



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 règlementaires 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;

- 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.

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;
- 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 :
 - 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;
 - 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;
 - 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;
 - 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 :
 - 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;
 - promouvoir une image favorable et les valeurs de durabilité des produits agricoles genevois;
 - 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

de l'Etat

- Engagements financiers 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),

- 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:
 - Copie couleur du passeport ou de la pièce d'identité en cours de validité (recto verso).

- Si applicable, copie du permis de séjour ou du permis de travail en cours de validité.
- 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.

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.
- 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

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

et rapports

- Reddition des comptes 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.

- 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 bénéfices et des pertes des entités subventionnées.

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.

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.
- En cas d'événements exceptionnels et prétéritant la poursuite des activités de l'OPAGE ou la réalisation du présent contrat, les parties s'accordent sur les actions à entreprendre.
- 3. Ces évènements doivent être signalés dans les plus brefs délais au département.

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.
- 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.

Entrée en vigueur, durée du contrat et renouvellement

- Le contrat entre en vigueur au 1^{er} janvier 2025, dès que la loi qui l'approuve devient exécutoiré. 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.

Tableaux de bord des objectifs et indicateurs de performance pour le suivi des prestations 2025-2029

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

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

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

Les objectifs sont formulés par catégories de mesures marketing, entreprises pour la durée du contrat et selon les types de cibles identifiées. Pour chaque indicateur sont indiquées entre parenthèses les principales prestations correspondantes mentionnées à l'article 4 du contrat de prestations.

3. Promotion des ventes

- 3.1 Dégustation dans les grandes surfaces (2, 3, 8)
- 3.2 Ambassadeurs du terroir genevois (2, 7, 8)
- 3,3 Céréales panifiables : farines Genève Région Terre Avenir (1, 2)
 - 3.4 Céréales brassicoles : malt et bières GRTA (1, 2)
 - 3.5 Plateforme GRTA (1, 2, 3, 7, 8)
- 3.6 Restaurants labellisés GRTA (2, 7, 8)

4. Salons / Evènements / Synergies avec les autres secteurs

- 4.1 Agri.Fête (2, 3, 4, 8, 10)
- 4.2 Rallye gourmand (1, 3, 5, 6, 8)

5. Sponsoring

- 5.1 Partenariats locaux (8, 9, 10)
- 5.2 Partenariats supra régionaux (8, 9, 10)

6. Etude de marché quadriennale

- 6.1 Image des vins de Genève
- 6.2 Notoriété de la marque de garantie Genève Région Terre Avenir
- 6.3 Image de l'agriculture genevoise
- 6.4 Notoriété du site Internet et de la signature "Genève terroir"

1. Médias traditionnels et numériques

- 1.1 Réseaux sociaux, Facebook "Genève Terroir"
- 1.2 Internet geneveterroir.ch
- I.3 Réseaux sociaux, Instagram "Genève Terroir"
- 1.4 Réseaux sociaux, Tik Tok "Genève Terroir"

2. Relations publiques / sensibilisation / information

- 2.1 Ecole à la ferme (3, 4, 5)
- 2.2 Visites d'exploitations maraîchères et coopérative UMG (3, 4, 5)
- 2.3 Cours et sorties sur les produits du terroir genevois (1, 3, 4, 5)
- 2.4 Evénements pour les hôteliers, restaurateurs et cafetiers (1, 2, 3, 5, 7, 8)
- 2.5 Lettre d'information "Genève Terroir" (1, 3, 4, 5, 8, 9)
- 2.6 Conférences, cours, information, sensibilisation à la production genevoise (4) 2.7 Rubriques informatives diffusées dans les différents médias (4)

gui		ĺ	-Cible	:	2025	2026	2027	2028	2029	Moyen de mesure
	Action	Filière	-Objectif (s)	Type d'indicateur	Objectif	Objectif	Objectif	Objectif	Obectif	Dace / Dace
					Effectif	Effectif	Effectif	Effectif	Effectif	Justilicatiis / rage
. 0, —	1.1 Réseaux sociaux, Facebook	Multi filières	 Grand public Augmenter le nombre d'abonnés sur la page 	<u>Quantitatif</u> Performance média	12'250	12'500	12'750	13'000	13'250	Nombre d'abonnés
	Informations sur l'actualité agricole et les agriculteurs		FB "Geneve lerroir"							
	1.2 Internet geneveterroir.ch Informations sur les	Multi filières	Grand public, SuisseAugmenter le nombre de visiteurs.	Quantitatif Nombre de visites par mois	23,000	23'250	23'500	23'750	24'000	Statistique mensuelle du site www.geneveterroir.ch
	producteurs, l'agriculture, ses produits et son actualité									
	1.3 Réseaux sociaux, Instagram Informations sur	Multi filières	Grand publicAugmenter le nombre d'abonnés sur la page Instagram "Genève	<u>Quantitatif</u> Performance média	16'200	16'400	16'600	16'800	17'000	Nombre d'abonnés
	l'actualité agricole et les agriculteurs		Terroir"							
` ',	1.4 Réseaux sociaux, Tik Tok	Multi filières	Grand publicAugmenter le nombre	Quantitatif Performance média	009	750	006	1050	1200	Nombre d'abonnés
	Informations sur l'actualité agricole et les agriculteurs		d'abonnés sur la page Tik Tok "Genève Terroir"							

Moyen de mesure	Dogs / Dogs	Justilicatiis / rage	Rapport de l'organisation		Rapport de l'organisation		Rapport de l'organisation		Rapport de visites des exploitations indiquant le nombre de participants mais également les commentaires qualitatifs des entretiens	
2029	Objectif	Effectif	300		5'400		4		400	
2028	Objectif	Effectif	295		5'300		14		400	
2027	Objectif	Effectif	290		5,200		14		400	
2026	Objectif	Effectif	285		5,100		14		400	
2025	Objectif	Effectif	280		5,000		14		400	
	Type d'indicateur		Quantitatif Nombre de visites organisées par	année	Quantitatif Nombre de participants		Quantitatif Nombre de fermes		Quantitatif Nombre de participants aux visites	
S. S	-Objectif (s)		 Ecoliers, enseignants, producteurs (Genève) Augmenter le nombre 	de classes et d'élèvesMaintenir voir recruter un nouveau	prestataire				 Tous les consommateurs de plus de 30 ans de l'agglomération genevoise Consommateurs, clients, fournisseurs, associations de 	consommateurs
	Fillière		Multi filières						Légumes	
	Action		2.1 Ecole à la ferme	Sensibiliser les enfants à la provenance des	produits alimentaires et à l'agriculture de proximité				2.2 Visites d'exploitations maraîchères et coopérative UMG Faire découvrir les légumes et les exploitations	nraracheres en lien avec le label GRTA Notions de proximité, de saisonnalité des produits. Explique la culture "Hors-sol"
	sure rketi			noitsı	mrofni	/ noite	seilidia	suəs / s	ations publiques	2. Rel

	6un		-Cible		2025	2026	2027	2028	2029	Moyen de mesure
sure	Action	Filière	-Objectif (s)	Type d'indicateur	Objectif	Objectif	Objectif	Objectif	Objectif	7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7
	em				Effectif	Effectif	Effectif	Effectif	Effectif	Justificatirs / Page
	2.3 Cours et sorties sur les	Multi filières	Grand public, GenèveMaintenir le nombre	Quantitatif Nombre de soirées	25	25	25	25	25	Nombre de cours et sorties
nation	produits du terroir genevois Découverte des produits locaux par		important de soirées et sorties du terroir en conservant la satisfaction des							
nofni /	l'intermediaire de spécialistes et de producteurs (théorie et pratique)			Qualitatif Satisfaction des	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	Enquête de satisfaction auprès des participants
noite				sur 6.0						
silidia	2.4 Evénement pour les hôteliers,	Multi filières	Milieu HORECA Développer la	<u>Quantitatif</u> Nombre de	06	06	06	92	96	Inscriptions à l'évènement annuel
uəs	restaurateurs et cafetiers		connaissance des produits locaux	participants						
/ sənb	Découverte des produits locaux, comment s'approvisionner.									
ildud	sensibilisation à leur utilisation.									
d suo	2.5 Lettre d'information	Multi filières	Grand public, Genève Augmenter le nombre	<u>Quantitatif</u> Nombre d'abonnés	3,620	4'015	4'415	4'850	5'340	Nombre d'adresses e- mail
2. Relati	"Genève Terroir" Informations régulières sur l'agriculture, la saisonnalité, les activités proposées par l'OPAGE		de contacts (lettre d'information, e-mail destinées aux amis de l'agriculture)	à la lettre "Info Terroir"						

Moyen de mesure	Caco / Ofitoofitoril	Justificatifs / Page	Programme annuel, rapport d'activités		Programme annuel, rapport d'activités		Programme annuel, rapport d'activités		Rapport d'activités	
2029	Objectif	Effectif	15		40		30		40	
2028	Objectif	Effectif	15		35		30		40	
2027	Objectif	Effectif	15		30		30		40	
2026	Objectif	Effectif	15		25		30		40	
2025	Objectif	Effectif	15		20		30		40	
	Type d'indicateur		<u>Quantitatif</u> Nombre de	conférences, cours	Quantitatif Nombre de produits	présents	<u>Quantitatif</u> Nombre de dégustations		<u>Quantitatif</u> Nombre de rubriques par année	
-Cible	-Objectif (s)		Population citadine.Communauté	internationale. • Visiteurs étrangers.					 Population genevoise Informer la population sur l'évolution des actions de l'agriculture genevoise en faveur de la biodiversité et du 	climat
	Filière		Multi filières						Multi filières	
_	Action		2.6 Conférences, cours. information.	sensibilisation à la production	genevoise		Programme "Terroir en ville" Quelles productions à Genève ? Quelles	réalités de la production agricole ? Quels défis pour notre agriculture (climat, biodiversité…) ?	2.7 Rubriques informatives diffusées dans les différents médias	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
	ırke:			ι	oitioi	orm	łni / no	issilidien	ıəs / sənbildı	אר Relations pu

	6		<u> </u>		2025	2026	2027	2028	2029	Moyen de mesure
saure	Action	Filière	-Cible -Objectif (s)	Type d'indicateur	Objectif	Objectif	Objectif	Objectif	Objectif	.lustificatifs / Page
					Effectif	Effectif	Effectif	Effectif	Effectif	
	3.1 Dégustation dans les grandes surfaces	Légumes	 Consommateurs de plus de 35 ans Assurer un minimum de 180 jours d'animation et au minimum 80 contacts 	Quantitatif Nombre de consommateurs approchés par jour. Contacts/journée	100	100	100	100	100	Rapports d'animation des présentatrices / qualité des contacts. assurés par l'Union maraîchère de Genève (UMG)
	Sensibilisation aux		par journée d'animation							
	produits GRTA. Convaincre et inciter à l'acte d'achat			Quantitatif Nombre de	100	100	100	100	100	
səj	durable			journées d'animation						
uə∧ səp	3.2 Ambassadeurs du terroir	Multi filières	 Restaurateurs Augmentation du nombre d'établissements 	<u>Quantitatif</u> Nombre de restaurants affiliés	96	92	100	100	105	Nouveaux membres, rapport annuel des ambassadeurs (visite personnalisée)
notion	Restaurants		labellisésMaintenir la qualité et le respect de la charte							
Pron	valorisant les produits locaux		-	Qualitatif Note movenne	5.5	5.5	5.5	5.5	5.5	
3"				obtenue lors de la visite sur 6.0						
	3.3 Céréales panifiables : Farines GRTA	Grandes cultures	 Boulangers, grandes surfaces, HORECA Augmenter le nombre 	Quantitati <u>f</u> Nombre de boulangers et	96	100	105	110	115	Nombre de points de ventes et de transformation
	Prospection des transformateurs		d dillisatedi s	transformateurs						
	Ventes de farines		Boulangers et publicAugmenter les quantités	Quantitatif Tonnes de farines	950	980	1,010	1,040	1,070	Statistiques de ventes du Cercle des Agriculteurs (CAG)

