

## Obtenir une aide financière permettant un soutien à la promotion de l'agriculture vaudoise

*Loi sur l'agriculture vaudoise (LVLAgr) du 7 septembre 2010, titre III, chapitres II et III  
Règlement sur la promotion de l'économie agricole (RPEAgr) du 15 décembre 2010*

La Direction générale de l'agriculture, de la viticulture et des affaires vétérinaires du Canton de Vaud (ci-après, la DGAV) peut soutenir les mesures marketing qui sont mises en œuvre dans le cadre de projets d'associations, de coopératives, d'interprofessions, de groupements de producteurs, d'organisations professionnelles. Les bénéficiaires ne peuvent en principe pas être des producteurs, entreprises ou sociétés individuelles, sauf dans le cas du soutien aux projets innovants, agricoles ou agro-alimentaires (tels que définis aux articles 28 LVLAgr et 38 RPEAgr).

Le domicile, le siège social et le centre d'exploitation doivent être situés dans le Canton de Vaud.

Ces projets peuvent concerner :

- A. **La promotion de produits vaudois**, avec l'objectif réel d'une meilleure commercialisation
  - développement des ventes et des marchés de produits vaudois
  - démarches de reconnaissance d'un signe de qualité public (AOP, IGP, Parc, alpage)
  - agriculture contractuelle de proximité, circuits courts organisés.
- B. **La promotion de l'image de l'agriculture vaudoise**, dans le but de sa bonne renommée
  - organisation de manifestations de promotion d'envergure régionale à internationale
  - participation à de telles manifestations ou actions ciblées avec des produits vaudois
  - organisation ou promotion de la vente directe ou de prestations d'agritourisme.

Les actions et mesures qui sont entreprises dans le cadre de projets de développement régional agricole (PDRA) sont éligibles aux mêmes conditions de subventionnement.

NB : les produits de la viticulture (les vins) ou de l'horticulture (les fleurs) ne peuvent bénéficier des soutiens financiers cantonaux qu'en cas de promotion coordonnée avec d'autres produits issus de l'agriculture vaudoise (selon art. 19 LVLAgr).

## Indications préalables

- 1) Les demandes doivent être adressées au plus tard le 31 août de l'année précédant l'exercice concerné par la demande.
- 2) Toute nouvelle demande de soutien doit être accompagnée du formulaire ad hoc qui permettra à la DGAV de disposer des informations nécessaires à l'établissement d'un dossier, d'une description du projet et de toutes les pièces requises selon l'art. 5 RPEAgr.
- 3) Une réponse positive à une demande est une décision de principe de la DGAV, mais le versement final sera déterminé par une décision définitive, qui ne pourra être transmise que lorsque tous les documents requis auront été remis à la DGAV, après réalisation des actions soutenues. Le montant versé ne pourra pas être supérieur à celui figurant dans la décision de principe, mais si les dépenses promotionnelles effectives n'ont pas été engagées dans la mesure des montants prévus dans le projet, ce montant pourra être inférieur. Sur demande, des acomptes peuvent être versés (art. 8 al. 2 RPEAgr), pour des dépenses qui sont imminentes ou ont déjà été effectuées. Ces acomptes ne peuvent être versés plus de trois mois avant la date du paiement effectif.
- 4) Un projet sur plusieurs années est possible (convention de subventionnement) mais, chaque année, un bilan de la situation (résultats par rapport aux objectifs) doit être remis à la DGAV avant la décision annuelle finale, de même que les objectifs et le budget marketing de l'année suivante.

Les deux tableaux suivants permettent de situer dans quel cadre légal un projet peut être traité et à quelles conditions. Prière de vous référer aux articles cités pour obtenir des informations plus détaillées.

