

La Marque collective « **NÔU** » (ci-après désignée « **la Marque** ») a comme objectif de valoriser les savoir-faire, les filières et les produits agroalimentaires de l'Ariège, de développer la consommation locale de produits issus du territoire en permettant une meilleure identification afin d'aider le consommateur à se repérer dans son achat.

La Marque pourra être attribuée aux produits agricoles et aux produits agroalimentaires issus de la transformation de produits agricoles dits ici « **produits fabriqués** », et ensemble désignés « **les Produits** ». Le présent règlement a pour objet de définir les conditions et modalités d'exploitation de la Marque.

Le droit d'usage de la Marque est réservé **aux entités** (ci-après désignée « **l'Entreprise** ») répondant aux critères d'éligibilité, **pour des produits** répondant au règlement d'usage, **dans les conditions** ci-après définies.

Propriété de la Marque

La Marque est la propriété exclusive de l'association Développement de l'Alimentation et des Filières Territorialisées en Ariège (acronyme : ADAFTA).

ARTICLE 1 – CRITERES D'ELIGIBILITE DU PRODUCTEUR ET ARTISAN

Alinéa 1.1 – Structures éligibles

Peut soumettre des produits à l'agrément de la Marque, l'Entreprise, quelle que soit sa taille, dûment constituée et dont le siège social est situé dans le département de l'Ariège, appartenant à une des entités suivantes :

- Une entreprise agricole, viticole ou aquacole (personne physique ou morale) dont l'activité principale est une activité de production agricole ;
- Un groupe d'entreprises agricoles réunis en association, en coopérative ou en société dans laquelle ils sont majoritaires ;
- Un artisan de la transformation agroalimentaire ou des métiers de bouche ;
- Une entreprise agroalimentaire de transformation de produits agricoles de l'annexe 1 du traité de l'union Européenne.

Alinéa 1.2 – Respect des réglementations

L'Entreprise s'engage à se conformer à toutes les réglementations et aux textes législatifs généraux ou spécifiques de son activité en vigueur.

L'Entreprise doit respecter le règlement d'usage du Produit valorisé par la Marque, tel que décrit ci-dessous.

ARTICLE 2 – CRITERES D'ELIGIBILITE DU PRODUIT

Alinéa 2.1 - Définition du Produit

Le droit d'usage sera délivré par produit (ci-après le « Produit ») selon un règlement défini ci-dessous.

Dans ce règlement, le Produit brut ou le Produit fabriqué (transformé, assemblé) est défini comme le contenu produit hors emballage.

Le Produit peut être décliné en plusieurs références : Variétés, formats, types de conditionnements. Des fiches techniques complètes de chacun des Produits devront être fournies lors de la demande d'adhésion et chacune des références devra y être indiquée. Une extension sera demandée pour toute création de nouvelle référence déclinée de ce produit.

Alinéa 2.2 – La Marque concerne toutes les familles de produits, soit :

L'usage de la Marque est réservé :

- aux produits alimentaires
- aux produits non alimentaires fermiers, c'est-à-dire lié à une activité agricole
 - cosmétiques : savons, crèmes, huiles essentielles...
 - produits bois (gamme feu, sapin de Noël) et dérivés
 - pépinières, horticultures
 - produits non alimentaires dérivés de l'apiculture
 - fibres textiles d'origine animale et végétale

Le produit respectera toutes les réglementations en vigueur dans sa catégorie. Le produit doit également répondre à un règlement de BONNES pratiques de la profession qui sera indiqué par le demandeur lors de sa demande d'adhésion.

Alinéa 2.3 - Produits disposant déjà d'un SIQO

Les produits AOP et IGP

Pour tout produit qui bénéficie d'un Signe officiel d'Identification de l'origine français (Appellation d'Origine Contrôlée - AOC) et européen (Indication Géographique Protégée - IGP, Appellation d'Origine Protégée - AOP) dont une partie de la zone géographique définie est en Ariège, l'ADAFTA s'assure de la conformité de l'étiquetage par la Marque auprès de l'ODG référente. En fonction sera décidé :

- Une application du présent règlement
- Une exclusion du droit d'usage de la Marque mais un partenariat de promotion collective établi entre les organismes de défense et de gestion et la Marque.

Sont concernés, en Ariège, à ce jour :

- Vins IGP Ariège
- IGP CANARD A FOIE GRAS DU SUD-OUEST
- IGP Tomme des Pyrénées
- IGP Porcs du Sud-Ouest

- Porc au grain du Sud-Ouest IGP Label Rouge
- Porc fermier du Sud-Ouest IGP Label Rouge

S'agissant du vin, seules les productions sous l'IGP Ariège seront éligibles au droit d'usage de la Marque. Les conditions d'usage de la marque et engagements seront spécifiques à ces produits.

