



*Conseil des
appellations réservées
et des termes valorisants*

*Plan stratégique de développement
2014-2017*

Présenté au Conseil du CARTV le 26 mai 2014

MOT DE LA PRÉSIDENTE-DIRECTRICE GÉNÉRALE

Le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV) s'engage dans un virage déterminant pour devenir le levier de développement qu'espérait le gouvernement en adoptant la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants* (LARTV) en 2006. Il a choisi de revoir certains de ses paradigmes et de porter un regard critique sur son positionnement et son fonctionnement afin d'accroître les retombées pour les entreprises d'ici.

En août 2013, les membres du Conseil et les employés du CARTV se sont donc mis à l'ouvrage avec beaucoup de générosité et d'ouverture. Des partenaires et intervenants externes ont également apporté leur judicieux éclairage sur le CARTV. Sans eux, ce travail aurait été vide de sens et leur contribution a grandement enrichi la réflexion du CARTV. Je tiens à les remercier chaleureusement pour leur implication.

Tout au long de cette réflexion stratégique, d'importants changements se sont amorcés au CARTV. En effet, les améliorations concrètes n'ont pas tardé. Les idées novatrices et les collaborations ont déjà transformé le fonctionnement et le positionnement du CARTV. Au moment d'écrire ces lignes, le CARTV a déjà évolué.

Le présent *Plan stratégique de développement 2014-2017* aurait pu mûrir encore et être mille fois peaufiné. Loin d'être une œuvre achevée et permanente, il est une invitation au changement et à l'amélioration. Il a la faculté de propulser l'équipe et les partenaires du CARTV dans l'action, vers l'avant.

Il sera un excellent guide, avec ses orientations et ses repères, pour que le CARTV engage ses ressources efficacement, crée des synergies et démontre toute sa pertinence. C'est ainsi que les appellations réservées et les termes valorisant soutiendront la valeur des produits alimentaires distinctifs et que la LARTV s'inscrira comme un outil incontournable contribuant au développement du modèle agricole québécois et des entreprises d'ici.

Anne-Marie Granger-Godbout
Présidente-directrice générale

Table des matières

- 1 Mot de la Présidente-directrice générale
- 2 Présentation du CARTV
- 3 Principaux éléments de contexte
- 6 Mission, valeurs, vision et orientations stratégiques
- 7 Stratégie
- 8 Résultats visés
- 9 Mise en œuvre et suivi du plan

Le genre masculin est utilisé sans discrimination et uniquement dans le but d'alléger le texte.

1. PRÉSENTATION DU CARTV

Nature de l'organisme

Le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants¹ (CARTV) a été mis sur pied par le gouvernement du Québec le 6 novembre 2006, en vue de l'application de la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants* (A.20.03). Cette loi vise à protéger l'authenticité de produits et des désignations qui les mettent en valeur au moyen d'une certification acquise en regard de leur origine ou de leurs caractéristiques particulières liées à une méthode de production ou à une spécificité.

Le CARTV a juridiction sur les produits agricoles et alimentaires portant une appellation réservée et qui sont vendus sur le territoire du Québec.

Mission du CARTV en vertu de la Loi

Conformément à l'article 9 de la *Loi*, le Conseil a pour mission :

- de conseiller le ministre sur la reconnaissance d'appellations réservées;
- de conseiller le ministre sur l'autorisation de termes valorisants et de donner au ministre son avis, le cas échéant, sur les caractéristiques particulières des produits pouvant être désignés par ces termes;
- de tenir des consultations, notamment avant de conseiller la reconnaissance d'une appellation ou l'autorisation d'un terme valorisant ainsi qu'avant de donner son avis sur les caractéristiques particulières des produits pouvant être désignés par ce terme;
- d'accréditer, comme organismes de certification, des organismes qui satisfont au référentiel les concernant;
- de surveiller l'utilisation des appellations réservées reconnues et des termes valorisants autorisés.

