

Marque collective



RÈGLEMENT D'USAGE

Date de mise à jour	Nom, prénom et signature du représentant
V1 21 janvier 2026	PIGNON Angeline Directrice AQUIMER

Date de mise à jour	Modification apportée

Table des matières

1. Préambule	1
2. Le titulaire	2
3. Définitions	2
4. La Marque	3
5. Objet du règlement d'usage	4
6. Titularité de la marque	5
7. Usagers de la marque	5
7.1. Structures éligibles	5
7.2. Procédure d'obtention du droit d'usage de la Marque	6
7.3. Adhésion	6
7.4. Enregistrement des produits	7
8. Modalités d'utilisation de la Marque.....	7
8.1. Usage de la Marque.....	7
8.2. Non exclusivité.....	7
8.3. Caractère personnel	7
8.4. Usages non autorisés.....	7
9. Identification de la Marque et charte graphique	8
10. Modifications.....	8
10.1. Modifications du Règlement d'usage	8
10.2. Modification de la Marque ou de la Charte graphique	8
11. Gouvernance	9
11.1. AQUIMER	9
11.2. Comité de Pilotage	9
11.2.1. Rôles du Comité de Pilotage.....	9
11.2.2. Composition du Comité de Pilotage	10
11.3. Comité de Sélection	10
11.3.1. Rôles du Comité de Sélection	10
11.3.2. Composition du Comité de Sélection	10
12. Contrôles	11
12.1. Modalités de contrôle.....	11
12.2. Coûts de contrôle.....	12
13. Résiliation de l'autorisation d'utiliser la Marque.....	12
13.2. Résiliation de l'autorisation du fait de l'Usager.....	12

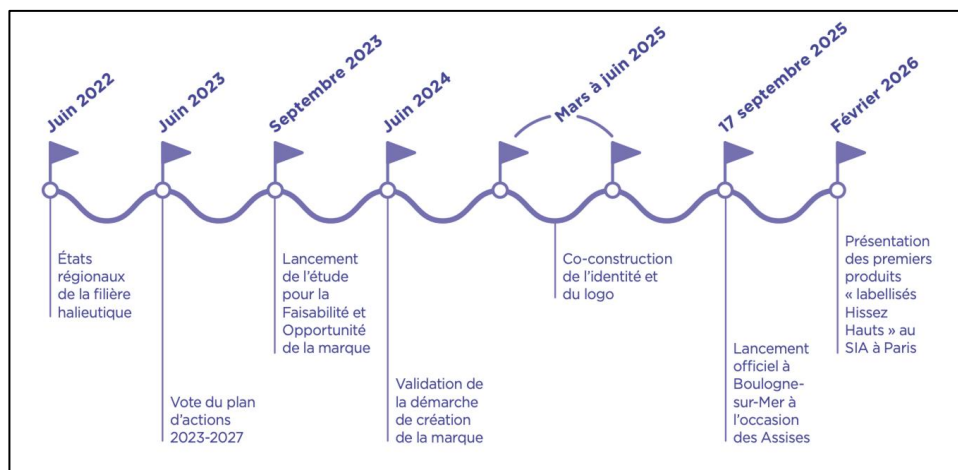
13.2.1.	Changement de circonstances affectant la validité de l'autorisation.....	12
13.2.2.	Non-respect du Règlement d'usage par l'Usager.....	12
13.2.3.	Sanctions.....	13
13.3.	Retrait de l'autorisation du fait d'AQUIMER	13
14.	Usage abusif de la Marque.....	13
15.	Défense de la Marque	13
16.	Responsabilités et garanties	14
17.	Loi applicable.....	14
18.	Juridiction compétente	14
Partie I.	Production.....	31
I.1	La pêche.....	31
I.1.1	Les espèces pêchées éligibles	31
I.1.2	Les espaces de capture éligibles par espèce.....	31
I.1.3	Restrictions liées à la classification du stock des espèces et mises à jour	31
I.1.4	Les navires et ventes éligibles.....	Erreur ! Signet non défini.
I.1.5	Les critères de qualité des produits éligibles.....	32
I.2	L'aquaculture	33
I.2.1	Les espèces d'aquaculture éligibles.....	33
I.2.2	Les critères d'admissibilité par espèce éligible.....	33
I.3	Mise en marché des produits bruts.....	33
Partie II.	Transformation	33
II.1	Localisation des activités	33
II.2	Matières premières éligibles	34
II.2.1	Matières premières issues de la production des Hauts-de-France	34
II.2.2	Dérogations de provenance possibles en cas de volumes et/ou qualités non adaptés	34
II.2.3	Matières premières non disponibles en Hauts-de-France.....	34
II.3	Règles spécifiques pour les produits élaborés	35
II.3.1	Le salage et saurissage	35
II.3.2	Autres produits élaborés.....	35

