Conseil des appellations réservées et des termes valorisants

Guide de demande

- appellation d'origine (AO)
- indication géographique protégée (IGP)

Conseil des appellations réservées et des termes valorisants

Guide de demande d'une appellation d'origine (AO) ou d'une indication géographique protégée (IGP)

Sommaire

1. Introduction 1
2. Les différents instruments de protection 2
   2.1 Instruments de la *Loi sur les marques de commerce* 2
      2.1.1 La marque ordinaire 2
      2.1.2 Le signe distinctif 3
      2.1.3 La marque de certification 3
      2.1.4 L'indication géographique 3
   2.2 Instruments de la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants* 4
      2.2.1 Les appellations relatives au lien avec un terroir (appellations territoriales) 4
      2.2.2 Les appellations relatives à une spécificité 4
      2.2.3 Les appellations relatives au mode de production 4
      2.2.4 Les termes valorisants 5
   2.3 Régimes de protection (surveillance) de la propriété intellectuelle 5
3. L'appellation réservée est-elle l'instrument le plus adéquat ? 5
4. Les étapes précédant la demande de reconnaissance 8
   4.1 Étude d'opportunité 8
   4.2 Élaboration d'un cahier des charges 8
   4.3 Préparation des outils de contrôle visant la certification du produit 8
5. La procédure d'examen d'un dossier de demande 9
6. Exigences pour les appellations de type territorial (AO et IGP) 11
7. Critères d'évaluation des éléments devant figurer au cahier des charges 12
Annexe 1 Définitions 16

Version 1.8
Modifiée, le 4 juin 2014

© 2010 CARTV

1. Introduction

Les appellations réservées ont un rôle multiple et essentiel au sein de nos économies de marché. Fondamentalement, elles garantissent au consommateur l'authenticité d'un produit alimentaire comportant des attributs spécifiques. Elles permettent également de protéger les producteurs et leurs produits contre les imitations et usurpations de dénomination. Puis, elles valorisent un savoir-faire à travers le strict respect d'un cahier des charges, conçu spécifiquement pour préserver la qualité et exprimer les caractéristiques intrinsèques de chaque produit. Enfin, d'un point de vue social, les appellations réservées contribuent de manière significative au maintien d'une activité économique rurale en permettant aux acteurs de la filière d'en tirer un revenu substantiel et, par conséquent, de freiner l'exode rural.

Les produits portant des appellations ou susceptibles d'être reconnus en tant qu'appellations sont naturellement des produits distinctifs. Par exemple, dans le cas des produits d'appellations de type territorial, les facteurs de distinction sont dus avant tout à leur origine géographique qui procure aux produits les conditions environnementales et sociales nécessaires à l'éclosion et au développement des caractéristiques uniques associées à leurs qualités.

Le but de ce guide est d'une part d'informer le public et l'industrie sur le concept même des appellations territoriales et d'autre part de fournir aux entreprises désireuses de soumettre une demande de reconnaissance d'une appellation d'origine (AO) ou d'une indication géographique protégée (IGP), un canevas pour les aider concrètement dans l'élaboration de leur dossier de demande de reconnaissance.

Le contenu de ce guide a été élaboré d'après les dispositions du *Règlement sur les appellations réservées* (c. A-20.03, r.2) et le *Référentiel d'application du CARTV concernant la reconnaissance d'une appellation relative au lien avec un terroir.*

Le premier chapitre donne une description sommaire des instruments de protection qui sont à la disposition des entreprises à l'intérieur de la législation canadienne et québécoise. Le second chapitre permet de choisir l'instrument de protection le mieux adapté à la situation et notamment de déterminer si une appellation réservée constitue la meilleure voie à emprunter. Le troisième chapitre traite des étapes à franchir avant de soumettre une demande de reconnaissance. Le quatrième chapitre présente la procédure d'examen à laquelle est soumis tout dossier de demande de reconnaissance. Le cinquième chapitre décrit les exigences associées à tout type d'appellations de type territorial et dont le respect doit être démontré dans le dossier de demande. Enfin, le sixième chapitre expose les critères utilisés par le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants afin d'évaluer les éléments devant être présents dans le cahier des charges compris dans le dossier.

Remarque

À lui seul, il est peu probable que ce guide suffise à satisfaire les personnes intéressées à soumettre une demande de reconnaissance d'appellation. Alors que le guide se veut général, il est important que les spécificités propres à chaque appellation soient présentées dans le dossier. C'est pourquoi les demandeurs sont invités à prendre contact avec le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV) qui verra à les accompagner dans la démarche visant à élaborer leur dossier de demande.

2. Les différents instruments de protection

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

Parmi les instruments de protection, nous distinguons d'une part la marque et l'indication géographique de la *Loi canadienne sur les marques de commerce* et d'autre part l'appellation d'origine, l'indication géographique protégée ou l'appellation de spécificité de la *Loi québécoise sur les appellations réservées et les termes valorisants*. Ces instruments sont complémentaires et il convient de choisir l'instrument ou la combinaison d'instruments la mieux adaptée à son cas. Dans un premier temps, nous allons décrire les différents instruments.

2.1 Instruments de la *Loi sur les marques de commerce*

Note

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

Une marque de commerce consiste en un mot (ou des mots), un dessin, ou une combinaison de ces éléments, servant à caractériser les produits ou les services d'une personne ou d'un organisme et à les distinguer de ceux que d'autres offrent sur le marché. La *Loi canadienne sur les marques de commerce* prévoit trois catégories de marques de commerce. Elle prévoit également une liste pour protéger certaines indications géographiques protégées.