CP1 Tableau bord Obj Indic OPAGE 2025-2029 VDEF.docx

Moyen de mesure	lustificatife / Dage		Nombre de brasseries labellisées GRTA Nombre de brasseries SGA Catalogue des malts	Statistiques de ventes du CAG			Statistiques du site www.geneveterroir- plateforme-grta.ch et google analytics		Nombre d'inscriptions cumulées		Nombre de visites de restaurants labellisés	
2029 M	Objectif	Effectif	80 SC	d and	06		Sta 6'700 ww pla goo		No No cui		No 50 res	
2028	Objectif (Effectif	80		06		0.09,9		485		20	
2027	Objectif	Effectif	80		85		6'500		475		20	
2026	Objectif	Effectif	80		85		6'400		465		20	
2025	Objectif	Effectif	80		80		6'300		455		20	
	Type d'indicateur		<u>Quantitatif</u> Nombre de brasseries		Quantitatif Nombre de tonnes	de malt	Quantitatif Nombre de connexion/année des fournisseurs, et	tout public	Quantitatif Nombre de	restaurants collectifs labellisés	Quantitatif Nombre de visites	d'accompagnement
<u>a</u>	-Objectif (s)		 Secteur brasseries artisanales HORECA Augmenter le nombre d'utilisateurs et le 	tonnage			 Restaurateurs Fournisseurs de produits certifiés 		RestaurateursEntreprises de	restauration		
	Filière		Grandes				Multi filières		Multi filières			
	Action		3.4 Céréales brassicoles : malt et bières GRTA	Maintenir les activités d'une malterie genevoise			3.5 Plateforme GRTA	La plateforme permet de visualiser l'offre en produits GRTA. Interface entre producteur et restaurateur pour lancer des appels d'offres	3.6 Restaurants Iabellisés GRTA		Nombre de restaurants proposant	au minimum 3 produits certifiés dans leur offre journalière
	saure					SƏ	tneV ≳eb ι	3. Promotior				

CP1 Tableau bord Obj Indic OPAGE 2025-2029 VDEF.docx

ure		age															
Moyen de mesure	: :	Justificatifs / Page		Rapport annuel					Rapport applie	5							
2029	Objectif	Effectif		40					יכ)							
2028	Objectif	Effectif		40					יכ)							
2027	Objectif	Effectif		40					ιC)							
2026	Objectif	Effectif		40					ιC)							
2025	Objectif	Effectif		40					יכ)							
	Type d'indicateur		Quantitatif Nombre de	partenariats				Quantitatif	Nombre de	partenariats							
eli eli	Ohiectif (s)	(c)(c)	Grand public GenèveDévelopper le nombre	de partenariats conclus entre l'Office	et des évènements	agricoles, sportirs et		 Grand public 	 Développer le nombre 	de partenariats	conclus entre l'Office	et des évènements	agricoles, sportifs et	culturels			
	Fillère		Multi filières					Multi	fillières			_					
	Action		5.1 Partenariats¹	Association de la marque de garantie	" <i>GRTA</i> ", de " <i>Swisswine</i> " et de	"Genève Terroir"	porteuses d'images à Genève	5.2 Partenariats	supra régionaux	Association de la	marque de garantie	"GRTA", de	"Swisswine" et de	"Genève Terroir" à	des évènements au	rayonnement supra	regional
	ket Sure					бu	ijyo	suc	odę	3 '	9						

¹ Le partenariat implique la présence du logo/label/marque sur un document imprimé de la manifestation et/ou la présence de produits sur place

Contrat de prestations entre l'Etat de Genève et l'OPAGE (2025-2029)

mesure	and / s	3 - dgc	narché Ile		narché Ile			narché Ile		narché Ile	
Moyen de mesure		04341104411	Étude de marché quadriennale		Étude de marché quadriennale			Étude de marché quadriennale		Étude de marché quadriennale	
2029	Objectif	Effectif	-		ŀ			ŀ		-	
2028	Objectif	Effectif	1		ŀ			ŀ		;	
2027	Objectif	Effectif	%09		%08			25%		40%	
2026	Objectif	Effectif	-		ł			ł		;	
2025	Objectif	Effectif			1			ŀ		;	
Type d'indicateur			<u>Quantitatif</u> Consommation	restaurant (toujours et régulièrement)	Quantitatif Notoriété de la	marque GRTA, spontanée et assistée		Qualitatif Connaissance des	valeurs de la marque GRTA (% de personnes qui	Quantitatif Connaissance du	site Internet et de la signature "Genève Terroir"
-Cible	-Objectif (s)		Population genevoiseMesurer l'attrait des	vins de Genève dans la restauration	Population genevoiseMesurer et maintenir	la notoriété de la marque		Population genevoiseMesurer la perception	de la marque par la population	 Population genevoise Mesurer la notoriété 	du site Internet
Fillère			Vin		GRTA			GRTA		Multi filière	
Action			6.1 Image des vins de Genève	Attrait pour les vins de Genève	6.2 Notoriété de la marque de	garantie "Genève Région - Terre Avenir" (GRTA)	Connaissance de la marque	6.3 Image de l'agriculture	genevoise Perception de l'agriculture	6.4 Notoriété de "Genève Terroir"	Connaissance de la signature "Genève Terroir"
re gnife	ske ezni			ə	jeuu	əinbaup	arché	ш әр	. Étude	9	

Document validé par consultation électronique le 12 juillet 2024

Prestations fournies par l'OPAGE

L'Office de promotion des produits agricoles de Genève (OPAGE) est représentatif de l'agriculture genevoise. L'OPAGE est organisé en filières, au nombre de six, qui bénéficient chacune d'un programme promotionnel.

- 1. Filière VINS
- 2. Filière LEGUMES
- 3. Filière CEREALES GRANDES CULTURES
- 4. Filière FRUITS
- Filière FLEURS
- 6. Filière ELEVAGE

A ces six filières s'ajoutent la MULTIFILIERE ainsi que LA MAISON DU TERROIR et le label GENEVE REGION - TERRE AVENIR (GRTA) qui regroupent toutes les activités de promotion transversales.

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

Selon l'article 4 du contrat de prestations, l'OPAGE établit son programme de promotion 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 savoirfaire 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.

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

Afin d'être au plus proche des besoins de la profession, chaque année des séances de filières représentant de la filière qui siège au Conseil de Fondation et le Bureau de l'Office. Un bilan sur les actions réalisées est effectué et des propositions pour des actions futures sont débattues.

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

Instruments dans le domaine de la Communication Marketing :

- **Médias traditionnels** : presse, TV, affichage, radio, cinéma ;
- **Ecosystème digital**: internet, médias sociaux (Facebook, Instagram, ...), news letter;
- Relations publiques ;
- Promotion des ventes ;
- Salons;
- Sponsoring;
- Etudes de marché.

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

L'OPAGE décide si la conception visuelle d'emballages d'une filière ainsi que sa production sont intégrées dans le programme de promotion de la filière. Ce poste budgétaire ne doit pas dès lors excéder les 20% du budget attribué par l'OPAGE à la filière.

Les actions de promotion des différentes filières sont conduites par l'OPAGE.

Cependant, si le programme de promotion d'une filière est confié à une entité affiliée, les frais de coordination, de planification et de gestion de projets au sein de l'OPAGE sont admis forfaitairement à hauteur au maximum de 10% du budget attribué par l'OPAGE à la filière. La prospection de marchés en fait partie.

L'OPAGE peut également être appelé à se prononcer sur des demandes de financement pour des projets de promotion qui ne sont pas encore intégrés à une filière. Les requérants souhaitant bénéficier d'un soutien financier doivent adresser leur demande à l'OPAGE, au plus tard le 15 septembre, pour l'année suivante. Pour bénéficier d'une aide de la fondation, le projet doit émaner d'un ou de plusieurs agriculteurs, être de nature collective et d'intérêt général et être lié à l'agriculture. Si le projet est accepté par le Conseil de Fondation, il est intégré au budget de l'Office.

Document validé par consultation électronique le 12 juillet 2024

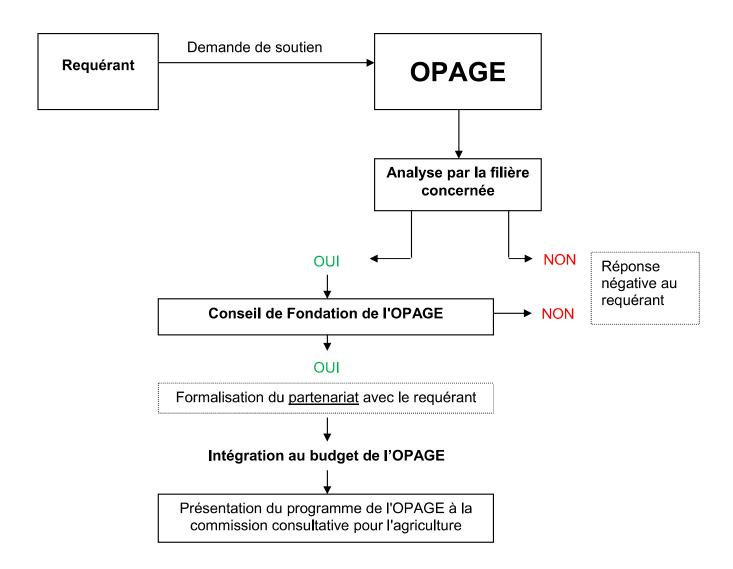
Règlement interne sur les critères d'allocation pour le financement de projets de promotion

En règle générale, les actions de promotion sont conduites au sein des filières de l'OPAGE. Cependant, l'OPAGE peut être appelé à se prononcer sur des demandes de financement pour des projets qui ne sont pas encore intégrés dans une filière. Le présent règlement a pour but de déterminer les règles et la procédure à appliquer pour la gestion de ce type de demandes.

1. Procédure

1.1 Schéma de la procédure

Les requérants souhaitant bénéficier d'un soutien financier pour des projets de promotion (produits) doivent adresser leur demande à l'Office de promotion des produits agricoles de Genève (OPAGE) qui les instruira selon le schéma ci-dessous :



Le requérant transmet sa demande <u>par écrit</u> à l'OPAGE qui accuse réception en joignant les documents suivants :

- Le formulaire de dépôt de demande de projet;
- Une lettre d'accompagnement qui stipule d'une part que la demande sera examinée par le Conseil de Fondation de l'OPAGE, une fois le formulaire dûment rempli en sa possession, et d'autre part les règles de base du soutien de l'Office, soit des projets collectifs qui relèvent de l'intérêt général et sont ouverts à l'ensemble des agriculteurs intéressés.

1.2 Délai de dépôt pour les demandes

Les demandes doivent être déposées à l'OPAGE au plus tard le <u>15 septembre</u> pour être soumises à examen et bénéficier d'un soutien financier pour des projets de promotion pour l'année suivante.

1.3 Suivi de projet

a) Avant le projet

Le requérant transmet une demande de soutien financier qui comprendra:

- Une description du projet;
- Un budget;
- Un plan de financement;
- Un tableau de bord des objectifs et indicateurs de performance.

Le soutien financier est alloué pour un an. Si le projet est reconduit, il convient de présenter à nouveau une demande complète, accompagnée des documents requis (description complète du projet, un budget, un plan de financement et le tableau des indicateurs).

b) A la fin d'un projet

Lorsqu'un projet est achevé, mais au plus tard à la fin d'une année civile, le requérant remet un rapport accompagné d'un décompte final et le tableau de bord des indicateurs.