Annexes

Annexe 1 : Charte graphique HISSEZ HAUTS®	16
Annexe 2 : Cahier des charges	28

1. Préambule

La Marque collective HISSEZ HAUTS a été créée à l'initiative des acteurs économiques des filières pêche et aquaculture ainsi que de la Région Hauts-de-France, par l'intermédiaire de son plan d'action filière, afin de valoriser les produits aquatiques produits ou transformés en région. Elle a pour vocation de promouvoir une identité maritime forte, fondée sur la qualité, la transparence et le savoir-faire local.



L'émergence de cette Marque, animée par la Région Hauts-de-France et AQUIMER, s'est inscrite dans une démarche collaborative fédérant les acteurs de la filière souhaitant s'impliquer dans une dynamique de co-construction.

Elle a été construite autour des objectifs suivants :

- Valoriser les savoir-faire des Hauts-de-France dans la production et la transformation des produits aquatiques ;
- Garantir au consommateur la traçabilité et la qualité des produits ;
- Offrir un outil collectif de différenciation : les produits portant le logo HISSEZ HAUTS sont immédiatement identifiables et renvoient à une image authentique, régionale et de qualité supérieure.

L'usage de la Marque repose sur un engagement volontaire. Il ne constitue pas une obligation réglementaire mais un cadre partagé par lequel les acteurs de la filière garantissent la cohérence et la crédibilité de la démarche.

Le présent Règlement d'usage de la Marque, comprenant le cahier des charges reproduit, encadre l'ensemble des règles, obligations et conditions applicables à l'utilisation de la Marque.

2. Le titulaire

Le titulaire de la marque collective est AQUIMER : association loi 1901 dont le siège social est situé au 16 rue du commandant Charcot à Boulogne-sur-Mer (62200).

AQUIMER est une association reconnue comme Pôle de Compétitivité, qui accompagne les startups et entreprises du secteur des produits aquatiques (pêche, aquaculture, mareyage, transformation, distribution) de toutes tailles dans leurs démarches d'innovation et de développement.

3. Définitions

Par « Cahier des charges », on entend le cahier des charges de la Marque, figurant en Annexe 2.

Par « Candidat », on entend toute entreprise souhaitant utiliser la Marque avant acceptation par le Comité de Pilotage.

Par « Charte graphique », on entend la charte graphique formalisant les modalités graphiques d'usage de la Marque, figurant en Annexe 1.

Par « Comité de Pilotage », on entend le comité chargé d'étudier les demandes d'autorisation d'usage de la Marque et de contrôler l'usage de la Marque par les Usagers.

Par « Comité de Sélection », on entend le comité chargé d'évaluer l'ajout de nouvelles espèces candidates à la Marque ou d'accorder les dérogations de provenance ainsi que d'en fixer les modalités.

Par « Distributeur », on entend toute entreprise ayant pour activité la vente de produits au consommateur final.

Par « Distributeur s'approvisionnant directement en halle à marée », on entend toute entreprise s'approvisionnant directement auprès d'une halle à marée, sans autre intermédiaire, et ayant pour activité la vente de produits au consommateur final.

Par « Marque », on entend la marque verbale collective « HISSEZ HAUTS DE-FRANCE » déposée à l'institut national de la propriété industrielle (INPI) et la marque verbale « HISSEZ HAUTS DE-FRANCE » n° 5163538 déposée le 11/07/2025 à l'institut national de la propriété industrielle (INPI).

Par « Partenaires de la marque », on entend les organisations telles que les syndicats professionnels, associations de Producteurs ou interprofessionnelles, halles à marée, organisations de Producteurs (OP), organismes du secteur public.

Par « Producteur », on entend toute entreprise ayant pour activité principale la pêche ou l'aquaculture.

Par « Qualification », on entend la décision d'un Usager de commercialiser un produit sous la Marque.