2.1.1 La marque ordinaire

Une marque ordinaire comprend un mot (ou des mots), un symbole, ou une combinaison de ces éléments qui caractérisent les produits ou les services d'une personne ou d'un organisme et qui les distinguent de ceux que d'autres offrent sur le marché.

Une fois la marque enregistrée auprès de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC), celle-ci devient la propriété exclusive d'une entreprise qui 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 et pour une durée de 15 ans, renouvelable tous les 15 ans. Les coûts d'enregistrement varient entre 250 $ et 300 $ selon la méthode de transmission choisie et la demande peut être réalisée par l'entreprise directement ou en ayant recours aux services d'un agent de marque 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.

2.1.2 Le signe distinctif

Un signe distinctif est lié à la mise en forme de produits ou de leurs contenants, ou à la méthode distinctive utilisée par une personne ou une entreprise particulière pour envelopper ou emballer ses produits. À titre d'exemple, le chocolat de marque *Toblerone*® possède un enregistrement de la forme triangulaire de son emballage qui constitue son signe distinctif.

2.1.3 La marque de certification

Une marque de certification appartient à une personne ou à un organisme qui accorde des licences à d'autres pour désigner des produits ou des services qui répondent à une norme définie.

Il s'agit d'une marque utilisée par plusieurs entreprises (par exemple, dans le secteur alimentaire, regroupement de producteurs ou de transformateurs ou 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. Par 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.

2.1.4 L'indication géographique

Selon la *Loi canadienne sur les marques de commerce,* une indication géographique protégée est une indication qui désigne un vin ou un spiritueux selon son lieu d'origine dans le cas où sa réputation ou une autre de ses qualités ou caractéristiques peut être essentiellement attribuée à son origine géographique, lorsque le vin ou le spiritueux figure dans la *Liste des indications géographiques*, tenue par le registraire des marques de commerce.

Généralités sur les marques de commerce

En général, il n'est pas permis par la *Loi sur les marques de commerce* d'enregistrer des marques comportant — en français comme en anglais :

- une description « évidente » (par exemple, crème glacée « sucrée »),
- des descriptions « fausses et trompeuses »,
- des mots désignant un lieu géographique (par exemple, morue « de l'Atlantique »),
- des mots, des dessins et des notions qui évoquent la marque de commerce d'une autre personne ou d'un autre organisme, ou
- une marque de commerce qui ressemble à certains symboles officiels expressément interdits en vertu de la *Loi sur les marques de commerce*.

Parmi ces derniers, on peut citer les symboles (armoiries, insignes, écussons, etc.) d'organismes nationaux et internationaux et les termes qui sont jugés immoraux ou choquants. Il existe d'autres genres de marques qui ne peuvent pas être enregistrées, par exemple les dénominations de variétés végétales et les indications géographiques protégées s'appliquant à des produits agricoles et alimentaires autres que les vins et spiritueux. Certains de ces termes pourront toutefois être utilisés dans la marque de commerce déposée si le requérant se désiste des droits exclusifs à l'égard du mot ou de la partie de la marque de commerce qui ne peut être enregistrée.

2.2 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 (CARTV)** est l'organisme désigné pour recommander la reconnaissance d'une appellation et pour contrôler et effectuer la surveillance des appellations reconnues et des termes valorisants autorisés.

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 les termes valorisants.

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

Ce 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 reconnaître principalement un lien entre une région ou une localité et un produit qui en est originaire, grâce à l'usage d'une dénomination géographique.

2.2.1.1 L'appellation d'origine (AO)

L'appellation d'origine suppose que les propriétés distinctives du produit sont dues essentiellement à son origine géographique. Cela comprend les facteurs humains (savoir-faire) et environnementaux. Ceux-ci font en sorte que le produit ne serait pas totalement reproductible dans une autre zone géographique.

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

2.2.1.2 L'indication géographique protégée (IGP)

L'indication géographique protégée implique qu'une ou des qualités du produit, sa réputation ou d'autres caractéristiques distinctives soient attribuables à 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.

2.2.2 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 mis en avant 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*.

L'historicité n'est pas un facteur qui doit entrer en jeu pour reconnaître une appellation de spécificité.

Cependant, dans le cas d'une appellation de spécificité dite traditionnelle, la particularité 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.

2.2.3 Les appellations relatives au mode de production

Ce type d'appellation s'adresse à un produit qui, par son mode de production (ou de fabrication), se distingue des autres produits de même catégorie grâce à des caractéristiques que traduisent un cahier des charges dont les exigences sont supérieures à celles en vigueur dans la réglementation courante.

Le mode de production peut identifier des produits fabriqués partout au Québec.

2.2.4 Les termes valorisants

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

2.3 Régimes de protection (surveillance) 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 bénéficiaires d'une appellation réservée ou d'un terme valorisant. On distingue principalement deux régimes : une protection privée pour les marques de commerce et une protection publique pour les appellations ou les termes valorisants reconnus 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 mettra en œuvre pour surveiller son bien. Ainsi, lorsque la marque est usurpée, copiée ou bafouée, c'est à titre individuel que le propriétaire devra se défendre et prouver devant la justice les atteintes portées à sa marque.