2. Critères d'attribution

La loi sur la promotion de l'agriculture M 2 05 et son règlement d'application M 2 05.01 servent de base légale et de référence pour l'attribution de soutiens financiers à des projets de promotion. Si le requérant est soumis à une contribution au fonds agricole, respectivement vitivinicole, il doit s'être acquitté des montants correspondants.

2.1 Projets individuels

Ils ne sont pas soutenus par un financement direct. Ils peuvent toutefois bénéficier d'un conseil et/ou être intégrés dans le plan de communication de l'Office.

2.2 Projets collectifs

Ils peuvent être soutenus par un financement direct et peuvent bénéficier d'un conseil et être intégrés dans le plan de communication de l'Office. Par projets collectifs on entend des projets qui :

- relèvent de l'intérêt général ;
- > sont ouverts à d'autres agriculteurs sur le plan cantonal :
- > contribuent à la réalisation de valeur ajoutée par les agriculteurs genevois ;
- > influencent favorablement l'écoulement des produits et/ou leur prix ;
- garantissent l'efficience des moyens financiers investis (proportionnalité entre instruments de promotion et moyens financiers).

La direction du projet doit être capable de :

- faire le point de la situation, réaliser le projet, contrôler les travaux ;
- fournir des indications précises quant à son organisation, ses compétences et attributions;
- assurer la continuité de la mesure durant la durée du projet.

2.3 Mesures soutenues (coûts imputables)

Dans le cadre des projets collectifs, les instruments de la communication marketing suivants peuvent notamment être soutenus :

- publicité (radio, annonces presse, ...),
- promotion des ventes (foires, expositions, dégustations, prospectus, ...),
- événement (p.ex. fête de la pomme),
- relations publiques liées à un produit ou à l'agriculture genevoise.
- écosystème digital, internet, médias sociaux (Facebook, Instagram, ...), news letter.

Les coûts de personnel directement attribuables à une mesure (p.ex. dégustation lors d'un salon) sont acceptés, tout comme des frais de coordination à hauteur de 10% maximum du coût total du projet.

3. Formalisation du partenariat

L'OPAGE formalise le partenariat par écrit avec le requérant en précisant notamment le montant du soutien financier, les prestations attendues et les objectifs et/ou indicateurs.

4. Durée du soutien financier

Le soutien financier à des projets collectifs est accordé pour une année. Il pourra être reconduit après évaluation et dans l'attente que le projet soit si possible intégré à l'une des filières de l'OPAGE.

Document validé par consultation électronique le 12 juillet 2024



- STATUTS -

FONDATION OFFICE POUR LA PROMOTION DES PRODUITS AGRICOLES GENÈVE

I. DISPOSITIONS GÉNÉRALES

Article 1

Dénomination

Il existe sous le nom de "Fondation Office pour la Promotion des produits agricoles Genève" (OPAGE), une fondation de droit civil régie par les articles 80 et suivants du code civil et par les présents statuts. Elle est désignée ci-après par "la fondation". La fondation possède la personnalité morale.

Article 2

Siège, durée et inscription au registre du commerce

Le siège de la fondation est dans le canton de Genève. Sa durée est indéterminée; elle est inscrite au registre du commerce et placée sous la surveillance de l'autorité compétente.

Article 3

<u>But</u>

La fondation 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, elle 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.

La fondation ne poursuit aucun but lucratif; elle exclut tout profit particulier.

Membres fondateurs

La fondation est constituée par :

- l'État de Genève;
- · Les organisations agricoles suivantes :
 - Chambre genevoise d'agriculture;
 - Union maraîchère de Genève;
 - Association des organisations viticoles genevoises;
 - Société d'arboriculture fruitière de Genève;
 - Syndicat patronal des horticulteurs.

Membres

En sus des membres fondateurs, peuvent devenir membres de la fondation, les personnes physiques et morales de droit public et de droit privé qui adhèrent aux buts poursuivis par la fondation. Le conseil de fondation statue sur la qualité de membre; ses décisions ne sont pas motivées.

II. FINANCEMENT

Article 5

Capital et ressources

Les fondateurs font un apport initial à la fondation de CHF. 5'000.-- chacun, soit CHF. 30'000.-- au total.

Par ailleurs, les ressources de la fondation se composent, notamment :

- des contributions annuelles des exploitants issues du fonds viti-vinicole et du fonds de promotion agricole;
- de subventions;
- des contributions ponctuelles de membres en fonction des manifestations ou des actions de communication organisées par la fondation;
- de mandats s'inscrivant dans les buts de la fondation;
- du produit de ces manifestations;
- des revenus des avoirs de la fondation;
- de toute autre contribution prévue par le droit fédéral et cantonal;
- de dons, legs.

Comptabilité

La comptabilité est tenue et présentée selon les normes en vigueur en Suisse pour les fondations de droit civil et au surplus dans le respect des exigences de l'Etat de Genève applicables aux entités subventionnées.

III. ADMINISTRATION

Article 7

Conseil de fondation

La fondation est gérée par un conseil de fondation.

Chaque membre est représenté par une personne physique élue par le conseil de fondation.

Chaque membre du conseil de fondation dispose d'une voix.

La durée du mandat des membres du conseil de fondation est de quatre ans. Ces derniers sont immédiatement rééligibles.

Le conseil de fondation nomme le directeur de la fondation et traite de toutes les affaires de la fondation.

Le directeur de la fondation assiste aux séances du conseil de fondation avec une voix consultative.

Le conseil de fondation délègue, par règlement interne, une partie de ses pouvoirs au conseil de direction constitué par ses soins.

Article 8

<u>Caducité</u>

Tout membre du conseil de fondation qui n'exerce plus ses fonctions en raison desquelles il a été élu cesse de faire partie du conseil.



Président, vice-présidents, secrétariat

Le conseil de fondation désigne en son sein son président et ses vice-présidents.

La durée de leur mandat est de deux ans. Ces derniers sont immédiatement rééligibles.

Le secrétariat du conseil de fondation est assuré par le directeur de la fondation.

Article 10

Conseil de direction

Le conseil de fondation constitue son conseil de direction.

Le conseil de direction, comprend en tous cas :

- · Le président;
- · Les deux vice-présidents;
- · Le directeur de la fondation.

Le conseil de direction nomme les collaborateurs de la fondation, à l'exception de son directeur.

Article 11

Séances

Le conseil de fondation tient séance aussi souvent que les affaires de la fondation l'exigent, mais au minimum trois fois par an.

Article 12

Majorité, quorum de présence

La présence de la majorité des membres est nécessaire pour que le conseil de fondation puisse valablement délibérer.

Quorum de vote

Les décisions du conseil de fondation sont prises à la majorité des membres présents. Le président vote. En cas d'égalité des suffrages, la voix du président du conseil de fondation est prépondérante.



Représentation

Le conseil de fondation représente la fondation à l'égard des tiers, il désigne les personnes qui engagent valablement la fondation et détermine le mode de signature.

Il peut déléguer certaines compétences au directeur de la fondation.

Article 14

Procès-verbal

Il est dressé un procès-verbal des délibérations du conseil de fondation. Ce document est signé par le directeur de la fondation. Le procès-verbal doit être soumis, pour approbation, à la prochaine séance du conseil de fondation.

Article 15

Rapport annuel, séances de filières

Le conseil de fondation établit chaque année un rapport écrit de sa gestion et de ses activités.

La fondation peut organiser des séances d'information par filière, à l'intention des exploitants soumis aux contributions du fonds viti-vinicole et/ou du fonds de promotion agricole, afin d'établir un bilan de l'année écoulée et de présenter le programme du nouvel exercice.

IV. DIVERS

Article 16

Organe de révision

Le conseil de fondation nomme, pour une période allant de un à trois ans, le ou les réviseurs chargés de vérifier les comptes de la fondation. Ils peuvent être reconduits dans leur fonction mais la durée du mandat ne peut excéder 7 ans. Ils doivent disposer des compétences légales nécessaires et être indépendants des membres du conseil de fondation. Ils vérifient les comptes de la fondation et établissent un rapport écrit annuel sur leurs opérations.

Article 17

Exercice comptable

L'exercice comptable correspond à l'année civile. Les comptes de la fondation sont donc arrêtés au 31 décembre de chaque année. Il est dressé à cette date les états financiers comprenant notamment un bilan, un compte d'exploitation et l'annexe explicative. Ils sont soumis au conseil de fondation avec le rapport du ou des réviseurs aux comptes.



Dissolution

En cas de dissolution de la fondation, l'actif disponible sera entièrement attribué à une institution poursuivant un but d'intérêt public analogue à celui de la fondation et bénéficiant de l'exonération de l'impôt. En aucun cas, les biens ne pourront retourner aux fondateurs physiques ou aux membres, ni être utilisés à leur profit en tout ou partie et de quelque manière que ce soit.

VI. DISPOSITION FINALE

Statuts établis en double exemplaire.

Adoptés à Lully, Genève, par le conseil de fondation le 21 septembre 2022.

Annulent et remplacent toutes versions antérieures.

Le Président :

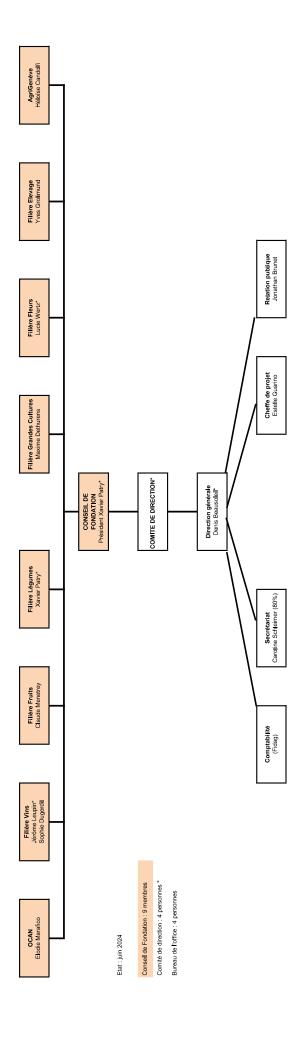
John Schmalz

Le Vice-Président :

Xavier Patry

Le Vice-Président :

Josef Meyer



Office de Promotion des Produits Agricoles de Genève OPAGE 93 Route de Soral - 1233 Bernex

LISTE DES MEMBRES DU CONSEIL DE FONDATION ET DU <u>BUREAU</u> (état juin 2024)

Nom, Prénom	Fonction	Filière	Adresse	Téléphone	Télécopie	Portable	mail
PATRY Xavier*	Président	Légumes	UMG Route de Base 45 1258 Perly-Certoux	022 827 40 00	022 827 40 19	079 476 43 90	patry@umg.ch
LEUPIN Jérôme*	Vice- Président	Vins	La Cave de Genève Route Pré-Bouvier 30 1242 Jussy	022 753 11 33		079 778 10 28	jerome.leupin@cavedegeneve.ch
CANDOLFI Héloïse	Membre	AgriGenève	AgriGenève Rue des Sablières 15 1242 Satigny	022 939 03 02	022 939 03 01	078 620 62 49	candolfi@agrigeneve.ch
DETHURENS Maxime	Membre	Grandes Cultures	Château de Laconnex Route de la Parraille 11 1287 Laconnex	022 756 25 43	022 756 43 60	078 758 76 17	info@chateaudelaconnex.ch
GROLIMUND Yves	Membre	Elevage	Chemin de Merdisel 34 1242 Satigny	022 753 17 74		079 634 67 21	yves.groli@bluewin.ch
DUGERDIL Sophie	Membre	Vins	Route du Mandement 452 1283 Dardagny	022 754 02 90	022 754 02 91	09 26 93 60	sophie@domaine-dugerdil.ch
MARAFICO Elodie	Membre	Etat de Genève	Ch Pont-du-Centenaire 109 1228 Plan-les-Ouates	022 388 71 33		076 615 71 85	elodie.marafico@etat.ge.ch
MENETREY Claude	Membre	Fruits	Ch de Trémoulin 29 1252 Meinier	022 752 43 45	022 752 12 39	079 213 89 26	menetrey@vtx.ch
WERTZ Lucie*	Vice- Présidente	Fleurs	70 chemin des Ceps 1217 Meyrin	022 782 90 12	022 785 18 60	078 913 56 41	I.wertz@leroussillon.ch
BEAUSOLEIL Denis* Directeur	Directeur	Bureau	Route de Soral 93 1233 Bernex	022 388 71 55		079 357 85 52	denis.beausoleil@geneveterroir.ge.ch
SCHLEIMER Caroline	Secrétariat	<u>Bureau</u>	Route de Soral 93 1233 Bernex	022 388 71 55		079 233 94 32	caroline.schleimer@geneveterroir.ge.ch
GUARINO Estelle	Restauration	<u>Bureau</u>	Route de Soral 93 1233 Bernex	022 388 71 55		079 671 62 27	estelle.guarino@geneveterroir.ge.ch
BRUNET Jonathan	Relations publiques	<u>Bureau</u>	Route de Soral 93 1233 Bernex	022 388 71 55		076 310 15 31	jonathan.brunet@geneveterroir.ge.ch