Par « Règlement d'usage », on entend le présent règlement d'usage de la Marque, ainsi que ses annexes et éventuels avenants.

Par « Transformateur », on entend toute entreprise ayant pour activité le mareyage ou la transformation de produits aquatiques.

Par « Usager », on entend AQUIMER et toute entreprise ayant obtenu une décision favorable du Comité de Pilotage au terme de l'examen de son dossier pour l'utilisation de la Marque.

4. La Marque

La marque a été déposée en classes **29, 30, 31, 35 et 43**.

Il est à noter que cette marque verbale « HISSEZ HAUTS DE-FRANCE » est soumise au présent Règlement d'usage.

Les produits et services visés par la marque collective « HISSEZ HAUTS DE-FRANCE » sont :

Classe	Catégorie	Produits / Services concernés
29	Produits alimentaires d'origine marine et préparations	Viande ; poisson ; volaille ; gibier ; fruits conservés ; fruits congelés ; fruits secs ; fruits cuisinés ; légumes conservés ; légumes surgelés ; légumes séchés ; légumes cuits ; gelées alimentaires autres que confiseries ; confitures ; compotes ; œufs ; lait ; produits laitiers ; huiles à usage alimentaire ; beurre ; charcuterie ; salaisons ; crustacés non vivants ; coquillages non vivants ; insectes comestibles non vivants ; conserves de viande ; conserves de poisson ; fromages ; boissons lactées où le lait prédomine.
30	Préparations alimentaires à base de produits marins	Café ; thé ; cacao ; sucre ; riz ; tapioca ; farine ; préparations faites de céréales ; pain ; pâtisseries ; confiseries ; glaces alimentaires ; miel ; sirop d'agave (édulcorant naturel) ; levure ; sel ; moutarde ; vinaigre ; sauces (condiments) ; épices ; glace à rafraîchir ; sandwiches ; pizzas ; crêpes (alimentation) ; biscuits ; gâteaux ; biscottes ; sucreries ; chocolat ; boissons à base de cacao ; boissons à base de café ; boissons à base de thé.
31	Produits vivants et matières premières	Produits agricoles à l'état brut et non transformés ; produits aquacoles à l'état brut et non transformés ; produits horticoles à l'état brut et non transformés ; produits forestiers à l'état brut et non transformés ; animaux vivants ; fruits frais ; légumes frais ; graines et semences à planter ; plantes naturelles ; fleurs naturelles ; aliments pour les animaux ; malt ; gazon naturel ; crustacés vivants ; coquillages vivants ; insectes comestibles vivants ; appâts vivants

		pour la pêche ; céréales en grains non travaillés ; plants ; arbres (végétaux) ; bois bruts ; fourrages.
35	Services commerciaux	Publicité ; gestion, organisation et administration des affaires commerciales ; travaux de bureau ; services de publipostage ; services d'abonnement à des journaux pour des tiers ; services d'abonnement à des services de télécommunications pour des tiers ; comptabilité ; services de photocopie ; services de bureaux de placement ; portage salarial ; service de gestion informatisée de fichiers ; optimisation du trafic pour des sites internet ; organisation d'expositions à des fins commerciales ou publicitaires ; publicité en ligne sur un réseau informatique ; location de temps publicitaire sur tout moyen de communication ; publication de textes publicitaires ; location d'espaces publicitaires ; diffusion d'annonces publicitaires ; conseils en communication (publicité) ; relations publiques ; conseils en communication (relations publiques) ; audits d'entreprises (analyses commerciales) ; services d'intermédiation commerciale.
43	Services de restauration (alimentation) ; hébergement temporaire	Services de restauration (alimentation) ; hébergement temporaire ; services de bars ; services de traiteurs ; services d'hébergement hôtelier ; réservation de logements temporaires ; services de crèches d'enfants ; mise à disposition de terrains de camping ; services de maisons de retraite pour personnes âgées ; services de pensions pour animaux domestiques.

5. Objet du règlement d'usage

Le Règlement d'usage a pour objet de définir les conditions et les modalités d'utilisation de la Marque par les Usagers.

Tout usage de la Marque vaut acceptation formelle des dispositions du Règlement d'usage.

Seul l'Usager peut apposer la Marque conformément aux modalités d'utilisation définies ci-après.

La Marque a été construite à la fois pour assurer la valorisation des produits de la pêche et de l'aquaculture dont la production est réalisée sur le territoire des Hauts-de-France, mais également pour promouvoir les produits d'autres origines lorsqu'ils sont transformés en Hauts-de-France.