Les appellations réservées et les termes valorisants bénéficient d'une protection publique de leur dénomination 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 de ses bénéficiaires. Pour chaque appellation reconnue ou terme valorisant autorisé, le CARTV met en œuvre un programme de surveillance de l'usage des appellations réservées. 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 jugés illicites par le CARTV soient vendus sur le territoire du Québec. En vertu de la Loi qui le constitue, le CARTV détient un pouvoir d'inspection auquel s'ajoute la capacité d'imposer des amendes à tout contrevenant de façon à faire cesser l'utilisation frauduleuse ou non autorisée d'une appellation réservée.

3. L'appellation réservée est-elle l'instrument le plus adéquat ?

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

a) 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 de l'Île d'Orléans* » ne peut être protégée par le biais d'une AO ou d'une IGP, car elle est utilisée pour commercialiser plusieurs types de produits agricoles ainsi que des produits artisanaux. Le recours à une marque de certification est cependant possible.

b) La dénomination à protéger doit être géographique. Le produit doit comporter le nom d'une zone (arrondissement, municipalité, MRC, région administrative) officiellement reconnue et délimitée 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, on se réfère à : *http://www.toponymie.gouv.qc.ca/ct/topos/topos.html*.

c) La dénomination à protéger représente une région géographique fortement associée au produit de telle sorte qu'il existe un lien entre le produit et la région lui donnant son nom.

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 en annexe).

d) La dénomination à protéger doit être utilisée par un groupement de producteurs ou de transformateurs qui correspond au groupement demandeur. Ce dernier peut être formé de partenaires intéressés à l'appellation, soit les entreprises agricoles et les entreprises agroalimentaires, auxquelles pourraient également se joindre des détaillants, des distributeurs, des organismes, etc., réunis au sein d'une entité juridique constituée.

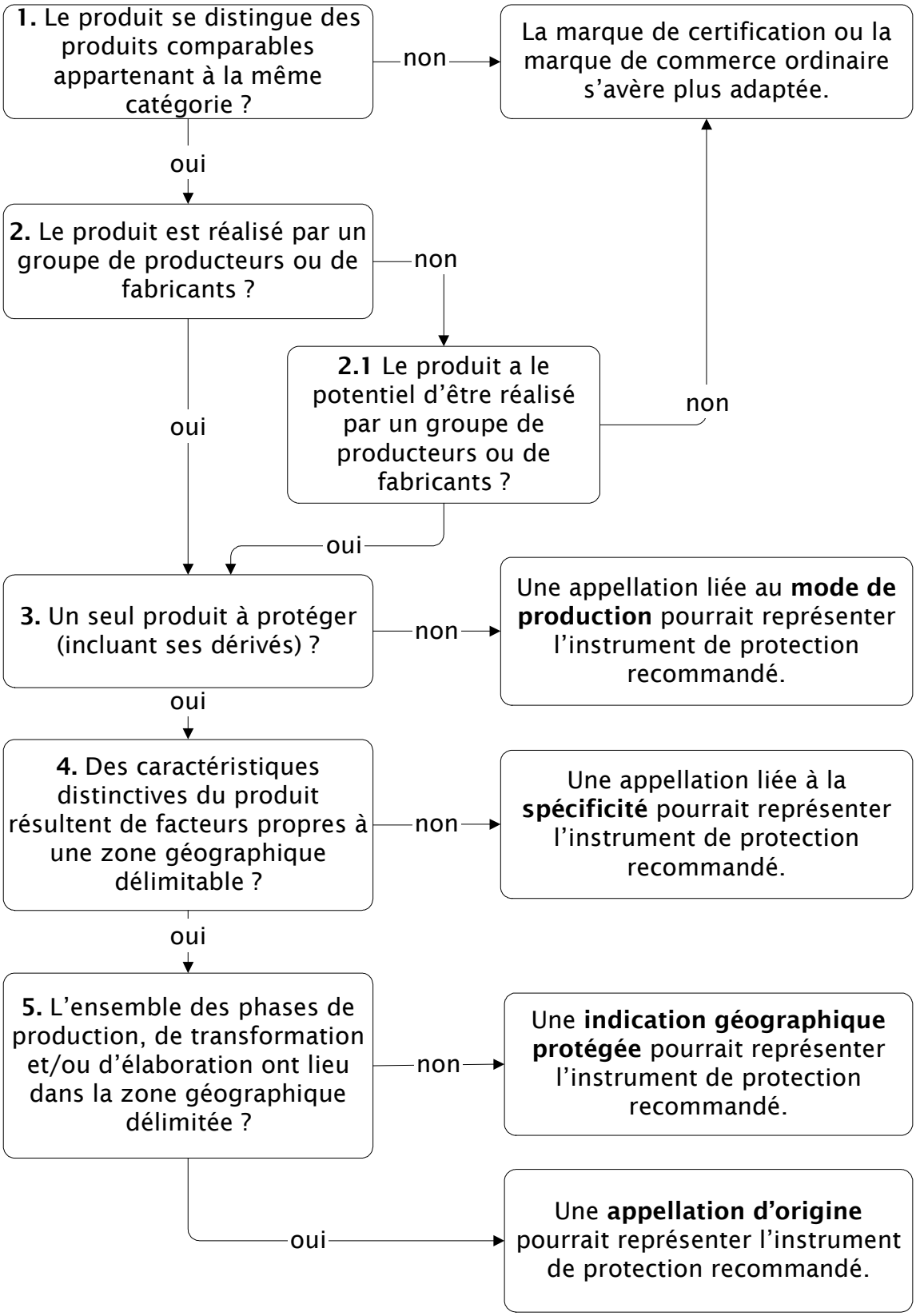
Il en va du succès de l'appellation de réussir à créer un collectif fort autour du produit pour valoriser l'appellation.

e) La dénomination à protéger doit désigner un produit comportant des caractéristiques qui le différencient des produits courants de sa famille (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. Le terroir se caractérise par la combinaison de particularités du milieu (sols, climat, reliefs) et de particularités humaines (culture, histoire, savoir-faire). Un terroir est délimité et homogène.

f) La dénomination à protéger doit être connue ou doit désigner un produit qui présente un caractère historique ou traditionnel (non récent). Il en découle que les produits nouveaux ne sont pas admissibles à une appellation de type territorial.

