



GENÈVE REGION- TERRE AVENIR

Directive d'étiquetage et d'utilisation graphique

Version du 5 avril 2023

Sommaire

1. Préambule
2. Champ d'application
3. Responsabilité de l'utilisateur de la marque
4. Étiquetage des produits certifiés
5. Identification des produits dans les papiers d'affaires
6. Utilisation graphique de la marque de garantie
 - 6.1 Utilisation vectorielle
 - 6.2 Utilisation institutionnelle
 - 6.2.1 Sur les produits
 - 6.2.2 Autres utilisations
7. Communication / Marketing
 - 7.1 Registre des exploitations agricoles et des entreprises certifiées GRTA
 - 7.2 Responsabilité promotionnelle

1. Préambule

La République et canton de Genève, représenté par le département chargé de l'agriculture ainsi que l'office cantonal de l'agriculture et de la nature (OCAN), est le détenteur de la marque de garantie « Genève Région - Terre Avenir », (ci-après : GRTA). Celle-ci est enregistrée auprès de l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle à Berne sous n°525466. Elle ne peut être reproduite sans l'autorisation de son titulaire.

L'utilisation de la marque de garantie GRTA est réservée aux exploitations agricoles et aux entreprises dont les produits ont reçu la certification GRTA, selon la procédure prévue par la directive générale de la marque et qui ont de ce fait l'autorisation d'utiliser la marque.

2. Champ d'application

La présente directive s'applique aux utilisateurs de la marque de garantie GRTA opérant à tous les stades de la chaîne alimentaire. Elle définit les modalités d'étiquetage, de référencement des papiers d'affaires et de publicité s'appliquant aux produits certifiés GRTA et destinés au consommateur final, y compris ceux servis par les collectivités ou destinés à être livrés à des collectivités.

3. Responsabilité de l'utilisateur de la marque

L'utilisateur de la marque GRTA est responsable des informations relatives aux produits. Il doit veiller à ce que les informations fournies soient exactes conformément à la présente directive et aux exigences de droit fédéral pertinentes, notamment celles posées par les ordonnances en vigueur suivantes :

- l'ordonnance sur les denrées alimentaires et les objets usuels (ODAIUOs ; RS 817.02) ;
- l'ordonnance du département fédéral de l'intérieur (DFI) concernant l'information sur les denrées alimentaires (OIDAI; RS 817.022.16) ;
- l'ordonnance du département fédéral de l'intérieur (DFI) sur les denrées alimentaires d'origine végétale, les champignons et le sel comestible (ODAIIOV ; RS 817.022.17).

Tout projet d'étiquetage envisagé pour un produit certifié GRTA doit préalablement être soumis au propriétaire de la marque, qui valide le bon à tirer et sa conformité selon les exigences de la marque. L'utilisateur de la marque de garantie est responsable des impressions.

Lorsque le **produit est emballé**, les mentions obligatoires doivent apparaître sur l'emballage ou sur l'étiquette de celui-ci.

Lorsque le **produit n'est pas emballé**, les mentions obligatoires doivent être transmises via les papiers d'affaires à l'exploitant/entrepreneur recevant les produits, afin que ce dernier soit en mesure de les fournir au consommateur final, si nécessaire.

4. Étiquetage des produits certifiés

Par étiquetage, on entend toutes les inscriptions figurant sur l'emballage, le conditionnement ou l'étiquette d'un produit. Ces inscriptions garantissent au consommateur la traçabilité des produits. Les indications requises doivent figurer directement sur l'emballage, sur le conditionnement ou sur l'étiquette apposée/fixée à l'emballage.

Une plaquette officielle et un certificat fournis par le détenteur de la marque attestent que l'entreprise est, pour une durée déterminée, agréée à la vente de produits certifiés « Genève Région - Terre Avenir » (GRTA). La plaquette doit être apposée sur le lieu d'exploitation et/ou de vente de manière à la rendre visible auprès des consommateurs. Le certificat doit être rendu disponible sur demande.

Les mentions obligatoires apposées sur les produits certifiés GRTA doivent être **facilement compréhensibles, visibles et clairement lisibles**.

Les ingrédients agricoles **non certifiés GRTA** entrant dans la composition d'un produit certifié GRTA doivent être clairement identifiés et indiqués comme tels (*ex : Huile d'olive* - *non GRTA*).

En sus des prescriptions découlant des réglementations fédérales applicables en la matière (cf. point 3 supra), tout utilisateur de la marque doit faire apparaître sur ses produits emballés les mentions obligatoires figurant dans les directives spécifiques.

En sus des prescriptions découlant de l'OEDAI, tout utilisateur de la marque doit indiquer sur ses produits emballés ou de manière visible pour les produits en vrac, destinés au consommateur final, les mentions obligatoires suivantes :

- le type de production (p.ex. acronymes : production intégrée, BIO ou signes identitaires tels que Suisse Garantie, Bourgeon, Coccinelle, etc.) pour les produits bruts ;
- le mode de production, pour les **produits bruts**
 - la mention "hors-sol" dans le même champ visuel de la marque lorsque ce mode de production est adopté;
 - la mention "pleine terre" peut figurer dans le cas où les produits peuvent également être cultivés hors-sol ou sous abri;
- la provenance des ingrédients d'origine agricole hors périmètre GRTA entrant dans la composition du produit fini ;
- le signe identitaire de la marque de garantie portant la mention : «**regio•garantie**».

Les intermédiaires doivent mentionner les informations obligatoires sur les papiers d'affaires.