Elle garantit donc, a minima, au consommateur que le produit a été transformé, conditionné et expédié en région, et, pour certains produits (cf. cahier des charges en Annexe 2), qu'il a également été produit (pêché, cultivé ou élevé) sur le territoire des Hauts-de-France.

Afin d'attester du respect de ces engagements, l'Usager s'engage à intégrer les mesures de contrôle interne nécessaires, ainsi qu'à inclure dans son système documentaire et qualité l'ensemble des pièces et procédures requises pour garantir une traçabilité complète.

L'ensemble des critères auxquels doivent satisfaire les Candidats et leurs produits pour pouvoir prétendre à l'usage de la marque est défini dans le cahier des charges reproduit en Annexe 2.

6. Titularité de la marque

L'Usager reconnaît qu'AQUIMER est pleinement propriétaire de la Marque et bénéficie d'un droit d'usage total de celle-ci.

L'autorisation d'usage de la Marque en vertu du Règlement d'usage n'opère aucun transfert des droits de propriété sur la Marque.

L'Usager s'engage à ne pas déposer, dans quelque territoire que ce soit, de marques identiques ou similaires à la Marque susceptibles de lui porter atteinte ou d'être confondues avec elle.

Notamment, il s'interdit de déposer toute marque reprenant, en tout ou partie, la Marque au sein d'un signe plus complexe.

L'Usager s'engage à ne pas développer, utiliser ou exploiter, dans quelque territoire que ce soit, des signes identiques ou similaires à la Marque, susceptibles de lui porter atteinte ou de créer un risque de confusion avec elle.

L'Usager s'engage à ne pas réserver de noms de domaine, dans quelque extension que ce soit, identiques ou similaires à la Marque ou susceptibles de porter atteinte à la Marque ou de créer un risque de confusion avec elle.

L'Usager s'engage à ne pas adopter de dénomination ou raison sociale susceptible de porter atteinte à la Marque ou de créer un risque de confusion avec elle.

7. Usagers de la marque

7.1. Structures éligibles

En tant que titulaire, AQUIMER dispose d'un droit d'usage total de La Marque.

Excepté AQUIMER, l'usage de la Marque est réservé aux entreprises de production et de transformation basées en Hauts-de-France, ainsi qu'aux distributeurs qui s'approvisionnent directement en criée, ainsi qu'aux partenaires ou toute structure ayant

obtenu une décision favorable du Comité de Pilotage au terme de l'examen de son dossier (voir partie 7.2).

Ces structures doivent également être considérées comme à jour de leur adhésion.

7.2. Procédure d'obtention du droit d'usage de la Marque

La demande d'utilisation de la Marque est faite par toute structure estimant remplir les critères d'obtention d'un droit d'usage directement auprès de l'association AQUIMER.

La demande d'utilisation de la Marque et le montant de l'adhésion diffèrent selon que le demandeur est considéré comme une entreprise de production, de transformation ou de distribution ou comme un Partenaire de la Marque.

Le Candidat doit remplir le bulletin d'adhésion correspondant, disponible sur le site internet de la Marque : hissez-hauts.com.

Le bulletin d'adhésion doit être envoyé par le Candidat par courrier électronique à l'adresse contact@hissez-hauts.com, avec pour objet : « Demande d'adhésion – Nom de l'entreprise ou du partenaire » ou par courrier postal à AQUIMER (16 Rue du Commandant Charcot - CS 10381 62206 Boulogne-sur-Mer cedex).

Par cette démarche, les Candidats s'engagent à respecter le présent règlement d'usage.

L'adhésion doit ensuite être validée par le Comité de Pilotage. À la suite de cette décision, le Candidat en sera informé par retour de courrier électronique.

Le Candidat ne pourra commercialiser ses produits sous la Marque, qu'après leur enregistrement et leur validation par AQUIMER (voir partie 7.4).

7.3. Adhésion

Le montant annuel de l'adhésion à la Marque est forfaitaire pour les partenaires et dépend du nombre de salariés pour les entreprises de production, de transformation ainsi que pour les Distributeurs s'approvisionnant directement en halle à marée.

Pour les Distributeurs, à l'exception de ceux s'approvisionnant directement en halle à marée, le montant de l'adhésion est nul.