Programmes administrés par le CARTV

Pour assumer ses responsabilités et offrir les services correspondants, le CARTV administre les programmes suivants :

Établissement des référentiels

L'établissement des référentiels a pour but d'établir les critères et les exigences selon lesquels des appellations réservées pourront être reconnues, des organismes de certification être accrédités et des cahiers des charges être homologués. Cette tâche fait partie du mandat confié au CARTV par la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants*.

Reconnaissance et maintien des appellations réservées

La reconnaissance des appellations réservées comporte trois volets : la veille et le développement de nouvelles appellations, l'accompagnement de promoteurs et de groupes intéressés à faire reconnaître des appellations, et l'examen des dossiers de demandes de reconnaissance en vue de faire des recommandations au ministre.

Accréditation des organismes de certification

L'accréditation vise à autoriser des organismes de certification à certifier des produits d'appellation. Elle est prise en charge par une unité technique distincte au sein du CARTV, le *Comité d'accréditation en évaluation de la qualité* (CAEQ). Le Conseil, qui agit à titre d'instance d'accréditation au Québec, est appelé à prendre les décisions (octroi, maintien, suspension, annulation, extension, réduction) en matière d'accréditation des certificateurs.

Surveillance de l'usage des appellations réservées

Ce programme a pour but de surveiller l'utilisation des appellations réservées et d'évaluer les moyens ou recours propices pour en empêcher l'utilisation illégale. Les inspecteurs du CARTV sont nommés par le ministre de l'Agriculture des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec et sont dotés de pouvoirs d'intervention élargis.

Information au public et à l'industrie

Le CARTV doit fournir une information juste et pertinente à tous les publics intéressés par les appellations réservées. Il renseigne donc le gouvernement du Québec, les organismes non gouvernementaux, l'industrie, les médias et le grand public sur tous les aspects liés aux normes, à l'évaluation de la conformité des organismes de certification, aux exigences relatives à la commercialisation des produits d'appellation et sur le système de contrôle québécois des appellations.

Structure organisationnelle

Le CARTV est une corporation enregistrée comme autorité publique auprès de l'Inspecteur général des institutions financières du Québec. Son Conseil s'appuie sur le travail de plusieurs comités techniques, dont le Comité des normes biologiques, le Comité des appellations territoriales, le Comité des appellations de spécificité, le Comité d'accréditation et le Comité de surveillance pour remplir sa mission. Le fonctionnement du CARTV est régi par un règlement interne. Tous les membres du Conseil, des comités techniques et du personnel sont assujettis à un code d'éthique et de déontologie.

¹ Le terme « appellation » désigne toujours une appellation réservée ou un terme valorisants autorisés dans le cadre de la LARTV.

2. PRINCIPAUX ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

Un mandat légal fort

Le mandat et l'action du CARTV sont encadrés par la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants* (LARTV), ce qui confère à l'organisation un réel pouvoir d'exécution et une légitimité importante. Le dispositif de reconnaissance des appellations réservées et des termes valorisants s'appuie sur un ensemble de règles et de procédures qui en garantissent la rigueur et la crédibilité.

Des référentiels rigoureux, mais une démarche parfois trop complexe

Au fil des années, le CARTV a établi, fait reconnaître et maintenu plusieurs référentiels pour la reconnaissance d'appellations contrôlées et de termes valorisants. Grâce à ces référentiels, uniques au Canada, le CARTV est désormais en mesure d'encadrer le cheminement des projets de reconnaissance d'appellations contrôlées et de termes valorisants de manière structurée et rigoureuse, ce qui lui confère une grande crédibilité. Cette rigueur permet de protéger le consommateur de même que les entreprises quant aux caractéristiques et à l'authenticité des produits certifiés.

