

AVRIL 2021



**CONSEIL DES
APPELLATIONS**
RÉSERVÉES ET DES TERMES VALORISANTS



Guide des demandes de reconnaissance d'appellation d'origine et d'indication géographique protégée

Sommaire

| | |
|--|----|
| 1. Les différents instruments de protection | 2 |
| 1.1 Instruments de la Loi sur les marques de commerce | 2 |
| 1.1.1 La marque de commerce ordinaire | 2 |
| 1.1.2 La marque de certification | 2 |
| 1.1.3 L'indication géographique | 3 |
| 1.2 Instruments de la Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants | 3 |
| 1.2.1 Les appellations relatives au lien avec un terroir (appellations territoriales) | 3 |
| 1.2.2 Les appellations relatives à une spécificité | 3 |
| 1.2.3 Les appellations relatives au mode de production | 4 |
| 1.2.4 Les termes valorisants | 4 |
| 1.3 Régimes de protection de la propriété intellectuelle | 4 |
| 2. Les conditions de base pour effectuer une demande | 5 |
| 3. Les étapes pour obtenir la reconnaissance d'une ARTV | 7 |
| 3.1 Constitution d'un groupement demandeur | 7 |
| 3.2 Étude d'opportunité | 7 |
| 3.3 Élaboration d'un cahier des charges | 8 |
| 3.4 Évaluation par le Comité d'experts | 9 |
| 3.5 Réalisation d'une phase pilote | 12 |
| 3.6 Dépôt du projet final de la demande de reconnaissance | 13 |
| 3.7 Consultation publique | 13 |
| 3.8 Révision et décision de recommandation du CE 13 | 13 |
| 3.9 Décision d'homologation par le Conseil ... 14 | 14 |
| 3.10 Demande de reconnaissance de l'ARTV au ministre | 14 |
| 3.11 Maintien des ARTV | 14 |
| Principales étapes de l'examen d'un dossier de demande de reconnaissance d'une appellation | 15 |
| 4. Définitions | 16 |

Introduction

Les appellations réservées et les termes valorisants (ARTV) jouent un rôle multiple et essentiel au sein de nos économies de marché. Ils garantissent au consommateur l'authenticité d'un produit alimentaire doté d'attributs spécifiques. Ils permettent également de protéger les producteurs et leurs produits contre les imitations et usurpations de dénomination. De même, ils valorisent un savoir-faire par le respect rigoureux d'une norme conçue spécifiquement pour préserver la qualité et exprimer les caractéristiques de chaque produit. Enfin, d'un point de vue social, les appellations réservées et les termes valorisants contribuent de manière significative au maintien d'une activité économique rurale en permettant aux acteurs de la filière d'en tirer un revenu substantiel. Ils génèrent une plus-value économique locale à la fois sur le produit, les filières et les régions.

Les produits portant des appellations ou des termes valorisants, ou qui sont susceptibles d'être reconnus sont naturellement des produits distinctifs. Par exemple, dans le cas des produits d'appellations de type territorial, les facteurs de distinction sont surtout liés à leur origine géographique, qui procure les conditions environnementales et sociales nécessaires à la naissance et au développement des caractéristiques uniques des produits.

La *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants* (chapitre A-20.03) (ci-après « LARTV ») fait une distinction entre les « appellations réservées » qui sont « reconnues » et les « termes valorisants » qui sont « autorisés ». Cette nuance tient au fait que le terme valorisant doit faire l'objet d'un règlement déposé par le ministre pour l'autoriser (article 30, 2 de la LARTV), alors que l'appellation réservée n'est pas soumise à un processus réglementaire. De même, en ce qui concerne les termes valorisants, la LARTV parle de « norme » au lieu de « cahier des charges ». Afin d'alléger le texte, nous utiliserons le plus souvent les mots « reconnaissance » et « cahier des charges », indistinctement de « autorisation » et « norme ».

Remarque : Ce guide ne prétend pas couvrir tous les enjeux entourant la soumission d'une demande de reconnaissance d'ARTV. Les groupements demandeurs sont invités à prendre contact avec le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants qui les accompagnera dans leur démarche.

1. Les différents instruments de protection

Afin de protéger l'identification commerciale de leurs produits, les entreprises québécoises peuvent choisir, parmi plusieurs instruments de protection, celui ou ceux qui s'adaptent le mieux à leur situation respective.

Nous distinguons d'une part les marques de commerce et de certification ainsi que l'indication géographique, régies par la *Loi canadienne sur les marques de commerce*, et, d'autre part, les appellations réservées (relatives à un mode de production, à une spécificité ou au lien avec un terroir) et les termes valorisants ou « ARTV », qui relèvent de la *Loi québécoise sur les appellations réservées et les termes valorisants*. Ces outils sont complémentaires et il convient de choisir l'instrument ou la combinaison d'instruments qui convient le mieux à chaque cas. Dans un premier temps, nous allons décrire les différents instruments.

Remarque : Cette section s'appuie sur le *Guide des marques de commerce de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC)* disponible à www.opic.ic.gc.ca.

1.1 Instruments de la Loi sur les marques de commerce

Une marque de commerce est une combinaison de lettres, de mots, de sons ou de symboles qui différencie les produits et services d'une entreprise de ceux d'une autre sur le marché. La *Loi canadienne sur les marques de commerce* prévoit trois catégories de marques de commerce. Elle prévoit également une liste protégeant certaines indications géographiques protégées.

Généralités sur les marques de commerce

En général, il n'est pas permis par la *Loi sur les marques de commerce* d'enregistrer – en français comme en anglais – une marque qui présente notamment une ou plusieurs de ces caractéristiques :

- marque constituée d'un nom ou nom de famille
- marque donnant une description claire
- marque donnant une description fautive et trompeuse
- marque comportant des mots désignant un lieu géographique d'où proviennent les produits ou services
- marque constituée du nom d'un des produits ou services énumérés dans la demande d'enregistrement

- marque susceptible de créer de la confusion avec une marque de commerce enregistrée ou en instance d'enregistrement
- marque susceptible d'être confondue avec une marque interdite.

1.1.1 La marque de commerce ordinaire

La **marque de commerce ordinaire** comprend les mots, les dessins, les goûts, les textures, les images en mouvement, les façons d'emballer des produits, les hologrammes, les sons, les odeurs, les formes tridimensionnelles, les couleurs, ainsi que toute combinaison de ces éléments, qui sont employés dans le but de distinguer les produits ou services d'une personne ou d'une organisation de ceux de tiers.

Une fois la marque enregistrée auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC), celle-ci devient la propriété exclusive de l'entreprise et elle peut l'utiliser dans tout le Canada, en ce qui concerne les marchandises ou services visés par l'enregistrement. Cette protection n'est valide qu'au Canada, pour une durée de 10 ans, et est renouvelable. Les coûts d'enregistrement varient et la demande peut être réalisée par l'entreprise directement ou en ayant recours aux services d'un agent de marques de commerce. Le requérant n'est pas tenu d'enregistrer sa marque de commerce : l'utilisation d'une marque pendant une certaine période peut établir le droit de propriété en vertu du droit coutumier. Cependant, l'enregistrement est une preuve directe du droit de propriété.

1.1.2 La marque de certification

La **marque de certification** peut être employée sous licence par de nombreuses personnes ou entreprises comme moyen d'indiquer que certains produits ou services satisfont à une norme définie.

