NOM DE L’APPELATION

**Cahier des charges  
pour des**

**appellations de spécificité   
(AS)   
et  
appellations de spécificité traditionnelle   
(AST)**

présenté au   
  
CARTV

par  
  
Nom

Numéro de version  
Dernière version des exigencesDernière mise à jour rédactionnelle

Table des matières

Pages

1. Appellation réservée dont on demande la reconnaissance 1

1.1. Description du produit 2

1.2. Portée de la certification 2

2. Description de la méthode d’obtention du produit 3

2.1. Méthode d’obtention du produit 3

2.2. Exigences de traçabilité 4

3. Exigences RELATIVES à l’étiquetage 5

3.1. Normes d’étiquetage 5

3.2. Emballage et documents commerciaux 5

3.3. Publicité et promotion 5

4. Structure de certification 7

4.1. Points de contrôle et méthodes d’évaluation 7

4.2. Structures de contrôle 7

5. conditions ayant trait à la commercialisation du produit 8

5.1. Utilisateurs agréés 8

5.2. Conditions d’interdiction de mise en marché 8

6. Annexes 9

6.1. Définitions 9

6.2. Schéma de vie de l’appellation 9

6.3. Plan de contrôle 9

6.4. Publication dans la Gazette officielle du Québec 9

6.5. Identification du groupement demandeur 9

6.6. Autres 9

1. Appellation réservée dont on demande la reconnaissance

Référez-vous au Guide des demandes de reconnaissance Appellation de spécificité (AS) et Appellation de spécificité traditionnelle (AST) pour vous assurer d’intégrer tous les détails nécessaires.

Conformément à l’article 3, 3°, a) du Règlement, il faut identifier les termes (ou association de termes) pour lesquels la reconnaissance d’appellation est demandée.

La dénomination à protéger doit désigner un produit comportant des caractéristiques qui le différencient des produits courants de sa famille (de même catégorie). La dénomination représente la spécificité du produit de telle sorte qu’il existe déjà un lien entre celle-ci et les caractéristiques du produit.

La dénomination à protéger doit désigner un seul produit ou une catégorie de produits (fromages, viandes, pains, poissons, etc.) et, s’il y a lieu, ses dérivés. Elle ne peut désigner un groupe de produits divers. Par exemple, « produit fermier », regroupe des produits de catégories diverses (fromages, viande, légumes), donc elle ne peut être protégée par une appellation de spécificité. Un groupe de produits divers réunit des produits de catégories différentes.

Pour garantir une certaine cohérence dans la description des caractéristiques particulières, on considère que la spécificité doit s’exprimer au sein d’une même catégorie de produits pour être reconnue. Si ce n’est pas le cas, le recours à un terme valorisant serait éventuellement possible.

Une appellation de spécificité (ou une appellation de spécificité traditionnelle) ne fait pas référence à un lieu géographique. Ainsi, les phases de production, transformation ou élaboration visées par l’appellation peuvent être réalisées sans distinction de lieu. Une appellation de spécificité reconnue pourrait ainsi également désigner un produit en provenance de l’extérieur du Québec à condition qu’il respecte les exigences du cahier des charges.

**AST**: S’il s’agit d’une spécificité traditionnelle, la dénomination à protéger doit être connue ou doit désigner un produit qui présente un caractère historique ou traditionnel (non récent).

La longévité historique d’un produit faisant l’objet d’une demande d’appellation relative à une spécificité traditionnelle devrait équivaloir à au moins une génération, cette dernière étant définie par une période d’au moins 20 ans. Conformément à l’art. 1, 3° du *Règlement sur les appellations réservées* (« *caractéristique héritée d’au moins une génération antérieure* »), un produit qui remonte à moins d’une génération peut faire l’objet d’un examen; par exemple, il peut s’agir de la version réactualisée d’un produit ayant déjà existé, mais qui a fait l’objet d’une rupture dans le temps. Dans ce cas, pour en garantir l’authenticité, il est important que toutes les autres exigences soient respectées.

Dans cette section, on peut présenter, de façon succincte, 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 des premières descriptions du produit et de la méthode de transformation le cas échéant. À cela peuvent s’ajouter les raisons historiques justifiant le produit et ses caractéristiques. Sont favorisées la présence de citations et les références permettant d’ancrer historiquement le produit au terroir, notamment dans sa dimension de savoir-faire humain. L’usage de références bibliographiques est de rigueur dans cette section à défaut de quoi on peut citer des témoignages oraux.