*membres du comité de direction

Liste d'adresses des personnes de contact

Office cantonal de l'agriculture et de la nature	Valentina Hemmeler Maïga, directrice générale
	Adresse postale :
	Ch, du Pont-du-Centenaire 109
	1228 Plan-les-Ouates
	Tél: 022 388 71 71
	Fax: 022 388 71 99
Service financier du département	Frédéric Dekoninck, directeur
du territoire	
	Case postale
	1211 Genève 8
	Tél : 022 388 07 88
	Fax: 022 388 07 49

Office de promotion des produits	Xavier Patry, Président	
agricoles de Genève (OPAGE)	Denis Beausoleil, Directeur	
	Adresse postale :	ļ
	Maison du Terroir	
	Route de Soral 93	
	1233 Bernex	
	Tél : 022 388 71 55	
	Fax: 022 388 71 58	

Utilisation des armoiries de l'État de Genève

Principes généraux

• Les départements n'ont pas de logo propre. Ils utilisent tous les armoiries de l'État.



L'écusson et le texte sont indivisibles.

Utilisation des armoiries de l'État par des entités subventionnées par le département du Territoire

Sous réserve de l'interdiction faite de l'utilisation des armoiries publiques par l'article 31, alinéa 3 de la loi sur l'exercice des droits politiques, du 15 octobre 1982 (LEDP; A 5 05)¹, les supports de communication (affiches, affichettes, flyers, rapports d'activité et autres brochures) des entités subventionnées doivent nécessairement faire référence au soutien qui leur est apporté.

Cette référence peut se faire de 2 manières :

- armoiries de l'État avec la mention "Avec le soutien de :"
- 2. texte seul : "Avec le soutien de la République et canton de Genève"

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

Emplacement des armoiries ou du texte :

- pour les affiches, affichettes, flyers : en bas à droite
- pour les brochures, rapports et autres : 4° de couverture, en bas à droite. Pour des raisons graphiques, il est possible de faire l'insertion en 2de de couverture, en bas à droite.

La cellule communication du secrétariat général du département fournit les fichiers électroniques des armoiries et valide les bons à tirer des documents sur lesquels elles sont insérées.

Pour toute question ou renseignement complémentaire, s'adresser à la cellule communication du secrétariat général : Pauline de Salis (+41 (22) 546 60 47) ou (+41 (76) 304 20 66).

¹ Pour tout imprimé, illustré ou non, relatif à une opération électorale et destiné à être diffusé ou exposé à la vue du public, l'article 31, alinéa 3 LEDP stipule que « l'utilisation des armoiries publiques, y compris sur des supports électroniques, est interdite sauf pour les communications officielles » (i.e. les supports de communication émanant du Conseil d'Etat, de la chancellerie d'Etat et de leurs services).

Rapport d'évaluation

"Récapitulatif des indicateurs et des objectifs du contrat de prestations"

Office de promotion des produits agricoles de Genève (OPAGE)

Département du territoire (DT)

Rappel du but de la subvention et des missions du subventionné :

Selon l'article 2 du contrat, le but de la subvention est le suivant :

Le présent contrat s'inscrit dans le cadre de la prestation publique E04 "Agriculture et nature". Il a pour but de promouvoir une agriculture productrice, rémunératrice, concurrentielle, respectueuse de l'environnement et répondant aux normes sociales et aux besoins du marché et de la population.

Selon l'article 4 du contrat, les prestations de l'OPAGE sont les suivantes :

- A) Actions s'inscrivant dans le cadre de la politique agricole genevoise :
- 1. promotion de la diversité de l'agriculture genevoise, de la qualité de ses produits ainsi que de ses avantages;
- 2. promotion des produits agricoles de proximité afin d'en favoriser les ventes et 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;
- 4. favoriser le rapprochement entre la ville et la campagne;
- 5. développer le tourisme rural;
- 6. 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 :
- 1. promotion des 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 AOC et les IGP;
- 2. promotion d'une image favorable des produits agricoles genevois;
- 3. promotion des produits de l'agriculture genevoise dans le cadre de foires et de manifestations grand public.

Mention du contrat : Contrat de prestations OPAGE 2021-2024

Durée du contrat : 4 ans

Période évaluée : 2020 à 2023 (4 ans)

1. Publicité / Médias

1.1. Réseaux sociaux Facebook : Performance média, nombre d'abonnés 2020 2021 2022 2023 Valeur cible 3'000 7'000 7'500 8'000 Résultat réel 7'500 8'315 8'613 11'420

Commentaires: Objectifs atteints.

Forte progression des réseaux sociaux Facebook et Instagram permettant une bonne visibilité des actualités.

1.2. Internet : Nombre de visiteurs par mois sur www.geneveterroir.ch

	2020	2021	2022	2023
Valeur cible	10'000	17'000	17'500	18'000
Résultat réel	25'727	22'263	23'102	22'626

Commentaires: Objectifs atteints.

Globalement, la notoriété de "Genève Terroir" augmente, et le site web continue d'attirer un nombre significatif de visiteurs chaque mois

1.3. Réseaux sociaux Instagram : Nombre d'abonnés

2022	2023
9'500	10'000
13'422	15'141
_	

Commentaires : Objectifs atteints.

Le nombre d'abonnés sur Instagram est en constante progression depuis la création du compte "Genève terroir", témoignant d'une plus grande visibilité de ce dernier.

1.4. Application smartphone : Nombre de chargements de l'application

2020	2021	2022	2023
12'500	2'500	3'000	3'500
1'271	944	635	352
	12'500	12'500 2'500	12'500 2'500 3'000

Commentaires: Objectifs non atteints.

Cet outil permet notamment d'accéder à la carte du terroir qui est mise à jour régulièrement. L'application a été remise à zéro (tout en conservant les quelques 13'000 chargements) pour modernisation lors du précédent contrat de prestations, raison pour laquelle les objectifs ont été diminué dès 2021. L'objectif n'est néanmoins pas atteint, ce type de média étant moins prisés par le grand public au profit des sites très accessibles et adaptés au format des téléphones portables.

2. Relations publiques

2.1.(1) Ecole à la ferme: Nombre de visites (classes) organisées par année					
	2020	2021	2022	2023	
Valeur cible	285	280	280	280	
Résultat réel	92 (Covid)	223	200	243	

Commentaires: Objectifs atteints.

Le nombre de visites (243) a légèrement augmenté par rapport à 2022. L'un des freins principaux à l'augmentation du nombre de visites reste le budget alloué aux sorties de classes, qui est limité depuis l'arrêté du tribunal fédéral du 7 décembre 2017, relatif aux contributions financières des parents.

2.1.(2) Ecole à la ferme: Nombre d	de participants			
	2020	2021	2022	2023
Valeur cible	5'700	5'300	5'300	5'300
Résultat réel	1'653 (Covid)	4'112	3'250	4'331
Commentaires : Objectifs non atteir	nts.			,
En 2023, 4331 élèves ont bénéficié	des activités de	e l'école à la f	erme dans le	s 12 fermes
du canton mais les limites budgétair	res impactent le	nombre de pa	ırticipants.	۵
2.1.(3) Ecole à la ferme: Nombre	de fermes prest	ataires		
	2020	2021	2022	2023
Valeur cible	9	9	9	9
Résultat réel	9	10	11	12
Commentaires : Objectifs atteints.		1		v
Fn 2023, 12 fermes genevoises par	ticipent à l'école	à la ferme.		
2.2. Visites d'exploitations maraîd	chères et de la	coopérative l	JMG : Nomb	re de
participants aux visites	F & **			·
	2020	2021	2022	2023
Valeur cible	150	300	350	400
Résultat réel	0 (Covid)	/ (Covid)	/ (Covid)	350
Commentaires : Objectifs non atteir L'arrêt des visites suite à la pandém est encourageante.	nie a impacté les	résultats, cep	endant la rep	rise en 2023
2.3.(1) Cours sur les produits du	terroir : Nombr	e de soirées		
	2020	2021	2022	2023
Valeur cible	35	30	30	30
Résultat réel	14	30	24	28
Commentaires : Objectifs partiellem	nent atteints.			, ,
2.3.(2) Cours sur les produits du			ticipants	•
	2020	2021	2022	2023
Valeur cible	5/6	4,5/6	4,5/6	5/6
Résultat réel	5,6	5,6	5,2	5.3
Commentaires : Objectifs atteints.	6			¥
2.4. Cours et sorties pour les hôt participants	eliers, restaura	teurs et cafet	tiers : Nomb	re de
	2020	2021	2022.	2023
Valeur cible	40	40	40	45
Résultat réel	(Covid)	(Covid)	69	119
Commentaires : Objectifs atteints		-	2	
2.5. Lettre d'information "Genève	Torroir" - Nomi	hro d'abonnó	e à la lottre "	Info Terroir"
2.5. Lettre a information Geneve	2020	2021	2022	2023
Valour aibla	1'900	3'000	3'100	3'200
Valeur cible	2'427	3'689	4'190	3'657
Résultat réel	4441	3 009	1 7 100	1 0 007
Commentaires : Objectifs atteints.				