Si vous vous questionnez sur le choix du ou des outils de protection les mieux adaptés à un produit, nous vous invitons à utiliser le logigramme qui suit. Celui-ci vous aidera à mieux saisir les exigences spécifiques aux différentes appellations, à comprendre les étapes menant à la reconnaissance de celles-ci et à mieux vous situer dans votre démarche.

Diagramme d'orientation des appellations réservées



4. Les étapes précédant la demande de reconnaissance

4.1 Étude d'opportunité

Tout groupement de producteurs ou de fabricants qui estime avoir en main un produit dont la dénomination a le potentiel de devenir une appellation réservée, mais qui souhaite prendre une décision éclairée avant de bâtir un dossier de demande devrait faire réaliser une étude d'opportunité. Dans un tel cas, il peut faire appel au *Programme d'appui au développement des appellations réservées et des termes valorisants*, administré par le MAPAQ et qui prévoit l'attribution d'une aide financière pour l'embauche d'une ressource expérimentée.

4.2 Élaboration d'un cahier des charges

Si une telle étude d'opportunité conclut qu'il serait avantageux pour le groupement de faire bénéficier son produit d'une appellation d'origine (AO) ou d'une indication géographique protégée (IGP), celui-ci rédige alors l'ensemble des critères de production, d'aspect et de goût qui, selon ses membres, sont essentiels à la définition du produit. Il s'agit du cahier des charges. Pour l'élaborer, 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 d'un consultant spécialisé pour coordonner la préparation du cahier des charges et, au besoin, pour la réalisation de certains tests ou analyses nécessaires pour démontrer les particularités du produit.

4.3 Préparation des outils de contrôle visant la certification du produit

Une fois le cahier des charges approuvé par le groupement, celui-ci peut choisir de faire appel à un organisme de certification en vue de lancer des opérations de contrôle sur le terrain, avant que le cahier des charges ne soit définitivement homologué par le CARTV, dans le cadre de l'examen de la demande de reconnaissance. Cette certification « expérimentale » d'un échantillon représentatif de producteurs/fabricants permet de préparer l'ensemble des procédures devant mener à l'octroi, par l'organisme de certification, des premiers certificats de conformité au cahier des charges homologué. Un plan de contrôle devra être rédigé. Ce document va retranscrire les exigences strictes du cahier des charges sous forme de documents d'inspection utilisables par l'agent de vérification lors des visites chez les producteurs/fabricants. Le plan de contrôle définit les termes de la collaboration entre le groupement demandeur et l'organisme auquel ses membres feront appel pour obtenir la certification du produit, la façon dont chacun des points du cahier des charges sera contrôlé (documents, visites, dégustations, analyses) ainsi que la fréquence de ces contrôles. Il précise enfin les sanctions à appliquer lorsqu'une non-conformité au cahier des charges est relevée ainsi que les conséquences pour l'exploitant. L'ensemble des démarches menant à l'élaboration du plan de contrôle est admissible à une aide financière, via le *Programme d'appui au développement des appellations réservées et des termes valorisants*, qui fournit tous les détails relatifs aux dépenses admissibles.

Ce plan de contrôle permettra à l'organisme de certification qui demande l'accréditation au CARTV de démontrer qu'il est en mesure de certifier le produit selon les exigences du cahier des charges homologué.

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.

5. La procédure d'examen d'un dossier de demande

La procédure menant à la reconnaissance d'une appellation est détaillée dans le *Règlement d'application du CARTV sur l'examen des demandes de reconnaissance d'appellations, des demandes de modification, d'interprétation ou de dérogation aux cahiers des charges homologués*. En résumé, chaque dossier de demande doit être transmis au Conseil des appellations réservées et des termes valorisants.

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

- l'identification du demandeur, la nature de ses activités et, le cas échéant, sa structure juridique, son acte constitutif et ses règlements internes ;
- lorsqu'il s'agit d'un groupement de demandeurs, ces renseignements comprennent aussi la liste de ses membres et la nature de leurs activités;
- la portée de l'appellation réservée,
- la liste ou la catégorie de produits pouvant faire l'objet d'une certification,
- une description du produit portant cette appellation,
- les caractéristiques le différenciant des produits de même catégorie,
- les avantages d'un tel type de production,
- les données et perspectives économiques,
- le réseau de distribution
- les problèmes d'imitation ou de contrefaçon des produits
- le cahier des charges;
- une étude comparant les principaux éléments du cahier des charges de l'appellation réservée dont on demande la reconnaissance aux éléments correspondants d'un cahier des charges d'une appellation de même type.