Il s'agit d'une marque utilisée par plusieurs entreprises (p. ex. : dans le secteur alimentaire, regroupement de producteurs, de transformateurs, de détaillants ou de fournisseurs, constitués en un organisme d'administration) dans le but de garantir la qualité, la provenance géographique, le mode de fabrication ou d'autres caractéristiques communes des produits ou des services de ces entreprises. Le titulaire de la marque de certification n'utilise pas lui-même la marque, mais en autorise l'usage, moyennant une rémunération adéquate, à toute personne dont les produits ou services respectent les caractéristiques communes garanties par le cahier des charges ou le règlement de la marque. À titre d'exemple, la Fédération des éleveurs de grands gibiers est titulaire de la marque de certification « *Grands gibiers du Québec certifiés* ».

Les producteurs ayant le droit de vendre en utilisant la marque doivent répondre à un cahier des charges visant à garantir la conformité du produit.

1.1.3 L'indication géographique

Selon la *Loi canadienne sur les marques de commerce*, l'**indication géographique** (*geographical indication*) est une « indication désignant un vin ou spiritueux ou un produit agricole ou aliment [...] comme étant originaire du territoire d'un membre de l'OMC – ou région ou localité de ce territoire – dans les cas où une qualité, la réputation ou une autre caractéristique du produit désigné sont essentiellement attribuées à cette origine géographique ».

Lorsque possible, le Conseil des appellations en collaboration avec le groupement demandeur peut déposer au niveau fédéral une demande d'enregistrement d'une IG qui aurait été reconnue auparavant dans le cadre de la LARTV.

L'Office de la propriété intellectuelle du Canada est responsable de traiter les demandes de protection des indications géographiques et de veiller à ce qu'elles soient inscrites à la liste des IG protégées. En collaboration avec Agriculture et Agroalimentaire Canada, l'OPIIC fait un examen de la demande pour s'assurer que les normes sont respectées.

1.2 Instruments de la Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants

La *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants* prévoit des instruments de propriété intellectuelle qui permettent de protéger des désignations qui autrement ne seraient pas admissibles pour une marque de commerce.

Seuls le gouvernement ou le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec peuvent reconnaître une appellation et autoriser un terme valorisant. Le contrôle est ensuite confié à un ministère ou organisme désigné à cet effet par ce gouvernement. Au Québec, le **Conseil des appellations réservées et des termes valorisants** (ci-après « Conseil des appellations ») est l'organisme désigné pour recommander la reconnaissance d'une appellation et pour contrôler les appellations reconnues et les termes valorisants autorisés.

Au sein du Conseil des appellations, c'est le Service des ARTV qui a la charge de recevoir et traiter les dossiers. La coordonnatrice du service en est la ressource responsable.

Trois catégories d'appellations sont prévues dans la loi québécoise : les appellations relatives au lien avec un terroir (c'est-à-dire à l'origine territoriale),

les appellations relatives à une spécificité et les appellations relatives au mode de production. La loi introduit aussi la notion de terme valorisant.

1.2.1 Les appellations relatives au lien avec un terroir (appellations territoriales)

Le type d'appellation relative au lien avec un terroir comprend l'appellation d'origine (AO) et l'indication géographique protégée (IGP). Dans les deux cas, l'appellation vise à souligner le lien qui existe entre une région ou localité et un produit qui en est originaire par l'emploi d'une dénomination géographique.

1.2.1.1 L'appellation d'origine (AO)

L'appellation d'origine suppose que les propriétés distinctives du produit dépendent essentiellement de son origine géographique. Cela comprend les facteurs humains (savoir-faire) et environnementaux (climat, sols, etc.). Ces facteurs font en sorte qu'un produit identique ne pourrait être obtenu dans une autre zone géographique.

La reconnaissance de cette appellation implique que toutes les opérations menant à la réalisation du produit se déroulent dans cette même zone géographique.

1.2.1.2 L'indication géographique protégée (IGP)

L'indication géographique protégée implique qu'une ou plusieurs qualités du produit, sa réputation ou d'autres caractéristiques distinctives dépendent de son origine géographique.

Dans le cas d'une IGP, au moins une des opérations de la chaîne de production doit se dérouler dans l'aire délimitée. Cette opération est celle qui lie le produit à son territoire.

1.2.2 Les appellations relatives à une spécificité

Ce type d'appellation a pour objet de mettre en valeur une caractéristique spécifique du produit. Tout ce qui rend un produit distinctif et qui est mentionné dans sa dénomination pourrait être protégé par la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants*, si ce n'est pas possible avec la *Loi sur les marques de commerce*.

Le lien avec un territoire n'est pas un facteur qui entre en jeu pour qu'une appellation de spécificité soit reconnue. En revanche, dans le cas d'une appellation de spécificité dite traditionnelle, une des particularités du produit sera la tradition.

Par exemple, le produit devra être obtenu à partir de matières premières traditionnelles, présenter une composition traditionnelle ou proposer des pratiques de production ou de transformation de type traditionnel.

Un produit bénéficiant d'une attestation de spécificité peut être fabriqué partout au Québec.

1.2.3 Les appellations relatives au mode de production

Ce type d'appellation s'adresse aux produits qui tirent leurs caractéristiques distinctives de leur mode de production (ou de fabrication), lequel est soumis à un cahier des charges dont les exigences sont supérieures à celles en vigueur dans la réglementation courante.

L'appellation relative au mode de production peut identifier des produits fabriqués partout au Québec.

Exemple : *L'appellation biologique est une appellation réservée relative à un mode de production, en l'occurrence la façon dont sont cultivés les produits agroalimentaires. L'agriculture biologique s'appuie sur des méthodes de production visant à créer des écosystèmes qui assurent l'équilibre entre les populations de ravageurs et d'organismes bénéfiques, et qui préservent la fertilité des sols.*

1.2.4 Les termes valorisants

Les termes valorisants identifient une caractéristique particulière d'un produit, généralement liée à une méthode de production ou de préparation, qui est recherchée par le consommateur.

Le terme valorisant met l'accent sur une ou plusieurs caractéristiques liées à l'environnement de production (p. ex. : type d'entreprise, environnement socioclimatique ou socioéconomique, etc.).

Cette caractéristique connue et recherchée par le consommateur en tant qu'attribut du produit fini doit être décrite et encadrée. Ainsi, un terme valorisant ne garantit pas une spécificité directe du produit fini, mais plutôt la présence et l'authenticité de cette caractéristique. Il permet ainsi la reconnaissance publique de la caractéristique identifiée.

1.3 Régimes de protection de la propriété intellectuelle

L'étendue de la protection accordée aux propriétaires de marques de commerce (ou de marques de certification) diffère de celle accordée aux utilisateurs autorisés (ou « bénéficiaires ») d'une appellation réservée ou d'un terme valorisant. On distingue principalement deux régimes : une protec-

tion privée pour les marques de commerce et une protection publique pour chaque appellation reconnue ou terme valorisant autorisé par la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants*.

La protection accordée aux marques de commerce ou aux marques de certification dans le cadre de la *Loi sur les marques de commerce* dépend du propriétaire de la marque et des moyens (financiers et humains) qu'il met en œuvre pour surveiller son bien. Ainsi, lorsque la marque est usurpée, copiée ou bafouée, c'est à titre individuel que le propriétaire doit se défendre et prouver devant la justice les atteintes portées à sa marque.