Le CARTV fait face au défi d'assurer une mise en œuvre à la fois adaptée et rigoureuse de ces référentiels, pour favoriser la reconnaissance d'appellations contrôlées et de termes valorisants. De fait, depuis la création du Conseil, peu d'appellations réservées et de termes valorisants ont été reconnus, en-dehors des aliments biologiques. Le CARTV doit arriver à manier avec discernement ses mandats de reconnaissance, de contrôle et de développement. Jusqu'à présent et dans le souci de préserver son indépendance et son impartialité, il a privilégié une posture neutre face à l'émergence et l'évolution des projets.

Il faut dire que la culture des appellations est relativement peu développée au Québec. La démarche conduisant à leur reconnaissance exige la confiance entre des acteurs qui sont souvent concurrents, requiert une démonstration rigoureuse des spécificités et repose sur des regroupements souvent dotés de peu de moyens. Le retour sur investissement lié aux appellations réservées n'est pas toujours adéquatement documenté et reconnu. La sensibilisation de même que l'accompagnement et le soutien à ces démarches revêtent donc une importance capitale pour en assurer le succès.

Par ailleurs, le processus de reconnaissance des appellations s'avère parfois complexe ce qui peut alourdir le cheminement des dossiers. La structure même des comités techniques du CARTV, constitués par type d'appellations, peut être perçue comme rigide.

Des tendances favorables... à surveiller de près

Le contexte actuel s'avère favorable au développement de produits différenciés présentant des caractéristiques particulières répondant aux attentes des consommateurs.

On note un intérêt marqué des consommateurs et des médias pour les produits du terroir, les produits de niche et les produits locaux. L'importance du mouvement des « *foodies* », la multiplication de routes des saveurs faisant la promotion de produits locaux et la popularité des émissions de télévision et des publications consacrées à l'alimentation en sont des manifestations. Les « produits d'antan » sont également recherchés; on les associe aux goûts de l'enfance, que nous avons le désir de retrouver.

La consommation responsable constitue également une tendance, marquée par le désir d'adopter des comportements respectueux et éthiques envers l'environnement et les communautés. Le développement du commerce équitable, la popularité des aliments biologiques et l'émergence de produits à faible empreinte écologique en sont des exemples.

Les préoccupations pour la santé et la saine alimentation exercent une influence importante sur les habitudes de vie et de consommation. D'ailleurs, l'apparition croissante des maladies et problèmes de santé liés à la sédentarité, à l'obésité, aux allergies alimentaires et au vieillissement de la population amène les consommateurs à exiger et rechercher des aliments sains ou affichant des propriétés santé particulières.

Les consommateurs sont exigeants et mieux informés; ils veulent avoir accès à une information plus complète et abondante sur les produits qu'ils consomment. La gestion de la qualité et la traçabilité des aliments se développent en conséquence.

Si ces tendances laissent entrevoir un fort potentiel pour le développement des appellations réservées et des termes valorisants, elles donnent également lieu à une multiplication des marques et des allégations sur la qualité des aliments, sans recourir aux outils de la LARTV. Il faut dire que les démarches privées sont souvent moins contraignantes que la reconnaissance d'appellations réservées ou de termes valorisants. On observe même le développement de l'autocertification. Ces développements entraînent de la confusion chez les consommateurs.

Une congruence avec les politiques et stratégies gouvernementales

L'action du CARTV s'inscrit de manière cohérente dans plusieurs politiques et stratégies adoptées par les gouvernements du Québec et du Canada.

En premier lieu, la *Politique de souveraineté alimentaire* fait de l'identité des aliments du Québec une priorité, favorisant le développement d'une offre de produits alimentaires sécuritaires et différenciés et visant l'accroissement de la notoriété des produits alimentaires québécois. Le développement durable en constitue également un axe important. Le gouvernement du Québec s'est donné une structure de développement du Nord québécois visant notamment la valorisation de son potentiel de production bioalimentaire, dont les produits présentent un fort caractère identitaire lié à la nordicité.