## A.) Produits

Projets soutenus, par ordre de priorité <sup>1</sup>		Exemples	Eclairage des articles de loi mentionnés	LVLAg RS 910.03	RPEAgr RS 910.11.1	Soutien maximal <sup>2</sup>	Plafond	Remarques
1)	Projets coordonnés avec composante export (2 produits / partenaires <sup>3</sup> ou plus)	Campagnes de promotion commune à <b>l'étranger</b> de produits identifiés par un signe de qualité public ou de marques, par exemple lors de foires ou manifestations.	Signe de qualité public: par ex. AOP/IGP, BIO, Montagne. Alpage, Parc Naturel. Les marques doivent être détenues à titre prépondérant par des producteurs, des organisations agricoles ou des organismes régionaux.	Art. 24 al. 1 let. a	Art. 27 al. 2 let. c Art. 28	30% à 50%	Selon disponibilités budgétaires	La participation active des producteurs sur des points de vente ou dans des foires peut faire l'objet d'une aide financière à hauteur de 25% des frais reconnus (RPEAgr art. 27 al 3).
2)	Projets individuels avec composante export (1 seul produit / partenaire <sup>1</sup> )	Campagne de promotion pour un produit à <b>l'étranger</b> identifié par un signe de qualité public ou une marque, par exemple lors de foires ou manifestations. La promotion via un canal de vente peut également être soutenue.	La notion de campagne de promotion comprend également les mesures marketing réalisées sur les points de vente (PLV, dégustation) et la communication. Les marques détenues par des distributeurs ou des transformateurs sont exclues.	Art. 27	Art. 27 al. 1	30% à 50%	CHF. 10'000.-	Selon autres soutiens obtenus.
3)	Projets coordonnés (2 produits / partenaires <sup>1</sup> ou plus)	Campagnes de promotion commune <b>en Suisse ou dans le Canton de Vaud</b> de produits identifiés par un signe de qualité public ou de marques, par exemple lors de foires ou manifestations.	Signe de qualité public: par ex. AOP/IGP, BIO, Montagne. Alpage, Parc Naturel. Les marques doivent être détenues à titre prépondérant par des producteurs, des organisations agricoles ou des organismes régionaux.	Art. 24 al. 1 let. a	Art. 27 al. 2 let. a et b Art. 28	CH = 40% VD = 30%	Selon disponibilités budgétaires	La participation active des producteurs sur des points de vente ou dans des foires peut faire l'objet d'une aide financière à hauteur de 25% des frais reconnus (RPEAgr art. 27 al 3).
4)	Projets individuels (1 seul produit / partenaire <sup>1</sup> )	Campagne de promotion pour un produit <b>en Suisse ou dans le Canton de Vaud</b> identifié par un signe de qualité public ou une marque, par exemple lors de foires ou manifestations. La promotion via un canal de vente peut également être soutenue.	La notion de campagne de promotion comprend également les mesures marketing réalisées sur les points de vente (PLV, dégustation) et la communication. Les marques détenues par des distributeurs ou des transformateurs sont exclues.	Art. 27	Art. 27 al. 1	30% à 50%	CHF. 10'000.-	Selon autres soutiens obtenus.

<sup>1</sup> L'ordre de priorité a été défini selon la stratégie cantonale qui vise à privilégier les projets communs générant des synergies, ainsi que l'exportation.

<sup>2</sup> Il s'agit du soutien maximal des frais reconnus.

<sup>3</sup> Définition de partenaire: Associations, coopératives, interprofessions, groupement de producteurs, organisations professionnelles agricoles. Jamais un producteur individuel, sauf dans le cas de projets innovants au sens de l'art. 28 LVLAg et art. 38 RPEAgr.