Le cahier des charges qui doit comprendre :

a) L'appellation réservée dont on demande la reconnaissance ;

b) La description du produit comprenant les matières premières, le cas échéant, et les principales caractéristiques physiques, chimiques, microbiologiques ou organoleptiques du produit ;

c) La délimitation de l'aire géographique ;

d) Les éléments établissant que le produit est originaire de l'aire géographique :

1. Dans le temps (par le dossier historique) ;
2. Dans l'espace (par une traçabilité permettant d'assurer que le lieu d'élaboration, de transformation ou de production est situé dans la région de l'appellation) ;

e) La description de la méthode d'obtention du produit et, le cas échéant, les méthodes locales, loyales et constantes ;

f) Les éléments établissant le lien avec l'origine géographique ou avec le milieu géographique :

1. S'il s'agit d'une appellation d'origine, la qualité et les caractères du produit sont dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique concernant les facteurs naturels et humains ;
2. S'il s'agit d'une indication géographique protégée, le produit possède une qualité déterminée, une réputation ou une autre caractéristique attribuable à son origine géographique ;

g) Les points de vérification et leurs méthodes d'évaluation ;

h) Les références concernant la structure de contrôle (organisme certificateur, marques de contrôle) ;

i) Les exigences relatives à l'étiquetage.

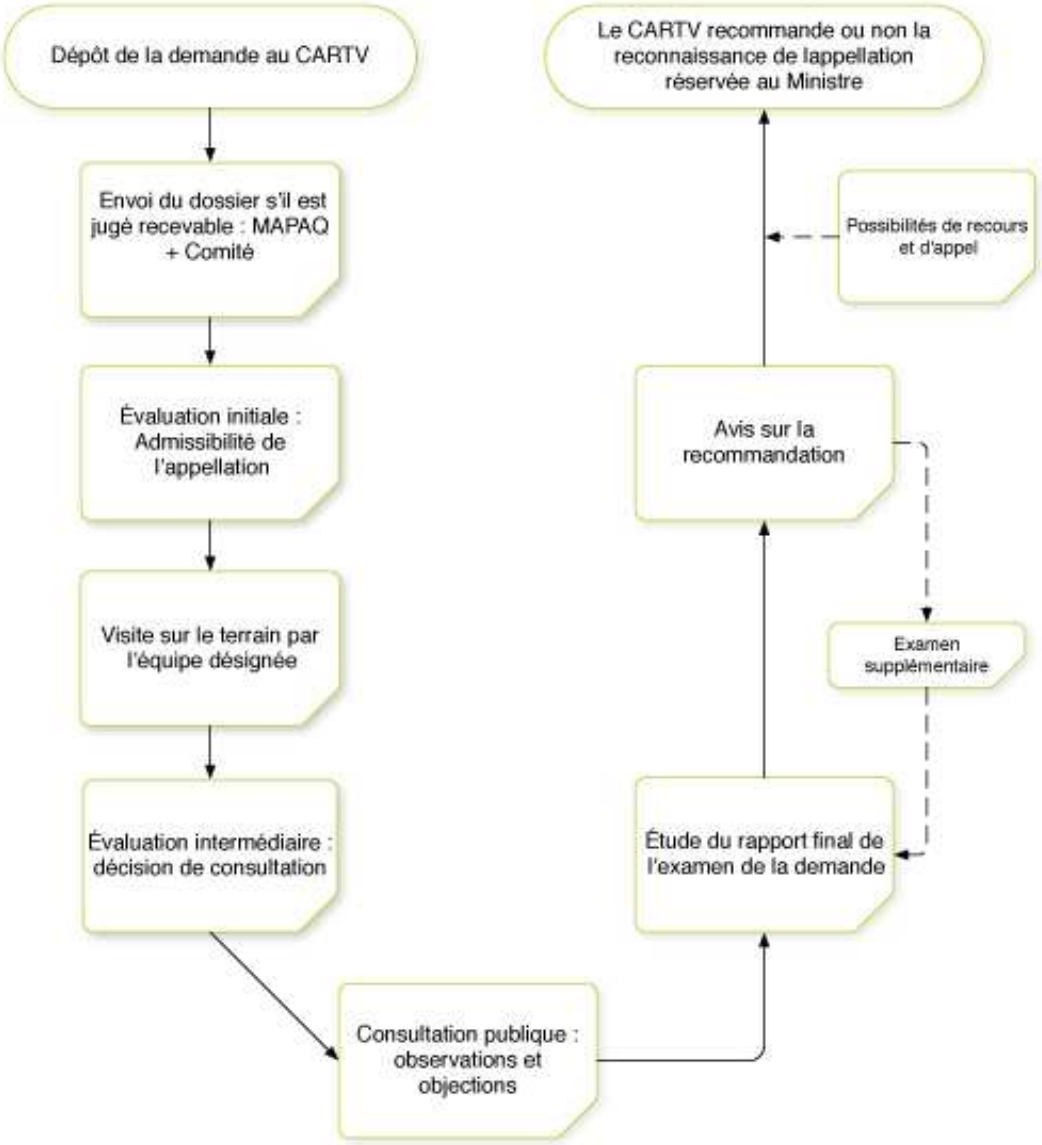
Le contenu de ce guide s'articule autour des éléments susmentionnés. Le dossier doit donc être construit en tenant compte des informations fournies dans ce guide à propos de chaque point.

