



*Conseil des
appellations réservées
et des termes valorisants*

RAPPORT FINAL
PROJET 08-BIO-18
CRÉATION ET IMPLANTATION DU LOGO BIO QUÉBEC

1. Organisme requérant

Conseil des appellations réservées et des termes valorisants

Date de fin

Le 31 décembre 2009

2. Description

Malgré la prédominance des produits biologiques provenant de l'extérieur du Québec, beaucoup de consommateurs québécois veulent favoriser l'achat des produits biologiques faits localement depuis plusieurs années. Or, il était difficile de les identifier rapidement avant 2009. La mention obligatoire « *certifié par* » suivi du nom du certificateur ne permet pas cette identification facilement. L'utilisation du logo du certificateur (élément optionnel) n'est pas aussi un outil suffisant, car tous les certificateurs accrédités par le CARTV ont des activités à l'extérieur du Québec et pour certains, des activités de certification biologique hors du champ d'application de la *Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants*.

La création du logo BIO Québec répond à un besoin qui avait déjà été exprimé par tous les intervenants de la Filière biologique du Québec (FBQ) dans le cadre d'une étude publiée en juin 2004 par la firme de consultants AGRECO. L'outil créé en 2008 est un logo de conformité permettant d'identifier les aliments contenant plus de 95 % d'ingrédients biologiques, certifiés selon les *Normes biologiques de référence du Québec* par un certificateur accrédité par le CARTV et provenant d'un site de production localisé sur le territoire québécois. Seuls, les produits des sites ayant des activités de production agricole ou acéricole ainsi que ceux de sites de transformation alimentaire peuvent porter cette marque d'identification. Ces modalités ont été approuvées par le conseil d'administration de la FBQ.

Le processus d'adhésion au programme du logo a été simplifié au maximum pour favoriser la participation du plus grand nombre d'entreprises possible. L'adhésion est gratuite et volontaire. Une charte d'utilisation explique clairement les limitations et les exigences liées à son usage. Les fichiers permettant l'impression du logo sur divers supports sont accessibles sur le site Web du CARTV. Des étiquettes autocollantes en trois formats ont été créées et sont vendues à coût modique pour ceux qui désirent ne pas modifier leurs étiquettes ou leurs emballages.

3. Déroulement des travaux

Initiation du projet (réflexion, définition)	4 novembre 2007 au 1er novembre 2008
Création du logo BIO Québec	24 janvier 2008 au 18 octobre 2008
Création du guide d'utilisation du logo	24 septembre 2008 au 27 novembre 2008
Programmation gestion du logo dans SIPAB	8 juillet 2008 au 5 janvier 2009
Modification au répertoire des produits certifiés	

Publipostage à 904 entreprises	10 octobre 2008 au 1er décembre 2008
Création d'une section Logo Bio Québec site Web CARTV	1er décembre 2008 au 15 février 2009
Contact avec les entreprises rejointes par le publipostage	7 décembre 2008 au 29 mai 2009
Entrée des données d'utilisation au SIPAB	1er décembre 2008 au 5 janvier 2010
Traitement des commandes d'autocollants	1er décembre 2008 au 17 mars 2010

4. Résultats obtenus

À ce jour, il y a 307 entreprises qui ont adhéré au programme du logo BIO Québec, soit 34 % des entreprises contactées lors du publipostage et plus de 1 000 produits ou gammes de produits pour lesquels l'emploi du logo a été autorisé.

L'usage du logo BIO Québec a été sélectionné comme critère de base pour l'adhésion de la Coop Bio Nord, regroupement de producteurs agricoles détenant une certification biologique de la région Saguenay — Lac-Saint-Jean. D'autres initiatives du même genre sont en préparation dans d'autres régions.

Enfin, la FBQ compte utiliser le logo BIO Québec comme élément graphique majeur pour la campagne de valorisation de l'appellation biologique au Québec qui se déroula au cours des trois prochaines années. Le document intitulé *Plan de développement du secteur biologique du Québec* de la FBQ se fixe d'ailleurs comme objectif que 600 entreprises l'utilisent d'ici 2013.

5. Biens livrés

- a) Logo BIO Québec : marque officielle dont l'utilisation est régie de façon très stricte;
- b) Guide d'utilisation du logo BIO Québec et fichiers informatiques;
- c) Étiquettes autocollantes;
- d) Section Logo BIO Québec (site CARTV) avec carte interactive :
http://www.cartvquebec.com/sites/documents/logo_bio_quebec/index.html

6. Difficultés rencontrées

L'objectif principal qui a milité en faveur de la création de ce logo était de permettre une identification rapide des produits biologiques québécois par les consommateurs et ainsi stimuler le développement

du secteur biologique de la province. Une masse critique d'entreprises l'utilisant et des efforts de communications pour le faire connaître étaient des conditions essentielles à la réussite de ce projet.

Or, lors des contacts téléphoniques, les entreprises qui avaient décidé de ne pas utiliser le logo donnaient les raisons suivantes, et ce, malgré sa gratuité et la facilité d'adhésion au programme :

- a) La non-pertinence de cet outil d'identification pour certains acériculteurs et céréaliculteurs dont les produits ne sont pas vendus directement au grand public;
- b) La présence d'un logo québécois sur un produit réduirait les ventes de produits à l'extérieur du Québec. L'utilisation du logo BIO Canada a été favorisée par certaines grandes entreprises (ex. : Natrel) avec un impact fort en magasin;
- c) La présence du logo du certificateur sur les emballages souvent perçu comme une obligation;
- d) La concurrence du logo « Aliments du Québec » déjà apposé sur certains produits;
- e) Le manque d'information sur la campagne de valorisation de l'appellation biologique à être menée par la FBQ.

Le point e) a été cité très régulièrement. Toute relance auprès de ces entreprises est impossible tant que les détails de la campagne de valorisation ne seront pas connus, car sans financement et plan d'activités, cette campagne n'est pas un argument crédible pour susciter l'adhésion au programme et l'utilisation du logo sur les produits.

Bien que simple, la gestion du programme requière un certain nombre de travaux annuellement, tout comme une planification serrée du travail de contact, car les producteurs agricoles ne sont disponibles pour ce genre de sollicitation que quelques mois par année. Les ressources humaines limitées du CARTV n'ont pas permis de poursuivre l'effort entrepris au cours des premiers mois de 2009.

Le soutien et la collaboration de la FBQ aux activités de démarchage auprès des entreprises demeurent essentiels à une plus grande utilisation du logo BIO Québec qui doit faire sa place parmi tous les logos que l'on peut trouver sur les produits biologiques provenant du Québec.