Les dénominations d'appellations réservées et de termes valorisants bénéficient d'une protection publique dans le cadre de la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants*. Ainsi, la défense et la surveillance des appellations ne sont plus le souci des bénéficiaires. Pour chaque appellation reconnue ou terme valorisant autorisé, le Conseil des appellations met en œuvre un programme de surveillance. Ce programme permet, en bout de piste, de protéger les consommateurs contre l'utilisation frauduleuse et non autorisée de toute appellation réservée. Il détermine les activités servant au contrôle de l'usage commercial des appellations afin d'éviter que des produits illicites soient vendus sur le territoire du Québec. En vertu de la loi qui le constitue, le Conseil des appellations détient un pouvoir d'inspection et est habilité à imposer des amendes à tout contrevenant, afin de faire cesser l'utilisation frauduleuse ou non autorisée d'une appellation réservée. Pour ce faire, les dossiers des contrevenants sont acheminés au Directeur des poursuites criminelles et pénales (DPCP).

2. Les conditions de base pour effectuer une demande

Toute demande de reconnaissance d'une appellation de type territorial doit remplir les conditions de base suivantes :

- a) La dénomination à protéger doit être utilisée par un ensemble de producteurs et/ou de transformateurs qui constituent le groupement demandeur. Ce dernier peut être formé de partenaires intéressés à l'appellation, soit des entreprises agricoles et/ou des entreprises agroalimentaires, auxquelles peuvent se joindre des détaillants, des distributeurs, des organismes, etc., tous réunis au sein d'une entité juridique constituée.
- b) La dénomination à protéger doit désigner un seul produit et, s'il y a lieu, ses dérivés, et non un groupe de produits divers. Par exemple, la dénomination « *Savoir-faire Île d'Orléans* » ne peut être protégée par le biais d'une AO ou d'une IGP, car elle sert à commercialiser plusieurs types de produits agricoles et alimentaires. Le recours à une marque de certification est cependant possible.
- c) La dénomination à protéger doit comporter un toponyme lié à l'aire géographique (article 1, 3° du *Règlement sur les appellations réservées*), soit le nom d'une zone (arrondissement, municipalité, MRC, région administrative) officiellement reconnue par la Commission de la toponymie du Québec. Il peut s'agir d'un nom géographique ou d'une dénomination traditionnelle qui évoque une origine. Pour vérifier la pertinence d'un nom géographique, consultez le [site de la Commission de toponymie](#).

- d) La dénomination à protéger représente la région géographique où le produit est réalisé, pour créer un lien entre le produit et la région qui lui donne son nom.

Clarification : Il ne suffit pas que le produit provienne de cette région ou soit fait de 100 % d'ingrédients de la région pour se voir reconnaître une appellation territoriale (voir la définition d'indication de provenance à la fin du document).

Il en va du succès du projet d'appellation de réussir à créer un collectif fort autour du produit pour valoriser l'appellation.

- e) La dénomination à protéger doit désigner un produit comportant des caractéristiques qui le différencient des produits courants de sa catégorie (Article 2, 2° du *Règlement sur les appellations réservées*). Cette différenciation doit trouver son fondement et son origine dans le terroir caractéristique de la zone territoriale proposée.
- f) La dénomination à protéger doit être connue ou doit désigner un produit qui présente un caractère historique ou traditionnel (non récent).

3. Les étapes pour obtenir la reconnaissance d'une ARTV

3.1 Constitution d'un groupement demandeur

Les groupements demandeurs constituent le premier maillon de la chaîne des acteurs essentiels à la reconnaissance d'une ARTV. Lorsqu'un projet regroupe un bon nombre de producteurs, des transformateurs/conditionneurs ainsi que de grands acteurs de la distribution, il a toutes les chances de succès. Le Conseil des appellations peut orienter les porteurs de projets vers des ressources pour soutenir la constitution d'un groupement demandeur. L'identification d'un produit ayant un potentiel d'ARTV est le point de départ. Le produit potentiel doit notamment répondre aux critères suivants :

- 1- Le produit entre dans une des catégories d'ARTV et se distingue des produits courants.
- 2- Il y a une production active et des ventes sur le marché.
- 3- Il existe un groupement demandeur conforme (ou la possibilité d'en créer un).

3.2 Étude d'opportunité

Afin de prendre une décision éclairée avant de soumettre sa demande, lorsqu'un groupement demandeur estime que la dénomination d'un produit mériterait de devenir une appellation réservée, il devrait faire réaliser une étude d'opportunité. Pour ce faire, il peut bénéficier d'une aide financière pour l'embauche d'une ressource expérimentée dans le cadre du *Programme d'appui au développement des appellations réservées et des termes valorisants* administré par le MAPAQ. L'étude d'opportunité permet de mieux définir les enjeux, le potentiel de production, les opportunités de mise en marché et les bénéfices escomptés. Elle permet aussi de distinguer le produit de ses concurrents.

Selon le type d'ARTV demandé, en amont de tout dépôt officiel, le requérant doit faire les démonstrations qui suivent :

- 1 Une, plusieurs ou l'ensemble des phases de production, de transformation ou d'élaboration visées par l'appellation territoriale choisie (AO ou IGP) ont lieu dans la zone spécifiée dans le cahier des charges :

- pour les végétaux : le lieu de culture, de stockage et de conditionnement;

- pour les animaux (viande) : le lieu d'élevage, d'abattage et de découpe;
- pour les produits transformés : le lieu de provenance des matières premières (répartition entre celles provenant de la zone et de l'extérieur de la zone) et le lieu de transformation;
- pour l'élaboration : le lieu d'élaboration.

Lorsqu'il s'agit d'une demande d'AO, toutes les étapes de réalisation du produit, soit la production des matières premières et leur transformation jusqu'au produit fini, doivent avoir lieu dans la région délimitée de l'appellation.

Dans le cas d'une IGP, seules les étapes qui confèrent au produit ses caractéristiques spécifiques doivent obligatoirement être localisées dans la région délimitée de l'appellation.

- 2 L'existence du produit tire son origine de la zone délimitée de l'appellation, ou le produit a déjà existé à cet endroit pendant une longue période avant d'y être réactualisé. La documentation soumise doit comprendre un historique détaillé du produit afin d'attester la durée de son existence dans l'aire géographique, même si elle a été interrompue.

On trouvera dans le dossier des éléments clés de l'histoire du produit avec la preuve de l'usage du nom et de sa notoriété, notamment les premières utilisations du nom, accompagnées dans la mesure du possible des premières descriptions du produit et de la méthode de transformation, le cas échéant. À cela devrait s'ajouter le contexte historique ayant conduit à la création du produit avec ses caractéristiques. Il est souhaitable de citer des témoignages et des références permettant d'ancrer historiquement le produit au terroir, notamment dans sa dimension de savoir-faire humain. L'usage de références bibliographiques est privilégié dans cette section. À défaut, on utilisera des témoignages oraux.

Remarque : Une demande d'IGP pour un produit ayant existé pendant moins d'une génération peut néanmoins être admissible, si toutes les autres conditions sont remplies et si certaines raisons militent en faveur de la protection du produit.