Tout Usager de la Marque doit être adhérent à la Marque et à jour du paiement de sa cotisation annuelle.

Les adhésions sont établies pour l'année civile et doivent être réglées dans leur intégralité, quelle que soit la date d'adhésion afin qu'elle soit considérée comme « à jour ».

Concernant le renouvellement de l'adhésion, un délai de tolérance est accordé pour le paiement de la cotisation jusqu'au 31 mars de l'année en cours.

L'adhésion à la Marque donne accès uniquement aux services fournis par AQUIMER dans le cadre de la Marque et est complètement indépendante des autres services d'AQUIMER qui requièrent une adhésion spécifique.

7.4. Enregistrement des produits

Avant la mise sur le marché d'un produit commercialisé sous la Marque, l'Usager doit soumettre à AQUIMER (par mail ou par courrier postal), par l'intermédiaire d'une fiche de référencement de produits, les informations nécessaires pour vérifier sa conformité au Cahier des charges. Cette fiche est disponible sur le site internet de la Marque www.hissez-hauts.com.

Le produit ne pourra être commercialisé sous la Marque qu'après un retour de mail positif de la part d'AQUIMER.

8. Modalités d'utilisation de la Marque

8.1. Usage de la Marque

L'Usager doit, tout au long de son usage de la Marque, respecter les exigences définies au présent Règlement d'usage, en ce compris ses annexes et ses éventuels avenants.

De façon générale, toute exploitation, information, promotion relative à la Marque peut être faite par l'Usager sous réserve que ces actes soient conformes au Règlement d'usage, aux lois et règlements en vigueur et qu'ils ne portent atteinte ni à la Marque, ni à l'image, ni aux intérêts de son titulaire.

8.2. Non exclusivité

Le Règlement d'usage ne donne aucun droit exclusif d'usage de la Marque au profit de l'Usager.

8.3. Caractère personnel

L'autorisation d'utiliser la Marque est strictement personnelle. Elle ne peut en aucun cas être cédée ou transmise, par quelque moyen que ce soit.

8.4. Usages non autorisés

L'Usager s'engage à ne pas utiliser la Marque à des fins politiques, polémiques, contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs ou susceptibles de porter atteinte à des droits reconnus par la loi et, de manière générale, à ne pas associer la Marque à des actions ou activités susceptibles de porter atteinte à AQUIMER ou lui être préjudiciable.

9. Identification de la Marque et charte graphique

La charte graphique de la Marque figure en Annexe 1 du présent document.

Tout Usager de la Marque s'engage à n'utiliser que ces seuls éléments dans le cadre de la reproduction et de l'usage de la Marque.

10. Modifications

10.1. Modifications du Règlement d'usage

En cas de modifications du Règlement d'usage, AQUIMER en informe l'Usager par tous moyens.

L'Usager est réputé avoir pris connaissance et avoir accepté les nouvelles dispositions, sauf notification contraire de sa part par tous moyens ou cessation de l'utilisation de la Marque dans un délai de 30 jours après réception de l'information de la modification par le Comité de Pilotage.

Le Comité de Pilotage peut fixer un délai à cet Usager pour qu'il se mette en conformité avec les nouvelles dispositions du Règlement d'usage.

A la date d'expiration de ce délai, l'Usager notifie au Comité qu'il a adapté l'usage de la Marque afin de se conformer au Règlement d'usage modifié.

Le Comité confirme à l'Usager par tous moyens la bonne réception de cette notification et l'autorise à poursuivre l'usage de la Marque conformément au Règlement d'usage modifié.

A défaut de mise en conformité dans le délai précité, l'autorisation d'usage est résiliée de plein droit.

L'Usager ne pourra prétendre à aucune indemnisation du fait de la modification du Règlement d'usage.

10.2. Modification de la Marque ou de la Charte graphique

En cas de modification de la Marque ou de la Charte graphique, le Comité de Pilotage en informe l'Usager par tous moyens.

L'Usager dispose d'un délai de 30 jours pour se mettre en conformité avec la nouvelle Charte graphique ou pour remplacer la Marque sur tous les supports.

L'Usager ne pourra prétendre à aucune indemnisation suite à la modification de la Marque ou de la Charte graphique.