Une fois déposé, il est pris en charge par la Division du CARTV chargée d'administrer l'examen des demandes de reconnaissances, qui le transmet au Comité des appellations territoriales (CAT). Celui-ci procède à l'évaluation du dossier, en plusieurs étapes incluant notamment une visite sur le terrain de la part d'une équipe de vérification afin de rencontrer les demandeurs, une consultation publique d'une durée normale de 60 jours visant à recueillir, le cas échéant, les objections et oppositions. Durant cette période, le projet de cahier des charges associé à la demande est consultable au CARTV et sur son site Web (www.cartv.gouv.qc.ca).

Le Comité des appellations territoriales (CAT) effectue autant d'échanges que nécessaire avec les demandeurs et entre ses membres soit pour demander de l'information additionnelle ou encore des améliorations au cahier des charges proposé. À la suite des réponses transmises par le groupement demandeur, un rapport final est rédigé par le secrétariat de la Division d'examen des demandes de reconnaissance du CARTV puis soumis au Comité des appellations territoriales qui prendra une décision finale sur le dossier quant à une recommandation de reconnaissance de l'appellation. L'avis rendu au Conseil par le Comité, est soit la transmission au ministre d'une proposition de reconnaissance, soit un refus de la demande.

Le schéma suivant permet de saisir en un coup d'œil la procédure d'examen des demandes de reconnaissance d'appellations par le CARTV.

Principales étapes de l'examen d'un dossier de demande de reconnaissance d'une appellation (d'après le Règlement d'application du CARTV sur l'examen des demandes de reconnaissance d'appellations)



6. Exigences pour les appellations de type territorial (AO et IGP)

(Article 2, 2° du *Règlement sur les appellations réservées*)

Le requérant de toute appellation de type territorial pour tout produit alimentaire doit au préalable démontrer dans son dossier, selon le type d'appellation demandée, que :

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

1. Pour les végétaux : le lieu de culture, de stockage et de conditionnement
2. Pour les animaux (viande) : le lieu d'élevage, d'abattage et de découpe
3. Pour les produits transformés : le lieu de provenance des matières premières (répartition entre celles provenant de la zone et hors de la zone) et le lieu de transformation
4. Pour l'élaboration : le lieu d'élaboration

Lorsqu'il s'agit d'une demande d'AO, il est obligatoire que toutes les étapes de réalisation du produit, soit la production des matières premières et leur transformation jusqu'au produit fini, aient lieu dans la région délimitée dont le produit porte le nom.

Lorsqu'il s'agit d'une IGP, ce sont les étapes qui donnent au produit ses caractéristiques spécifiques qui doivent être localisées dans la région délimitée dont le produit porte le nom.

b) L'existence du produit tire son origine de la zone délimitée de l'appellation ou encore, le produit a existé sur une période de temps assez longue dans ladite zone, avant d'y être réactualisée. La documentation soumise doit comprendre un historique qui sert à présenter l'histoire du produit afin d'attester la durée de son existence dans l'aire géographique, même si celle-ci a été interrompue.

On trouve 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 devraient 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. En l'absence de celles-ci, on peut citer des témoignages oraux.

Remarque

Toute demande d'IGP portant sur un produit dont la longévité temporelle est inférieure à une génération peut néanmoins être admissible à la reconnaissance, à la condition que toutes les autres conditions soient remplies et que certaines raisons militent en faveur de la protection du produit.

c) Le produit est en lui-même particulier et possède une plus-value commerciale. Sont décrits au dossier les aspects suivants :

1. Les caractéristiques qui le différencient des produits courants semblables :
   - i. Mention de produits courants similaires sur le marché ;
   - ii. Points de différenciation entre ces produits et l'AO ou l'IGP (caractéristiques finales, modes d'élaboration, désignation, réputation et tradition locales, qualité perçue) ;
2. Les avantages d'un tel type de production ;
3. Les données économiques de cette production :
   - i. Importance du marché sur le plan du volume de production ;
   - ii. Produits concurrents ;
   - iii. Cible commerciale visée ;
   - iv. Effets économiques attendus, etc.
4. Le réseau de distribution ;
5. Les problèmes potentiels quant à l'imitation ou à la contrefaçon des produits ;
6. Les perspectives économiques dont notamment des données actuelles et prévisionnelles au sujet de :
   - i. La viabilité économique du projet, pour les exploitants qui utilisent l'appellation ;
   - ii. L'apport économique au secteur régional de l'agriculture et de l'agroalimentaire (ex. : maintien de l'activité agricole) ;
   - iii. Les retombées régionales sous l'angle multifonctionnel (tourisme, etc.).

7. Critères d'évaluation des éléments devant figurer au cahier des charges

(art.3, 2° du *Règlement sur les appellations réservées*)

Les éléments figurant impérativement dans le cahier des charges et les critères pour les évaluer sont les suivants :

a) L'appellation réservée dont on demande la reconnaissance (art.3, 2°, a) du *Règlement sur les appellations réservées*), en identifiant les termes (ou association de termes) pour lesquels la reconnaissance est demandée :

1. L'AO ou l'IGP est dans tous les cas un nom qui désigne un produit, qui est connu et déjà présent sur le marché ;
2. L'appellation comporte le nom d'un produit agricole ou alimentaire auquel est ajouté un nom géographique ;
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 constituants l'AO ou l'IGP qui est protégée ;
4. Les noms de produits agricoles entrant en conflit avec le nom d'une variété végétale ou le nom d'une race animale ne peuvent pas être protégés, mais peuvent faire partie de la dénomination ;
5. L'ensemble de la dénomination ne doit pas être générique (voir la définition de ce terme).

