants peuvent être modifiés par décision du Conseil d'Etat si, dans le cadre du vote du budget annuel, l'autorisation de dépense n'est pas octroyée ou ne l'est que partiellement.
3. Les montants engagés sur 5 années sont les suivants :

Année	Indemnité monétaire	Indemnité non monétaire
2025 :	2 134 650 F	127 496 F
2026 :	2 134 650 F	127 496 F
2027 :	2 134 650 F	127 496 F
2028 :	2 134 650 F	127 496 F
2029 :	2 134 650 F	127 496 F

L'indemnité non monétaire valorise la mise à disposition de l'OPAGE par l'Etat de Genève, sans contrepartie financière, de locaux et de prestations informatiques, notamment : réseau de l'Etat, suite bureautique (hardware et software), applications standards de l'Etat, messagerie, téléphonie et support dont l'usage se restreint au cadre de la mission de l'OPAGE).

Afin de garantir la sécurité du réseau informatique de l'Etat de Genève et des informations sous sa responsabilité, l'OPAGE s'engage à appliquer à ses ressources des conditions similaires à celles définies dans le cadre de contrat LSE (Location de Service, loi FEDLEX 823.11 / LSJ5566 / articles 2.1, 2.2 et 2.4), soit :

- L'OPAGE s'engage à tenir à disposition de l'Etat de Genève une liste de son personnel, ainsi que les pièces suivantes pour chaque collaborateur et collaboratrice :
 - o Copie couleur du passeport ou de la pièce d'identité en cours de validité (recto verso).

- 6 -

- o Si applicable, copie du permis de séjour ou du permis de travail en cours de validité.
 - o Extrait du casier judiciaire du pays de résidence datant de moins de 3 mois.
 - o Extrait du registre des poursuites du canton de résidence datant de moins de 3 mois pour les résidents suisse ou formulaire d'attestation sur l'honneur pour les personnes résidents à l'étranger.
- L'OPAGE s'engage à faire signer à l'ensemble de son personnel une déclaration de confidentialité, une convention relative à l'image ainsi qu'une convention d'utilisation d'internet. Il tient ces documents à disposition de l'Etat de Genève.
 - L'OPAGE, qui viendrait à prendre connaissance d'une modification du casier judiciaire de l'intervenant s'engage à le signaler immédiatement à l'Etat de Genève.
4. Le versement des montants ci-dessus n'intervient que lorsque la loi de ratification est exécutoire.

Article 6

Plan financier pluriannuel

Un plan financier quinquennal pour l'ensemble des activités/prestations de l'OPAGE figure à l'annexe 5. Ce document fait ressortir avec clarté l'intégralité des sources de financement espérées, qu'elles soient publiques ou privées, ainsi que la totalité des dépenses prévisibles par type d'activités/prestations.

Article 7

Rythme de versement de l'indemnité

1. L'indemnité est versée chaque année en 3 tranches selon les échéances et les conditions suivantes :
 - le premier versement annuel intervient en début d'année civile sur la base d'une demande écrite;
 - les versements suivants interviennent sur demande écrite en fonction des besoins en liquidité de l'OPAGE;
 - des acomptes anticipés peuvent être versés sur demande s'ils sont indispensables à la réalisation du programme de promotion.
2. En cas de refus du budget annuel par le Grand Conseil, les paiements sont effectués selon le principe des douzièmes provisoires, conformément à l'article 42 de la LGAF.

Article 8

Conditions de travail

1. L'OPAGE est tenu d'observer les lois, règlements et les conventions collectives applicables en matière

- 7 -

notamment de salaire, d'horaire de travail, d'assurance et de prestations sociales.

2. L'OPAGE tient à disposition du département son organigramme, le cahier des charges du personnel, une description de ses conditions salariales et de travail ainsi que tous autres renseignements permettant de démontrer le respect des principes généraux d'égalité et d'interdiction des discriminations directes ou indirectes, conformément à l'article 12 de la LIAF.

