

## Préambule

La Marque collective « **NÒU ARIÈGE PYRÉNÉES** » (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** 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, toute 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

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

Le bénéficiaire du droit d'usage 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 Produit 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

### Alinéa 2.3 - Produits disposant déjà d'un SIQO

#### Les produits AOP et IGP

Tout produit qui bénéficie d'un Signe officiel d'Identification de l'origine français (Appellation d'Origine Contrôlée) et européen (Indication Géographique Protégée, Appellation d'Origine Protégée) dont une partie de la zone géographique définie est en Ariège devra obligatoirement demander un avis de l'ODG référente avant d'appliquer un étiquetage du produit. 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 particulièrement 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, et donc vins du Sud-Ouest, seront éligibles au droit d'usage de la Marque.

## Les produits Labels Rouge

Sont particulièrement concernés, en Ariège, à ce jour :

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

Ils seront examinés au cas par cas. Pour un étiquetage de produit sous LR avec la Marque, un avis de l'ODG concerné sera demandé.

## 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.

### 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

### 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.

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 élaborés

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 un produit élaboré, 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 élaborés, 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 le bénéficiaire et la Marque.

## Notion de transformation substantielle et de valeur ajoutée

Deux notions sont à prendre en compte simultanément : transformation substantielle et valeur ajoutée

- Origine d'après le lieu de la 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.

- Origine d'après le lieu de création de valeur ajoutée notable

Il s'agit d'apprécier le lieu où le produit a acquis majoritairement sa valeur ajoutée, à savoir au moins 50%.

⇒ Pour la Marque, 50% du prix de revient doit avoir été acquis sur le sol ariégeois.

### 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.

### Alinéa 2.5 - Les autres conditions de production

Le produit respectera toutes les réglementations en vigueur de sa catégorie. Le demandeur s'engage à ce que son exploitation ou son atelier soit en conformité avec les textes légaux français et européens. Le produit doit également répondre à un règlement de BONNES pratiques de la profession qui sera indiqué par le demandeur à sa demande d'adhésion.

## 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 aux bénéficiaires du droit d’usage après validation de leur dossier de candidature.

Les bénéficiaires du droit d’usage pour un Produit, ont la possibilité d’autoriser leurs clients utilisateurs ou revendeurs du Produit, brut ou transformé, 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.

Les entreprises bénéficiaires du droit d’usage s’engagent à faire respecter le présent règlement ainsi que la charte graphique par leurs clients.

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

### Alinéa 3.1 - Etiquetage

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
- 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. Une 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 de ne pas apposer l’étiquette Marque sur les produits commercialisés sur les circuits GMS.

### Alinéa 3.2 - Support de communication

La Marque pourra être apposée au côté de chacun des produits en bénéficiant, sur tous les supports de communication, y compris web, pour des actions gérées par ADAFTA ou par le bénéficiaire lui-même.

S'agissant de supports de communication ne présentant pas de produits, le bénéficiaire pourra apposer le logo sur sa communication à condition que 70% de ses produits puissent bénéficier du droit d'usage de la Marque, et sous validation du Comité d'agrément afin de ne pas induire en erreur le consommateur.

### 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.

Les adhérents pourront être destinataires d'informations émanant d'ADAFTA.

Les adhérents restent seuls responsables envers les consommateurs et les administrations concernées. LA responsabilité de la Marque ne saurait en aucun cas être recherchée.

Par ailleurs, le bénéficiaire s'engage également à :

- respecter le présent règlement d'usage de la Marque ;
- 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 ou son process 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.) ;
- accepter tout contrôle inopiné d'un organisme de contrôle indépendant (ou toute autre structure) qui pourrait être mandaté par ADAFTA pour vérifier le bon usage de la Marque ;
- être à jour de sa cotisation annuelle.

Dans le cas d'une cessation 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, l'entreprise devra faire une nouvelle demande d'agrément.

