NOM DE L’APPELATION

**Cahier des charges
pour une appellation territoriale IGP-AO**

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 1

1.2. Portée de la certification 1

2. Délimitation de l’aire géographique 2

2.1. Délimitation et description de l’aire géographique 2

2.2. Justification de la délimitation de l’aire géographique 2

3. Caractéristiques du produit attribuables à l’aire géographique 3

3.1. Existence historique du produit dans l’aire géographique 3

3.2. Éléments établissant que le produit est originaire de cette aire géographique 3

4. Description de la méthode d’obtention du produit 5

4.1. Méthode d’obtention du produit 5

4.2. Exigences de traçabilité 5

5. Exigences relatives à l’étiquetage 6

5.1. Normes d’étiquetage 6

5.2. Emballage et documents commerciaux 6

5.3. Publicité et promotion 6

6. Structure de certification 8

6.1. Points de contrôle et méthodes d’évaluation 8

6.2. Structures de contrôle 8

7. conditions ayant trait à la commercialisation du produit 9

7.1. Utilisateurs agréés 9

7.2. Conditions d’interdiction de mise en marché 9

8. Annexes 10

8.1. Définitions 10

8.2. Schéma de vie de l’appellation 10

8.3. Plan de contrôle 10

8.4. Publications dans la Gazette officielle du Québec 10

8.5. Identification du groupement demandeur 10

8.6. Autres 10

1. appellation réservée dont on demande la reconnaissance

Référez-vous au Guide des demandes de reconnaissance AO et IGP pour vous assurer d’intégrer tous les détails nécessaires.

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.

La dénomination à protéger doit désigner un seul produit et, s’il y a lieu, ses dérivés et non un groupe de produits divers.

La dénomination à protéger doit comporter un toponyme lié à l’aire géographique (Article 1, 3° du *Règlement sur les appellations réservées*). De plus, la dénomination représente la région géographique où est réalisé le produit de telle sorte qu’il existe un lien entre le produit et la région lui donnant son nom.

* 1. Description du produit

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

Les matières premières du produit (composition).

L’état du produit à la vente (frais, réfrigéré, surgelé, en vrac ou conditionné, etc.)

Les principales caractéristiques physiques (pH, forme, aspect, etc.), et/ou

Les principales caractéristiques chimiques (présence ou absence d’additifs, de résidus, etc.), et/ou

les principales caractéristiques microbiologiques (utilisation de tels ferments, etc.), et/ou

Les principales caractéristiques organoleptiques (saveur, texture, couleur, profil sensoriel, etc.).

* 1. Portée de la certification

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

Ici, il faut décrire le champ concerné par la certification du produit (la portée). 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.
* Transformations
* Restaurants, etc.
1. Délimitation de l’aire géographique

En référence à l’article 3, 2°, c) du Règlement, la délimitation de l’aire géographique doit être définie. Voir la section 3.4 du Guide des demandes de reconnaissances pour plus de détails.

Les caractéristiques communes qui appartiennent à toute l’aire délimitée doivent être définies. Ainsi, la délimitation correspond à une délimitation administrative existante (liste de municipalités, de municipalités régionales de comté, de régions administratives (p. ex. Québec maritime) ou exceptionnellement le Québec dans son ensemble) ou non, recouvrant idéalement la ou les zones géographiques naturelles dont certaines des caractéristiques ont une influence sur le produit.

* 1. Délimitation et description de l’aire géographique

Ici, il faut tracer adéquatement les limites de l’aire géographique délimitée par l’appellation.

Il s’agit également de définir et décrire cette aire géographique.

…

* 1. Justification de la délimitation de l’aire géographique

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 aire, notamment si des productions existent en dehors de la zone proposée par le groupement demandeur.

Les caractéristiques communes qui appartiennent à toute l’aire délimitée doivent être identifiées.

1. Caractéristiques du produit attribuables à l’aire géographique

En référence à l’article 2, 2° du Règlement, le produit comporte des caractéristiques qui le différencient des produits courants. Cette différenciation trouve son fondement dans le terroir caractéristique de la zone géographique proposée.

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 : une qualité déterminée ou une réputation démontrée.

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).

* 1. Existence historique du produit dans l’aire géographique

En référence à l’article 3, 2°, d) du Règlement, les éléments établissant que le produit est originaire de cette aire géographique doivent être précisés. 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 l’histoire du produit 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.

* 1. Éléments établissant que le produit est originaire de cette aire géographique

Selon s’il s’agit d’une IGP ou d’une AO, une qualité déterminée, une réputation, un savoir-faire spécifique ou l’ensemble des caractéristiques du produit sont dues au milieu géographique.

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. Il s’agit de décrire l’étendue actuelle de la notoriété du produit (locale, nationale ou internationale) ainsi que la réputation. Diverses preuves documentaires illustrent le traitement médiatique du produit 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.

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 culturales, processus de fabrication, etc.).

1. Description de la méthode d’obtention du produit

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.

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). Il faut de plus décrire les étapes qui ont lieu dans la zone délimitée.

* 1. Méthode d’obtention du produit

Ici, il faut brosser les éléments décrivant la méthode d’obtention du produit qui doivent être 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 méthodes de transformation, à l’élaboration et au conditionnement.

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

Matière première : 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.

* 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 IGP ou d’une AO, ces éléments attestent qu’une ou toutes les étapes de réalisation du produit ont lieu dans l’aire géographique.

Des tableaux illustrant la traçabilité ascendante et descendante, de la production à la commercialisation, doivent figurer dans cette section du cahier des charges. Lorsque cela est prévu pour le type de produit concerné, l’emploi de marques de traçabilité indélébiles doit être décrit.

1. Exigences relatives à l’étiquetage

En référence à l’article 3, 2°, i) du Règlement, les exigences spécifiques relatives à l’étiquetage 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.

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 ».

Ces éléments (nom de l’appellation réservée, mention « appellation d’origine » ou « indication géographique protégée ») doivent se trouver dans le même champ visuel.

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.

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

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.

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).

* 1. 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, tel « sans OGM » si ceci ne fait partie des critères de certification.

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.

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.

Les informations interdites sur les étiquettes sont également interdites sur tout autre support.

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.

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.

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, 2°, g) 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, 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

En référence à l’article 3, 2°, h) 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.

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.

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. Publications dans la Gazette officielle du Québec

Inscrire la date de publication de la reconnaissance de l’appellation réservée et toute autre information officielles 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 réalisée dans la Gazette officielle.

* 1. Identification du groupement demandeur

Nom du groupement demandeur, coordonnées, etc.

* 1. Autres