Article 9

Développement durable L'OPAGE s'engage à ce que les objectifs qu'elle poursuit et les actions qu'elle entreprend s'inscrivent dans une perspective de développement durable, conformément à la loi sur l'action publique en vue du développement durable (Agenda 21) (LDD), du 12 mai 2016 (A 2 60).

Article 10

Système de contrôle interne

L'OPAGE s'engage à maintenir un système de contrôle interne adapté à ses missions et à sa structure dans le respect de l'article 3, alinéa 4, de la LGAF.

Article 11

Suivi des recommandations du service d'audit interne

L'OPAGE s'engage à respecter les recommandations figurant dans les rapports du service d'audit interne et à mettre en œuvre dans le délai indiqué par le département de tutelle les mesures correctrices qui ne sont pas contestées ou qui ont fait l'objet d'une décision au sens de l'article 17 de la LSurv.

Article 12

Reddition des comptes et rapports

1. L'OPAGE, en fin d'exercice comptable mais au plus tard 3 mois après la date de clôture du dernier exercice, fournit au département du territoire :

- ses états financiers établis conformément aux normes Swiss GAAP RPC et révisés;
- les rapports de l'organe de révision;
- un rapport d'exécution du contrat reprenant les objectifs et les indicateurs figurant dans le tableau de bord;
- son rapport d'activité incluant les éléments relatifs aux prestations dont l'exécution a été confiée à des tiers;
- le procès-verbal de l'organe approuvant les comptes.

- 8 -

2. Dans ce cadre, l'entité s'engage à respecter les règlements et directives qui lui sont applicables, notamment :

- règlement d'application de la loi sur les indemnités et les aides financières (RIAF), du 20 juin 2012;
- directive transversale de l'Etat EGE-02-04 relative à la présentation et révision des états financiers des entités subventionnées;
- directive transversale de l'Etat EGE-02-07 relative au traitement des bénéficiaires et des pertes des entités subventionnées.

Article 13

Traitement du résultat

1. Au terme de l'exercice comptable, le résultat annuel établi conformément à l'article 12 est comptabilisé au bilan dans les fonds propres de l'entité, dans un compte intitulé « Résultat période 2025-2029 ».
2. L'OPAGE conserve 50% de son résultat cumulé bénéficiaire. Le solde est restituable à l'Etat, sous réserve des dispositions de l'alinéa 3.
3. A l'échéance du contrat et pour autant que les prestations financées aient été fournies conformément au contrat, le département procède à l'analyse de la situation financière de l'entité et à la détermination de l'éventuel montant à restituer. Il peut renoncer, sur demande écrite et justifiée de l'OPAGE, à une partie du résultat lui revenant en application des critères de l'article 19, alinéas 2 et 3 du RIAF.
4. Le Conseil d'Etat ou le département notifie à l'entité la décision relative à la restitution du résultat en fonction des seuils fixés à l'article 20, alinéas 3 et 4 du RIAF.
5. A l'échéance du contrat, l'OPAGE assume ses éventuelles pertes reportées.

Article 14

Bénéficiaire direct

1. Conformément à l'article 14 al. 3 de la LIAF, l'OPAGE s'engage à être le bénéficiaire direct de l'indemnité. Toutefois, comme il est explicitement prévu à l'article 4 du présent contrat, l'OPAGE peut verser des prestations pécuniaires à des tiers.
2. L'OPAGE met en place un règlement interne définissant les critères et le niveau d'allocation pour le financement de projets de promotion de tiers (cf. annexe 3).
3. L'OPAGE a la responsabilité du suivi et du contrôle des projets réalisés par des tiers. Il lui incombe de déterminer les charges et les conditions permettant de garantir que l'indemnité sera utilisée conformément au but visé et que la tâche sera accomplie de manière efficiente.

4. L'OPAGE veillera notamment à coordonner les projets et les actions de promotion :
- en réalisant des économies d'échelle lors d'achats d'espaces publicitaires;
 - en mettant notamment sur pied une communication intégrée pour l'ensemble de la promotion agricole genevoise.

Article 15

Communication

1. Toute publication, campagne d'information ou de communication lancée par l'OPAGE auprès du public ou des médias en relation avec les prestations définies à l'article 4, doit faire mention de la République et canton de Genève en tant que subventionneur.