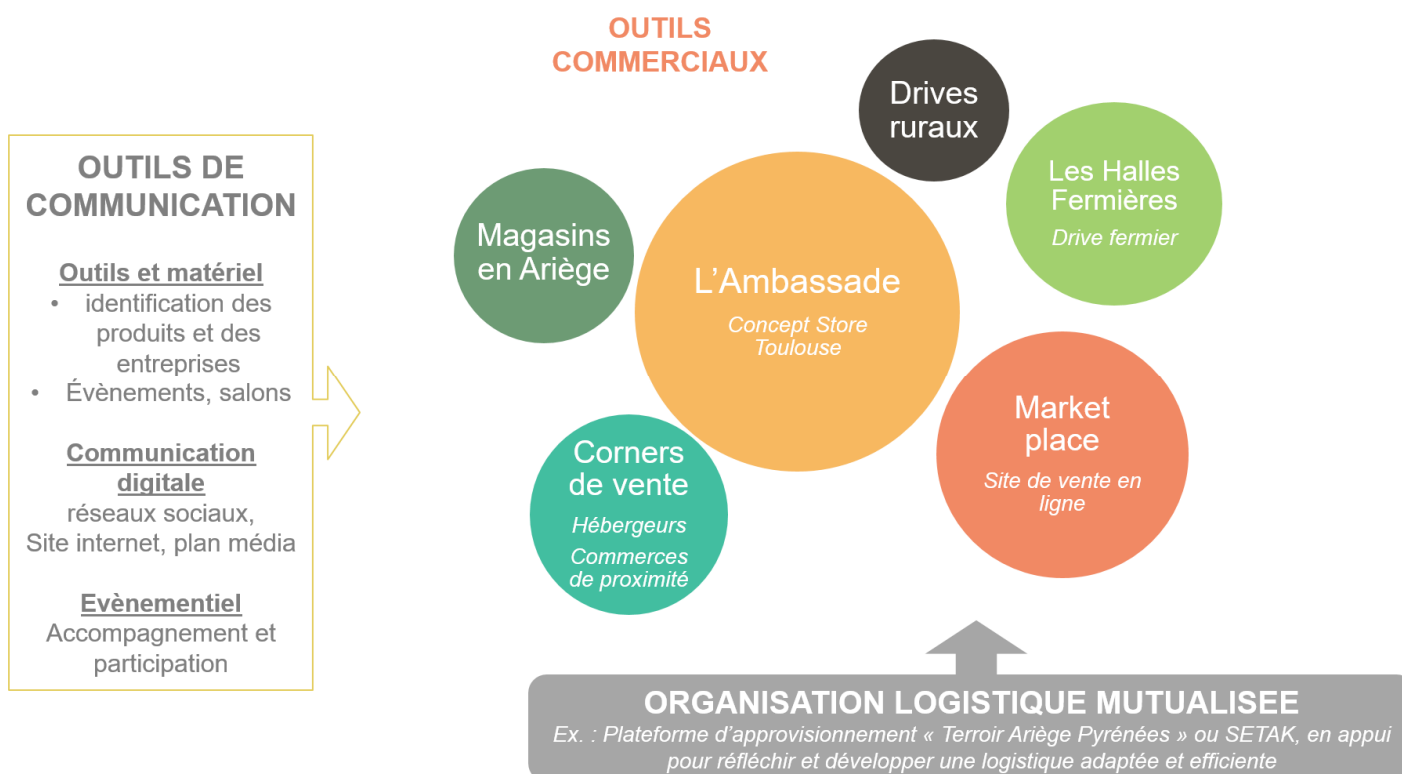
## ARTICLE 4 – ENGAGEMENT DE LA MARQUE

### 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, à titre de réciprocité, ADAFTA s'engage à communiquer auprès des adhérents des différents projets répondant à l'objet ci-dessus nommé. Les actions menées par ADAFTA répondent à trois leviers : communication, commerce et logistique. Le schéma ci-dessous explicite les actions dans lesquelles s'engage la Marque.





## 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 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 au candidat 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 d’adhésion est fixée annuellement par ADAFTA.

### 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 5 ans.

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 qui en bénéficiait de retirer toute référence à la Marque, sur sa communication, son internet et par ses propres clients. Les stocks de produits encore conformes au règlement d’usage pourront être écoulés. L’association DAFTA retirera le produit de toute source d’information. Le territoire du droit d’usage de la Marque est exclusivement la France.