* 1. Description du produit

Il s’agit ici de décrire le produit et de le définir avec ses principales caractéristiques.

* + 1. Les matières premières (composition), et ingrédients utilisés, le cas échéant.
    2. L’état du produit à la vente (frais, réfrigéré, surgelé, pasteurisé, en vrac ou conditionné, etc.).
    3. Les principales caractéristiques physiques (pH, forme, poids, aspect, etc.) et/ou
    4. Les principales caractéristiques chimiques (présence ou absence d’additifs, de résidus, etc.) et/ou
    5. Les principales caractéristiques microbiologiques (utilisation de tels ferments, etc.) et/ou
    6. Les principales caractéristiques organoleptiques (saveur, texture, couleur, profil sensoriel, etc.). Les caractéristiques organoleptiques sont importantes pour mettre en valeur un produit destiné à porter une appellation de spécificité.

Dans le cas où le dossier soumis fait état de caractéristiques organoleptiques distinctives du produit en vue de définir sa spécificité, il conviendra de décrire les éléments distinctifs du produit qui peuvent être perçus par les organes sensoriels (vue, goût, odorat, toucher, ouïe), en employant une méthode objective qui doit être décrite (par exemple, test de caractérisation en impliquant des professionnels, analyse sensorielle, test hédonique, etc.). Toutefois, seuls les éléments distinctifs du produit d’appellation par rapport au produit courant devront être décrits.

Même si le dossier soumis ne fait pas état de caractéristiques organoleptiques distinctives du produit en vue de définir sa spécificité, une description organoleptique du produit devrait tout de même être incluse au dossier de demande.

* 1. Portée de la certification
     1. La liste ou la catégorie de produits pouvant faire l’objet d’une certification.

Ici, il faut décrire le champ concerné (la portée) par la certification du produit.

* + 1. À partir de quel stade de production et jusqu’à quel stade de réalisation le produit doit être certifié. Par exemple :
* Production au champ, élevage, etc.
* Transformation
* Restaurants, etc.

1. Description de la méthode d’obtention du produit

En référence à l’article 3, 3°, b) et d) du Règlement, il s’agit ici de décrire la méthode d’obtention du produit et, selon le paragraphe 3 de l’article 1:

* AS : Dans le cas d’une appellation réservée relative à une spécificité, le produit doit posséder une caractéristique ou un ensemble de caractéristiques qui le distingue nettement d’autres produits similaires appartenant à la même catégorie. Elle doit exprimer la spécificité alléguée.
* AST : S’il s’agit d’une spécificité traditionnelle, le produit doit se distinguer par une caractéristique héritée d’au moins une génération antérieure, qu’elle résulte de la matière première utilisée, de la composition ou de la méthode d’obtention. Elle doit exprimer la spécificité alléguée.

Ici, il faut brosser les éléments décrivant la méthode d’obtention du produit de façon à exprimer la spécificité alléguée. Il s’agit de caractéristiques certifiées faisant partie des exigences minimales de contrôle s’appliquant à la matière première, aux méthodes de transformation, à l’élaboration et au conditionnement.

Cette description doit coïncider avec la portée de la certification du produit telle que spécifiée (à partir de quel stade de production et jusqu’à quel stade d’élaboration, le produit doit être certifié).

La description de la matière première, de la composition ou de la méthode d’obtention traditionnelle est requise, en spécifiant quels sont les points communs entre la méthode actuelle et la méthode traditionnelle.

Si la méthode traditionnelle existe, elle doit être documentée dans l’historique. L’élément essentiel est de démontrer que des caractéristiques permettant de singulariser le produit parmi les autres ont été consacrées par un usage collectif ou potentiellement collectif du nom du produit, en fonction de caractéristiques précises et reconnues par les entreprises de production et de préparation, de même que les consommateurs (usage traditionnel).

Lorsque la méthode actuelle diffère relativement à des éléments cruciaux de la méthode d’obtention du produit, cette évolution est justifiée, par exemple, par des arguments technologiques ou de santé publique.

