

Règlement d'utilisation de la marque

Jura bernois Produits du terroir

Article 1 Définition de la marque "Jura bernois Produits du terroir"

La Chambre d'agriculture du Jura bernois est l'unique titulaire de la marque no 00429/2009, déposée auprès de l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle.



Article 2 But

Les objectifs de la marque sont les suivants :

- a) promouvoir tous les produits, services et prestations au bénéfice de la marque;
- b) mettre en valeur la qualité des produits agricoles du Jura bernois et assurer leur traçabilité;
- c) établir par la proximité un lien de confiance entre producteurs et consommateurs;
- d) fournir une information transparente et complète;
- e) renforcer la visibilité et la promotion des produits et prestations labellisés.

Article 3 Objet du règlement

1. Le présent règlement s'applique à tous les produits, services et prestations au bénéfice de la marque "*Jura bernois Produits du terroir*", ci-après la marque.
2. Il a pour objet de définir:
 - a) les conditions générales d'octroi de l'autorisation d'utiliser la marque;
 - b) les conditions de retrait de l'autorisation d'utilisation;
 - c) les procédures correspondantes;
 - d) les conditions de perception des cotisations et redevances.
3. La gestion de la marque est confiée à la Commission interjurassienne pour la gestion des marques (ci-après : "la Commission").

Article 4 Promotion de la marque

1. La marque s'inscrit dans une démarche consistant à promouvoir les produits labellisés dans le Jura bernois et le Canton du Jura ainsi que dans les régions limitrophes.
2. Dans le cadre de Pays romand - Pays gourmand, des actions de promotions peuvent être entreprises dans les grands centres urbains (par exemple dans des foires ou des expositions) et auprès de grands distributeurs.
3. Des actions (notamment des foires ou des expositions) doivent permettre d'augmenter la notoriété de la marque par une promotion de base ciblée.
4. Dans le cadre de la promotion de la marque un programme d'activités est élaboré et communiqué aux utilisateurs.

Article 5 Octroi de la marque

L'usage de la marque peut être concédé pour autant que le demandeur soit impliqué dans la production ou la transformation :

- a) aux exploitations agricoles, entreprises, groupements ou personnes dont le siège ou le domicile est situé exclusivement sur le territoire du Jura bernois, pour des produits agricoles, transformés ou non transformés, pour des animaux vivants, pour des services ou pour des prestations;
- b) aux exploitations agricoles, entreprises, groupements ou personnes dont le siège ou le domicile est situé exclusivement sur le territoire du Jura bernois, pour des produits qui sont au bénéfice d'une appellation d'origine protégée (AOP).

Article 6 Zone d'octroi de la marque

1. La zone de provenance de la matière première est le territoire du Jura bernois et/ou le Canton du Jura.
2. En présence d'exploitations agricoles, d'entreprises ou de groupements dont les terres sont situées en partie en dehors de la zone de provenance de la marque, la Commission statue de cas en cas sur une éventuelle extension pour les matières premières cultivées sur ces terres.

Article 7 Produits, services et prestations pouvant prétendre à la marque

1. Les produits agricoles, transformés ou non transformés, ne peuvent être mis au bénéfice de la marque que s'ils respectent en tous points les « Directives pour les marques régionales, partie A, Prescriptions générales » élaborée par la plateforme nationale pour les produits régionaux (ci-après : les directives pour les marques régionales).
2. Exceptionnellement, l'usage de la marque peut également être concédé pour des produits (chocolat, bière, etc.) dont les principales matières premières ne peuvent pas provenir de la zone concernée, pour autant qu'une de leurs composantes ou leur mode de fabrication en fasse des produits typiques.

3. Les animaux vivants destinés à être commercialisés avec l'apposition de la marque doivent être nés et avoir été élevés dans le Jura bernois.
4. Les services et prestations proposés ou commercialisés doivent répondre en tous points aux chartes de qualité correspondantes.
5. L'élaboration jusqu'aux produits finis a lieu dans le Jura bernois. Si les infrastructures nécessaires ne sont pas à disposition, l'élaboration peut avoir lieu dans le canton de Berne ou du Jura, exceptionnellement, dans la chaîne du Jura.
6. L'octroi de la marque pour un produit peut être refusé lorsque celui-ci ne remplit manifestement pas les exigences définies par une recette traditionnelle largement reconnue.