L’agrément est donné et retiré par ADAFTA – propriétaire de la Marque, du logo, des slogans... - qui est le seul habilité à traiter les litiges.

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 : [adhésion@nou-09.fr](mailto:adhésion@nou-09.fr).

Toute modification dans le suivi de la convention comme un changement imprévu de produit ou de fournisseur, est à signaler par le revendeur ou le producteur directement à ADAFTA par courrier ou mail avec accusé de réception. En cas de non-respect d'une des clauses de la charte ou d'une dégradation avérée de la qualité du produit, l'agrément sera retiré unilatéralement pour le producteur pour une durée de 2 ans. Tout problème ou litige sera signalé à ADAFTA qui pourra se réunir à la demande et arbitrer.

Le Comité d'Agrément doit être informé dans le cas de cessation de l'entreprise ou de changement d'activité ou de propriétaire.

### Alinéa 5.5 - Refus de droit d'usage

En cas de refus du droit d'usage, le candidat peut, dans un délai de deux (2) 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, Ariège Pyrénées.

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<sup>(1)</sup> (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<sup>(2)</sup>, 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<sup>(3)</sup> (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<sup>er</sup>, 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<sup>er</sup>, paragraphe 2, du règlement d'exécution précise que les « indication géographiques protégées ainsi que les marques enregistrées<sup>(4)</sup> 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

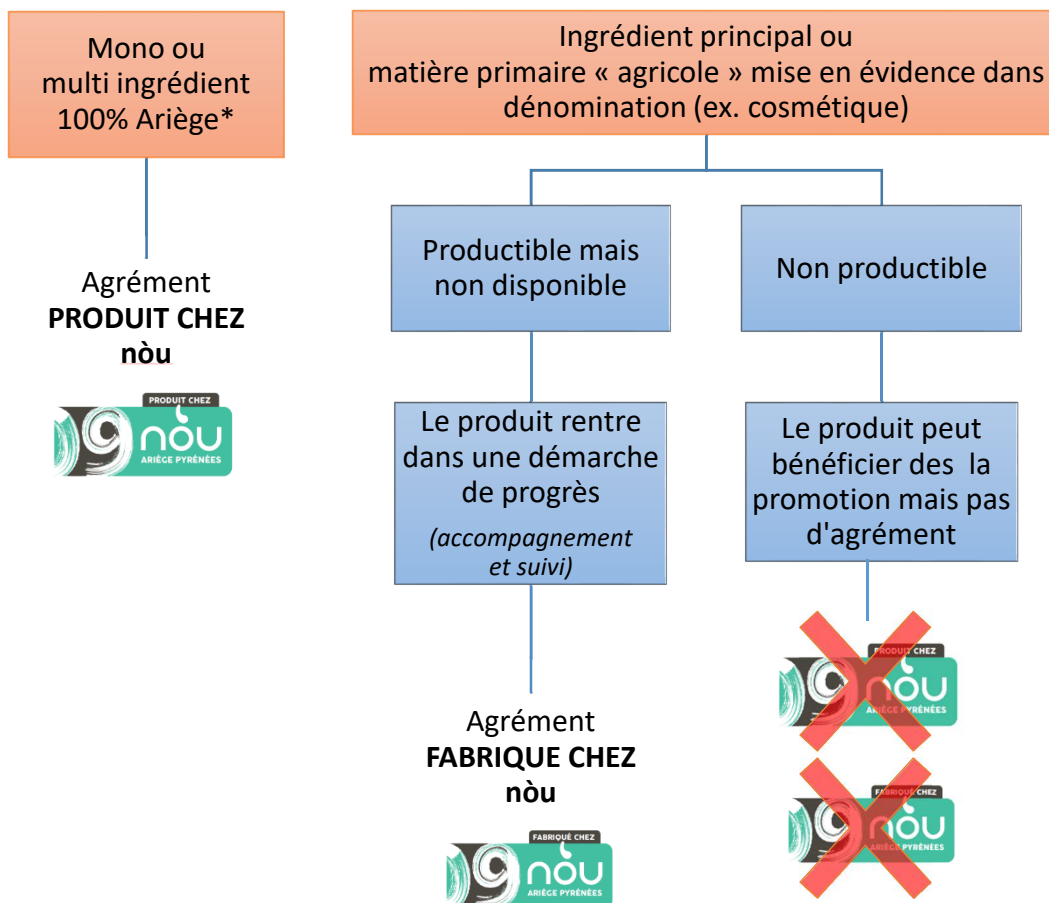
### Cycle de production sur l'exploitation des animaux hors volailles