Des ententes commerciales qui posent des défis

Les accords commerciaux favorisant l'ouverture des marchés peuvent présenter des menaces et des opportunités pour le CARTV. Par exemple, la signature d'ententes d'équivalence entre le Canada et les pays exportateurs d'aliments biologiques certifiés ferait en sorte de soustraire ces pays à l'obligation de se faire accréditer dans le cadre du Régime Bio Canada. L'*Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne* pourrait également avoir des impacts sur les produits d'appellation offerts sur le marché au Québec.

Une notoriété en accréditation

Rappelons que le CAEQ est l'unité technique du CARTV chargée de l'accréditation des organismes de certification. Il est l'un des quatre mandataires désignés par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) pour vérifier la conformité des certificateurs de produits biologiques au Canada. Il vérifie également la conformité de plusieurs certificateurs de produits biologiques à l'étranger dont les produits sont importés au Canada. Il jouit d'une bonne réputation à l'égard de sa rigueur et de la qualité de ses services. Le mandat délégué au CARTV par l'ACIA arrive à échéance en décembre 2014 : son renouvellement constitue un enjeu important pour le CARTV.

Par ailleurs, le CARTV anticipe une perte de revenus liée à la signature d'ententes d'équivalence des normes biologiques entre le Canada et d'autres pays. Le CAEQ subit également la concurrence d'accréditeurs offrant des gammes élargies de programmes, alors que son action actuelle se limite au domaine des aliments biologiques.

L'évolution en cours de la réglementation fédérale sur l'étiquetage devrait être surveillée de près car elle pourrait présenter des opportunités de développement pour le CARTV, notamment pour l'obtention de nouveaux mandats désignés auprès de l'ACIA.

Un dispositif de surveillance à renforcer

Le CARTV est doté d'un pouvoir de surveillance de l'usage des appellations : des membres de son personnel jouissent du statut d'inspecteur et réalisent plusieurs centaines de visites d'inspection par année, partout au Québec. Le mandat de surveillance, manié avec discernement, permet au CARTV d'établir sa crédibilité tout en mobilisant les acteurs du milieu.

Par ailleurs, depuis sa création et dans le contexte d'implantation de la Loi, le CARTV a privilégié une approche de sensibilisation et de mise en conformité plutôt que le recours aux procédures légales dans son mandat de surveillance. L'intervention du CARTV en surveillance n'a donc pas permis de constituer une jurisprudence suffisante pour avoir un effet dissuasif significatif.

Il demeure pourtant essentiel d'offrir aux entreprises l'assurance que les produits certifiés sont protégés; la crédibilité du système d'appellation, comme celle du CARTV d'ailleurs, en dépend. Le Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) et l'ACIA concentrent leurs activités de surveillance sur l'innocuité des aliments, accordant peu d'importance aux enjeux de nature commerciale.

Les mécanismes de surveillance du CARTV doivent donc être renforcés, en dépit des ressources limitées dont il dispose pour assurer leur mise en œuvre.

Un rayonnement et une visibilité à accroître

Le CARTV et ses outils demeurent méconnus du public, des médias et des entreprises. Localisé à Montréal, sa présence est perçue comme étant limitée en région, ce qui peut constituer un frein au développement de sa notoriété et de son influence dans les différentes filières de production.

Le CARTV est actif au plan international, essentiellement dans son mandat d'accréditation. La présence internationale pourrait être développée; elle ne constitue pas le mandat premier du CARTV, mais elle lui permet d'accroître sa notoriété, de consolider son développement et d'établir sa crédibilité.

Le CARTV dispose de ressources limitées en regard de l'étendue de son mandat. Il pourrait conséquemment développer des partenariats et des collaborations pour accroître sa capacité d'action et son influence, notamment pour l'identification et le soutien au développement d'appellations réservées ou de termes valorisants ainsi pour la surveillance des usages. Il pourrait également conclure des ententes pour la prise en charge ou la sous-traitance de certains services et mandats. En fait, le CARTV a encore peu exploré les possibilités de collaboration avec ses partenaires, actuels ou potentiels. De même, les arrimages avec le MAPAQ et d'autres organismes (gouvernementaux ou non), qui disposent de ressources et de leviers importants, pourraient être renforcés.