* 1. Méthode d’obtention du produit

Les éléments figurant dans la description de la méthode d’obtention du produit sont spécifiques, distinctifs. Il s’agit de caractéristiques certifiées faisant partie des exigences minimales relatives au contrôle de la matière première ainsi que des méthodes de transformation, d’élaboration et de conditionnement. Voici quelques exemples de critères descriptifs de la méthode d’obtention

* + 1. Matière première : espèce/variété ou race spécifique, mode d’alimentation, mode de conduite des prairies, nature et origine des compléments, aliments interdits, mode de stockage et de collecte, composition spécifique de la matière première, définition des proportions relatives d’ingrédients, etc.
    2. Transformation : stockage, durée de transformation, équipements spécifiques, tours de main, ingrédients (provenance, type de culture), additifs, formes et dimensions, etc.
    3. Élaboration : conditions et durée d’affinage, de séchage, de maturation, profil sensoriel du produit, texture, etc.
    4. Conditionnement (le cas échéant) : emballage spécifique au produit, etc.
    5. Autres : transport, bien-être, etc.
  1. Exigences de traçabilité

Les éléments de cette section 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 AS ou d’une AST, ces éléments attestent qu’une ou toutes les étapes de réalisation du produit ont lieu dans le respect des normes édictées.

Des tableaux illustrant la traçabilité ascendante et descendante, de la production à la commercialisation, doivent figurer dans cette section du cahier des charges.

1. Exigences RELATIVES à l’étiquetage

En référence à l’article 3, 3°, g) du Règlement, les exigences spécifiques relatives à l’étiquetage liées à la mention « appellation de spécificité » ou « appellation de spécificité traditionnelle », doivent être définies.

* 1. Normes d’étiquetage

Décrire ici les mentions d’étiquetage obligatoires et le cas échéant les mentions facultatives. Proposer lorsqu’à propos des schémas d’étiquetage simplifiés.

* + 1. Les éléments d'étiquetage visés concernent avant tout la traçabilité du produit. Ils doivent comprendre le nom de l'appellation réservée, ainsi que la mention « appellation de spécificité » ou « appellation de spécificité traditionnelle ».
    2. Ces éléments (nom de l'appellation réservée, mention « appellation de spécificité » ou « appellation de spécificité traditionnelle ») doivent se trouver dans le même champ visuel.
    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 de spécificité » ou « appellation de spécificité traditionnelle » doivent figurer dans le logo.
    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.
  1. Emballage et documents commerciaux
     1. Il n’est pas permis à l’entreprise de faire un usage polyvalent d’un emballage, qui pourrait contenir des produits d’appellation certifiés et des produits non certifiés selon le cahier des charges de l’appellation réservée.
     2. Spécifier ce que doivent également comprendre les documents commerciaux (Mention de la catégorie d’appellation suivie du nom de l’appellation; nom commercial de l’organisme de certification inscrit de façon claire et lisible).
  2. Publicité et promotion

Ici, il faut définir les règles en lien avec la publicité et la promotion des produits certifiés. Par exemple, définir des règles comme; ne pas associer à l’appellation réservée à des allégations ne correspondant pas à son essence, telle « sans OGM » si ceci ne fait partie des critères de certification.

* + 1. Les informations pouvant figurer sur l’étiquette d’un produit peuvent aussi être utilisées sur l’emballage du produit, ses documents commerciaux, dans la publicité, matériel de présentation, dépliants, sites Web, etc.
    2. L’usage du terme de l’appellation et de sa catégorie n'est permis dans la publicité et le matériel de présentation, que lorsque celui-ci est associé visuellement au produit certifié.
    3. Les informations interdites sur les étiquettes sont également interdites sur tout autre support.
    4. Les organismes qui font la promotion d'entreprises qui mettent en marché des produits utilisant l'appellation réservée, sans pour autant offrir à la vente ce type de produits (organismes touristiques, association de promotion des produits régionaux, etc.), sont assujettis à la LARTV, notamment par le fait qu'elles sont susceptibles de participer à une infraction que pourrait commettre toute autre personne dont ils font la promotion des produits, étant dès lors passibles de la même peine en vertu de l'article 67 de la Loi. Ils doivent par conséquent s'assurer que l'information qu'ils diffusent ne recèle aucune allégation pouvant induire le public en erreur. Ils doivent insérer dans leurs publications à format physique ou électronique, y compris celles diffusées sur le Web, une information qui ne risque pas d'être erronée en cours de publication ou si cela est impossible à garantir, prendre des mesures raisonnables pour que ceux et celles qui accèdent à ces publications soient avisés de ce risque et des moyens pour avoir accès à une mise à jour de l'information publiée.
    5. Ils doivent exiger des entreprises participant à leur programme :
* qu'aucun certificat, attestation ou rapport ne soit utilisé, en totalité ou en partie, de façon susceptible d'induire le consommateur en erreur;
* qu'elles l'informent sur-le-champ de toutes modifications à leur statut en regard de la certification de leurs produits d’appellation.
  + 1. Toute mention d’une entreprise et des produits qu’elle propose, à l’intérieur d’une publication, doit être accompagnée du nom de l’organisme de certification. Le promoteur a la responsabilité de contrôler la validité de la certification de cette entreprise et de ces produits.