- 3 Le produit est en lui-même spécifique et il génère une plus-value commerciale. Sont décrits au dossier les aspects suivants :
- 3.1 Les caractéristiques qui le différencient des produits courants semblables :
- mention de produits courants similaires sur le marché;
 - points de différenciation entre ces produits et l'AO ou l'IGP (caractéristiques finales, modes d'élaboration, désignation, réputation et tradition locales, qualité perçue).
- 3.2 Les avantages d'un tel type de production;
- 3.3 Les données économiques de cette production :
- importance du marché (volumes de production);
 - produits concurrents;
 - cible commerciale visée;
 - impacts économiques attendus, etc.
- 3.4 Le réseau de distribution;
- 3.5 Les problèmes potentiels d'imitation ou de contrefaçon des produits;
- 3.6 Les perspectives économiques : données actuelles et prévisionnelles éclairant notamment les points suivants :
- la viabilité économique du projet, pour les exploitants qui utilisent l'appellation;
 - l'apport économique au secteur régional de l'agriculture et de l'agro-alimentaire (p. ex. maintien de l'activité agricole);
 - les retombées régionales sous l'angle multifonctionnel (tourisme, gastronomie, culture, etc.).

Remarque : Les exemples de renseignements détaillés qui précèdent sont donnés à titre indicatif. Il importe de démontrer les points forts qui justifient la demande de reconnaissance d'ARTV. À l'étape de l'étude d'opportunité, il n'est pas obligatoire de fournir tous les détails listés. En revanche, tous les points pertinents devront avoir été abordés avant le dépôt final du dossier.

3.3 Élaboration d'un cahier des charges

Le cahier des charges est la synthèse écrite d'une ARTV. On y retrouve les critères définissant le projet d'ARTV, les normes et exigences, avec entre autres les critères de production, d'aspect et de goût qui sont essentiels à la définition du produit, et le plan de contrôle. Idéalement, le cahier des charges est rédigé par un ou plusieurs consultants formés figurant sur la Liste des ressources-conseils indépendantes en ARTV émise par le Conseil des appellations. Ces consultants ont reçu de la formation et de l'encadrement du Conseil des appellations. Le groupement demandeur peut faire affaire avec plus d'un consultant, au besoin. Un consultant peut être reconnu pour une ou plusieurs catégories de compétences (étude d'opportunité, rédaction de cahier des charges et rédaction de plan de contrôle).

Les modèles de cahiers des charges fournis par le Conseil des appellations doivent être utilisés pour répondre aux exigences. Les documents modèles sont disponibles sur le site Web : <https://cartv.gouv.qc.ca/>

Il est important que les projets s'orientent vers les types d'appellations qui leur correspondent (IGP, AO, AS, mode de production, terme valorisant). Les demandeurs ont parfois de la difficulté à reconnaître les types d'appellations qui sont pertinents pour leurs projets. Dans ce cas, le **Conseil** est l'instance habilitée pour orienter clairement le groupement demandeur, dès le départ, vers le type d'appellation le plus approprié pour un projet donné.

Clarification : Dans la structure organisationnelle du Conseil des appellations, le conseil d'administration porte le nom de « **Conseil** ».

Pour élaborer le cahier des charges, le groupement peut encore une fois se tourner vers le *Programme d'appui au développement des appellations réservées et des termes valorisants* qui prévoit une aide financière pour l'embauche de consultants spécialisés dans la rédaction de cahiers des charges et de plans de contrôle et dans la réalisation d'une phase pilote.

Le projet de cahier des charges sera par la suite mis à exécution en demandant à un organisme de certification d'inspecter les activités d'un ou de plusieurs requérants à la certification, lors d'une phase pilote, en présence du Comité d'accréditation en évaluation de la qualité (CAEQ) (voir la section 3.5). Le cas échéant, les contrôles relatifs à l'analyse sensorielle devront aussi être en place.

3.4 Évaluation par le Comité d'experts

Un Comité d'experts (ou « CE ») doit être constitué par le Conseil des appellations pour évaluer chaque demande de reconnaissance d'ARTV formellement déposée.

C'est le CE qui recommande au Conseil les projets recevables, puis le Conseil les présente au ministre.

La coordonnatrice du Service des ARTV agit à titre de secrétaire des CE. Elle s'occupe de la consignation par écrit de tous les travaux d'un CE, de la convocation des réunions, de la tenue des procès-verbaux et de leur approbation par les membres. La coordonnatrice du Service donne aussi suite à la correspondance du CE et elle fait le lien avec le Conseil par l'entremise du président-directeur général du Conseil des appellations.

Chaque CE est constitué d'au moins quatre membres, plus un délégué du Conseil. Celui-ci atteste la conformité des travaux du CE. Il peut intervenir dans les discussions, mais il n'a pas de droit de vote. Les membres d'un CE sont nommés par le Conseil pour une période de quatre ans et leur mandat peut être renouvelé.

À chaque réunion du CE, il doit y avoir une période d'échange où un, deux ou trois représentants du groupement demandeur (incluant un consultant) peuvent intervenir pour répondre aux questions du CE et débattre des recommandations et idées formulées.

Le consultant ne peut être l'unique interlocuteur du Conseil des appellations et du CE. Au moins un ou deux représentants du groupement demandeur devraient toujours être au fait des développements à chaque étape, et idéalement assister aux rencontres du CE. C'est un facteur important de succès qui assure la transparence entre les parties prenantes.

Les représentants du groupement demandeur n'ont pas de droit de vote au CE et ils doivent se retirer des rencontres au moment des délibérations et des votes. Le CE a un rôle crucial à jouer, il travaille dans une approche de consensus avec le groupement demandeur. Au besoin, le Conseil peut être consulté et ses recommandations peuvent orienter les Comités d'experts.

Lorsque le projet est suffisamment avancé, les membres du CE réalisent des visites d'entreprises en collaboration avec le groupement demandeur.

Ces visites en entreprises doivent permettre de vérifier que le cahier des charges décrit adéquatement les pratiques sur le terrain, et qu'il valide

l'authenticité du produit en précisant ses caractéristiques. Pour ce faire, le CE se rend sur les lieux des opérations pour rencontrer des membres du groupement demandeur, visiter les installations et questionner les représentants officiels du groupement demandeur et toutes autres personnes qu'il jugera nécessaires.

Une fois les visites réalisées, le CE doit évaluer le niveau de concordance entre les exigences applicables à la catégorie d'ARTV et l'information constatée sur le terrain. Il se prononce sur le niveau d'authenticité du produit, en regard des exigences et caractéristiques spécifiées au cahier des charges.

À cette étape, des représentants de l'organisme de certification désigné par le groupement demandeur pour le contrôle de l'ARTV peuvent être rencontrés par le CE. L'objectif est de recueillir leurs opinions sur le plan de contrôle avant de réaliser la phase pilote (voir l'étape 3.5).

Le CE doit déterminer la conformité du projet ainsi que du cahier des charges relativement aux exigences des référentiels spécifiques à chaque type d'ARTV, et en accord avec le *Règlement sur les appellations réservées (chapitre A-20.03, r.2.)*.

Les critères pour évaluer un cahier des charges sont les suivants :

- 1 Conformément à l'article 3, 2°, a) du Règlement, il faut identifier les termes (ou association de termes) pour lesquels la reconnaissance d'appellation est demandée :
 - 1.1 L'AO ou l'IGP est dans tous les cas un nom qui désigne un produit déjà connu et présent sur le marché;
 - 1.2 L'appellation comporte le nom d'un produit agricole ou alimentaire auquel est ajouté un nom géographique;
 - 1.3 Les noms génériques qui peuvent composer une AO ou une IGP pour mieux la désigner (viande, fromage, etc.) sont exclus du champ de protection. C'est uniquement la combinaison singulière de tous les termes constituant l'AO ou l'IGP qui est protégée;
 - 1.4 Les noms de produits agricoles déjà utilisés dans le nom d'une variété végétale ou d'une race animale ne peuvent pas être protégés, mais peuvent faire partie de la dénomination;
 - 1.5 L'ensemble de la dénomination ne doit pas être générique (voir la définition de ce terme).