Article 8 Exigences de base pour les utilisateurs de la marque

1. Les utilisateurs de la marque doivent se conformer aux dispositions et recommandations de la Commission.
2. Ils doivent consigner dans un document écrit (ci-après cahier des charges) :
 - a) les indications générales qui permettent de définir la désignation ainsi que la catégorie de produit;
 - b) la description des services et prestations pour lesquels ils utilisent la marque;
 - c) une fiche d'élaboration : type de production, label, composition, processus d'élaboration, temps nécessaire à la production;
 - d) les caractéristiques physiques : couleur, dimension, poids;
 - e) les caractéristiques organoleptiques : odeurs, goûts, saveurs;
 - f) une fiche produit : provenance des matières premières et pourcentage des additifs;
 - g) une fiche indiquant la recette ainsi que les lieux de transformation;
 - h) les étiquettes utilisées;
 - i) les autres signes de qualité dont ils bénéficient (AOP, IGP, labels, marque privée).
3. La preuve de l'origine des produits doit pouvoir être fournie lors du dépôt de la demande de même que lors de tout contrôle.

Article 9 Procédure d'octroi de l'autorisation d'utiliser la marque

1. Les exploitations agricoles, entreprises, groupements ou personnes intéressés à l'utilisation de la marque doivent faire parvenir à la Commission un dossier comprenant le cahier des charges, le cas échéant, le nombre de fournisseurs de matières premières et, pour les groupements, le nombre d'entreprises d'élaboration du produit.
2. La Commission procède à un premier examen du dossier. Si l'octroi de la marque n'entre a priori pas en considération, elle en informe le requérant.

3. Les produits qui doivent faire l'objet d'une certification sont transmis à un organisme de certification accrédité, lequel est chargé de procéder aux différents contrôles nécessaires. En particulier, celui-ci coordonne le contrôle sur site et vérifie que le produit ait subi un examen organoleptique.
4. En cas d'acceptation de la requête, un contrat annuel d'utilisation est établi et signé entre la Commission et l'utilisateur. Sauf dénonciation écrite signifiée par l'une des parties au moins trois mois avant l'échéance annuelle, le contrat est réputé reconduit tacitement d'année en année.
5. Le contrat valablement signé confère au requérant le droit d'utiliser la marque, en particulier de faire usage du logotype, pour les produits, animaux, services ou prestations concernés.

Article 10 Registre des utilisateurs de la marque et des produits, services et prestations labellisés

1. La Commission tient à jour un registre des utilisateurs de la marque, qui comporte le nom et le cahier des charges des produits, services et prestations labellisés.
2. Le registre est la base des données de référence qui est utilisé pour le contrôle et la certification des produits.
3. La partie du registre ne contenant pas d'informations confidentielles est publique et peut être consultée directement sur le site www.terroir-jura.ch. Les détails sont réglés dans le contrat d'utilisation de la marque.

Article 11 Règles d'étiquetage des produits au bénéfice de la marque

1. Pour les produits emballés, le logotype de la marque doit être appliqué soit sur l'emballage primaire, soit sur l'emballage secondaire. Dans des cas exceptionnels, la Commission peut accorder des dérogations.
2. Pour les produits non emballés, la Commission met à disposition des intéressés, à leurs frais, des moyens de marquage adaptés.
3. L'application du logotype doit permettre de reconnaître sans équivoque le produit concerné selon la charte graphique mise à disposition par la Commission.
4. La Commission se réserve le droit de recommander un mode d'apposition spécifique pour chaque produit, service ou prestation.

Article 12 Cotisation et redevances

1. L'emploi de la marque est lié au paiement d'une cotisation. Cette dernière couvre les frais de service et de certification. Le montant de la cotisation est calculé avec une taxe de base ainsi qu'une taxe par catégorie de produits.
2. Une marge équivalant à la marge moyenne des commerces de détail est prélevée sur les ventes effectuées sur les stands tenus par du personnel de vente engagé spécialement par la Commission pour une manifestation.