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 élaborés



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

## ANNEXE 4 : Ce que dit la loi concernant l'étiquetage dit « sans OGM »

### Etiquetage dit « sans OGM » (décret n° 2012-128)

Le décret n° 2012-128 du 30 janvier 2012 prévoit des critères différents pour alléguer l'absence d'OGM selon qu'il s'agit d'ingrédients d'origine végétale, animale ou encore apicole.

- Les **ingrédients d'origine végétale** (par exemple, la farine, l'amidon ou la lécithine) pourront porter la **mention « sans OGM »** s'ils sont issus de matières premières **contenant de façon fortuite au maximum 0,1 % d'OGM**.
- L'étiquetage des **ingrédients d'origine animale** (par exemple, le lait, la viande, le poisson ou les œufs) pourra mettre en avant une absence d'OGM aux seuils de 0,1 % ou 0,9 %. Afin d'assurer la bonne information du consommateur, le niveau de garantie sera précisé dans la mention : « **issu d'animaux nourris sans OGM (<0,1 %)** » ou « **issu d'animaux nourris sans OGM (<0,9 %)** ».
- Les **ingrédients d'origine apicole** pourront être étiquetés « **sans OGM dans un rayon de 3 km** » sous réserve notamment que cette distance d'éloignement entre les ruches et les champs génétiquement modifiés soient respectée.

Ces allégations faisant référence à l'absence d'OGM apparaîtront le plus souvent dans la liste des ingrédients. Toutefois, afin de mieux valoriser la non-utilisation d'OGM et rendre cette information plus visible pour le consommateur, il est prévu de pouvoir également alléguer l'absence d'OGM sur le visuel principal de l'emballage de la denrée : l'ingrédient ainsi étiqueté devra représenter plus de 95 % de la denrée. Ce sera le cas, par exemple, des jambons, des lardons ou du saumon fumé.

### Cas particulier de la filière de l'agriculture biologique

- Les règles de production définies dans le règlement (CE) n°834/2007 relatif au mode de production biologique (article 9) proscrivent l'utilisation d'OGM tout en admettant la **présence de traces fortuites jusqu'à 0,9 %** (cas d'une contamination au champ par exemple).
- Aussi, tous les ingrédients d'origine animale certifiés biologiques peuvent être étiquetés « **issu d'animaux nourris sans OGM (<0,9 %)** », sous réserve que la mention soit complétée par les termes « conformément à la réglementation relative à la production biologique ».
- En revanche, un opérateur qui souhaiterait étiqueter ses produits par l'agriculture biologique « **issu d'animaux nourris sans OGM (<0,1 %)** » devra prendre des mesures complémentaires et s'assurer que les produits ne contiennent effectivement pas d'OGM au seuil de 0,1 %. Il en est de même pour l'utilisation de la mention « sans OGM » sur des ingrédients d'origine végétale.

### Contrôles de la DDCSPP

La DDCSPP contrôle annuellement dans quelques établissements et sur quelques produits le respect de la législation « OGM ».

Nous ne pouvons pas apposer de logo « sans OGM » sur des produits qui ne sont pas susceptibles d'être génétiquement modifiés en Europe (riz, blé et avoine). Or, comme le précise la DGCCRF, « *la valorisation de l'absence d'OGM n'est pas admise pour des ingrédients issus de végétaux dont aucune espèce génétiquement modifiée n'a fait l'objet d'une autorisation de mise sur le marché de l'Union européenne* ».