3.1.(1) Dégustation dans les grand approchés par jour	les surfaces :	Nombre de c	onsommateu	rs
	2020	2021	2022	2023
Valeur cible	80	100	100	100
Résultat réel	/ (Covid)	/ (Covid)	100-120	120

	2020	2021	2022	2023
/aleur cible	180	180	180	180
Résultat réel	/ (Covid)	/ (Covid)	Reprise 66	86
Commentaires : Objectifs non atteints	, le Covid a fo	rtement impac	cté l'activité.	
3.2.(1) Ambassadeurs du terroir gei	nevois : Nom	bre de restau	ırants affiliés	
	2020	2021	2022	2023
√aleur cible	59	. 80	85	90
Résultat réel	64	73	79	82
Commentaires : Objectifs non atteints reinés en raison du Covid.	s, les contacts	avec les rest	aurants ayant	été un peu
3.2.(2) Ambassadeurs du terroir ge	nevois : Note	moyenne ob	tenue lors de	la visite
	2020	2021	2022	2023
√aleur cible	5/6	5/6	5/6	5/6
Résultat réel	5,8	5,7	5,7	5.7
Commentaires : Objectifs atteints.				
3.3.(1) Céréales panifiables - Farine	s GRTA : No	mbre de bou	langers et de	
transformateurs	0000	2024	2022	2023
	2020	2021	Children and a second distriction of a second	2023 67
Valeur cible	50	65	66	
Résultat réel Commentaires : Objectifs atteints.	71	66	73	95
3.3.(2) Céréales panifiables - Farine	2020	2021	2022	2023
Valeur cible	650	1'050	1'150	1'210
Résultat réel	1'054	1'061	1'008	926
Commentaires : Objectifs partielleme Les tonnages de farine GRTA produit	s restent stab	es.		on some
2 4 /4) Cáráglas braccicolos : malt /	et bière GRTA	i : Nombre a	e prasseries	
3.4.(1) Céréales brassicoles : malt d			0000	0000
3.4.(1) Cereales brassicoles : mair	2020	2021	2022	2023
			2022	2023 45
Valeur cible	2020	2021	2022	
Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs non atteints	2020 16 16 s, le potentiel d	2021 35 25 de brasserie a	2022 40 25 yant été surév	45 21 ⁄alué.
Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs non atteints	2020 16 16 s, le potentiel d	2021 35 25 de brasserie a	2022 40 25 yant été surév	45 21 valué.
Valeur cible Résultat réel	2020 16 16 s, le potentiel d	2021 35 25 de brasserie a	2022 40 25 yant été surév	45 21 valué. nalt 2023
Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs non atteints 3.4.(2) Céréales brassicoles : malt	2020 16 16 s, le potentiel cet bière GRT/	2021 35 25 de brasserie a	2022 40 25 yant été surév e tonnes de n	45 21 valué.
Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs non atteints 3.4.(2) Céréales brassicoles : malt	2020 16 16 5, le potentiel de la company	2021 35 25 de brasserie a A: Nombre d 2021 125 31	2022 40 25 yant été surév e tonnes de n 2022 150 56	45 21 valué. malt 2023 175 76
Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs non atteints 3.4.(2) Céréales brassicoles : malt Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs non atteints	2020 16 16 5, le potentiel cet bière GRTA 2020 200 41 5, le potentiel c	2021 35 25 de brasserie a A: Nombre d 2021 125 31 de tonnes aya	2022 40 25 yant été surév e tonnes de n 2022 150 56 ant été surévalu	45 21 valué. nalt 2023 175 76 ué.
Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs non atteints 3.4.(2) Céréales brassicoles : malt de la	2020 16 16 5, le potentiel cet bière GRTA 2020 200 41 5, le potentiel c	2021 35 25 de brasserie a A: Nombre d 2021 125 31 de tonnes aya	2022 40 25 yant été surév e tonnes de n 2022 150 56 ant été surévalu	45 21 valué. nalt 2023 175 76 ué. ractés en
Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs non atteints 3.4.(2) Céréales brassicoles : malt Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs non atteints	2020 16 16 5, le potentiel cet bière GRTA 2020 200 41 5, le potentiel c	2021 35 25 de brasserie a A: Nombre d 2021 125 31 de tonnes aya	2022 40 25 yant été surév e tonnes de n 2022 150 56 ant été surévalu	45 21 valué. nalt 2023 175 76 ué.
Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs non atteints 3.4.(2) Céréales brassicoles : malt de la	2020 16 16 16 s, le potentiel d 2020 200 41 s, le potentiel d courneRêve :	35 25 de brasserie a A: Nombre d 2021 125 31 de tonnes aya Quantité de	2022 40 25 yant été surév e tonnes de n 2022 150 56 int été surévalu produits cont	45 21 valué. nalt 2023 175 76 ué. ractés en
Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs non atteints 3.4.(2) Céréales brassicoles : malt Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs non atteints 3.5.(1) Agriculture contractuelle - T CHF par les citoyens (panier) Valeur cible	2020 16 16 16 s, le potentiel c et bière GRTA 2020 200 41 s, le potentiel c courneRêve :	2021 35 25 de brasserie a A: Nombre d 2021 125 31 de tonnes aya Quantité de	2022 40 25 yant été surév e tonnes de n 2022 150 56 ant été surévalu produits cont	45 21 valué. nalt 2023 175 76 ué. ractés en
Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs non atteints 3.4.(2) Céréales brassicoles : malt de la	2020 16 16 16 s, le potentiel d 2020 200 41 s, le potentiel d ourneRêve : 2020 300'000	2021 35 25 de brasserie a A: Nombre d 2021 125 31 de tonnes aya Quantité de 2021 260'000	2022 40 25 yant été surév e tonnes de n 2022 150 56 ant été surévalu produits cont 2022 205'000	45 21 ralué. nalt 2023 175 76 ué. ractés en 2023 270'000

CHF par les structures pa	2020	2021	2022	2023
/aleur cible	37'000	15'000	20'000	25'000
Résultat réel	15'600	24'600	26'000	24'000
Commentaires : Objectifs at	CONTRACTOR OF THE PROPERTY OF		,	
3.5.(3) Agriculture contrac		Nombre de bo	oulangers liv	rés
5.5.(5) Agriculture contrac	2020	2021	2022	2023
/aleur cible	20	6	7	8
Résultat réel	46	9	9	8
Commentaires : Objectifs a	tteints.			Y
3.5.(4) Agriculture contrac	tuelle - TourneRêve :	Nombre d'adl	nérents indiv	riduels
	2020	2021	2022	2023
Valeur cible.	1'900	1'300	1'300	1'300
Résultat réel	1'368	1'354	1'257	1'240
Commentaires : Objectifs a	tteints partiellement.	<u> </u>	,	
3.5.(5) Agriculture contrac	ctuelle - TourneRêve :	Nombre de n	ouveaux pro	duits
.,, •	2020	2021	2022	2023
/aleur cible	1	1	1	1
Résultat réel	2	1	1	1
	ctuelle – TourneRêve (moulin) : Qua	ntité de céré	ales
3.5.(6) Agriculture contractions Maleur cible	ctuelle – TourneRêve (2020 56	2021 80	ntité de céré 2022 90	2023 100
moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel	2020 56 90	2021 80 103	2022 90 100	2023 100 30
moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a	2020 56 90 Itteints partiellement en	2021 80 103 raison des cor	2022 90 100 nditions métée	2023 100 30 prologiques.
moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel	2020 56 90 Itteints partiellement en ctuelle - TourneRêve (2021 80 103 raison des cor moulin) : Quar	2022 90 100 nditions météc ntité d'oléagi	2023 100 30 orologiques. neux
moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a 3.5.(7) Agriculture contraction	2020 56 90 Itteints partiellement en	2021 80 103 raison des cor moulin) : Quar	2022 90 100 nditions météc ntité d'oléagi	2023 100 30 prologiques. neux
moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a 3.5.(7) Agriculture contra- moulues en tonnes Valeur cible	2020 56 90 Itteints partiellement en ctuelle - TourneRêve (2021 80 103 raison des cor moulin) : Quar 2021 5	2022 90 100 nditions météc ntité d'oléagi 2022 10	2023 100 30 prologiques. neux 2023
Moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a 3.5.(7) Agriculture contract moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel	2020 56 90 Itteints partiellement en ctuelle - TourneRêve (2021 80 103 raison des cor moulin) : Quar	2022 90 100 nditions météc ntité d'oléagi	2023 100 30 prologiques. neux
Moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a 3.5.(7) Agriculture contraine Moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a	2020 56 90 Itteints partiellement en ctuelle - TourneRêve (2020 / / atteints. ctuelle - TourneRêve (2021 80 103 raison des cor moulin) : Quar 5 16 moulin) : Quar	2022 90 100 nditions météc ntité d'oléagi 2022 10 17	2023 100 30 prologiques. neux 2023 15 16
valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a 3.5.(7) Agriculture contraction moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a	2020 56 90 Itteints partiellement en ctuelle - TourneRêve (2020 / / atteints. ctuelle - TourneRêve (2021 80 103 raison des cor moulin) : Quar 5 16 moulin) : Quar 2021	2022 90 100 nditions météo ntité d'oléagi 2022 10 17 ntité de céré	2023 100 30 prologiques. neux 2023 15 16 ales non-
Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a 3.5.(7) Agriculture contra- moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a 3.5.(8) Agriculture contra- panifiables décortiquées	2020 56 90 atteints partiellement en ctuelle - TourneRêve (2020 / / atteints. ctuelle - TourneRêve ((perlées) en tonnes	2021 80 103 raison des cor moulin) : Quar 5 16 moulin) : Quar 2021 0	2022 90 100 nditions météo ntité d'oléagi 2022 10 17 ntité de céréa	2023 100 30 prologiques. neux 2023 15 16 ales non-
Moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a 3.5.(7) Agriculture contra- moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a 3.5.(8) Agriculture contra- panifiables décortiquées Valeur cible Résultat réel Résultat réel	2020 56 90 Itteints partiellement en ctuelle - TourneRêve (2020 / / etteints. ctuelle - TourneRêve ((perlées) en tonnes 2020 / / /	2021 80 103 raison des cor moulin) : Quar 5 16 moulin) : Quar 2021	2022 90 100 nditions météo ntité d'oléagi 2022 10 17 ntité de céré	2023 100 30 prologiques. neux 2023 15 16 ales non-
Moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a 3.5.(7) Agriculture contra- moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a 3.5.(8) Agriculture contra- panifiables décortiquées Valeur cible Résultat réel Résultat réel	2020 56 90 Itteints partiellement en ctuelle - TourneRêve (2020 / / etteints. ctuelle - TourneRêve ((perlées) en tonnes 2020 / / /	2021 80 103 raison des cor moulin) : Quar 5 16 moulin) : Quar 2021 0	2022 90 100 nditions météo ntité d'oléagi 2022 10 17 ntité de céréa	2023 100 30 prologiques. neux 2023 15 16 ales non-
Moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a 3.5.(7) Agriculture contraction moulues en tonnes Valeur cible	2020 56 90 atteints partiellement en ctuelle - TourneRêve (2020 / / / atteints. ctuelle - TourneRêve ((perlées) en tonnes 2020 / / / atteints.	2021 80 103 raison des cor moulin) : Quar 5 16 moulin) : Quar 2021 0 35	2022 90 100 nditions météo ntité d'oléagi 2022 10 17 ntité de céréa 2022 3 26	2023 100 30 prologiques. neux 2023 15 16 ales non- 2023 2 25
Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a 3.5.(7) Agriculture contration moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a 3.5.(8) Agriculture contration panifiables décortiquées Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a	2020 56 90 atteints partiellement en ctuelle - TourneRêve (2020 / / / atteints. ctuelle - TourneRêve ((perlées) en tonnes 2020 / / / atteints.	2021 80 103 raison des cor moulin) : Quar 2021 5 16 moulin) : Quar 2021 0 35 moulin) : Quar 2021	2022 90 100 nditions météo ntité d'oléagi 2022 10 17 ntité de céréo 2022 3 26 ntité de prod	2023 100 30 prologiques. neux 2023 15 16 ales non- 2023 2 25 luits sans 2023
Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a 3.5.(7) Agriculture contration moulues en tonnes Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a 3.5.(8) Agriculture contration panifiables décortiquées Valeur cible Résultat réel Commentaires : Objectifs a	2020 56 90 atteints partiellement en 2020 / atteints. ctuelle - TourneRêve ((perlées) en tonnes 2020 / atteints. ctuelle - TourneRêve (ctuelle - TourneRêve (ctuelle - TourneRêve (ctuelle - TourneRêve (2021 80 103 raison des cor moulin) : Quar 2021 5 16 moulin) : Quar 2021 0 35 moulin) : Quar	2022 90 100 nditions météo ntité d'oléagi 2022 10 17 ntité de céréa 2022 3 26	2023 100 30 prologiques. neux 2023 15 16 ales non- 2023 2 25

3.6. Plateforme GRTA : Nombre de connexion/année des fournisseurs et tout public					
	2020	2021	2022	2023	
Valeur cible	1'300	5'100	5'600	5'900	
Résultat réel	4'340	6'025	6'187	5'239	

Commentaires : Objectifs atteints.

3.7.(1) Nombre de restaurants labellisés 2020 2021 2022 2023 Valeur cible 300 415 435 455 Résultat réel 413 429 412 433

Commentaires : Objectifs atteints partiellement en raison de changements de gérance de nombreux restaurants ou de fermetures à la suite du Covid.