Les produits Labels Rouge

Pour un étiquetage du Produit sous LR avec la Marque, un avis de l'ODG concerné sera demandé par l'ADAFTA.

Sont concernés, en Ariège, à ce jour :

- Poulet Fermier Label Rouge
- Bœuf gascon Label Rouge
- Veau sous la mère Label Rouge

Les produits issus de l'agriculture biologique

L'agriculture biologique est un mode de production qui allie les pratiques environnementales optimales, le respect de la biodiversité, la préservation des ressources naturelles et l'assurance d'un niveau élevé de bien-être animal.

La marque est compatible avec les produits issus de l'agriculture biologique. La Marque s'engage à valoriser sur ses supports (annuaire site par exemple) les Entreprises engagées en agriculture biologique.

Alinéa 2.3 bis - Produits disposant d'autres marques collectives

Un produit peut disposer de plusieurs marques collectives. Dans le respect des cahiers des charges et règles d'éligibilités de chacune des démarches, La Marque est compatible avec les marques collectives suivantes :

- Bienvenue à la Ferme
- Sud de France
- Valeurs Parc Naturel Régional
- Vignobles du Sud-Ouest

Alinéa 2.4 - Provenance géographique du Produit

Cas général

Les notions réglementaires encadrant l'indication du pays d'origine ou du lieu de provenance de l'ingrédient primaire sont contenues en **Annexe 1**.

Le produit est identifié à son producteur ariégeois –agriculteur, artisan, PME agroalimentaire – et à son lieu de production et d'élaboration situé en Ariège.

De façon général, le produit objet de la demande, doit avoir été cultivé, né, élevé, abattu et transformé en Ariège. Concernant la transformation, il est toléré que les produits soient transformés dans les

départements limitrophes dans le cas où le siège sociale de l'Entreprise opérante ou commanditaire est située à proximité des frontières départementales de l'Ariège.

S'agissant de la volaille (dont canards), du porc et de la truite, compte tenu de la situation de ces filières sur le territoire, ne seront considérés que l'élevage et l'abattage des animaux. Dans le cas de l'élevage, les durées minimum de présence des animaux sur les entreprises agricoles requises figurent en **Annexe 2**. S'agissant de la filière porcine et uniquement de cette filière, l'abattage des animaux rentrant dans la composition des produits transformés, peut être accepté dans un département d'Occitanie, autre que l'Ariège, si et seulement si l'animal n'est pas né et élevé en Ariège.

Cas des Produits Fabriqués

Les Produits sont classés selon deux catégories d'agrément (cf. schéma explicatif **Annexe 3**) :

- «PRODUIT CHEZ nous» : pour des produits composés à 100% de matières premières issues des entreprises agricoles situés en Ariège, même si une étape de la fabrication est réalisée en dehors du département car l'outil de transformation n'est pas présent sur le territoire ariégeois
- «FABRIQUÉ CHEZ nous» : pour des produits fabriqués en Ariège **et** composés en majorité de matières premières issues des entreprises agricoles situées en Ariège.

Pour le Produit Fabriqué, il est défini que ce sont les matières premières principales hors aromates, additifs, eau, sucre, boyaux naturels qui doivent respecter la provenance définie, ainsi que les matières mises en évidence dans la dénomination. Concernant les produits non alimentaires, sera prise en considération l'origine de la matière première « agricole ».

Pour tous les Produits Fabriqués, dès lors que la matière première existe et est disponible sur le territoire, dans des quantités suffisante pour permettre une production significative pour la filière (ex. : viande, lait, fruits), l'approvisionnement devra être à 100% issu d'exploitations départementales.

- Si un ingrédient entrant dans le produit élaboré y compris l'ingrédient principal existe mais n'est pas **disponible** en Ariège selon les besoins du transformateur, au moment de la demande d'utilisation de la Marque, celui-ci indiquera cette impossibilité et les démarches entreprises pour y remédier. Il rentre alors dans une procédure qualifiée de démarche de progrès, garantissant un suivi et accompagnement. Il devra néanmoins avoir une démarche raisonnée d'approvisionnement (département limitrophe, région). → Dans ce cas, le Comité d'agrément statuera sur le droit d'usage, puis par la suite sur son maintien ou non, en fonction de l'avancement de la structuration de la filière et des compléments d'informations fournis par le demandeur sur ses modifications d'approvisionnement.
- Si un ingrédient entrant dans le produit fabriqué y compris l'ingrédient principal n'est pas **productible** en Ariège pour répondre aux besoins du transformateur (ex. café, chocolat, ...), celui-ci indiquera cette impossibilité. → Dans ce cas, le produit ne pourra bénéficier du droit d'usage de la Marque mais le Comité d'agrément statuera sur la mise en place d'un partenariat de promotion collective établi entre l'Entreprise et la Marque.