b) La description du produit comprenant (art.3, 2°, b) du *Règlement sur les appellations réservées*) :

1. Les matières premières (composition), le cas échéant ;
2. Les principales caractéristiques physiques (pH, forme, aspect, etc.), chimiques (présence ou absence d'additifs, de résidus, etc.), microbiologiques (utilisation de sels ou de tels ferments, présence de germes, etc.) ou organoleptiques (saveur, texture, couleur, profil sensoriel, etc.) du produit ;

   Les rapports résultant des analyses effectuées sur le produit et portant sur l'une ou l'autre des caractéristiques susmentionnées doivent être joints au dossier ;
3. L'état du produit à la vente ;
   i. Frais, réfrigéré, surgelé, appertisé (stérilisé), pasteurisé, etc. ;
   ii. En vrac ou conditionné.
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 ;

c) La délimitation de l'aire géographique (art.3, 2°, c) du *Règlement sur les appellations réservées*)

1. En l'absence de données scientifiques permettant de tracer adéquatement les limites de l'aire 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). Dans ce cas, bien que la zone puisse être géographiquement discontinue, l'exclusion de municipalités à l'intérieur d'une aire cohérente n'est pas acceptable.
2. La justification de la délimitation de la zone et de sa cohérence géographique est démontrée par des critères établis au 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. Pour une AO, il est important que l'aire géographique soit cohérente et que le profil pédoclimatique ne varie pas trop d'un bout à l'autre de l'aire géographique.
3. Les caractéristiques communes qui appartiennent à toute l'aire délimitée sont définies. Ainsi, la délimitation correspond à une liste de municipalités, de municipalités régionales de comté, de régions administratives (ex : Québec maritime, Basses Terres du Saint-Laurent) ou exceptionnellement le Québec dans son ensemble, recouvrant idéalement la ou les zones géographiques naturelles dont certaines des caractéristiques ont une influence sur le produit.

d) Les éléments établissant que le produit est originaire de cette aire géographique (art.3, 2°, d) du *Règlement sur les appellations réservées*) :

1. 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 parvient à faire cette démonstration. Selon que la demande concerne la reconnaissance d'une AO ou d'une IGP (voir la remarque apparaissant en page 2 de ce document), l'aspect historique touche à la plupart des caractéristiques du produit ou se réduit 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.

2. La traçabilité

   Les éléments de cette démonstration doivent permettre d'assurer que la chaîne de possession du produit est identifiable depuis le point de départ de sa réalisation jusqu'à sa labellisation. Selon qu'il s'agit d'une IGP ou d'une AO, ceux-ci 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 être inscrit dans le cahier des charges.

e) La description de la méthode d'obtention du produit et, le cas échéant, les méthodes locales, loyales et constantes (art.3, 2° e) du *Règlement sur les appellations réservées*)

1. Les éléments figurant dans la description de 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 relatives au contrôle de la matière première, des méthodes de transformation, d'élaboration et de conditionnement :

   i. *Matière première* : unité pédoclimatique de la zone de production, espèce/variété ou race particulière, mode d'alimentation, gestion des pâturages, nature et origine des compléments, aliments interdits, mode de stockage et de collecte, composition spécifique de la matière première (objectifs), etc.

   ii. *Transformation* : stockage, durée de transformation, équipements spéciaux, tours de main, ingrédients (provenance, type de culture), additifs, formes et dimensions, etc.

   iii. *Élaboration* : conditions et durée d'affinage, de séchage, de maturation, profil sensoriel du produit, texture, etc.

   iv. *Conditionnement* (le cas échéant) : emballage propre au produit, etc.

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

   La description de la méthode locale, loyale et constante est requise dans le cas où elle existe.

   Si de la documentation existe, elle est versée dans le dossier historique. L'élément 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 portant sur le 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 d'avec les éléments cruciaux de la méthode d'obtention du produit, cette évolution est justifiée par exemple par des arguments technologiques ou de santé publique.

f) Les éléments établissant le lien avec l'origine géographique ou avec le milieu géographique (art.3, 2°, f) du *Règlement sur les appellations réservées*) :

Considérant que le produit sous AO doit démontrer que sa spécificité et sa qualité sont « déterminées » par l'origine géographique, il importe que la qualité et les caractères du produit soient dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique concernant les facteurs naturels et humains.

Considérant qu'un produit sous IGP doit présenter une réelle spécificité et un attribut qui soient « reliés » à son origine, il importe que le produit possède l'un <u>ou</u> l'autre des aspects suivants, qui est attribuable à son origine territoriale :

1. Une qualité déterminée correspondant à un attribut unique du produit, résultant de l'influence de facteurs liés à sa localisation ;
2. Une réputation illustrée à l'aide d'une documentation comportant le plus souvent deux parties :
   i. L'étendue actuelle de la notoriété du produit (locale, nationale ou internationale). Diverses preuves documentaires illustrent le traitement médiatique du produit (ex. : articles de journaux) ou l'usage du nom dans les outils de communication utilisés par des intermédiaires (ex. : menus de restaurants, etc.). L'administration d'un sondage sur la notoriété réalisé par une firme indépendante reconnue (aux frais du groupement) peut être exigée.
   ii. L'opinion véhiculée au sujet des caractéristiques du produit à travers sa renommée. Résultant de son antériorité, la renommée du produit complète le dossier historique par des éléments servant à étayer le lien tangible et prolongé dans le temps entre le produit et la zone géographique.
3. Une autre caractéristique pouvant correspondre à 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.), dans la mesure où cette caractéristique est liée à la zone géographique.