Titre IV - Suivi et évaluation du contrat

Article 16

Objectifs, indicateurs, tableau de bord

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

Article 17

Modifications

1. Toute modification au présent contrat doit être négociée entre les parties, sous réserve des dispositions de l'article 5 "Engagements financiers de l'Etat", et sous réserve des dispositions de la loi de ratification qui ne peuvent être modifiées.
2. En cas d'événements exceptionnels et préteritant la poursuite des activités de l'OPAGE ou la réalisation du présent contrat, les parties s'accordent sur les actions à entreprendre.
3. Ces événements doivent être signalés dans les plus brefs délais au département.

Article 18*Suivi du contrat*

1. Les parties au présent contrat mettent en place un dispositif de suivi du contrat afin de :
 - veiller à l'application du contrat;
 - évaluer les engagements par le biais du tableau de bord et du rapport d'exécution annuel établi par l'OPAGE;
 - permettre l'adaptation, la réorientation ou la redéfinition des conditions du contrat et de son tableau de bord.
1. Ce dispositif est indépendant du processus de contrôle périodique prévu à l'article 22 de la LIAF.

Titre V - Dispositions finales**Article 19***Règlement des litiges*

1. Les parties s'efforcent de régler à l'amiable les différends qui peuvent surgir dans l'application et l'interprétation du présent contrat.
2. En cas d'échec, elles peuvent recourir d'un commun accord à la médiation.
3. A défaut d'un accord, le litige peut être porté devant la Chambre administrative de la Cour de justice du canton de Genève.

Article 20*Résiliation du contrat*

1. Le Conseil d'Etat peut résilier le contrat et exiger la restitution de tout ou partie de l'indemnité lorsque :
 - a) l'indemnité n'est pas utilisée conformément à l'affectation prévue;
 - b) l'OPAGE n'accomplit pas ou accomplit incorrectement sa tâche malgré une mise en demeure;
 - c) l'indemnité a été indûment promise ou versée, soit en violation du droit, soit sur la base d'un état de fait inexact ou incomplet.

La résiliation s'effectue dans un délai de deux mois, pour la fin d'un mois.
2. Dans les autres cas, le contrat peut être résilié par chacune des parties moyennant un préavis de six mois pour la fin d'une année.
3. Dans tous les cas, la résiliation s'effectue par écrit.

- 11 -

Article 21

*Entrée en vigueur,
durée du contrat et
renouvellement*

1. Le contrat entre en vigueur au 1^{er} janvier 2025, dès que la loi qui l'approuve devient exécutoire. Il est valable jusqu'au 31 décembre 2029.
2. Les parties conviennent d'étudier les conditions de renouvellement éventuel du contrat au moins douze mois avant son échéance.

Fait à Genève, le

en 2 exemplaires originaux.

Pour la République et canton de Genève :

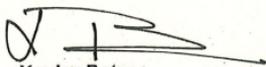
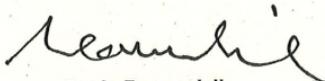
représentée par

**Antonio Hodgers**

conseiller d'Etat chargé du département du territoire

Pour l'OPAGE :

représenté par

**Xavier Patry**
Président**Denis Beausoleil**
Directeur

Annexes au présent contrat :

- 1 - Tableau de bord des objectifs et des indicateurs de performance;
- 2 - Prestations fournies par l'OPAGE;
- 3 - Règlement interne à l'OPAGE sur les critères d'allocation pour le financement de projets de promotion;
- 4 - Statuts de l'OPAGE, organigramme et liste des membres du conseil de fondation, comité de direction et bureau de l'office;
- 5 - Plan financier pluriannuel 2025-2029;
- 6 - Liste d'adresses des personnes de contact;
- 7 - Utilisation des armoiries de l'Etat de Genève;
- 8 - Directives transversales de l'Etat :
 - EGE-02-04 Présentation et révision des états financiers des entités subventionnées;
 - EGE-02-07 Traitement des bénéfices et des pertes des entités subventionnées.