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. Définitions 3

2. Introduction 4

3. appellation réservée visée par la demande de reconnaissance 4

3.1. Description du produit 4

3.2. Portée de la certification 5

4. Délimitation de l’aire géographique 6

4.1. Délimitation et description de l’aire géographique 6

4.2. Justification de la délimitation de l’aire géographique 6

5. Caractéristiques du produit attribuables à l’aire géographique 7

5.1. Existence historique du produit dans l’aire géographique 7

5.2. Liens entre le produit et l’aire géographique 8

6. Description de la méthode d’obtention du produit 9

6.1. Méthode d’obtention du produit 9

7. Exigences relatives à l’étiquetage 10

7.1. Normes d’étiquetage 10

7.2. Emballage 10

8. Conditions ayant trait à la mise en marché du produit 11

8.1. Documents commerciaux 11

8.2. Publicité et promotion 11

8.3. Utilisateurs dispensés de certification 12

8.4. Conditions en cas d’arrêt de de certification 13

8.5. Marque de commerce 13

9. Structure de controle 14

9.1. Points de contrôle et méthodes d’évaluation 14

9.2. Plan de contrôle 14

9.3. Publications dans la Gazette officielle du Québec 14

9.4. Organisme de certification accrédité 15

9.5. Identification du groupement de demandeurs et gestion de l’appelation réservée 15

9.6. Révision du cahier des charges 15

10. Annexes 16

10.1. Traçabilité 16

10.2. Schéma de vie de l’appellation 16

10.3. Bibliographie 16

10.4. Autres 16

1. Définitions

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

|  |  |
| --- | --- |
| Inscrire le mot ici | Inscrire la définition du mot ici |
|  |  |
|  |  |

1. Introduction

Ajouter une introduction ici.

1. appellation réservée visée par la demande de 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 sur les appellations réservées (*ci-après nommé *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*). 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.

* + 1. Les matières premières du produit (composition).
		2. L’état du produit à la vente (frais, réfrigéré, surgelé, en vrac ou conditionné, etc.).
		3. Les principales caractéristiques physiques (pH, forme, 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, apparence, couleur, profil sensoriel, etc.).

* 1. Portée de la certification
1. La liste ou la catégorie de produits pouvant faire l’objet d’une certification.
2. 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 exercent une influence sur le produit.

* 1. Délimitation et description de l’aire géographique
1. Ici, il faut tracer adéquatement les limites de l’aire géographique délimitée par l’appellation.
2. Il s’agit également de définir et décrire cette aire géographique.
	1. Justification de la délimitation de l’aire géographique
3. 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.
4. Les caractéristiques communes qui appartiennent à toute l’aire délimitée doivent être identifiées.
5. 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
1. 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 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.
2. 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. Liens entre le produit et l’aire géographique
3. 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.
4. 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.
5. 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.).
6. 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.

1. La description de la méthode locale, loyale et constante est requise quand elle existe.
2. 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.
3. Transformation : stockage, durée de transformation, équipements spéciaux, tours de main, ingrédients (provenance, type de culture), additifs, formes et dimensions, etc.
4. Élaboration : conditions et durée d’affinage, de séchage, de maturation, profil sensoriel du produit, texture, etc.
5. Conditionnement (le cas échéant) : emballage propre au produit, etc.
6. 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.

1. Les éléments d’étiquetage assurent la traçabilité du produit certifié et la fiabilité des informations transmises au consommateur. Tous les éléments d’étiquetage doivent être vérifiés et approuvés par l’organisme de certification accrédité par le CARTV y compris les changements d’épreuve touchant l’appellation. Pour ce faire, il est conseillé d’adopter la bonne pratique de les faire approuver avant toute impression. Ils doivent en outre comprendre le nom de l’appellation réservée ainsi que la mention « appellation d’origine » ou « indication géographique protégée ».
2. Ces éléments (nom de l’appellation réservée, mention « appellation d’origine » ou « indication géographique protégée ») doivent apparaître sur la principale surface exposée de l’étiquette dans le même champ visuel.
3. Dans l’objectif d’améliorer la visibilité du produit et de le distinguer des autres produits courants sur le marché, le CARTV recommande l’utilisation du logo officiel pour identifier l’appellation réservée. Seuls les logos développés et figurant au Guide des normes graphiques du MAPAQ sont acceptés pour identifier les appellations et peuvent être utilisés sur l’étiquetage, l’emballage et tous les autres supports de présentation, de commercialisation et de promotion des produits. Les règles relatives à son utilisation sont édictées dans le Guide des normes graphiques du MAPAQ[[1]](#footnote-2).
4. Le nom ou l’acronyme du nom de l’organisme de certification accrédité par le CARTV doit également apparaître sous la formule « certifiée par XX ».
5. L’ajout, sur la principale surface exposée, de tout qualificatif ou superlatif aux termes ou à propos de l’appellation est interdit.
	1. Emballage
6. Pour tout emballage secondaire du produit certifié (tube, emballage cartonné, etc.) : si l’étiquette n’est pas visible au travers l’emballage, les mentions d’étiquetage obligatoires énoncées au paragraphe 5.1 doivent aussi figurer sur l’emballage du produit. L’emballage doit alors être validé par l’organisme de certification accrédité par le CARTV avant impression.
7. Conditions ayant trait à la mise en marché du produit