Notion de transformation substantielle

La définition du terme transformation est « Changement d'état partant de la réception de la matière première, jusqu'au conditionnement / expédition ». Une transformation substantielle donne au produit « une caractéristique qu'il ne possédait pas auparavant ou le modifie significativement ». Cependant, chaque entreprise aura sa propre définition de ce qu'est la matière première ; de même,

selon les produits et les activités, la transformation n'apporte pas le même niveau de valeur ajoutée. En conséquence, une solution consiste à choisir de définir ce que n'est pas une transformation substantielle.

- ⇒ Pour la Marque, ne sont pas retenus comme étant des transformations substantielles : les produits de négoce, le ré-étiquetage de produits, la commercialisation, le re-conditionnement, le sur-conditionnement, la mise en lots... et plus globalement toutes les activités de co-packing.

Cas de l'huile d'olive

Conformément au règlement d'exécution (UE) n°29/2012 de la Commission du 13 Janvier 2012, relatif aux normes de commercialisation de l'huile d'olive, aucune référence géographique ne doit apparaître sur une huile sans AOP ou IGP, en dehors du pays d'origine.

Ce produit pourra donc bénéficier d'un partenariat de promotion du savoir-faire mais ne pourra bénéficier de la Marque.

Cas du miel

La Marque s'appuie sur le principe validé par le PNR sur la zone délimité frontalière au département de l'Ariège et sur la continuité écologique.

Alinéa 2.5 – Mode de production sans OGM

Les éleveurs qui souhaitent bénéficier de la Marque sont dans une démarche d'alimentation de leurs animaux avec des **aliments sans OGM pendant la phase d'engraissement**. L'Entreprise s'engage en signant sur l'honneur une attestation le certifiant (**Annexe 4**). Elle est donc responsable en cas de contrôles.

La Marque encourage de surcroît que l'ensemble de l'alimentation des animaux soit sans OGM. Elle s'engage à accompagner toute entreprise souhaitant évoluer sur ce critère.

L'Entreprise est encouragée à valoriser si le produit est garanti sans OGM. Elle sera alors responsable de sa communication. Si l'Entreprise garantit des produits sans OGM, la Marque s'engage à valoriser sur ses supports (annuaire site par exemple) cet engagement, dans la mesure où elle en aura eu l'information (**Annexe 4**).

ARTICLE 3 – CONDITIONS D’USAGE DE LA MARQUE

La Marque est soumise aux dispositions du code de la propriété intellectuelle. Elle a été déposée à l’INPI dans toutes les classes de produits agricoles et alimentaires, et son utilisation est conditionnée par ce règlement. Son usage est limité à l’Entreprise, bénéficiaire du droit d’usage, après validation de son dossier de candidature.

L’Entreprise bénéficiaire du droit d’usage pour un Produit, a la possibilité d’autoriser ses clients utilisateurs ou revendeurs du Produit, à faire mention au sein de leur étiquetage ou leur communication du Produit, avec l’apposition de la Marque, dans les conditions du présent règlement. L’Entreprise s’engage alors à faire respecter le présent règlement ainsi que la charte graphique par ses clients.

L’utilisation de la Marque est obligatoirement associée à un produit, le Produit.

La Marque peut être apposée par l’exploitant sur le packaging du Produit, tout document publicitaire et toute signalétique, sous réserve de mentionner le nom du produit en clair, à proximité de la Marque et qu’il n’y ait pas d’ambiguïté sur l’attribution de la Marque au Produit et non pas à l’Entreprise.

L’association DAFTA seule se réserve le droit d’utiliser la Marque sur une signalétique ou en communication sans citer de nom de produits.

Alinéa 3.1 - Etiquetage

Cas général :

Le Produit agréé, issu de la production agricole ou fabriqué, pourra porter sur son emballage le logo de la Marque de la manière suivante :

- Soit en modifiant son emballage, sous réserve d’avoir fourni dans son dossier d’agrément une maquette de l’emballage modifié avec le logo de la Marque, dans le respect de la charte graphique (**Annexe 5**)
- Soit en ajoutant un sticker sur le packaging existant, reprenant le logo de Marque, fourni par la Marque ou dans le respect de la charte graphique.

La Marque sera utilisée uniquement pour les produits agréés. L’Entreprise ayant également des produits non agréés devra veiller à ne pas induire le consommateur en erreur sur la provenance des produits et à ne pas apposer le logo de la Marque sur ces derniers. En cas d’arrêt de l’agrément, la Marque, ne devra plus apparaître sur les produits et supports de communication de l’Entreprise.