3.7.(2) Nombre de restaurants labellisés GRTA : Nombre de visites d'accompagnements

	2020	2021	2022	2023
Valeur cible	60	60	50	50
Résultat réel	48	30	50	54

Commentaires: Objectifs atteints.

Le suivi et l'accompagnement des restaurants GRTA sont réalisés de manière régulière.

4. Salons / Evènements / Synergies 4.1.(1) Salons, manifestations de vins en Suisse : Nombre de manifestations

 organisées en Suisse

 2020
 2021
 2022
 2023

 Valeur cible
 4
 6
 6
 6

 Résultat réel
 / (Covid)
 4
 6
 5

Commentaires : Objectifs atteints partiellement en raison de la crise du Covid qui a empêché de nombreuses manifestations.

4.1.(2) Salons, manifestations de vins en Suisse : Satisfaction du producteur

	2020	2021	2022	2023
Valeur cible	4,5/6	4,5/6	4,5/6	4.5/6
Résultat réel	/ (Covid)	4,8	5,1	4.9

Commentaires: Objectifs atteints.

4.2. Fête de la tomate : Nombre de visiteurs

	2020	2021	2022	2023
Valeur cible	15'000	30'000	30'000	30'000
Résultat réel	/ annulée	/ annulée	/ annulée	/ annulée

Commentaires : dès 2023 "AgriFête" a remplacé la fête de la tomate (15'000 -20'000 visiteurs en 2023)

4.3.(1) Les Automnales : Chiffre d'affaires de l'épicerie

	2020	2021	2022	2023
Valeur cible	230'000	17'000	17'500	18'000
Résultat réel	/ (Covid)	8'062	11'882	. 0

Commentaires : Objectif pas atteint. En 2023, le conseil de fondation a décidé de concentrer les forces sur le nouvel évènement majeur de l'agriculture genevoise, "AgriFête".

	2020	2021	2022	2023
Valeur cible	4,5/6	4,5/6	4,5/6	4,5/6
Résultat réel	/ (Covid)	5,64	Pas de restaurant	Pas de restaurant
Commentaires : Arrêt de la resta		re de la mar	ifestation dès	2022.
4.4.(1) Rallye gourmand: Non	nbre d'inscriptions			
	2020	2021	2022	2023
Valeur cible	300	700	700	700
Résultat réel	600	639	650	730
Commentaires : Objectifs attein La progression du nombre de pa	ts. articipants est consta	ante.	650	730
Commentaires : Objectifs attein La progression du nombre de pa	ts. articipants est consta sfaction des partici	ante.	2022	730
Commentaires : Objectifs attein	ts. articipants est consta	ante. i pants		

5.1. Partenariats : Nombre de partenariats						
	2020	2021	2022	2023		
Valeur cible	40	40	40	40.		
Résultat réel	10	32	51	55		

6.1. Image des vins de Genève : Consommation au restaurant (toujours ou régulièrement)						
	2002	2006	2010	2014	2018	2022
Valeur cible	ND	ND	55%	42%	55%	60%
Résultat réel	30%	33%	38%	51%	45%	51%

Commentaires : partiellement atteint. La qualité des vins proposés par les caves, les échanges directs avec la clientèle et les collaborations avec la restauration ont contribué à cette appréciation positive des crus genevois.

6.2. Scores du label GRTA	: Notoriete du lai	pei, sponta			
	2008	2011	2015	2019	2023
Valeur cible	ND	40%	70%	80%	82%
Résultat réel	38%	66%	79%	82%	78%

6.3. Image de l'agriculture genevoise : Connaissance des valeurs de la marque GRTA (% qui ne savent pas)

	2008	2011	2015	2019	2023
Valeur cible	ND	45%	30%	15%	18%
Résultat réel	52%	37%	22%	20%	34%

Commentaires : Objectifs non atteints, l'information à mettre en place pour transmettre les valeurs reste un défi au niveau de la promotion.

6.4. Notoriété de la Maison du Terroir

	2015	2019	2023
Valeur cible	40%	45%	30%
Résultat réel	39%	46%	37%
Nesultat reel			1

Commentaires : Objectifs atteints. La notoriété de la maison du terroir est dans les objectifs définis grâce probablement aux nombreux cours organisés et à notre site internet.

Observations de l'institution subventionnée :

Une très grande partie du programme annuel de l'office annoncé à l'ensemble de ses membres en début d'année, a pu être réalisé durant les quatre années du contrat de prestations. Paradoxalement, des nouvelles activités ont pu être mise en place pendant la pandémie avec par exemple des campagnes importantes visant à encourager la population à se rendre directement chez le producteur.

Observations du département :

L'OPAGE a globalement atteint les objectifs définis sur la période 2020-2023. Toutefois l'apparition de la pandémie de Covid-19 a obligé l'office à faire preuve de réactivité et de créativité et à revoir ses programmes, avec pour conséquence de perturber les objectifs définis au travers de certains indicateurs. Le retour à la normale a malgré tout bien eu lieu, permettant à l'OPAGE de remplir finalement pleinement ses missions.

POUR LE	E SUBVENTIONNE
Nom, prénom, titre	Signatures
1) Xavier Patry, Président	X + D
2) Denis Beausoleil, Directeur	reamina
	Genève, le 15/7/2024

POUR L'ETA	T DE GENEVE
Nom, prénom, titre	Signatures
Valentina Hemmeler Maïga, Directrice générale de l'OCAN	failly
2) Alexandre de Montmollin, Directeur	allue
Genève	le 16/7/2024

Annexes:

-Etude quadriennale DemoSCOPE : 2008 - 2011 - 2015 - 2019 - 2023 - Etude quadriennale M.I.S. Trend (Vins) : 2002 - 2006 - 2010 - 2014 - 2018 - 2022

Déclaration d'intégralité de bilan de la Fondation Office pour la Promotion des produits agricoles Genève, Bernex, à l'attention de BfB Société Fiduciaire Bourquin frères et Béran SA, Genève, relative aux comptes annuels de l'exercice 2023

Nous vous remettons la présente lettre d'affirmation en relation avec votre audit des comptes annuels (bilan, compte de résultat, tableau des flux de trésorerie et annexe) de la Fondation Office pour la Promotion des produits agricoles Genève pour l'exercice 2023 arrêté au 31 décembre 2023.

Le but de votre audit est de délivrer une opinion sur la conformité de ces comptes annuels avec les normes Swiss GAAP RPC, la loi suisse et les statuts et de confirmer qu'il existe un SCI relatif à l'établissement des comptes annuels, défini selon les prescriptions du Conseil de fondation, et non pas d'exprimer une opinion sur l'efficacité de ce système.

Nous reconnaissons la responsabilité du conseil de fondation en ce qui concerne l'établissement des comptes annuels. Cette responsabilité recouvre aussi l'organisation, la mise en place et le maintien d'un SCI relatif à l'établissement des comptes annuels.

Le conseil de fondation a approuvé les comptes annuels.

Nous vous confirmons, en toute bonne foi, les éléments suivants :

- 1. Les comptes annuels sont conformes aux normes Swiss GAAP RPC, à la loi suisse et aux statuts et, à ce titre, ils ne comportent pas d'anomalies significatives, que celles-ci résultent d'erreurs de saisie, d'évaluation, de présentation ou de publication ou d'omissions.
- 2. Tous les livres et documents comptables, ainsi que la correspondance commerciale et les procèsverbaux de toutes les séances du conseil de fondation ont été mis à votre disposition. Nous vous avons informés de toutes les décisions qui ont une incidence significative sur les comptes annuels et sur lesquelles il n'existe pas encore de procès-verbal.
- Nous confirmons l'existence d'un SCI conçu selon nos prescriptions pour l'établissement des comptes annuels. Conformément à l'art. 728a, al. 1, ch. 3, CO, nous avons mis à votre disposition tous les documents en lien avec votre contrôle de l'existence du SCI.
- 4. La Fondation Office pour la Promotion des produits agricoles Genève s'est conformée à toutes les dispositions des accords contractuels dont le non-respect pourrait avoir une incidence significative sur les états financiers. Nous n'avons connaissance d'aucune violation (fraude) ni erreur à l'égard de dispositions légales ou autres (p.ex. concernant les impôts directs, la TVA, les assurances sociales, la protection de l'environnement) susceptibles d'avoir un effet significatif sur les comptes annuels.
- 5. Les informations sur les principes appliqués dans les comptes annuels, lorsqu'ils ne sont pas prescrits par la loi, ont été correctement mentionnées dans l'annexe.
- 6. Nous n'avons connaissance d'aucune violation (fraude) ni erreur dans laquelle seraient impliqués les membres du conseil de fondation, de la direction ou des employés qui jouent un rôle important dans le fonctionnement des systèmes comptables et de contrôle interne ou qui seraient susceptibles d'avoir une incidence significative sur les comptes annuels, et rien ne laisse supposer une telle violation (fraude) ou erreur.
- 7. Nous reconnaissons la responsabilité du conseil de fondation pour la mise en place et le fonctionnement permanent d'un système comptable et d'un SCI conçus de façon à prévenir ou détecter des fraudes et des erreurs.
- 8. Nous vous avons communiqué les résultats de notre évaluation des anomalies significatives dans les comptes annuels résultant de violations (fraudes) ou d'erreurs.
- Nous confirmons l'intégralité des informations se rapportant à l'identification des parties liées ainsi que l'intégralité et l'exactitude de la présentation des avoirs et des engagements à l'égard des parties liées.
- 10. Nous n'avons aucune nécessité ou intention de liquider la fondation ou de restreindre de façon notable ses activités. Nous n'avons pas non plus connaissance d'événements qui porteraient sérieusement préjudice à la capacité de la fondation à continuer son exploitation (going concern).

- 11. Les éléments suivants sont dûment enregistrés ou publiés de manière appropriée dans les comptes annuels :
 - (a) Identité des parties liées, les soldes et opérations entre parties liées ;
 - (b) menaces de pertes dues aux engagements de vente ou d'achat de toute nature (commitments) ;
 - (c) accords et options de rachat d'actifs vendus précédemment ;
 - (d) actifs données en garantie d'engagements.
- 12. Les méthodes, les données et les principales hypothèses utilisées dans le calcul des valeurs estimées, y compris des évaluations à la juste valeur, sont raisonnables. Elles reflètent en effet notre intention et notre capacité de mener des actions spécifiques lorsque c'est déterminant pour le calcul des valeurs et indications estimées dans les comptes annuels de manière appropriée.
- 13. Nous vous avons communiqué dans le détail la constitution, la dissolution et l'état des réserves latentes (art. 959c, al. 1, ch. 3, CO) et plus particulièrement le fait que la fondation n'a pas de réserves latentes, conformément aux exigences des normes Swiss GAAP RPC.
- 14. Nous n'avons aucun projet ou intention susceptible d'influencer de manière significative l'établissement du bilan, l'évaluation ou la présentation des actifs et des passifs reflétés dans les comptes annuels.
- 15. Nous ne prévoyons pas d'abandonner des activités. Aucun stock n'a été évalué à un montant plus élevé que la valeur nette de réalisation et aucun actif à un montant plus élevé que la valeur recouvrable (valeur utile ou valeur nette de réalisation).
- 16. La Fondation Office pour la Promotion des produits agricoles Genève est effectivement l'ayant droit de tous ses actifs. Aucun d'entre eux n'a été nanti.
- 17. Nous avons dûment enregistré ou publié tous les engagements (engagements actuels et engagements conditionnels. L'ensemble des garanties, cautionnements et déclarations similaires envers des tiers sont publiés dans les comptes annuels.
- 18. En dehors des évènements publiés dans les comptes annuels aucun événement susceptible d'influencer de manière déterminante les comptes annuels, exigeant une correction de ceux-ci ou une information, n'est survenu après la date des comptes annuels. Nous vous informerons immédiatement de tout événement dont nous aurons connaissance jusqu'à la date de la séance du conseil de fondation et ayant une incidence sur les comptes annuels.
- 19. Notre évaluation des prétentions litigieuses et de leur coût correspond à notre estimation, au mieux de notre connaissance, et nous jugeons que les provisions constituées sont suffisantes. Aucune prétention n'a été formulée à notre encontre, et aucune autre n'est à prévoir.
- 20. Il n'existe aucun accord formel ou informel concernant la compensation de nos comptes courants et de nos comptes de placement. Il n'existe pas d'autres accords de crédits que ceux publiés dans les comptes annuels. Ils étaient respectés à la date de clôture des comptes et à la date de présente lettre d'affirmation.