Article 13 Contrôle des exigences auprès des utilisateurs

1. La Commission est habilitée à contrôler le respect des conditions d'utilisation de la marque fixées dans le présent règlement et dans les cahiers des charges respectifs. Elle mandate pour cela un organisme de certification indépendant.
2. Il appartient aux utilisateurs de la marque d'apporter la preuve du respect des exigences fixées dans le présent règlement et dans les cahiers des charges respectifs. L'utilisateur s'engage à fournir à l'organe de certification tous les documents nécessaires à établir les preuves de la conformité du produit aux exigences mentionnées ci-dessus. Il laisse accès à ses installations ainsi qu'à tous ses sites aux agents de l'organe de certification et à ses mandataires.
3. L'utilisateur autorise l'organe de certification à obtenir toutes les informations nécessaires aux contrôles et à la certification auprès des organismes concernés.
4. Le coût des contrôles ordinaires est inclus dans le montant des cotisations annuelles. Les éventuels contrôles supplémentaires imputables à la faute ou à la négligence de l'utilisateur peuvent être mis à la charge de celui-ci.

Article 14 Non-respect des exigences par les utilisateurs

1. Les utilisateurs de la marque ainsi que tous les organismes prenant part à sa gestion qui constateraient une violation du présent règlement ou des cahiers des charges respectifs sont tenus d'en informer immédiatement et par écrit la Commission, en indiquant la nature de la violation et en y joignant les éventuelles preuves disponibles.
2. Lorsque la Commission suspecte une violation du présent règlement ou des cahiers des charges respectifs, elle fait procéder à un contrôle dans les plus brefs délais.
3. En cas de violation avérée, la Commission formule toute recommandation utile à l'utilisateur en vue de résoudre le cas.

Article 15 Sanctions

1. Toute violation du présent règlement peut entraîner une amende conventionnelle dont le montant peut aller jusqu'à 1'000 francs au maximum.
2. Le montant de l'amende est modulé en particulier suivant le degré de gravité de la violation constatée.
3. En cas de violation grave du présent règlement ou des cahiers des charges respectifs, ou encore lorsque l'urgence de la situation le justifie, la sanction pourra consister, en plus d'une éventuelle amende, en une interdiction immédiate d'utiliser la marque.
4. La procédure en vue d'un retrait définitif de la marque est réservée.

Article 16 Retrait de l'autorisation d'utiliser la marque

1. La Commission est habilitée à ouvrir en tout temps une procédure visant au retrait de l'autorisation d'utiliser la marque lorsqu'il apparaît que, en dépit des recommandations formulées à l'utilisateur, les exigences posées pour l'utilisation de la marque ne seront plus respectées à l'avenir.
2. Lorsque les circonstances le justifient, la Commission peut assortir ses recommandations d'un retrait provisoire de l'autorisation d'utiliser la marque.

Article 17 Evolution des exigences

1. Les éventuelles modifications apportées au présent règlement, de même qu'aux « Directives pour les marques régionales » ou encore aux diverses chartes de qualité sont applicables d'office avec effet immédiat aux produits, services et prestations au bénéfice de la marque.
2. La Commission accorde si nécessaire un délai raisonnable aux utilisateurs pour s'adapter aux nouvelles exigences.

Article 18 Confidentialité

Toutes les informations fournies à la Commission par les utilisateurs de la marque et les contrôleurs sont confidentielles.

Article 19 Recours

1. Les décisions de la Commission peuvent faire l'objet d'une opposition. L'opposition, écrite et dûment motivée, doit être adressée à la Commission dans les trente jours à dater de la notification de la décision.
2. Tout recours contre la décision sur opposition de la Commission est formé devant un tribunal arbitral composé d'un représentant de la Commission et d'un représentant du recourant, ainsi que d'une troisième personne désignée par les deux parties. Les règles du concordat intercantonal sur l'arbitrage sont applicables s'agissant de la procédure. Le for est à Loveresse.

Article 20 Dispositions finales

1. Les conditions générales pour l'utilisation du logo "Jura bernois Produits du terroir" sont abrogées.
2. Le présent règlement entre en vigueur le 8 décembre 2015.

Commission Interjurassienne
pour la Gestion des Marques (CIGM)
placée sous le contrôle du conseil de
la Fondation Rurale Interjurassienne (FRI)

Olivier Girardin
Président de la CIGM

Noël Saucy
Président de la FRI

Approbation par la Chambre d'agriculture du Jura bernois

Le présent règlement a été approuvé par la Chambre d'agriculture du Jura bernois le

Chambre d'agriculture du Jura bernois

Bernard Leuenberger
Président

Annemarie Hämmerli
Secrétaire générale