Nous informons les bénéficiaires que différents projets ont été pensés afin de répondre à l’objet défini en préambule de ce document. Afin de respecter les choix stratégiques et la priorisation des projets par l’ADAFTA, **il est demandé, lorsque cela est possible, de ne pas apposer l’étiquette Marque sur les produits commercialisés sur les circuits GMS.**

Alinéa 3.2 - Support de communication

Concernant les supports de communication, il est demandé une **validation par l'ADAFTA de tous les supports de communication**, afin que cette dernière s'assure de ne pas induire en erreur le consommateur.

- S'agissant de supports de communication présentant des produits, la Marque ne peut être apposée qu'à côté des produits en bénéficiant ;
- S'agissant de supports de communication ne présentant pas de produits (flyer ou carte entreprise, site internet, panneau de signalisation d'entreprise...), l'Entreprise pourra apposer le logo sur sa communication sous validation de l'ADAFTA.

Alinéa 3.3 - Engagement et obligations des entreprises adhérentes

Toute entreprise ayant des produits agréés dans le cadre de la Marque s'engage à respecter la réglementation en vigueur concernant son activité.

En adhérant, l'Entreprise bénéficie d'un droit d'usage à la Marque auprès de l'ADAFTA.

L'Entreprise consent à ce qu'ADAFTA collecte et conserve les données personnelles concernant l'entreprise et ce à des fins professionnelles pour la gestion des adhésions, la visibilité sur le site web de la marque, et dans le respect des dispositions légales en vigueur. Les droits d'accès et de rectification pourront être exercés auprès d'ADAFTA.

L'Entreprise pourra être destinataire d'informations émanant d'ADAFTA.

L'Entreprise reste seule responsable envers les consommateurs et les administrations concernées. La responsabilité de la Marque ne saurait en aucun cas être recherchée.

Par ailleurs, l'Entreprise s'engage également à :

- respecter le présent règlement d'usage de la Marque ;
- respecter le cahier des charge pour les productions en disposant ;
- ne pas communiquer de façon abusive sur le règlement d'usage et son contrôle ;
- respecter la charte graphique de la Marque (**Annexe 5**) ;
- ne pas porter atteinte à l'image de la Marque ;
- transmettre au Comité d'agrément, les documents prouvant le respect du règlement d'usage de la Marque ;
- informer le Comité d'agrément de tout changement significatif intervenu pour le Produit agréé, son process, ses ingrédients ou leur origine (cas d'un Produit Fabriqué), et ce dans un délai de deux mois à compter de la date d'intervention du changement ;
- faire valider auprès du Comité d'Agrément tout support de communication utilisant le logo de la Marque (affiches, site internet, flyers, etc.) ;
- être à jour de sa cotisation annuelle ;
- accepter tout contrôle inopiné d'un organisme de contrôle indépendant (ou toute autre structure) qui pourrait être mandaté par l'ADAFTA pour vérifier le bon usage de la Marque :
 - o Fournir tout élément nécessaire (documents, enregistrements...) au contrôle du règlement d'usage et des cahiers des charges
 - o Faciliter l'accès aux locaux, personnes...
 - o Signaler à l'organisme de contrôle et au détenteur du cahier des charges tout changement ou dysfonctionnement qui peuvent impacter le respect du référentiel

- Mettre en place des actions correctives nécessaires au maintien du respect du règlement d'usage et des cahiers des charges en cas de non-conformité

Dans le cas d'une cessation d'activité ou d'un changement d'activité, le dirigeant de l'Entreprise s'engage à informer le Comité d'agrément dans les meilleurs délais. En cas de reprise de l'activité ou de l'Entreprise, l'Entreprise devra faire une nouvelle demande d'agrément.

Toute modification ou information doit être portée directement à l'ADAFTA par courrier ou mail avec accusé de réception, aux adresses suivantes : ADAFTA, 32 avenue du général de Gaulle, 09000 Foix ; adhesion@nou-09.fr.

ARTICLE 4 – ENGAGEMENT DE LA MARQUE

Alinéa 4.1 – Engagement de ADAFTA

L'association DAFTA est créée pour répondre à l'objet suivant :

- fédérer les agriculteurs et artisans du département de l'Ariège, soucieux d'une meilleure valorisation de leurs produits par la commercialisation ;
- Promouvoir ces productions locales et ces savoir-faire ;
- Soutenir les projets locaux et toute initiative de valorisation de produits ;
- Développer toute activité nécessaire concourant à ces buts ;
- Mettre à disposition des outils permettant de parfaire la commercialisation en commun des produits.

Ainsi, les actions menées par l'ADAFTA vont répondre à trois leviers : communication, commerce et logistique.