g) Les points de vérification et leurs méthodes d'évaluation

Pour faciliter l'élaboration du plan de contrôle, le groupement demandeur identifie à partir des caractéristiques du produit quels sont les points de vérification qui devront être certifiés. Pour chaque point de vérification, le cahier des charges doit envisager les méthodes d'évaluation pertinentes et les présenter brièvement sous la forme d'un tableau qui pourrait s'apparenter à l'exemple suivant :

ÉTAPE DU PROCESSUS D'ÉLABORATION	POINTS DE VÉRIFICATION	MÉTHODE D'ÉVALUATION
ALIMENTATION DU CHEPTEL	provenance des aliments	- Contrôle documentaire des bons de livraisons
	aliments distribués	- Contrôle documentaire des registres - contrôle visuel
	- …	- …

h) Les références concernant la structure de contrôle (art.3, 2°, h) du *Règlement sur les appellations réservées*) :

Le groupement demandeur doit assurer qu'il peut obtenir la certification des produits de la part d'un ou de plusieurs organismes certificateurs. Tout organisme de certification doit être accrédité en vertu de la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants* (A-20.03). L'accréditation doit résulter d'une évaluation de conformité au référentiel d'accréditation du CARTV comprenant notamment toutes les exigences du *Guide ISO/CEI 65 : 1996*. Pour être accrédité selon la portée concernant la certification des produits d'appellation visés, l'organisme certificateur doit remplir les conditions de ce référentiel, satisfaire aux exigences supplémentaires prévues dans les critères d'accréditation du CARTV et démontrer qu'il applique un plan de contrôle se référant au produit qui fait l'objet d'une appellation. Son rôle est de délivrer des marques de conformité qui attestent que le produit, dûment identifié, est conforme au cahier des charges et qu'il peut donc porter la dénomination.

Avant de désigner un nouvel organisme de certification, le groupement demandeur en informe le CARTV pour que ce dernier assure que cet organisme est accrédité pour la portée des produits de l'appellation.

i) Les exigences relatives à l'étiquetage (art. 3, 2°, i) du *Règlement sur les appellations réservées*) :

Outre le nom de l'appellation, les éléments d'étiquetage visés concernent avant tout la traçabilité du produit et doivent comprendre impérativement le nom de l'organisme certificateur et la mention « appellation d'origine » ou « indication géographique protégée » ou le logo de marque officielle AO ou IGP.

S'il y a consensus au sein du regroupement demandeur, cette disposition peut également être utilisée pour harmoniser la taille et le graphisme de la mention de la dénomination protégée, de même que le logo servant à la représenter sur l'étiquette du produit.

Annexe 1
Définitions

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

Appellation de type territorial
Identification d'un produit selon sa région de production au titre soit d'une indication géographique protégée, soit d'une appellation d'origine.

Dénomination
Groupe de mots (ce qui exclut les mots employés seuls) dont l'ensemble désigne une réalité géographique, toponymique, administrative, politique, culturelle, linguistique, etc.

Dénomination générique
Désignation attribuée à un produit et comportant une mention du lieu ou de la région où il a été initialement produit ou commercialisé, mais qui est devenu par la suite un nom commun pour le produit, peu importe sa provenance (Ex. : Chou de Bruxelles, moutarde de Dijon, savon de Marseille).

Groupement demandeur
Regroupement légalement constitué et comprenant l'ensemble des acteurs économiques significativement impliqués dans la production ou la transformation du produit, représentés si possible de façon équilibrée et pour assurer la non-prédominance d'intérêts dans son fonctionnement. Ce regroupement valorise l'appellation une fois celle-ci reconnue. Il est l'interlocuteur du CARTV en regard des rôles suivants :

- Demande initiale de reconnaissance d'une appellation ;
- Détention de labels ou de référentiels de certification de produits, y compris les plans de contrôle approuvés par le CARTV dans le cadre de l'appellation reconnue ;
- Demande de modification au cahier des charges compris dans l'appellation 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 le lieu de fabrication ou la provenance des matières de bases 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).

Modèle d'étiquetage
Projet d'étiquette comportant minimalement la dénomination complète du produit (en indiquant les déclinaisons éventuelles possibles), le nom de la catégorie d'appellation par laquelle l'appellation est reconnue, les caractéristiques certifiées valorisants le produit et la mention de l'organisme certificateur.

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, depuis l'époque d'où il remonte et le milieu d'où il est issu.

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 d'être 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 qu'on parle de réputation puisque cette notion comprend entre autres un aspect de notoriété, c'est-à-dire dans quelle mesure un produit est connu sans qu'il y ait une opinion favorable ou défavorable liée à ce renom. La notoriété à elle seule est insuffisante pour constituer un facteur permettant de 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 fait l'objet d'une opinion publique positive, étant perçu comme ayant une certaine qualité que les consommateurs associent au lieu de production, à l'origine géographique du produit. La réputation est l'une des composantes de l'identité d'un produit et fait normalement partie des raisons faisant qu'il est recherché.

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

Terroir
Ressources et contraintes spécifiques à une zone géographique, dans les deux aspects physiques (facteurs naturels) et humains (savoir-faire). Le terroir représente l'interaction réciproque de ces deux facteurs, construite au cours du temps.

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.

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