Cette section explicite les obligations et restrictions ayant trait à la mise en marché des produits d’appellation (distribution, détail, etc.).

* 1. Documents commerciaux

Les documents commerciaux émis par l’entreprise qui détient la certification permettent de distinguer les produits certifiés de ceux non certifiés.

* 1. Publicité et promotion

Ici, il faut définir les règles en lien avec la publicité et la promotion des produits certifiés.

Toutes les normes relatives à la publicité et la promotion énumérées à cette section, incluant les emballages promotionnels, le matériel de présentation, les vignettes descriptives, les affichettes de présentation, les dépliants et les sites Web, etc. s’appliquent aux produits certifiés portant l’appellation.

1. L’usage de l’appellation réservée et du logo officiel est autorisé. Seuls les logos développés et figurant au Guide des normes graphiques du MAPAQ sont acceptés pour identifier les appellations et peuvent être utilisés sur l’étiquetage, l’emballage et tous les autres supports de présentation, de commercialisation et de promotion des produits d’appellation. Les modalités d’utilisation du logo devront être respectées en conformité avec le Guide de normes graphiques des logos ARTV applicables[[2]](#footnote-3).
2. L’utilisation du nom, de l'acronyme ou du logo de l’organisme de certification accrédité par le CARTV pour certifier cette appellation, est réservé aux seules entreprises détenant la certification pour leurs produits.
3. Toute présentation ou communication d’une entreprise doit clairement identifier et distinguer les produits certifiés et ne doit pas porter le consommateur à croire que l’ensemble des produits qu’elle offre est certifié si ce n’est pas le cas.
4. L’utilisation de tout qualificatif ou superlatif aux termes ou à propos de l’appellation est interdite.

**Les organismes de promotion**

1. Les organismes ou individus qui ne vendent pas ces produits mais qui font la promotion d’entreprises ou la promotion de produits certifiés ont l’obligation de vérifier la véracité des informations qu’ils transmettent en regard des appellations réservées auprès de leurs fournisseurs (le certificat de conformité est la preuve que le produit est certifié).
2. Toute activité de publicité et de promotion doit être conforme aux normes citées à la section 6.2.
	1. Utilisateurs dispensés de certification

**A voir au cas par cas, selon l’appellation.**

L’identification des produits certifiés est facultative pour les grossistes, distributeurs et détaillants. Lorsque des derniers ou encore des établissements de restauration utilisant un produit certifié dans leurs recettes ou menus, veulent identifier des produits certifiés et en faire la promotion auprès de leurs clientèles, ils n’ont pas à demander une certification. Ils doivent toutefois se conformer aux normes qui les concernent respectivement.

En voici les grandes lignes :

* + 1. Grossistes, distributeurs et détaillants :
1. Toute activité de publicité et de promotion doit être conforme aux normes citées à la section 6.2. L’identifiant de l’organisme de certification accrédité par le CARTV pour certifier cette appellation (nom, acronyme ou logo) est toutefois réservé aux seules entreprises détenant la certification pour leurs produits.
2. Ces utilisateurs peuvent faire l’objet d’une inspection de la part d’un agent de surveillance du CARTV. Ils doivent être en mesure de démontrer que le produit utilisé est bien certifié en présentant notamment les preuves d’achat afférentes.
	* 1. Établissements de restauration[[3]](#footnote-4) et bars

Ces établissements sont fortement encouragés à utiliser et faire la promotion du tout produit d’appellation et des entreprises qui les produisent.

