

Glossaire

Accréditation

L'accréditation signifie qu'un organisme de certification a été officiellement approuvé par un organisme national d'accréditation comme étant compétent pour effectuer la certification dans des secteurs économiques spécifiés. Les organismes de certification choisissent l'accréditation pour prouver la confirmation de l'indépendance et la qualité de leur compétence.

Appellation d'origine

C'est la dénomination géographique d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans certains cas exceptionnels, d'un pays, servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité, la réputation ou les autres caractéristiques sont dues exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant des facteurs humains et des facteurs naturels, et dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée (Arrangement de Lisbonne).

Assurance Qualité

Un ensemble d'activités mises en oeuvre dans le cadre d'un « système qualité », dont l'objectif est de démontrer la maîtrise de la qualité compte tenu des points critiques identifiés, pour assurer qu'un bien ou service répond à toutes les exigences de qualité, et susciter un certain niveau de confiance des consommateurs comme des gestionnaires

Cahier des charges (CdC)

Document qui décrit les attributs spécifiques du produit IG en lien avec son origine géographique, au travers de la description du produit et de son mode d'obtention, fournissant les exigences en termes de modes de production mais aussi de transformation, conditionnement, étiquetage, etc. Toute personne utilisant l'IG devra respecter les dispositions de ce Cahier des Charges. Le Cahier des Charges résulte du consensus obtenu par les acteurs de la filière concernée par l'IG.

Certification

La certification des produits agricoles et des denrées alimentaires est une procédure qui permet d'attester, dans les conditions d'impartialité et d'indépendance, la conformité d'un produit à un ensemble de caractéristiques préalablement fixées dans un cahier des charges, conformément aux lois en vigueur. La certification des produits alimentaires peut, le cas échéant, se baser sur un ensemble d'activités: inspections sur site, audit de systèmes d'assurance qualité, examen des produits finis. Elle peut s'appliquer aux labels agricoles, aux indications géographiques, aux appellations d'origine ou au mode de production biologique.

Droits de propriété intellectuelle

Les droits de propriété intellectuelle sont les droits conférés à l'individu par une création intellectuelle. Ils donnent généralement au créateur un droit exclusif sur l'utilisation de sa création pendant une certaine période. La propriété intellectuelle a pour objet de protéger et de permettre la valorisation des inventions, des innovations et des créations.

On distingue traditionnellement :

- la propriété industrielle, qui comprend les brevets, les certificats d'obtention végétale, les topographies de semi-conducteurs, les marques, les dessins et modèles, et les indications géographiques,
- la propriété littéraire et artistique : droit d'auteur et droits connexes (droits des artistes interprètes ou exécutants sur leurs prestations, des producteurs de phonogrammes et des organismes de radiodiffusion sur leurs émissions de radio et de télévision).

Le savoir-faire n'est pas au sens strict un droit de propriété intellectuelle, mais l'accord ADPIC de l'OMC (article 39) lui reconnaît le principe d'une protection. Les secteurs de la propriété intellectuelle couverts par l'ADPIC sont les suivants: droit d'auteur et droits connexes (c'est-à-dire droits des artistes interprètes ou exécutants, des producteurs de phonogrammes et des organismes de radiodiffusion); marques de fabrique ou de commerce, y compris les marques de service; indications géographiques, y compris les appellations d'origine; dessins et modèles industriels; brevets, y compris la protection des obtentions végétales; schémas de configuration de circuits intégrés; et renseignements non divulgués, y compris les secrets commerciaux et les données résultant d'essais.

Indication de source

Toute expression ou signe utilisé pour indiquer que le produit ou le service provient du pays, de la région ou d'une place spécifique, sans aucun élément de qualité ou de réputation (Accord de Madrid 1891, Art. 1.1; Convention de Paris, 1883).

Indication géographique

C'est la dénomination servant à identifier un produit comme étant originaire d'un territoire, d'une région ou d'une localité, lorsqu'une qualité, une réputation ou toute autre caractéristique déterminée dudit produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique et que la production et/ou la transformation et/ou l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée (ADPIC).

Marque

Une marque est un signe utilisé par une entreprise à titre individuel et pour son usage exclusif pour distinguer ses produits des produits similaires mis sur le marché par d'autres entrepreneurs qui deviennent ses concurrents. Toute personne physique ou morale peut déposer une marque.

La marque, protégée par la législation sur la propriété industrielle donne à son propriétaire (contre rémunération à l'organisme de protection national ou international auprès duquel elle est inscrite) le droit d'empêcher des tiers d'utiliser le même nom pour un produit similaire.

La marque est souvent constituée d'un nom ou d'un élément fantaisie ou arbitraire. Généralement une marque ne peut pas protéger un terme géographique, considéré comme descriptif. Cependant selon les législations des pays, les marques collectives ou de certification peuvent introduire une indication géographique.