Une expertise unique, mais des défis organisationnels importants

Le CARTV peut compter sur un engagement important et une expertise relativement rare au sein de son équipe, de ses comités et de son réseau de partenaires. Il demeure toutefois confronté à des défis importants dans l'accomplissement de son mandat.

Les ressources dont il dispose pour agir sont limitées, comme le sont d'ailleurs les leviers et les options dont il dispose pour les accroître. De plus, le caractère spécialisé de son champ d'action, les conditions de travail peu concurrentielles qu'il est en mesure d'offrir de même que les possibilités d'avancement professionnel limitées compliquent le recrutement de personnel et placent le CARTV dans une situation de vulnérabilité face à la perte d'expertise.

Enfin, le maintien des systèmes de gestion administrative s'avère exigeant pour une organisation de la taille du CARTV, qui doit s'assurer d'une prestation de services impeccable en raison de ses responsabilités de contrôle réglementaire et d'administration de la Loi.

3. MISSION, VALEURS, VISION ET ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

NOTRE MISSION – *Notre raison d'être*

Développer et maintenir des systèmes de reconnaissance, d'accréditation, de surveillance et d'information permettant à des entreprises d'utiliser une appellation pour des produits alimentaires distinctifs, d'obtenir la confiance de ceux et celles qui les consomment, ainsi que de protéger la valeur ajoutée associée à ces appellations.

NOS VALEURS – *Ce qui nous définit et nous motive*

- Intégrité Nous faisons preuve d'impartialité dans nos décisions. Nous sommes rigoureux dans la gestion de nos dossiers et de nos projets.
- Professionalisme Nous adhérons à de hauts standards de qualité. Nous recherchons l'excellence et sommes engagés dans l'amélioration continue de nos compétences et de nos façons de faire.
- Engagement Nous valorisons l'initiative, la collaboration et la proactivité. Nous voulons apporter une contribution significative et pertinente.

NOTRE VISION – *Ce que nous voulons devenir*

Devenir un levier de développement pour les entreprises d'ici, reconnu pour sa crédibilité et son leadership.

LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- Orientation ① Susciter et soutenir la reconnaissance d'appellations réservées et de termes valorisants.
- Orientation ② Renforcer les fonctions de contrôle et de surveillance du CARTV.
- Orientation ③ Améliorer le rayonnement et l'offre de services du CARTV.

4. STRATÉGIE

ORIENTATION 1. Susciter et soutenir l'émergence et la reconnaissance d'appellations réservées et de termes valorisants.

Échéancier			Objectifs et actions de portée stratégique
			1.1 Renforcer le démarchage du CARTV auprès de projets et de promoteurs potentiels.
CT	MT	LT	1.1.1 Améliorer la veille stratégique.
CT	MT	LT	1.1.2 Maintenir un inventaire des opportunités de développement d'appellations.
CT	MT	LT	1.1.3 Établir et maintenir un réseau de partenaires et d'agents multiplicateurs pour la promotion et l'identification d'opportunités.
CT	MT	LT	1.1.4 Promouvoir la pertinence des appellations réservées comme leviers de développement.
CT	MT	LT	1.1.5 Choisir annuellement des cibles de démarchage et de développement.
			1.2 Faciliter le processus de cheminement des projets.
CT	MT	LT	1.2.1 Améliorer l'offre d'accompagnement des projets.
CT	MT	LT	1.2.2 Actualiser la structure des comités, les référentiels, les règles, les outils et les procédures.
CT	MT	LT	1.2.3 Structurer l'accès à l'expertise et aux ressources pour soutenir la réalisation des projets d'appellations.

ORIENTATION 2. Renforcer les fonctions de contrôle et de surveillance du CARTV.