1. Toute activité de publicité et de promotion doit être conforme aux normes citées à la section 6.2. L’identifiant de l’organisme de certification accrédité par le CARTV pour certifier cette appellation (nom, acronyme ou logo) est toutefois réservé aux seules entreprises détenant la certification pour leurs produits.
2. Le nom de l’appellation réservée et le logo officiel sont autorisés sur les menus et sur des affichettes de présentation en autant que ces derniers sont associés au produit certifié. Seul le logo développé et figurant au Guide des normes graphiques du MAPAQ est accepté pour identifier les appellations. Les règles relatives à son utilisation sont édictées dans le Guide des normes graphiques du MAPAQ.
3. Ces utilisateurs peuvent faire l’objet d’une inspection de la part d’un agent de surveillance du CARTV et doivent être en mesure de démontrer que le produit utilisé est bien certifié en présentant notamment les preuves d’achat afférentes.
	1. Conditions en cas d’arrêt de de certification
		1. L’organisme de certification doit informer le CARTV de tout arrêt de certification d’une entreprise dans un délai de 2 jours ouvrables.
		2. Au moment de l’arrêt volontaire de la certification, l’entreprise qui détenait une certification doit déclarer ses inventaires de produits certifiés et numéros de lots à l’organisme de certification. Ce dernier transmettra ces informations au service de surveillance du CARTV pour fins de suivi.
		3. L’entreprise est autorisée à écouler ses produits certifiés en inventaire, à condition que les produits certifiés soient facilement distinguables de ceux non certifiés. Toutefois, dès que l’entreprise débute la production de produits non certifiés, aucune référence à l’appellation ne doit apparaitre dans la description et la promotion de ces nouveaux produits non certifiés, sur tous les moyens de communication, incluant la documentation, son site Internet, les réseaux sociaux et la publicité.
		4. L’entreprise est également tenue d’aviser ses clients du retrait de certification de ses produits et des modifications à effectuer dans leurs moyens de communications à propos desdits produits.
	2. Marque de commerce
4. Toute entreprise qui commercialise un produit sous une marque de commerce (combinaison de lettres, de mots, de sons ou de symboles) doit s’assurer que celle-ci ne génère aucune confusion avec l’appellation réservée.
5. Structure de controle

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.

* 1. Points de contrôle et méthodes d’évaluation
1. 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. 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.
	1. Plan de contrôle
2. Un plan de contrôle complet est élaboré et est détenu par l’organisme de certification accrédité (voir ci-dessous). Un tableau d’audit doit identifier les méthodes d’évaluation pertinentes pour chaque point de vérification.
3. Le contrôle externe (tierce partie) est sous la responsabilité de l’organisme de certification accrédité. Celui-ci a pour mandat de s’assurer que les entreprises qui demandent la certification pour leurs produits répondent à toutes les exigences du présent cahier des charges.
	1. Publications dans la Gazette officielle du Québec
4. 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.
5. Le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV) a pour mission de surveiller l’utilisation de l’appellation réservée. Le cahier des charges est homologué par le CARTV et est disponible sur son site Internet.

|  |  |
| --- | --- |
| **Une image contenant logo, Police, Graphique, symbole  Description générée automatiquement** | **Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV)** |
| **Adresse** | 4.03- 201, boulevard Crémazie EstMontréal (Québec) Canada H2M 1L2 |
| **Téléphone** | (514) 864-8999 |
| **Courriel** | info@cartv.gouv.qc.ca |
| **Site Internet** | [www.cartv.gouv.qc.ca](http://www.cartv.gouv.qc.ca) |

* 1. Organisme de certification accrédité

L’organisme de certification \_\_\_\_\_\_\_\_ est accrédité par le CARTV selon la norme ISO/CEI 17065:2012 – Évaluation de la conformité – Exigences pour les organismes certifiant les produits, les procédés et les services. Cet avis entre en vigueur le (DATE).

* 1. Identification du groupement de demandeurs et gestion de l’appelation réservée

Nom du groupement de demandeurs, coordonnées, etc.

1. Pour ce faire [détails]… Règles de gestion du groupe
2. L’identité visuelle de l’association qui représente les producteurs détenant l’appellation ne doit pas créer de confusion avec les identifiants visuels officiels de l’appellation réservée.
	1. Révision du cahier des charges
3. Le présent cahier des charges fera l’objet de révision au plus tard la 2e année d’entrée en vigueur de l’appellation réservée et par la suite au besoin, et minimalement tous les cinq ans.
4. Pour ce faire [détails]…
5. Le CARTV peut effectuer des modifications mineures au cahier des charges au besoin.

1. Annexes
	1. 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 son étiquetage. 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. 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. Bibliographie
	2. Autres
1. [Guide de normes graphiques des logos ARTV](https://cartv.gouv.qc.ca/app/uploads/2020/11/guide-de-normes_artv_2023.pdf) [↑](#footnote-ref-2)
2. [Guide de normes graphiques des logos ARTV](https://cartv.gouv.qc.ca/app/uploads/2020/11/guide-de-normes_artv_2023.pdf) [↑](#footnote-ref-3)
3. Il s’agit de tout établissement qui offre des produits pour consommation sur place ou prêts à emporter incluant par exemple les restaurants, traiteurs, pâtisseries, boulangerie. [↑](#footnote-ref-4)