1. Structure de certification

En référence à l’article 3, 3°, e) du Règlement, les points de vérification et leurs méthodes d’évaluation doivent être définis. Dans cette section on trace un portrait global du contrôle et de l’évaluation. Le tout sera plus clairement défini dans le plan de contrôle qui doit figurer en annexe du cahier des charges.

* 1. Points de contrôle et méthodes d’évaluation

Ici, l’on identifie, à partir des caractéristiques du produit, les points de vérification nécessaires à la certification dans les grandes lignes; le détail doit se retrouver au plan de contrôle en annexe.

* 1. Structures de contrôle
     1. En référence à l’article 3, 3°, f) du Règlement, les références concernant la structure de contrôle doivent être définies. La structure de contrôle peut prévoir des audits internes (dont la certification de groupe) assujettis à la vérification d’un organisme de certification. Dans ce cas, la description des contrôles internes est attendue.
     2. Organisme de certification accrédité

1. conditions ayant trait à la commercialisation du produit

Cette section explicite les obligations et restrictions ayant trait à la mise en marché des produits d’appellation.

* 1. Utilisateurs agréés

Lorsque des restaurateurs, transformateurs ou distributeurs utilisent des produits certifiés, il n’est pas toujours pertinent d’exiger la certification. Les promoteurs du projet d’ARTV peuvent envisager de recourir à un programme d’autodéclaration obligatoire des utilisateurs pour encadrer certains usages de l’appellation. Pour ce faire, une entreprise s’enregistrera auprès du CARTV pour déclarer qu’elle fait usage d’une ARTV en conformité avec le cahier des charges et le plan de contrôle, en donnant le nom de chacun de ses fournisseurs certifiés. Le service de Surveillance pourra alors contrôler si les affirmations de l’établissement sont conformes.

Par exemple, un restaurateur désirant mettre au menu du maïs de Neuville pourrait être autorisé à utiliser ce logo, à condition d’informer le CARTV qu’il en fait usage en remplissant le formulaire en ligne et en répondant à toutes les questions correctement.

* 1. Conditions d’interdiction de mise en marché

Cette section explicite les restrictions ayant trait à la mise en marché des produits d’appellation, lorsqu’elle n’est plus possible.

* + 1. La mise en marché de produits portant l’appellation réservée « X » est interdite dans les situations suivantes, si :
* le produit n’a pas été certifié par un organisme de certification accrédité par le CARTV
* l’organisme ayant délivré le certificat de conformité n’est pas accrédité par le CARTV pour la certification des produits désignés sous l’appellation « X »;
* le certificat de conformité n’a pas été renouvelé par le certificateur accrédité, à la suite d’un abandon volontaire de l’entreprise ou à la suite d’un retrait de certification ordonné par le certificateur accrédité. Dans ces cas, l’entreprise devra déclarer ses inventaires de produits certifiés à l’organisme de certification.

1. Annexes
   1. Définitions

Inscrire ici les définitions jugées pertinentes pour une bonne compréhension et interprétation du cahier des charges.

* 1. Schéma de vie de l’appellation

En lien avec l’article 1.2. Portée de la certification, un schéma de vie du produit est attendu pour préciser chaque étape de son élaboration, depuis la production des matières premières jusqu’à l’élaboration du produit fini. Les différents types d’opérateurs intervenant dans la réalisation du produit sont identifiés en précisant si l’étape d’élaboration à laquelle ils procèdent requiert une certification.

* 1. Plan de contrôle

Un plan de contrôle complet doit être élaboré et testé en phase pilote.

Un tableau d’audit doit identifier les méthodes d’évaluation pertinentes pour chaque point de vérification.

* 1. Publication dans la Gazette officielle du Québec

Inscrire la date de publication de la reconnaissance de l’appellation réservée et toute autre information officielle en lien avec la reconnaissance de l’ARTV.

Inscrire les informations en lien avec l’organisme de certification accrédité pour l’appellation, une fois l’accréditation accordée et la publication réalisées dans la Gazette officielle.

* 1. Identification du groupement demandeur

Nom du groupement demandeur, coordonnées, etc.

* 1. Autres