Dans le cas d'une dérogation de traitement et/ou de transformation en dehors du périmètre géographique de la marque, **le lieu d'élaboration de transformation et/ou conditionnement doit être clairement indiqué sur les produits.**

Les mentions facultatives ne doivent pas, par leur présentation, prendre le pas sur les informations dont la mention est obligatoire.

5. Identification des produits dans les papiers d'affaires

Par papier d'affaires, on entend tout document commercial (p.ex. devis, bon de commande, bon de livraison, bon de réception, facture, etc.) utilisé par l'utilisateur de la marque, dans le cadre de ses relations avec les tiers (p.ex. clients, fournisseurs, etc.).

Lorsqu'un produit certifié est inscrit dans un document commercial (p.ex. position dans une commande), l'utilisateur doit impérativement, en sus de la dénomination de vente, faire mention de l'acronyme GRTA, comme illustré dans l'exemple ci-dessous.

Code	Description	Quantité	Unité	Prix	TVA	%	Montant
Bulletin de livraison n° 121739 du 23.04.2012							
8514	Boulette assaisonnée bison "action" GRTA	50.260	kg	24.00	2.5%*		1'206.25
Bulletin de livraison n° 121885 du 25.04.2012							
8514	Boulette assaisonnée bison "action" GRTA	5.000	kg	24.00	2.5%*		120.00
5539	Jambon dinde I nature Offert	0.500	kg	18.00	2.5%*	100.0%	
TVA exclue* 2.50% / SFr. 1'326.25: SFr. 33.15							
				Total net			1'326.25
				TVA			33.15
				TOTAL			1'359.40

Mention
obligatoire

Dans la mesure où l'utilisateur souhaite promouvoir la marque de garantie sur ses papiers d'affaires, seule la mention : **Entreprise agréée pour la vente de produits certifiés Genève Région - Terre Avenir (GRTA)** est admise. Le signe identitaire de la marque peut être précédé de cette mention.

Cette information promotionnelle **ne doit en aucun cas induire l'acheteur en erreur** notamment en donnant l'impression que tous les produits vendus par l'entreprise sont certifiés alors que tel n'est pas le cas.

Les papiers d'affaires portant des indications relatives à la marque de garantie doivent **faire l'objet d'une validation**, préalablement à leur diffusion et/ou utilisation, par le propriétaire de la marque.

6. Utilisation graphique de la marque de garantie

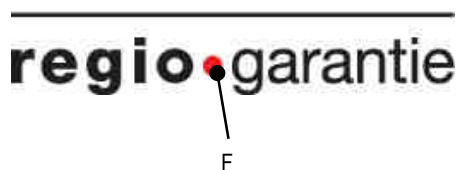
6.1. Utilisation vectorielle

Dans le but de garantir une qualité de définition optimale, notamment lors d'un redimensionnement, toute reproduction doit être exécutée par l'intermédiaire d'un fichier vectoriel dont l'extension est au format EPS ou PDF. Ce fichier peut être demandé au propriétaire de la marque.

Le signe identitaire de la marque GRTA, sur fond blanc, se base sur les couleurs pures du système de Pantone. Les normes figurant dans le tableau ci-dessous doivent être respectées.



	REFERENCES PANTONE	REFERENCES CMNJ
A	Pantone Yellow CVU	100 % J
B	Pantone 354 CVU	91 % C + 83 % J
C	Pantone 187 CVU	91 % M + 72 % J + 23 % N
D	Pantone Process Cyan CVU	100% C
E	Pantone Process Black – 2U	100 % N
F	Pantone 186	



6.2. Utilisation institutionnelle

6.2.1. Sur les produits

Le logo GRTA doit systématiquement figurer sur le produit certifié conditionné, accompagné de la mention « regio•garantie »



6.2.2. Autres utilisations

Pour toute utilisation interne à l'organisation, le signe identitaire de la marque de garantie peut être utilisé au format JPG ou GIF. Le cas échéant, il est important de respecter les proportions entre la longueur et la largeur.



Chaque utilisateur est encouragé à promouvoir la marque de garantie aux travers de sa stratégie commerciale. Le signe identitaire de la marque peut donc être utilisé à des fins promotionnelles et de publicité, **pour autant que sa visibilité n'induit pas le consommateur en erreur**. Il peut, par exemple, être affiché sur des supports médiatiques mobiles et/ou fixes (p.ex. écriteau, pancarte, véhicule utilitaire, etc.).

Tout projet visant à promouvoir la marque de garantie GRTA par le biais de son signe identitaire doit impérativement être préalablement soumis au détenteur de la marque.

Dans des proportions équilibrées, le signe identitaire de la marque de garantie GRTA peut en outre être associé à d'autres signes identitaires (p.ex. labels de qualité, marques commerciales, etc.).

7. Communication / Marketing

7.1. Registre des exploitations agricoles et des entreprises certifiées GRTA

Le propriétaire de la marque tient à jour le registre des exploitations agricoles et des entreprises au bénéfice d'un droit d'usage.

7.2. Responsabilité promotionnelle

La responsabilité de la communication incombe à l'Office de promotion des produits agricoles de Genève (OPAGE), organe de communication de la marque de garantie. Les bénéficiaires d'un droit d'usage sont tenus de véhiculer la marque de garantie par le biais de supports publicitaires mobiles et/ou fixes.

Au surplus, la directive générale de la marque de garantie et les directives spécifiques demeurent entièrement applicables.