Accéder à de nouveaux outils commerciaux



Accroître sa visibilité

- Boîte à outils pour les adhérents & partenaires
- Communication Digitale
- Événementiels et rencontres professionnelles

Bénéficier de solutions logistiques

Développer des solutions logistiques performantes, flexibles et adaptées



L'ADAFTA s'engage alors à communiquer auprès des Entreprises les projets répondant à l'objet ci-dessus nommé.

L'entreprise reste décideur des outils de commercialisation qu'elle utilise. Elle ne sera en aucun cas dans l'obligation de servir les outils de la Marque mais s'engage par son adhésion à en être acteur et participer aux démarches portées par la Marque et à ne pas contrevenir aux efforts de promotion fournis collectivement.

Une attitude contraire pourrait engager une démarche de radiation.

ARTICLE 5 – MODALITE D'AGREMENT

Alinéa 5.1 – Commission de labellisation

Les dossiers de candidatures complets seront présentés en commission d'agrément, réunissant le Conseil d'administration de l'ADAFTA. Des commissions auront lieu régulièrement, suivant un planning défini en amont et disponible. Ces réunions ne sont pas publiques.

Alinéa 5.2 - Procédure de candidature pour le droit d'usage de la Marque

L'attribution de la Marque sera conditionnée par :

- La déclaration de tous les renseignements sollicités
- La présentation de tous les justificatifs demandés
- La signature de l'ensemble des documents :
 - Règlement d'usage
 - Attestation engraissement/alimentation sans OGM (**Annexe 4**)
 - Autorisation de réalisation et d'utilisation de photographies (**Annexe 6**)
 - Cahier des charges pour les produits en disposant
- La validation par le Conseil d'Administration de la Marque

Un dossier de candidature dont le formulaire est mal rempli (dont l'une des cases d'engagement ne serait pas cochée, non signé) ou pour lequel il manque des justificatifs, sera retourné à l'Entreprise candidate pour être complété, sans être examiné en Commission.

Une vérification pourra être effectuée pour contrôle des déclarations de provenance et d'équité mentionnées dans le formulaire et contrôle des justificatifs fournis.

Alinéa 5.3 – Coût

La cotisation est annuelle et son montant est fixé par l'ADAFTA (**Annexe 7**).

Alinéa 5.4 - Durée et territoire du droit d'usage

La durée du droit d'usage est de 1 an, renouvelable de façon tacite pendant 3 ans.

L'agrément est donné et retiré par l'ADAFTA – propriétaire de la Marque, du logo, des slogans... - qui est la seule habilitée à traiter les litiges.

Le droit d'usage s'éteint automatiquement en cas de :

- Non-respect des obligations prévues par le présent règlement, après une première mise en demeure restée sans effet ;
- Modification du Produit ou de son mode de production. Dans ce cas, le dépôt d'une nouvelle demande de droit d'usage est nécessaire ;
- Non renouvellement d'une demande de droit d'usage ou cotisation non à jour ;
- Un retrait sur décision du Comité d'agrément ou du Conseil d'administration ;
- Extinction du droit de Marque.

L'extinction du droit d'usage de la Marque entraîne immédiatement l'obligation pour l'Entreprise de retirer toute référence à la Marque, sur sa communication Produit et Entreprise, ainsi que chez ses

propres clients. Les stocks de produits encore conformes au règlement d'usage pourront être écoulés. L'association DAFTA retirera le produit de ses communications.

En cas de non-respect d'une des clauses du présent Règlement ou d'une dégradation avérée de la qualité du Produit, l'agrément sera retiré pour l'Entreprise, sur le Produit, jusqu'à une nouvelle validation par le Comité d'agrément.

Toute observation ou réclamation peut être adressée à son président à l'adresse suivante : ADAFTA, 32, avenue du Général de Gaulle, 09000 Foix - Tél : 05 61 02 14 00 - Mail : adhesion@nou-09.fr.

Alinéa 5.5 - Refus de droit d'usage

En cas de refus du droit d'usage, le candidat peut, dans un délai de deux semaines à compter de la réception de la notification du refus du droit d'usage, faire une réclamation et saisir le Comité d'Agrément pour demander un nouvel examen de son dossier ou une dérogation sur la base d'un nouveau dossier argumenté

ENGAGEMENT

Je soussigné, responsable de l'entreprise reconnais avoir pris connaissance et m'engage à respecter en intégralité le règlement d'usage et les annexes dont il fait mention.

La signature du présent document vaut engagement d'adhésion à la Marque Nòu.

Fait à, le

Signature de l'adhérent
(précédé de la mention manuscrite « Lu et approuvé »)

ANNEXE 1 : Contexte réglementaire du Produit fabriqué et définitions

Nous rappelons que le principe général devant être impérativement respecté est de ne pas induire le consommateur en erreur.