Échéancier			Objectifs et actions de portée stratégique
			2.1 Accentuer les activités de surveillance des usages.
CT	MT	LT	2.1.1 Déployer le réseau de surveillance.
CT	MT		2.1.2 Mettre en place une stratégie de financement du mandat de surveillance et de contrôle.
CT	MT	LT	2.1.3 Renforcer les systèmes de contrôle.
			2.2 Développer les incitatifs au respect de la Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants.
CT	MT	LT	2.1.1 Former les intervenants du commerce et de la mise en marché.
CT	MT	LT	2.1.2 Diffuser, à des fins de sensibilisation et de prévention, des exemples : <ul style="list-style-type: none"> • de conformité à la LARTV (bonnes pratiques et retombées positives); • de contravention à la LARTV.

ORIENTATION 3. Améliorer le rayonnement et l'offre de services du CARTV.

Échéancier	Objectifs et actions de portée stratégique		
	3.1 Renforcer les activités de communication et de réseautage du CARTV.		
CT	3.1.1 Élaborer une stratégie de visibilité et de communication.		
CT	3.1.2 Renforcer les collaborations avec le MAPAQ.		
CT	MT	LT	3.1.3 Évaluer la notoriété du CARTV et la satisfaction de la clientèle à l'égard des services offerts par le CARTV.
	3.2 Diversifier l'offre de services en accréditation des organismes de certification.		
CT	MT	LT	3.2.1 Développer de nouveaux programmes d'accréditation et d'agrément.
	MT	LT	3.2.2 Travailler à l'obtention de nouveaux mandats délégués.
	3.3 Optimiser l'utilisation des ressources du CARTV.		
CT	MT	3.3.1 Réviser l'organisation du travail.	
CT	MT	3.3.2 Actualiser et mettre en place les mesures de développement des ressources humaines.	
CT	MT	LT	3.3.3 Développer des partenariats pour optimiser la gestion administrative et rationaliser les dépenses.

5. RÉSULTATS VISÉS

Résultats visés	Cibles d'ici 2017
Nombre de projets de reconnaissance d'appellation accompagnés par le CARTV	25 d'ici 2017
Nombre de demandes en traitement pour la reconnaissance d'appellations	16 d'ici 2017
Nombre d'appellations recommandées pour reconnaissance	6 d'ici 2017
Nombre de de sites visités annuellement	500
Nombre de personnes actives dans le dispositif de surveillance et de contrôle	15
Diminution du taux de non-conformité des entreprises certifiées (nb. de contraventions/nb. d'entreprises certifiées)	- 50 % par rapport à 2013-2014
Indicateurs de notoriété du CARTV (à définir selon un sondage à réaliser à l'an 1 du présent plan)	à déterminer
Nombre de nouveaux programmes en accréditation	8 d'ici 2017
Nombre de nouveaux mandats délégués obtenus par le CARTV	3 d'ici 2017
Taux de satisfaction des employés du CARTV (à définir selon un sondage à réaliser à l'an 1 du présent plan) à l'égard :	
• du CARTV en tant que milieu de vie et de travail	à déterminer
• des réalisations du CARTV	à déterminer
Taux de satisfaction de la clientèle à l'égard des services offerts par le CARTV (à définir selon un sondage à réaliser à l'an 1 du présent plan)	à déterminer

6. MISE EN ŒUVRE ET SUIVI DU PLAN

Le suivi et la mise à jour du plan stratégique s'inscriront dans le cycle annuel de gestion du CARTV.

Un plan d'action annuel, préparé par l'équipe du CARTV et approuvé par son Conseil, traduira le plan stratégique en actions concrètes, mettant ainsi les ressources du CARTV à contribution dans sa mise en œuvre.

Le Conseil et l'équipe du CARTV seront également mis à contribution pour assurer le suivi et la mise à jour du plan stratégique.

Le rapport annuel constituera l'outil privilégié de communication à l'égard des résultats obtenus et des développements en cours. Il sera présenté pour avis au Conseil du CARTV et transmis au MAPAQ.