lean

Bernex, le 21 mars 2024

Fondation Office pour la Promotion des produits agricoles Genève

Annexe : exemplaire signé des états financiers

BERNEX

BILAN AU 31 DECEMBRE 2023 (avec chiffres comparatifs de l'exercice précédent)

	Notes	31.12.2023 CHF	31.12.2022 CHF	Variation
ACTIF				
Actifs circulants				
Caisses		5 069.18	2 928.40	2 140.78
Banques		412 265.56	628 056.05	-215 790.49
Créances pour prestations	1	43 707.37	28 078.62	15 628.75
Créanciers momentanément débiteurs		5 790.00	10 048.40	-4 258.40
Actifs transitoires & subventions à recevoir	2 _	358 793.79	240 733.48	118 060.31
Total des Actifs circulants		825 625.90	909 844.95	
Actifs immobilisés				
Participation	3	8 600.00	8 600.00	0.00
Mobilier et matériel	3	18 740.25	23 425.30	-4 685.05
Matériel et machine	3	9 333.10	11 666.35	-2 333.25
Matériel et logiciel informatique	3	12 662.90	15 828.65	-3 165.75
Matériel Agri-Fête	3	21 377.85	0.00	21 377.85
Conception Agri-Fête	2	20 105.50	0.00	20 105.50
Véhicule	3 _	344.90	431.15	-86.25
Total des Actifs immobilisés		91 164.50	59 951.45	
TOTAL DE L'ACTIF		916 790.40	969 796.40	
	=			

Mound

Certifié conforme

X

BERNEX

BILAN AU 31 DECEMBRE 2023 (avec chiffres comparatifs de l'exercice précédent)

	Notes	31.12.2023 CHF	31.12.2022 CHF	Variation
PASSIF				
Capitaux étrangers à court terme				
Passif transitoire	4	165 461.15	476 225.68	-310 764.53
Créanciers à court terme	5	535 055.37	237 819.27	297 236.10
Débiteurs momentanément créanciers		2 100.00	2 100.00	0.00
TVA due	6	38 792.26	34 220.76	4 571.50 15 102.25
Salaires et charges sociales dus	7 _	20 080.25	4 978.00	15 102.25
Total des Capitaux étrangers à court terme		761 489.03	755 343.71	
Dettes envers l'Etat de Genève				
Subventions non dépensées restituables à l'échéance du contrat 2017-2020	8	0.01	0.01	0.00
Subventions dépensées en trop sur le contrat 2021-2024		-22 403.88	-4 559.04	
Fonds affectés Fonds Association pour la gestion de la plateforme de promotion et de distribution GRTA	9		23 461.65	-23 461.65
Capital de la Fondation				
Capital versé		30 000.00	30 000.00	0.00
The Control of the Co				
Compte de Pertes et Profits :		170 109.11	170 109.11	0.00
Solde reporté au début du contrat de prestation		-4 559.04	-26 788.54	22 229.50
Solde reporté dès le début du contrat de prestation Résultat annuel acquis à la Fondation		-17 844.84	22 229.50	-40 074.33
Resultat allituel acquis a la l'olloculon	•	147 705.24	165 550.07	
Total du capital de la Fondation	-	177 705.24	195 550.07	
TOTAL DU PASSIF		916 790.40	969 796.40	

BERNEX

COMPTE DE PROFITS ET PERTES DE L'EXERCICE 2023 (avec chiffres comparatifs de l'exercice précédent)

		2023 CHF	Budget 2023 CHF	2022 CHF
PRODUITS				
Contributions et subventions				
Subventions cantonales monétaires		1 834 000.00	1 834 000.00	1 834 000.00
Subventions Ville de Genève - non-monétaires		0.00	0.00	17 060.00
Taxes agricoles		212 313.74	170 000.00	165 871.00
Taxes agricoles Taxes viticoles		422 686.26	465 000.00	459 129.00
		140 314.60	110 000.00	203 365.51
Participations partenaires		0.00	50 000.00	0.00
Participations Sponsoring		40 000.00	10 000.00	10 000.00
Dons Partenaires, restitutions subventions	12	601 148.92	360 000.00	332 295.60
Mandat		55 710.30	60 000.00	56 459.99
Total des Contributions et des subventions	-	3 306 173.82	3 059 000.00	3 078 181.10
Produits d'exploitation		*		
Ventes - restauration, boissons,				
alimentation, diverses		451 358.12	320 000.00	284 085.85
Promotions produits du terroir		34 252.60	30 000.00	35 605.19
Formations produits du terroir		73 873.11	60 000.00	60 494.14
Locations		29 916.37	25 000.00	18 934.36
Total des Produits d'exploitation		589 400.20	435 000.00	399 119.54
		3 895 574.02	3 494 000.00	3 477 300.64
TOTAL DES PRODUITS		0 000 014.02	3 10 1 000100	

1ean or

BERNEX

COMPTE DE PROFITS ET PERTES DE L'EXERCICE 2023

(avec chiffres comparatifs de l'exercice précédent)

	_	2023 CHF	Budget 2023 CHF	2022 CHF
TOTAL DES PRODUITS (report)		3 895 574.02	3 494 000.00	3 477 300.64
CHARGES				
Salaires et charges sociales		542 050.25	504 000.00	513 129.97
Promotions				
Etudes et concepts		53 679.62	30 000.00	32 101.22
Communication, publicité		2 053 056.09	1 740 000.00	1 910 397.71
Marchandises		580 901.67	400 000.00	473 502.77
Logistique		495 753.52	624 000.00	359 702.68
Matériel et marchandises d'exploitation	_	37 109.65	40 000.00	14 607.35
Total Promotions		3 220 500.55	2 834 000.00	2 790 311.73
Administration et gestion				
		122 284.68	140 000.00	137 498.32
Frais généraux	3	31 011.90	16 000.00	15 330.40
Amortissements divers Dotation / Dissolution de la provision sur créances	3	4 933.00		0.00
Dotation / Dissolution de la provision sur charges de personnel		15 102.25		-7 161.62
Dissolution / Dotation à la provision sur subventions à recevoir	11	15 250.00		1 950.00
Total Administration et gestion		188 581.83	156 000.00	147 617.10
TOTAL DES CHARGES		3 951 132.63	3 494 000.00	3 451 058.80
RESULTATINTERMEDIAIRE		-55 558.61	0.00	26 241.84
Produits financiers et divers				
Intérêts bancaires		-24.00	0.00	-81.14
Produits / Charges diverses	13	19 892.94	0.00	18 298.29
Total Produits financiers et divers		19 868.94	0.00	18 217.15
RESULTAT ANNUEL AVANT RESTITUTION		-35 689.67	0.00	44 458.99
./. Part de subventions cantonales à restituer		-17 844.85	0.00	22 229.48
RESULTAT ANNUEL ACQUIS A LA FONDATION	20	-17 844.85	0.00	22 229.50

BERNEX

TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE POUR L'EXERCICE 2023 (avec chiffres comparatifs de l'exercice précédent)

	2023 CHF	2022 CHF
Résultat net de l'exercice	-17 844.85	22 229.48
Amortissements	31 011.90	15 330.40
Dotation / dissolution à la provision sur créances	4 933.00	0.00
Dissolution / dotation à la provision sur subventions à recevoir	15 250.00	1 950.00
Dissolution / dotation à la provision pour charges de personnel	15 102.25	-7 161.62
Dissolution / dotation autres provisions	-19 892.94	0.00
Subventions non dépensées restituables		
à l'échéance du contrat	-22 403.88	-4 559.04
Variation de l'actif circulant	-15 628.75	22 023.84
- Créances pour prestations	-113 801.91	-13 048.53
- Actif transitoire	-113 601.91	70 010.00
Variation des engagements court terme - Passif transitoire	-321 597.78	130 383.34
- Passir transitoire - Créanciers court terme	301 807.60	-40 666.31
- Salaires & charges sociales	15 102.25	-7 161.62
Flux de trésorerie provenant de l'activité d'exploitation	-127 963.11	119 319.95
the Mark of Laboratory information of	0.00	0.00
Investissements Matériel et logiciels informatiques	0.00	0.00
Investissements Matériel et machines Investissements Matériel et Concept Agri-Fête	-62 224.95	0.00
Flux de tésorerie provenant de l'activité d'investissement	-62 224.95	0.00
1 H of W 1 Farmana		
Flux de tésorerie provenant de l'activité de financement	0.00	-89 808.21
- Subventions non dépensées restituées	-23 461.65	-23 460.00
- Fonds affectés	-23 461.65	-113 268.21
+Augmentation / - Diminution de la trésorerie	-213 649.71	6 051.73
Trésorerie		
A l'ouverture de l'exercice		0.704.00
Caisse	2 928.40	2 794.80
Banques	628 056.05	622 137.92
Trésorerie à l'ouverture de l'exercice	630 984.45	624 932.72
A la clôture de l'exercice		0.000.40
Caisse	5 069.18	2 928.40
Banques	412 265.56	628 056.05
Trésorerie à la clôture de l'exercice	417 334.74	630 984.45
+Augmentation / - Diminution de la trésorerie	-213 649.71	6 051.73

BERNEX

ANNEXE AUX COMPTES ANNUELS DE L'EXERCICE 2023

(avec chiffres comparatifs de l'exercice précédent)

INFORMATIONS SUR CERTAINS POSTES DU BILAN

<u>ACTIF</u>	31.12.2023 CHF			31.12.2022 CHF		
1 - Créances à court terme Factures ouvertes en fin d'exercice ./. Provision Débiteur douteux	-	56 146.97 12 439.60			35 585.22 -7 506.60	
Total des Créances à court terme	4	43 707.37			28 078.62	
2 - Actifs transitoires & subventions à recevoir 2023 Subventions à recevoir Swiss Wine Promotion, Promotions nationales et régionales 2023 (a) PRPG, campagne + TV PRPG, Bulle	Montant à recevoir 369 080.78	Montant à compenser -265 000.00	Montant net à recevoir 104 080.78 65 025.36 32 467.68 201 573.82	Provision -26 500.00 -3 714.00 -3 214.00	Montant net 77 580.78 61 311.36 29 253.68 168 145.82	
Actifs transitoires Frais payés d'avance Charges sociales payées d'avance Autres produits à recevoir Total des Actifs transitoires & subventions à recevoir					111 530.08 13 255.80 65 862.09	

(a) le montant à recevoir au titre de promotions nationales et régionales 2023 devrait être réglé à l'OPAGE durant le deuxième semestre 2024 une fois que l'OFAG aura revu les projets et payé le solde dû des subventions 2023. Un acompte pour 2023 de CHF 123'026.95 a été reçu le 31.10.2023.

En raison de l'incertitude sur l'acceptation des décomptes établis devant être pris en charge par la Confédération les provisions sur subventions à recevoir ont été évaluées à 10% des montants ouverts non compensables avec des factures dues par l'OPAGE.