Conformément à l'article 26, paragraphe 3, du règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement européen et du Conseil concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires⁽¹⁾ (ci-après le « règlement », lorsque le pays d'origine ou le lieu de provenance de la denrée alimentaire est indiqué et qu'il n'est pas celui de son ingrédient primaire⁽²⁾, le pays d'origine ou le lieu de provenance de l'ingrédient primaire en question doit être également indiqué ou, au moins, indiqué comme étant autre que celui de la denrée alimentaire.

Le 28 mai 2018, la Commission a adopté le règlement d'exécution (UE) 2018/775 de la Commission⁽³⁾ (ci après le « règlement d'exécution »), qui fixe les modalités d'application de l'article 26, paragraphe 3, du règlement. En particulier le règlement d'exécution clarifie et harmonise la manière dont l'origine du ou des ingrédients primaires doit être étiqueté.

⇒ Questions relatives au champ d'application de l'article 26, paragraphe 3, du règlement

Deux conditions sont fixées pour l'application d'exigences spécifiques en matière d'étiquetage des ingrédients primaires :

1. L'existence d'une indication du pays d'origine ou du lieu de provenance de la denrée finale ; et
2. Le fait que le pays d'origine ou le lieu de provenance de la denrée alimentaire indiqué ne soit pas le même que celui de son ingrédient primaire.

Le champs d'application du règlement d'exécution comporte deux limitations :

1. L'article 1^{er}, paragraphe 1, du règlement d'exécution précise que le pays d'origine ou le lieu de provenance d'une denrée alimentaire peut être mentionnée « sous la forme d'un terme, d'une représentation graphique, d'un symbole ou de toute indication faisant référence à un lieu ou à une zone géographique » ;
2. L'article 1^{er}, paragraphe 2, du règlement d'exécution précise que les « indication géographiques protégées ainsi que les marques enregistrées⁽⁴⁾ lorsque celles-ci constituent une indication d'origine, ne relèvent pas du champ d'application du règlement d'exécution. Le considérant 6 du règlement d'exécution précise, en ce qui concerne cette seconde exception, que si l'article 26, paragraphe 3, du règlement doit en principe s'appliquer également aux cas décrits dans cette deuxième exemption, les modalités d'application pertinentes doivent être examinées plus avant et seront adoptées à un stade ultérieur.

(1) JO L 304 du 22.11.2011, p.18

(2) Ingrédient primaire (définition présente dans le Règlement (UE) N° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil) : le ou les ingrédients d'une denrée alimentaire qui constituent plus de 50% de celle-ci ou qui sont habituellement associés à la dénomination de cette denrée par les consommateurs et pour lesquels, dans la plupart des cas, une indication quantitative est requise :

(3) JO L 131 du 29.5.2018, p.8

(4) Marque enregistrée : signe qui a fait l'objet d'un enregistrement comme marque par un office d'enregistrement tel que l'INPI. La marque est enregistrée quand elle a validé toutes les étapes de son enregistrement.