Projets soutenus, par ordre de priorité <sup>1</sup>		Exemples	Eclairage des articles de loi mentionnés	LVLAg RS 910.03	RPEAgr RS 910.11.1	Soutien maximal <sup>2</sup>	Plafond	Remarques
5.1)	Projets innovants agricole ou agro-alimentaire	Produits innovants par leur forme, usage final, mode de production ou de consommation, leurs caractéristiques organoleptiques.	Ces projets peuvent aussi avoir pour objectif la réduction des coûts de production, l'amélioration des conditions de travail, une meilleure qualité de produit, la préservation et l'amélioration de l'environnement naturel ou des conditions d'hygiène.	Art. 28	Art. 38	30% à 40 %	Selon disponibilités budgétaires	Dépend du degré d'innovation et du potentiel de valeur ajoutée.
5.2)	Etude économique en phase de démarrage de projet	Analyse macro-économique, prospection de nouveaux marchés, analyse système de commercialisation, plans stratégiques régionaux, planification de projets interprofessionnels.	Les soutiens pour des études économiques ne concernent que des projets collectifs qui doivent permettre de générer de nouvelles sources de revenus, dont la valeur ajoutée doit profiter à l'ensemble des acteurs.	Art. 27	Art. 37	50% à 100%		Les ayants-droit sont définis dans l'art. 36 RPEAgr.
5.3)	Demande de reconnaissance d'un produit par un signe de qualité public	Signe distinctif de qualité ou de provenance (bio, alpage, montagne, parc naturel)	Frais d'étude pour constitution d'un dossier, frais d'étude de marché.	Art. 24 al. 1 let. b	Art. 30	30%		Les démarches pour établir une certification en relation avec les signes officiels de qualité peuvent aussi être soutenues.
		AOC/IGP.	Les démarches de reconnaissance AOP/IGP peuvent être soutenues.		Art. 31	50%		
5.4)	Nouvelles formes de commercialisation	Vente directe à la ferme, initiatives d'agriculture contractuelle, de proximité ou respectueuse de l'environnement.	Les projets collectifs qui mettent en place de nouvelles formes de commercialisation peuvent être soutenus dans le cadre de leurs frais de planification et d'exploitation jusqu'à la fin de la première année de fonctionnement.	Art. 24 al. 1 let. d	Art. 34	30% à 50%		
5.5)	Projets de développement régional agricole	Projets agricoles prépondérants, qui peuvent comporter des aspects complémentaires (composante touristique par exemple).	La protection de la nature et du paysage, de l'environnement, de l'aménagement du territoire et de la politique régionale sont pris en compte dans ce genre de projets.	Art. 29	Art. 39	Projets soutenus par la Confédération et le canton (80% du montant CH), ils impliquent le SDT (AF pour investissements constructions) et le SPEI (développement régional). La DGAV peut contribuer à l'étape de documentation et de promotion marketing des projets et en assurer la coordination.		
5.6)	Transparence des marchés	Toute nouvelle forme de mise en marché assurant la transparence des transactions (internet, téléphonie mobile). Observatoire des marchés ou Bourses sectorielles.	Tous les produits agricoles sont concernés, par exemple une plateforme d'achat-vente de produits avec stock et indication des prix.	Art. 31	Art. 42 et 43	50%		

## B.) Image

Projets		Exemples	Eclairage des articles de loi mentionnés	LVL Agr RS 910.03	RPE Agr RS 910.11.1	Soutien maximal	Plafond	Remarques
1)	Attractivité du monde rural	Agritourisme.	Gîte rural, chambres ou tables d'hôtes, aventure sur la paille, etc., mais uniquement les projets collectifs et les mises en réseau, mise en place d'un système "qualité".	Art. 21 al. 2	Art. 18	20% à 35%	CHF 35'000.-	Durée maximale 3 à 5 ans selon l'ampleur des mesures retenues dans le cadre de projets soutenus par la Confédération (PDRA).
		Vente directe et circuits courts.	Cette activité s'inscrit dans le prolongement de la production et consiste à vendre sans intermédiaire. Soutien dans l'accompagnement de ces projets et de leur promotion par des organisations actives dans ce domaine.	Art. 21 al. 2	Art. 19	20% à 35%	CHF 25'000.-	
2)	Image de l'agriculture vaudoise	<p>Organisation de manifestations de promotion valorisant la production vaudoise.</p> <p>Le soutien à des manifestations professionnelles qui attirent la population (exposition de bétail et concours, salon des alpages).</p>	<p>Initiatives de promotion coordonnée associant le tourisme et les vins vaudois, à l'instar de Vaud-Terroirs.</p> <p>Des promotions ciblées de collectivités telles que producteurs d'un produit particulier, une région ou une dénomination peuvent également être soutenues.</p>	Art. 22	Art. 21 Art. 22 Art. 23	30% à 50%	CHF 35'000.- à CHF 50'000.-	50% à 100% lorsque l'Etat a ordonné une participation vaudoise.