2022	Montant à recevoir	Montant à compenser	Montant net à recevoir	Provision	Montant net
Subventions à recevoir Swiss Wine Promotion, Promotions nationales et régionales 2022 (a) PRPG, Goûts & Terroirs PRPG, Campagne & TV PRPG, Les Automnales	225 000.00	-112 500.00	112 500.00 24 000.00 17 000.00 36 000.00	-11 250.00 -2 400.00 -1 700.00 -3 600.00	101 250.00 21 600.00 15 300.00 32 400.00
			189 500.00	-18 950.00	170 550.00
Actifs transitoires Frais payés d'avance Charges sociales payées d'avance Autres produits à recevoir					23 070.60 13 574.70 33 500.00
Total des Actifs transitoires & subventions à recevoir				-	240 695.30

(a) le montant à recevoir au titre de promotions nationales et régionales 2022 a été réglé à l'OPAGE le 10.11.2023

Certifié conforme

M +

BERNEX

ANNEXE AUX COMPTES ANNUELS DE L'EXERCICE 2023 (avec chiffres comparatifs de l'exercice précédent)

INFORMATIONS SUR CERTAINS POSTES DU BILAN

ACII	-	(Su	ite)

3 - Actifs immobilisés	31.12.2023 CHF	31.12.2022 CHF
Participation	8 600.00	8 600.00
86 actions nominatives de CHF 100, nominal dans Swiss Wine Promoti siège à Berne.	on AG - société anonyme d	e droit suisse au capital de CHF 200'000, ayant son
Les acquisitions sont activées à partir de		
CHF 1.000		
Les amortissements sont les suivants :	4 685.05	5 856.30
Mobilier et matériel 20%VR	2 333.25	5 409.15
Matériel et machines 20%VR Matériel et logiciel informatique 20%VR	3 165.75	3 957.15
Véhicule 20%VR	86.25	107.80
Matériel Agri-Fête	10 688.90	0.00
Conception Agri-Fête	10 052.70	0.00
Total des amortissements	31 011.90	15 330.40
Total des amortissements		
<u>PASSIF</u>		
4 - Passif transitoire		
Frais d'exploitation à payer a)	138 991.15	450 565.68
Frais d'administration à payer	26 470.00	25 660.00
Total du Passif Transitoire	165 461.15	476 225.68
a) le montant important des frais d'exploitation à payer au 31 décembre 2022 s'es "bons" menées depuis 2020 avec différents partenaires. Ces derniers ont ainsi ac	xplique principalement par la cc quis des bons auprès de l'OPA	onstitution de provisions de CHF 339'320 pour les opérations GE, bons dont la fondation a supporté la charge en 2023.
5 - Créanciers à court terme		
Factures des frais d'exploitation ou d'adminis- trations impayées en fin d'exercice.	535 055.37	237 819.27
6 - TVA Due		
Décompte 4ème trimestre à payer	38 792.26	34 220.76
7. Salairea et charmes sociales dus		
7 - Salaires et charges sociales dus		4.500.00
Salaires et charges sociales dus Dettes envers des institutions de prévoyance	16 500.00 3 580.25	4 500.00 478.00
Total Salaires et charges sociales dus	20 080.25	4 978.00

Certifié conforme

me ·

BERNEX

	ES ANNUELS DE L'EXERCICE 2023 paratifs de l'exercice précédent)	
INFORMATIONS SUR CERTAINS POSTES DU BILAN	31.12.2023 CHF	31.12.2022 CHF
PASSIF (Suite)		
8 - Subventions non dépensées restituables à l'échance du contrat	0.01	0.01
Répartition du résultat annuel selon l'article 13 du contrat de prestatio	ns 2017-2020 avec l'Etat de Genève.	
9 - Fonds affectés	0.00	23 461.65
En date du 16 mars 2020, la Fondation a reçu des fonds résultants distribution GRTA. Conformément aux statuts de l'Association, ces fo	de la liquidation de Association pour la nds sont utilisés par l'OPAGE pour final	gestion de la plateforme de promotion et de ncer les activités reprises de l'Association.
INFORMATIONS SUR CERTAINS POSTES DU COMPTE DE PROFITS ET PERTES	2023 CHF	2022 CHF
10 - Subventions cantonales non monétaires non-comptabilisées	5	
Mise à disposition de locaux (Maison du Terroir) Infrastructure informatique	97 500.00 20 552.00	97 500.00 20 552.00
Total Subventions cantonales non monétaires	118 052.00	118 052.00
11 - Dissolution de la provision sur subventions à recevoir		
Dissolution de la provision économique au début d'exercice Dotation à la provision économique en fin d'exercice	-18 950.00 34 200.00	-17 000.00 18 950.00
(Dissolution) / constitution nette de la provision	15 250.00	1 950.00
12 - Partenaires - restitution de subventions		
PRPG - Promotion régionale	97 493.04	104 921.95
Swiss Wine Promotion - Promotion régionale Différences solde année précédente	492 107.73 11 548.15	208 913.65 18 460.00
	601 148.92	332 295.60
13 - Produits / Charges diverses	19 892.94	18 298.29
Cette rubrique concernent des extournes de provision non néce uniques.	essaires et des ajustements comptable	es portant sur des éléments hors période ou
14 - Rémunération de l'organe de révision		
Honoraires de révision	10 810.00	10 770.00
		A I

BERNEX

ANNEXE AUX COMPTES ANNUELS DE L'EXERCICE 2023 (avec chiffres comparatifs de l'exercice précédent)					
INFORMATIONS SUR CERTAINS POSTES DU BILAN	31.12.2023 CHF	31.12.2022 CHF			
15 - Nombre de collaborateurs Le nombre d'emploi à plein temps en moyenne annuelle est inférieur à 1	0.				
16 - Dettes découlants de crédit-bail (leasing)	Néant	Néant			
17 - Sûretés en faveur de tiers	Néant	Néant			
18 - Actifs engagés en garantie des dettes de la Fondation	Néant	Néant			
19 - Actifs grevés d'une reserve de propriété	Néant	Néant			
20 - Engagement conditionnel	Néant	Néant			
21 - Dissolution de réserves latente	Néant	Néant			
	2023 CHF	2022 CHF			
22 - Ventilation des charges Total des dépenses Dont frais administratifs Dont dépenses liée au but	3 951 132.63 188 581.83 3 762 550.80	3 451 058.80 147 617.10 3 303 441.70			

Mamort

BERNEX

BUDGET, CHARGES ET SUBVENTION CANTONALE DE L'EXERCICE 2023

	Budget 2024	Charges 2023	Budget 2023	Charges 2022
Filières	Frs	Frs	Frs	Frs
Vins	720 000.00	721 566.02	720 000.00	753 143.01
Légumes	250 000.00	176 636.50	250 000.00	379 716.35
Grandes cultures	40 000.00	32 345.35	40 000.00	40 743.55
Fruits	20 000.00	19 449.77	20 000.00	35 924.89
Fleurs	40 000.00	48 285.48	40 000.00	22 416.60
Production animale	35 000.00	41 112.10	35 000.00	32 240.25
Multi-filière	225 000.00	260 054.34	225 000.00	262 206.50
Maison du Terroir	0.00	-3 663.70	0.00	-4 756.75
GRTA	334 000.00	297 961.08	354 000.00	403 877.61
Agri-Fête	300 000.00	379 370.00	280 000.00	0
Administration	505 000.00	531 572.73	505 000.00	489 029.00
TOTAUX	2 469 000.00	2 504 689.67	2 469 000.00	2 414 541.01
Subventions cantonales versées		2 469 000.00		2 459 000.00
Subvention cantonale excédentaire/-de	éficitaire =	-35 689.67	=	44 458.99
Subvention cantonale à restituer		-17 844.84		22 229.50
Part des subventions non restituée versé	e à la provision	-17 844.84		22 229.50
Total comme ci-dessus	•	-35 689.67	•	44 459.00

Certifié conforme

orme

BERNEX

TABLEAU DE MOUVEMENT DES CAPITAUX

	Existant initial	Dotation	Utilisation	Existant final
Capital de dotation	30 000.00			30 000.00
Résultats reportés au début du contrat de prestation	80 300.89	89 808.22		170 109.11
Résultats reportés dès le début du contrat de prestation	-4 559.04			-4 559.04
Bénéfice (perte) de l'exercice	0.00	-17 844.84		-17 844.84
Total du capital	105 741.85	71 963.38	0.	00 177 705.24

TABLEAU DE SUIVI DES RESULTATS

	2021	2022	2023	2024	Cumul
Résultat avant répartition	-53 577.07	44 458.99	-35 689.67		-44 807.75
Répartition de la part du résultat revenant à l'Etat de Genève	-26 788.54	22 229.50	-17 844.84	0.00	-22 403.88 1)
Résultat après répartition	-26 788.54	22 229.50	-17 844.84	0.00	-22 403.88 2)

n soit le solde du compte "Subventions dépensées en trop sur le contrat 2021-2024" figurant dans les fonds étrangers

Certifié conforme

Q F

²⁾ soit le solde de la réserve "Part des subventions non dépensées" figurant dans les fonds propres

BERNEX

ANNEXE AUX COMPTES ANNUELS DE L'EXERCICE 2023

RAPPORT DE PERFORMANCE (Eléments obligatoires selon RPC 21)

A ORGANISATION

Adresse

Fondation Office pour la Promotion des produits

agricoles Genève Route de Soral 93 1233 Lully Bernex

Forme juridique

Fondation de droit privée inscrite au SSF No D.1713

But

Promouvoir les produits agricoles genevois, c'est-à-dire de

valoriser la production genevoise sur le marché local et de

développer les marchés suisses et internationaux

Fiscalité

La fondation est au bénéfice d'une exonération fiscale

selon arrêté du Conseil d'Etat du 18 août 2006. L'exonération a été

reconduite en 2020 pour une durée illimitée.

Activités

Promotion des produits agricole, viticole, production

animale, formation aux produits du terroir.

Conseil de fondation

M. Xavier Patry, membre de conseil, président *
M. Joseph Meyer, membre du conseil, vice-président *
M. Alexandre de Montmollin, membre du conseil *

M. François Erard, membre du conseil *
M. Yves Grolimund, membre du conseil *
M. Claude Ménétrey, membre du conseil *
Mme Sophie Dugerdil, membre du conseil *
Mme Lucie Wertz, membre du conseil *

Autres personnes habiliées à signer collectivement à deux

M. Denis Beausoleil, directeur

Organe de contrôle

BfB Société Fiduciaire Bourquin frères et Béran SA

Corraterie 26 1201 Genève

Premier contrôle : exercice 2022

^{*} signature collective à deux

BERNEX

ANNEXE AUX COMPTES ANNUELS DE L'EXERCICE 2023

B PRINCIPES, METHODES COMPTABLES ET EVALUATION

Référentiel comptable

Les comptes annuels sont établis dans le respect des prescriptions suivantes :

Dispositions légales

CO, CC, LGAF, LIAF.

Prescriptions particulières

Principes comptables SWISS-GAAP RPC 21

Directives de l'Etat de Genève

- Présentation et révision des états financiers des entités

subventionnées.

- Subventions non-monétaires

- Traitement des bénéfices et pertes des entités subventionnées

Comptabilisation

Les charges et produits sont comptabilisés selon le

principe de l'échéance.

Présentation des comptes

Le compte de résultat est présenté avec un budget présentant

les produits et charges par nature.

Evaluations

Les actifs et passifs de la fondation sont évalués selon le

principe des coûts historiques.

Evaluation des risques

Conformément aux dispositions légales, le Conseil de Fondation a procédé à une analyse des riques de l'entreprise. Cette analyse fait l'objet d'un document interne qui sera périodiquement analysé et mis à jour. Les mesures utiles à limiter les risques principaux seront également

revues et adaptées.

Rémunérations du Conseil de Fondation et de la direction Sont considérés comme parties liées les rémunérations des membres du Conseil de Fondation et de la direction.

Rémunérations globales brutes annuelles des membres :

du Conseil de Fondation

CHF

6 242.05

de la direction

CHF

137 166.90