ANNEXE 2 : Durées minimum de présence des animaux sur les entreprises agricoles

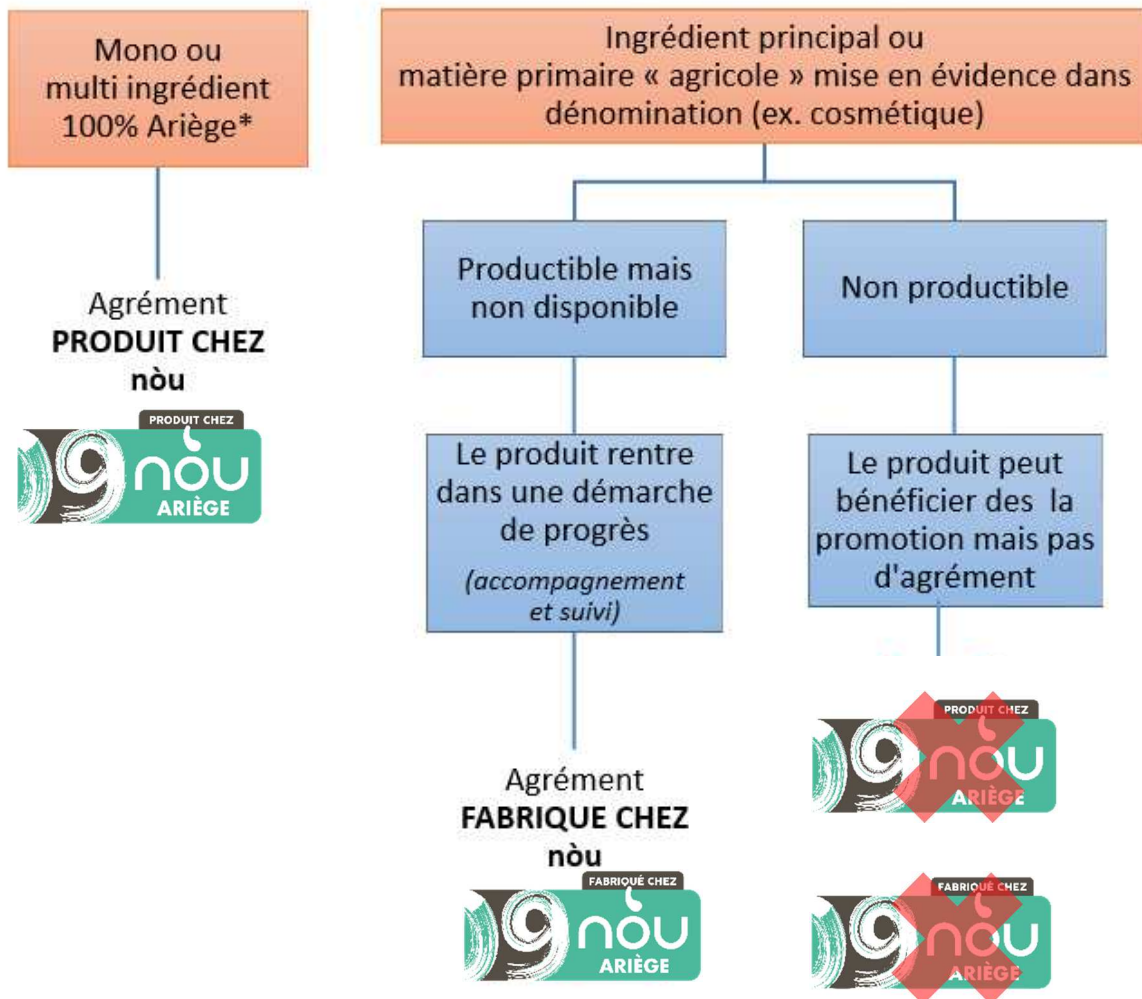
Cycle de production sur l'exploitation des animaux hors volailles

Espèce	Durée minimum de présence sur les exploitations	Âge d'abattage
Gros bovins	Né, élevé, engraisé en Ariège	+ de 36 mois
Très jeunes bovins		Jusqu'à 12 mois
jeunes bovins		12-24 mois
Agneaux et chevreaux		-
Porcs	112 jours (16 semaines)	-
Truite	3 mois	

Cycle de production sur l'exploitation des volailles

Espèce	Durée minimum de présence sur les exploitations	Âge minimum d'abattage
Poulet	70 jours	98 jours
Pintade	84 jours	112 jours
Chapons	119 jours	147 jours
Poulardes /pintades	84 jours	112 jours
Dinde / oie	154 jours	6 mois (294 jours)
Canards	84 jours	98 jours

ANNEXE 3 : Logigramme d'attribution de la marque pour les Produits Fabriqués



* Même si une étape de la fabrication est réalisée en dehors du département car impossibilité de la réaliser sur le territoire ariégeois

ANNEXE 4 : Attestation engraissement/alimentation sans OGM

Je soussigné(e).....
représentant l'entreprise
domiciliée à
atteste sur l'honneur que :

Je suis éleveur :

- les animaux présents sur mon exploitation reçoivent une alimentation sans OGM durant la phase d'engraissement ;
- ne pas utiliser d'OGM dans l'alimentation des animaux présents sur mon exploitation ;

Je suis céréalier ou maraicher :

- les produits issus de/produits au sein de mon entreprise ne sont pas concernés par d'éventuelles manipulations génétiques et ne contiennent pas d'OGM. Les semences et plants sont non issus d'OGM ;

Je suis transformateur :

- les matières premières utilisées dans la fabrication de mes produits sont issus d'animaux engraisés sans OGM ;
- les matières premières destinées à la transformation de mes produits sont issus d'animaux nourris sans OGM et de végétaux sans OGM.

Conformément à la réglementation européenne et française en vigueur, DIRECTIVE 2001/18/CE, REGLEMENTS CE) n°1829/2003 et n°1830/2003, DECRET n°1012-128.

Le signataire accepte que l'ADAFTA puisse opérer des contrôles selon les modalités suivantes :

- Consultation de documents nécessaires à l'authentification du respect de la charte concernée,
- Eventuellement, contrôles par prélèvement et analyse,
- Eventuellement, visites inopinées.

Fait pour servir et valoir ce que de droit.

Fait à, le.....