- 2 En référence à l'article 3, 2°, b) du Règlement, la description du produit doit comprendre :
- 2.1 Les matières premières (composition), le cas échéant;
- 2.2 Les principales caractéristiques physiques (pH, forme, aspect, etc.), chimiques (présence ou absence d'additifs, de résidus, etc.), microbiologiques (utilisation de tels ferments, présence de germes, etc.) ou organoleptiques (saveur, texture, couleur, profil sensoriel, etc.) du produit;
- 2.3 L'état du produit à la vente;
- frais, réfrigéré, surgelé, appertisé (stérilisé), pasteurisé, etc.;
 - en vrac ou conditionné.
- 2.4 Le champ concerné (portée) par la certification du produit : à partir de quel stade de production et jusqu'à quel stade de réalisation le produit doit être certifié.
- 3 En référence à l'article 3, 2°, c) du Règlement, la délimitation de l'aire géographique doit être définie :
- 3.1 En l'absence de données scientifiques permettant de tracer adéquatement les limites de l'aire géographique délimitée par une appellation, l'aire géographique est définie selon les découpages administratifs existants, la plus petite unité étant la municipalité (les arrondissements des grandes villes étant considérés comme des municipalités).
- Lorsque la délimitation correspond à une liste de municipalités, de municipalités régionales de comté ou exceptionnellement de régions administratives, recouvrant idéalement la ou les zones géographiques naturelles dont certaines des caractéristiques ont une influence sur le produit – bien que la zone puisse être géographiquement discontinue –, l'exclusion de municipalités à l'intérieur d'une aire cohérente n'est pas acceptable.
- 3.2 La justification de la délimitation de la zone et de sa cohérence géographique est démontrée par des critères établis en regard des caractéristiques du produit, associées directement au terroir de cette zone, notamment si des productions existent en dehors de la zone proposée par le groupement demandeur.
- 3.3 Les caractéristiques communes qui appartiennent à toute l'aire délimitée sont définies.

- 4 En référence à l'article 3, 2°, d) du Règlement, les éléments établissant que le produit est originaire de cette aire géographique doivent préciser :

a) L'existence historique

Le produit tire son origine de la zone délimitée et y a existé durant une période de temps assez longue. Son existence dans la zone délimitée peut avoir été interrompue pour un certain temps, avant d'y être réactualisée par les actuels promoteurs.

C'est en puisant dans le dossier historique compris dans la documentation que l'on peut faire cette démonstration. Selon que la demande concerne la reconnaissance d'une AO ou d'une IGP, l'aspect historique touchera la plupart des caractéristiques du produit ou se réduira à quelques éléments particuliers. Dans tous les cas, il est nécessaire de relier chaque élément retenu à l'époque à laquelle il remonte et au milieu d'où il est issu. Par exemple, si un produit fabriqué dans une région donnée contient des pommes, il faudrait que la région ait un historique de culture ou de transformation des pommes.

b) La traçabilité

Les éléments de cette démonstration doivent permettre d'assurer que la chaîne de possession du produit est identifiable, depuis la première étape de sa réalisation jusqu'à sa labellisation. Selon qu'il s'agit d'une IGP ou d'une AO, ces éléments attestent qu'une ou toutes les étapes de réalisation du produit ont lieu dans l'aire géographique.

Les tableaux illustrant la traçabilité ascendante et descendante, de la production à la commercialisation, doivent figurer dans le cahier des charges relatif à tout produit désigné par une appellation de type territorial. Lorsque cela est prévu pour le type de produit concerné, l'emploi de marques de traçabilité indélébiles doit faire partie du cahier des charges.

- 5 En référence à l'article 3, 2°, e) du Règlement, la description de la méthode d'obtention du produit et, le cas échéant, les méthodes locales, loyales et constantes doivent être définies.

- 5.1 Les éléments décrivant la méthode d'obtention du produit sont particuliers, distinctifs et liés à l'aire délimitée. Il s'agit de caractéristiques certifiées faisant partie des exigences minimales de contrôle s'appliquant à la matière première, aux mé-

thodes de transformation, à l'élaboration et au conditionnement :

- Matière première : unité pédoclimatique de la zone de production, espèce/variété ou race particulière, mode d'alimentation, pratiques de gestion des pâturages, nature et origine des compléments, aliments interdits, mode de stockage et de collecte, composition spécifique de la matière première, etc.
- Transformation : stockage, durée de transformation, équipements spéciaux, tours de main, ingrédients (provenance, type de culture), additifs, formes et dimensions, etc.
- Élaboration : conditions et durée d'affinage, de séchage, de maturation, profil sensoriel du produit, texture, etc.
- Conditionnement (le cas échéant) : emballage propre au produit, etc.

Cette description doit coïncider avec la portée de la certification du produit telle qu'elle est spécifiée au dossier (à partir de quel stade de production et jusqu'à quel stade d'élaboration, le produit doit être certifié).

5.2 La description de la méthode locale, loyale et constante est requise quand elle existe.

Si de la documentation existe, elle est versée dans le dossier historique. L'essentiel est de démontrer que des caractéristiques singularisent le produit et qu'elles ont été consacrées par un usage collectif (ou potentiellement collectif) du nom du produit. Ces caractéristiques précises sont reconnues par les entreprises de production et de préparation, ainsi que par les consommateurs (usage traditionnel). Lorsque la méthode actuelle diffère sur les éléments cruciaux de la méthode d'obtention du produit, cette évolution doit être justifiée (p. ex. : arguments technologiques ou de santé publique).

6 En référence à l'article 3, 2°, f) du Règlement, les éléments établissant le lien avec l'origine géographique ou avec le milieu géographique doivent être définis.

Puisque la spécificité et la qualité des produits d'AO doivent être « déterminées » par l'origine géographique, il importe que les caractéristiques du produit dépendent essentiellement ou exclusivement du milieu géographique.

Considérant qu'un produit sous IGP doit présenter une spécificité et un attribut qui sont

« liés » à son origine, il importe que le produit possède l'un ou l'autre des aspects suivants, attribuable à son origine territoriale :

a) Une qualité déterminée correspondant à un attribut unique du produit, résultant de facteurs liés à sa localisation;

b) Une réputation démontrée dans une documentation comportant souvent deux parties :

- L'étendue actuelle de la notoriété du produit (locale, nationale ou internationale). Diverses preuves documentaires illustrent le traitement médiatique du produit (p. ex. : articles de journaux) ou l'usage du nom dans les outils de communication des intermédiaires (p. ex. : menus de restaurants, etc.). La réalisation d'un sondage sur la notoriété par une firme indépendante reconnue (aux frais du groupement) peut être exigée.

- L'image associée aux caractéristiques du produit à travers sa renommée. Héritage du passé, la renommée du produit complète le dossier historique par des éléments servant à étayer le lien tangible et prolongé dans le temps qui s'est établi entre le produit et la zone géographique.

c) Une autre caractéristique liée à la zone géographique, par exemple un savoir-faire particulier qui permet de valoriser le produit, en le comparant aux techniques usuelles (mode d'élevage, techniques culturelles, processus de fabrication, etc.).

7 En référence à l'article 3, 2°, g) du Règlement, les points de vérification et leurs méthodes d'évaluation doivent être définis.

7.1 Un plan de contrôle complet doit être élaboré par le groupement demandeur et intégré au cahier des charges. Il identifie, à partir des caractéristiques du produit, les points de vérification nécessaires à la certification.