Une marque peut avoir deux dimensions (verbale, figurative ou les deux), trois dimensions ou constituer une marque sonore.

La protection par une marque collective (ou de certification) peut être complémentaire de la protection du nom géographique par l'AO ou IG, par exemple pour protéger la dimension figurative du logo collectif utilisé par les producteurs de produits certifiés.

Organisme Certificateur / Organisme de certification

C'est un organisme public ou privé (selon les pays) chargé de la certification et agréé par l'autorité administrative pour délivrer soit des labels, soit des certificats de conformité, soit

des certificats de respect de mode de production biologique, soit plusieurs de ces certifications.

Plan de contrôle

Le plan de contrôle est un document qui spécifie la manière dont les règles stipulées dans le CdC doivent être vérifiées. Il s'agit d'un outil de gestion identifiant les points de contrôle qui sont les points critiques du processus de production et les moyens qui doivent être mis en œuvre pour vérifier leur conformité aux exigences du CdC.

Qualité

Selon la norme ISO 9000-2000 : la qualité est l'ensemble des propriétés et caractéristiques d'un produit, d'un processus ou d'un service qui lui confèrent son aptitude à satisfaire des besoins implicites ou explicites.

Qualité générique

La qualité générique correspond à un niveau minimum de qualité que les aliments doivent respecter pour être mis sur le marché. Elle renvoie à l'absence de défaut et la présence de propriétés attendues afin d'assurer la protection de la santé des consommateurs et les pratiques loyales sur les marchés.

Qualité spécifique

La qualité spécifique correspond à une démarche supplémentaire et volontaire visant la valorisation des caractéristiques spécifiques du produit qui peuvent être liées à son origine géographique, sa composition, ses méthodes de production ou sa commercialisation, permettant ainsi de différencier le produit par rapport au produit courant se trouvant sur le marché. Ces caractéristiques renvoient souvent à des attentes sociales croissantes, tels que la préservation de l'environnement, des échanges plus justes et la valorisation d'un patrimoine. Elles peuvent également correspondre à un certain attachement à des pratiques traditionnelles ou à un territoire de production possédant des ressources particulières.

Réputation

La réputation fait référence à la notoriété acquise par le produit sur le marché et dans la société. Elle est le résultat de l'histoire de sa consommation et des traditions.

Au sens général, le terme "réputation" exprime les capacités et/ou les qualités de quelqu'un ou de quelque chose. En termes d'échange commercial, la réputation reflète la renommée et/ou la reconnaissance de l'entreprise et/ou de son produit. Dans le cas des produits d'origine ou de terroir, la réputation est un facteur qui pourrait générer une rente de prix sur la base des traditions et de l'excellence du produit.

Système de garantie

Un système de garantie décrit les mécanismes existants ou mis en œuvre pour s'assurer de l'existence de certains attributs et du respect de certaines spécifications tels que mentionnés dans le CdC (critères évaluables et points critiques, plan de contrôle (qui, quand, par qui, type de sanction), documentation (attestation) et information.

Terroir

Un terroir est un espace géographique délimité où une communauté humaine a construit au cours de son histoire un savoir intellectuel collectif de production, fondé sur un système d'interactions entre un milieu physique et biologique, et un ensemble de facteurs humains.

Les savoir-faire mis en jeu révèlent une originalité, confèrent une typicité et engendrent une réputation pour un produit originaire de ce terroir.

Traçabilité

Par traçabilité du produit on entend le système permettant de suivre le produit de la production jusqu'à la commercialisation. L'Organisation internationale de normalisation (ISO) définit la traçabilité comme l'« aptitude à retrouver l'historique, la mise en œuvre ou l'emplacement de ce qui est examiné ».

Le cahier des charges définit une zone et, selon la définition de l'AOP ou de l'IGP, il faudra apporter les preuves qui garantissent que les différentes phases de production, transformation et élaboration ont lieu dans cette zone:

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

Typicité

La typicité d'un produit agricole ou alimentaire est une caractéristique appartenant à une catégorie de produits qui peut être reconnue par des experts, sur la base des attributs spécifiques communs à ces produits. La typicité exprime la possibilité de distinguer le produit des autres produits similaires ou comparables. Elle fonde donc l'identité du produit. La typicité comprend un degré de variabilité interne au type de produit, mais qui ne remet pas en cause son identité. Les propriétés types sont décrites par un ensemble de caractéristiques (techniques, sociales, culturelles) identifiées et définies par un groupe de personnes faisant référence, et qui s'appuient sur des savoir partagés entre les différents acteurs de la chaîne alimentaire: les producteurs de matières premières, les transformateurs, les régulateurs et les consommateurs.