Signature :

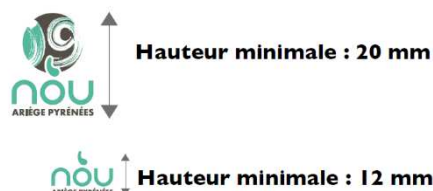
ANNEXE 5 : Etiquettes et éléments de communication à appliqués (extrait charte graphique, disponible sur demande)

LES COULEURS IMMUABLES

	CMJN	RVB	Hexadécimal
	C : 36 • M : 34 • J : 42 • N : 67	R : 84 • V : 78 • B : 70	#544E46
	C : 66 • M : 00 • J : 48 • N : 00	R : 77 • V : 185 • B : 156	#4DB99C

LE LOGOTYPE TAILLE MINIMALE

Afin d'assurer une lisibilité optimale du logotype, celui-ci doit respecter une taille minimale en dessous de laquelle il est interdit de descendre. Elle est ici de 12 mm de haut.



L'ETIQUETTE

Deux formats d'étiquettes peuvent être utilisés, permettant au producteur de choisir la plus pertinente en fonction du packaging de son produit. Les deux versions sont déclinées en «fabriqué chez» et «produit chez».



LA COLLERETTE

Seul outil accepté sur les emballages des produits vins agréés.



ANNEXE 6 : Autorisation de réalisation et d'utilisation de photographies

Je soussigné(e).....
représentant l'entreprise
domiciliée à
tél
mail.....@.....

autorise la marque Nòu, pour moi-même et/ou le(s) bien(s) dont je suis propriétaire, pour la/les images et photos que je lui transmets, à :

- copier, reproduire, numériser et stocker les photographies transmises ;
- représenter, reproduire, adapter, modifier, changer les couleurs, exploiter, diffuser, conserver mon image, celles de mon/mes biens et les photographies transmises, de les incorporer en tout ou partie à des œuvres préexistantes ou à créer, réaliser des photos montages à partir des photographies, en tout ou en partie, en nombre illimité, dans le monde entier, en tous formats, en couleurs et/ou en noir et blanc, sur tous supports connus actuel ou à venir, et par tous moyens actuels ou à venir.

J'accepte que mon image, celles de mon/mes biens et les photographies transmises soient reproduites, exploitées et diffusées, en totalité ou par extraits, par la marque Nòu, pour illustrer les actions de communication et les outils de communication liées à son activité, notamment sur les supports suivants :

- dans une revue, un magazine, un ouvrage, un journal, un livre, une brochure ;
- dans une campagne publicitaire ;
- dans une présentation au public lors d'un salon, une manifestation, un congrès, une réunion ;
- sur les sites Internet de la marque Nòu;
- sur les réseaux sociaux.

Je m'engage à ne pas tenir responsable le photographe ainsi que son ou ses employeurs, et toutes personnes agissant avec son accord en ce qui relève de la possibilité d'un changement de cadrage, de couleurs et de densité qui pourrait survenir lors de la reproduction.

Cette autorisation est accordée à titre gracieux et pour une durée de 3 ans à compter de la signature de la présente autorisation.

Fait à, le.....

Signature :

ANNEXE 7 : Grilles des cotisations

L'ADAFTA, association propriétaire de Nòu Ariège Pyrénées, propose 3 catégories d'adhésion :

ADHERENTS Agriculteurs et TPE/PME de l'agroalimentaires :

Concerne les Entreprises, telles que définies dans le présent règlement, c'est-à-dire les structures éligibles au droit d'usage de la Marque, producteurs et artisans de la transformation (Article 1, alinéa 1.1). La cotisation annuelle est fonction du chiffre d'affaire annuel de l'année précédente et est votée par l'ADAFTA.

CA (Année N-1)	Cotisation annuelle	Cocher la case correspondante
< 100 000€	100 €	<input type="checkbox"/>
100 000€ - 500 000€	200 €	<input type="checkbox"/>
500 000€ - 1 000 000€	350 €	<input type="checkbox"/>
> 1 000 000€	500 €	<input type="checkbox"/>

PARTENAIRES : boulangers, bouchers, restaurateurs, commerçants

Concerne les partenaires, entreprises de la commercialisation & distribution (hors GMS), restaurateurs, artisans métiers de bouches (boulangers, bouchers). La cotisation sera spécifique à chaque profession, fonction de l'engagement et de la relation définie. Elle sera définie par activité, par les membres de l'ADAFTA en lien avec la profession et validée par l'ADAFTA. Pour l'année en cours :

	Condition	Cotisation annuelle
BOULANGER	Adhérent au syndicat	100 €
	Non adhérent	150 €
BOUCHER	Adhérent au syndicat	150 €
	Non adhérent	250 €
	+ 10€ par tranche de 50 000€ de CA (plafonné à + 100€ supplémentaire)	
RESTAURANTS	< 100 000€	150 €
	100 000€ - 300 000€	300 €
	300 000€ - 500 000€	400 €
	> 500 000€	500 €
MAGASINS	Sans conditions	250 €

Je soussigné certifie l'exactitude des informations communiquées.

Fait à, le.....

Signature :