7.2 Pour chaque point de vérification, le cahier des charges doit présenter les méthodes d'évaluation pertinentes sous la forme d'un tableau d'audit.

8 En référence à l'article 3, 2°, h) du Règlement, les références concernant la structure de contrôle doivent être définies au plan de contrôle.

- 8.1 Le groupement demandeur doit s'assurer qu'il peut obtenir la certification des produits par un ou plusieurs organismes certificateurs, via la réalisation d'une phase pilote.
- 8.2 Tout organisme de certification doit être accrédité par le Comité d'accréditation en évaluation de la qualité (CAEQ) en vertu de la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants* et du *Règlement sur les critères et exigences d'accréditation*.
- 9 En référence à l'article 3, 2°, i) du Règlement, les exigences spécifiques relatives à l'étiquetage doivent être définies.
- 9.1 Les éléments d'étiquetage visés concernent avant tout la traçabilité du produit. Ils doivent en outre comprendre le nom de l'appellation réservée ainsi que la mention « appellation d'origine » ou « indication géographique protégée ».
- 9.2 Ces éléments (nom de l'appellation réservée, mention « appellation d'origine » ou « indication géographique protégée ») doivent se trouver dans le même champ visuel.
- 9.3 Un logo peut être créé pour identifier l'appellation par des éléments graphiques et textuels. Le nom de l'appellation ainsi que la mention « appellation d'origine » ou « indication géographique protégée » doivent figurer dans le logo.
- 9.4 Le nom de l'organisme de certification doit également se retrouver sur l'étiquette du produit, mais à l'extérieur du logo éventuellement développé.

3.5 Réalisation d'une phase pilote

Bien avant de réaliser la phase pilote, le groupement demandeur doit déterminer avec quel organisme de certification il fera affaire. Il peut aller en appel d'offres en sollicitant les organismes de certification accrédités par le Conseil des appellations au Québec.

Lorsque le groupement demandeur est prêt à procéder à la phase pilote, le plan de contrôle et son cahier des charges doivent être déposés au CAEQ afin qu'il procède à une évaluation des documents (p. ex. formulaire d'inscription, plan de production, agrément de laboratoire, comité de dégustation, registres, certificat de conformité). Des ajustements peuvent s'en suivre.

Lorsque le cahier des charges et son plan de contrôle ont été approuvés par le Comité d'experts du Conseil des appellations et le CAEQ, ils doivent être évalués sur le terrain.

Pour ce faire, le projet doit être éprouvé au moyen d'une phase pilote impliquant un ou plusieurs requérants à la certification, selon le nombre total de requérants potentiels. Pour les projets ne comportant qu'un à trois requérants potentiels à la certification, tous doivent participer à la phase pilote. Pour les projets comportant plus de quatre requérants potentiels, un minimum de trois requérants doit participer. Ceux-ci seront choisis de façon à diversifier les types d'entreprises participantes. Tous les champs de certification prévus par le projet doivent être couverts en phase pilote (p. ex. : production, transformation, emballage).

Lors de la phase pilote, l'organisme de certification retenu par le groupement demandeur agira à titre d'inspecteur pour s'assurer de la conformité du cahier des charges et de son plan de contrôle et vérifier que le requérant est apte à être certifié.

Le Comité d'accréditation en évaluation de la qualité (CAEQ) sera aussi présent à au moins une inspection d'un requérant, avec une triple mission :

1. s'assurer que le plan de contrôle ne contrevient pas à l'ISO 17065;
2. s'assurer que le plan de contrôle couvre toutes les exigences du cahier des charges;
3. réaliser un audit témoin pour déterminer si le certificateur est apte à appliquer adéquatement le plan de contrôle sur le terrain (étape préalable à l'accréditation par le CAEQ).

Le groupement demandeur peut décider de réaliser dans un premier temps deux inspections des entreprises pilotes, puis de procéder à des révisions en fonction des résultats obtenus. Il pourra ensuite inviter le CAEQ à réaliser l'audit témoin lors de la troisième inspection, qui devrait avoir lieu quelques semaines plus tard.

Il doit aussi, le cas échéant, avoir mis en place les contrôles relatifs à l'analyse sensorielle.

Les étapes 3.1 à 3.5 doivent se dérouler sous la supervision du Conseil des appellations afin d'optimiser toutes les chances de succès d'une démarche. Nous n'indiquons ici que les principales étapes.

Remarque : Les subventions éventuellement octroyées par le ministère dans le cadre du Programme d'appui au développement des appellations réservées et des termes valorisants ne garantissent en aucun cas la reconnaissance de l'appellation réservée demandée. C'est la procédure d'examen de la demande décrite dans la partie suivante qui déterminera si le dossier déposé conduit ou non à la reconnaissance d'une appellation réservée.

3.6 Dépôt du projet final de la demande de reconnaissance

À cette étape, le groupement demandeur dépose au Conseil des appellations la version finale du projet une fois la phase pilote réalisée. Une évaluation formelle est alors réalisée par le Conseil des appellations pour que le dossier soit fin prêt pour la tenue d'une consultation publique.

Dans les rares cas où le groupement demandeur n'aurait pas réalisé les phases décrites précédemment en collaboration avec le Service des ARTV et où le CE n'aurait pas fait l'évaluation du cahier des charges et procédé à une phase pilote, les étapes 3.1 à 3.5 doivent être réalisés.

Ce n'est qu'au terme de la phase pilote, et après application d'éventuels ajustements au cahier des charges et au plan de contrôle, que le dossier peut être déposé pour franchir l'étape de la consultation publique.

Le groupement demandeur doit déposer officiellement auprès du Conseil des appellations un dossier complet comprenant l'ensemble des documents exigés pour l'ARTV demandée.

En vertu du *Règlement sur les appellations réservées (chapitre A-20.03, article 2)*, la demande de reconnaissance telle que déposée par le requérant doit comprendre les éléments d'information suivants :

- a) l'identification du demandeur, la nature de ses activités et, le cas échéant, sa structure juridique, son acte constitutif et ses règlements internes;
- b) lorsqu'il s'agit d'un groupement de demandeurs, la liste de ses membres et la nature de leurs activités;
- c) la portée de l'appellation réservée;
- d) la liste ou la catégorie de produits pouvant faire l'objet d'une certification;
- e) une description du candidat à l'appellation;
- f) les caractéristiques le différenciant des produits de même catégorie;
- g) les avantages du type de production utilisé;
- h) les données et perspectives économiques;
- i) le réseau de distribution;
- j) les risques d'imitation ou de contrefaçon des produits;
- k) le cahier des charges;
- l) une étude comparant les principaux éléments du cahier des charges de l'appellation réservée

aux éléments correspondants du cahier des charges d'une appellation de même type.

3.7 Consultation publique

En vertu de l'article 9 (4) de la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants (A-20.03)*, le Conseil a pour mission 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.

Les consultations demeurent l'outil privilégié pour assurer que les décisions du Conseil reflètent l'accord général des parties et ne suscitent pas d'opposition.

Le système québécois d'appellations réservées et de termes valorisants comporte un certain nombre de règles générales :

- Le régime de contrôle des appellations réservées et des termes valorisants est un système ouvert et volontaire qui permet à tous ceux qui respectent le cahier des charges homologué d'utiliser la dénomination y ayant trait;
- Le groupement demandeur n'est pas propriétaire de la dénomination, qui devient du domaine public;

Par conséquent, tous les groupes concernés par une appellation donnée doivent avoir la possibilité de s'exprimer dans le cadre d'une consultation sur un processus d'homologation des nouvelles exigences comprises dans un cahier des charges ou au sujet d'un projet de norme ou de modification des exigences s'appliquant à une ARTV.

Les commentaires reçus lors d'une consultation publique sont compilés dans un rapport par la coordonnatrice du Service. Celle-ci remet le rapport au groupement demandeur, qui en prend connaissance et propose en retour des modifications au cahier des charges et au plan de contrôle.

Le CE se réunit ensuite en présence des représentants du groupement demandeur. Le CE, le groupement demandeur et le CAEQ doivent débattre et arriver à un consensus sur les éléments en litige, le cas échéant, puis modifier le cahier des charges en conséquence.

3.8 Révision et décision de recommandation du CE

Après un examen final du projet d'ARTV et de son cahier des charges, le CE transmet un avis au Conseil sur l'opportunité ou non d'homologuer l'ARTV.

3.9 Décision d'homologation par le Conseil

À la suite de l'avis favorable du CE, le Conseil peut homologuer un cahier des charges qui satisfait aux critères et exigences prévus par la Loi et le règlement.

Le Conseil a le pouvoir de décider s'il recommande au ministre la reconnaissance d'une ARTV. Les conditions de cette recommandation sont les suivantes :

1. Le Conseil a reçu un avis favorable du CE.
2. Le plan de contrôle associé au cahier des charges a reçu un avis favorable du Comité d'accréditation du Conseil des appellations.
3. Le Conseil recommande au ministre un organisme de certification (OC) pour la portée de l'appellation faisant l'objet de la demande de reconnaissance, après recommandation de cet OC par le Comité d'accréditation (CAEQ).

3.10 Demande de reconnaissance de l'ARTV au ministre

À la suite d'une décision positive de recommandation par le Conseil, la direction générale achemine les éléments suivants au ministre :

- la lettre de recommandation d'homologation du Conseil,
- la résolution formelle figurant au procès-verbal du Conseil,
- le cahier des charges.

Les autorités concernées au MAPAQ peuvent demander des informations complémentaires au Conseil.

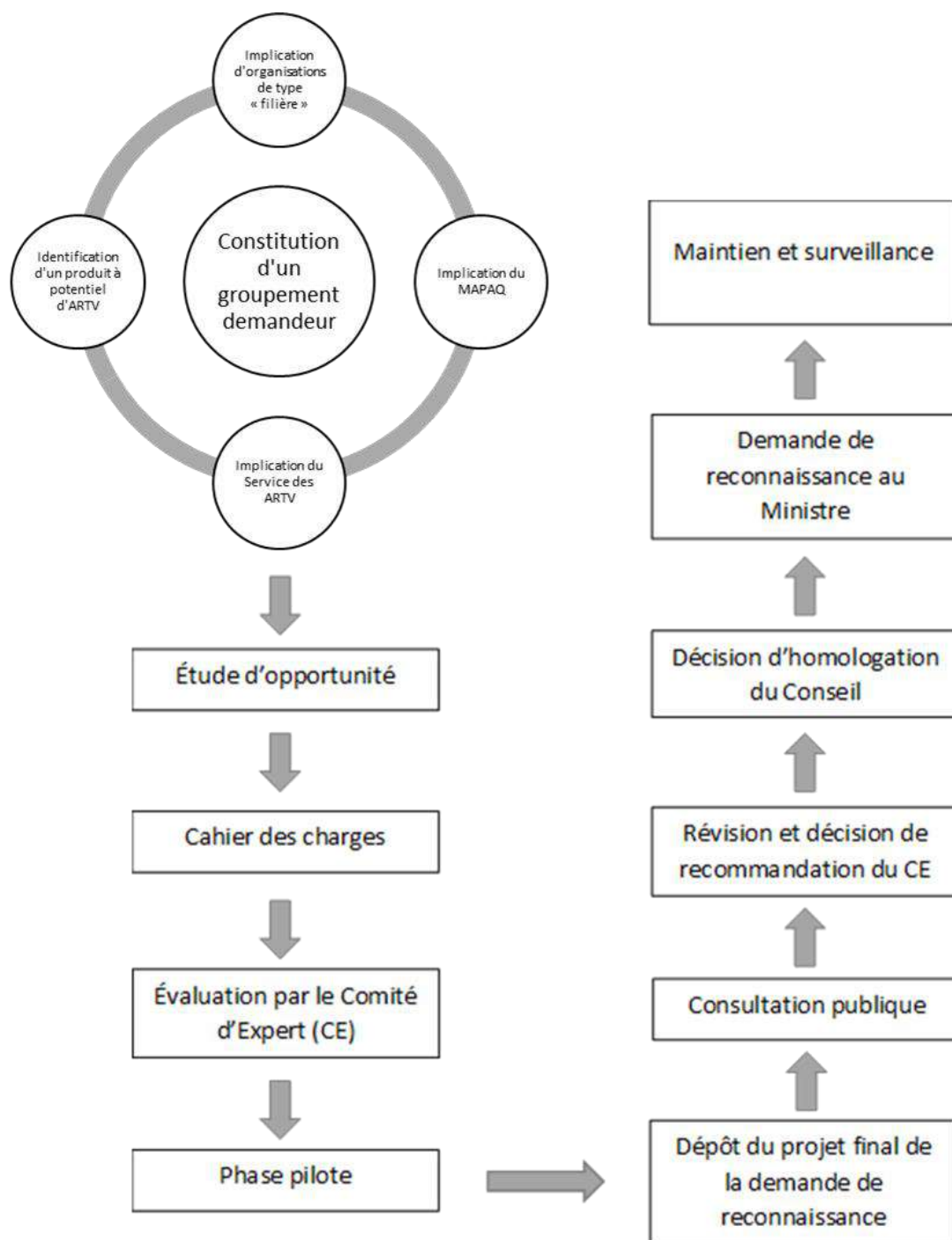
Le ministre, sur recommandation du Conseil, reconnaît l'appellation et en réserve l'utilisation aux exploitants qui détiennent, pour les produits visés par l'appellation, un certificat de conformité délivré par l'organisme de certification accrédité. La reconnaissance d'une appellation réservée ou d'un terme valorisant prend effet à la date de publication d'un avis dans la Gazette officielle du Québec.

Une fois que la reconnaissance d'une ARTV est publiée dans la Gazette officielle du Québec, le Conseil des appellations publie à son tour l'accréditation de l'organisme de certification recommandé pour la nouvelle ARTV. Une fois ces étapes réalisées, le cahier des charges homologué est publié dans le site Web du Conseil des appellations.

3.11 Maintien des ARTV

Le Service des ARTV fait le suivi et les mises à jour des cahiers des charges et communique l'information sur les ARTV, en collaboration avec les autres services du Conseil des appellations. Il travaille entre autres avec le CAEQ, pour le maintien de l'accréditation des organismes de certification, et avec la Surveillance pour le contrôle des ARTV.

Principales étapes de l'examen d'un dossier de demande de reconnaissance d'une appellation



4. Définitions

Analyse sensorielle : Analyse des propriétés organoleptiques d'un produit par les organes des sens, à savoir la vue, l'ouïe, le goût, l'odorat et le toucher.

Appellation : Identification d'un produit qui, par ses caractéristiques particulières ou son mode de production, se distingue des autres produits de même catégorie.

Appellation de spécificité : Identification d'un produit qui possède une caractéristique, ou un ensemble de caractéristiques, qui le distingue nettement d'autres produits similaires appartenant à la même catégorie. Le produit peut être élaboré n'importe où au Québec, indépendamment d'une région déterminée.

Appellation de spécificité traditionnelle : Appellation de spécificité d'un produit qui se distingue par une caractéristique héritée de générations antérieures, qu'elle résulte de la matière première utilisée, de la composition ou de la méthode d'obtention.

Appellation de type territorial (ou relative au lien avec un terroir) : Identification d'un produit selon sa région de production, au titre soit d'indication géographique protégée, soit d'appellation d'origine.

Attribut : Propriété, aspect, caractère propre à une chose ou à une personne.

Cahier des charges : Document public visant à définir exhaustivement les spécifications d'un produit à réaliser ou d'un service à livrer. Il décrit aussi les modalités d'exécution, incluant le plan de contrôle, et il définit les objectifs à atteindre au regard du cadre d'application. Le cahier des charges doit comprendre tous les éléments prévus au référentiel le concernant, et ce, en vertu du *Règlement sur les appellations réservées*.

Caractéristique extrinsèque : Caractéristique qui vient du dehors, qui ne dépend ni de la nature ni de l'essence de quelque chose.

Caractéristique intrinsèque : Caractéristique propre et inhérente à quelque chose.

Conseil : Instance du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants qui a la responsabilité d'homologuer les cahiers des charges.

Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV, ou Conseil des ap-

pellations) : Organisme qui a compétence en matière de conformité des produits visés par une appellation réservée par le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, au regard des normes prescrites pour ces appellations.

Consensus : Accord général caractérisé par l'absence d'opposition ferme à l'encontre de l'essentiel du sujet émanant d'une partie importante des intérêts en jeu et par un processus de prise en considération des vues de toutes les parties concernées et de rapprochement des positions divergentes éventuelles.

[...] Le consensus n'implique pas nécessairement l'unanimité.

Source : Guide ISO/CEI 2

Dénomination : Mot ou groupe de mots désignant, pour une appellation relative au lien avec un terroir, une réalité géographique, toponymique, administrative, politique, culturelle, linguistique, etc. Dans le cas d'une appellation relative à une spécificité, la dénomination évoque la spécificité alléguée du produit. La dénomination d'un terme valorisant exprime quant à elle la caractéristique particulière alléguée du produit.

Dénomination générique : Désignation d'un produit mentionnant le lieu où la région où il a été initialement produit, fabriqué ou commercialisé, et qui est par la suite devenue le nom générique usuel du produit, sans égard à sa provenance (p. ex. : chou de Bruxelles, moutarde de Dijon, savon de Marseille).

Éléments d'étiquetage : Mentions obligatoires d'une étiquette, qui comprennent la dénomination complète du produit (et ses déclinaisons éventuelles), le nom de la catégorie d'appellation, la mention de l'organisme de certification et, éventuellement, un logo).

Groupeur demandeur (regroupement) : Regroupement de personnes ou de sociétés légalement constitué qui représente l'ensemble des acteurs économiques impliqués dans la production ou la transformation d'un produit, si possible de façon équilibrée pour assurer la non-prédominance d'intérêts dans son fonctionnement. Ce regroupement est le demandeur de l'appellation, et c'est lui qui gèrera l'appellation une fois celle-ci reconnue.

Indication de provenance : Référence directe ou indirecte à la provenance géographique des produits ou des services. La provenance d'un produit est déterminée par son lieu de fabrication ou la

provenance des matières de base et des composants utilisés, sans que des caractéristiques de ce produit ne soient attribuables à l'aire géographique dont il provient.

Milieu géographique : Espace se singularisant par des facteurs naturels (climat, qualité du sol, flore bactérienne spécifique à une région) et humains (savoir-faire local).

Norme : Éléments compris dans tout cahier des charges qui fournissent, pour des usages répétés, des règles, directives ou exigences concernant des produits, des procédés ou des modes de production. La norme peut aussi inclure de la terminologie et des exigences d'étiquetage et d'emballage qui s'appliquent au produit, procédé ou mode de production. Toute norme et toute modification subséquente doivent être approuvées par le Conseil dans la cadre du processus d'homologation du cahier des charges.

Organoleptique : Se dit d'une caractéristique qui affecte les organes des sens, comme le goût, l'odeur, la couleur, l'aspect, ou la consistance d'un produit.

Origine : Lieu de la première apparition d'un produit ou d'un élément caractéristique dudit produit.

Portée (champ) : La portée désigne l'étendue de certification du produit, soit tous les stades d'opération (catégories d'activités) pour lesquels le produit doit être certifié.

Produit courant : Produit conforme aux exigences minimales de la réglementation en vigueur et aux usages obligatoires de loyauté des ventes. La référence au produit courant est de niveau provincial. Le produit courant n'est pas certifiable.

Provenance : Endroit d'où provient un produit.

Réputation : Fait d'être connu et de faire l'objet d'une appréciation qui peut être positive (bonne réputation) ou négative (mauvaise réputation). Un jugement de valeur n'est toutefois pas nécessaire pour parler de réputation, puisque cette notion comprend aussi un aspect de notoriété (la mesure dans laquelle un produit est connu, sans qu'une opinion favorable ou défavorable contribue à ce renom). La notoriété seule ne peut être invoquée pour justifier l'attribution d'une appellation. Lorsque l'on s'appuie sur la réputation pour défendre un projet d'appellation, on suppose que le produit a globalement une image positive, qu'il est perçu par les consommateurs comme ayant une certaine qualité associée au lieu de production, à l'origine géographique du produit.

La réputation est une des composantes de l'identité d'un produit et une des raisons pour lesquelles on le recherche.

Requérants : Les entreprises licenciées par un organisme de certification accrédité qui sont les utilisateurs d'une ARTV et qui offrent à la vente des produits certifiés. Dans le vocabulaire ISO, il s'agit des fournisseurs de produits certifiés.

Terme générique : Notion générale ou globale qui désigne un type, un ensemble, un genre entier.

Terme valorisant : Un terme valorisant identifie une caractéristique particulière d'un produit, généralement liée à une méthode de production ou de préparation recherchée par le consommateur.

Test hédonique : Test de consommateurs visant à mesurer le plaisir ou la satisfaction éprouvés à la vue ou à la consommation d'un produit. Il peut être complété par une analyse sensorielle qui permet de mieux interpréter les évaluations du produit.

Terroir : Un terroir est un espace géographique délimité où une communauté humaine construit au cours de l'histoire un savoir collectif de production, fondé sur un système d'interactions entre un milieu physique et biologique et un ensemble de facteurs humains, dans lequel les itinéraires socio-techniques mis en jeu révèlent une originalité, confèrent une typicité et engendrent une réputation, pour un produit originaire de cet espace géographique (Définition adoptée par l'INAO).

Traçabilité : Capacité de suivre de façon ascendante et descendante, parmi des stades précis de la production, de la transformation et de la distribution, les déplacements des matières premières et des ingrédients ayant servi à réaliser un aliment ainsi que des informations jugées pertinentes sur le produit.



**CONSEIL DES
APPELLATIONS**
RÉSERVÉES ET DES TERMES VALORISANTS

4.03 -201, boulevard Crémazie Est
Montréal (Québec) H2M 1L2
Canada

Téléphone : 514.864.8999
Télécopieur : 514.873.2580

info@cartv.gouv.qc.ca
www.cartv.gouv.qc.ca