11. Gouvernance

11.1. AQUIMER

Présent depuis les premières étapes de la création de la marque, AQUIMER coordonne l'ensemble de la démarche aux côtés des professionnels de la filière. Ses rôles sont les suivants :

- Portage administratif et juridique de la marque ;
- Mise à disposition de salariés pour assurer le fonctionnement et l'animation de la marque ;
- Planification et animation des Comités de Pilotage, des Comités de Sélection et de toutes les réunions indispensables au fonctionnement et au suivi de la marque ;
- Suivi des dépenses et reporting auprès du Comité de Pilotage et des partenaires financiers ;
- Collecte et recouvrement des adhésions auprès des Usagers de la Marque ;
- Contrôle interne de la Marque et planification des contrôles externes avec les entreprises et les organismes de contrôle indépendants.

Pour accompagner efficacement les travaux du Comité de Pilotage et du Comité de Sélection, AQUIMER engage les actions suivantes :

- Proposition de programmes d'actions pour le déploiement, la promotion et le fonctionnement de la Marque ;
- Proposition de budgets prévisionnels ;
- Identification et proposition d'améliorations pour le fonctionnement de la Marque.

11.2. Comité de Pilotage

11.2.1. Rôles du Comité de Pilotage

Le Comité de Pilotage a pour mission de superviser l'orientation stratégique et opérationnelle de la marque. À ce titre, il exerce les fonctions suivantes :

- Approbation des programmes d'actions visant le déploiement, la promotion et le fonctionnement général de la Marque, en veillant à leur cohérence avec les objectifs fixés ;
- Approbation des budgets proposés, du montant des cotisations annuelles, ainsi que du suivi financier associé, afin de garantir une gestion transparente et maîtrisée des ressources ;
- Examen et décision concernant les demandes d'adhésion des Candidats et Partenaires, ainsi que les procédures de radiations, de démissions et de sanctions dans le respect des règles établies (voir partie 13) ;
- Suivi régulier de l'avancement des actions engagées, permettant d'évaluer leur efficacité et d'orienter, si nécessaire, les ajustements à apporter ;

- Adaptation et évolution du Cahier des Charges, en coordination avec le Comité de Sélection, afin d'assurer son adéquation avec les attentes des professionnels et les évolutions du secteur.

11.2.2. Composition du Comité de Pilotage

Le Comité de Pilotage est composé à la fois de Partenaires et d'entreprises engagées dans la Marque. Il est composé des structures titulaires d'une adhésion à jour et s'étant investies dans la co-construction de la marque en 2025.

Toute entité souhaitant intégrer le Comité de Pilotage doit adresser une demande à AQUIMER. L'admission de nouveaux participants au Comité de Pilotage est examinée par le Comité de Pilotage et approuvée à la majorité des voix des membres présents lors des réunions du Comité de Pilotage.

Le Comité de Pilotage se réunit a minima deux fois par an, en présentiel ou en distanciel : une première fois entre et le 1^{er} avril et le 31 mai, et une seconde fois entre le 1^{er} octobre et le 30 novembre de chaque année. Les décisions sont prises à la majorité des voix.

11.3. Comité de Sélection

11.3.1. Rôles du Comité de Sélection

Le Comité de Sélection a pour missions :

- D'examiner les motivations et de voter les demandes d'ajout de nouvelles espèces de pêche ou d'aquaculture candidates à la Marque, ainsi que de définir leurs modalités d'éligibilité ;
- D'examiner les motivations et de voter les demandes d'ajout de nouvelles espèces reconnues comme non disponibles en Hauts-de-France et candidates à la marque, et d'en fixer les modalités d'éligibilité ;
- D'examiner les motivations et de voter les demandes de dérogation de provenance pour les espèces mentionnées dans la *Liste des Espèces de pêche et aquaculture éligibles à la Marque HISSEZ HAUTS* en cas de volumes et/ou de qualités non adaptés, et d'en définir les modalités d'acceptation ;
- Proposer des évolutions du cahier des charges au Comité de Pilotage.

11.3.2. Composition du Comité de Sélection

Afin d'assurer une représentation équilibrée de la filière, la tenue d'un Comité de Sélection requiert la présence de huit votants, répartis en quatre collèges :

- Le collège des pêcheurs ;
- Le collège des aquaculteurs ;
- Le collège des mareyeurs ;
- Le collège des transformateurs.

Pour chaque collège, la présence et le vote d'un professionnel usager de la Marque ainsi que d'une structure représentant la profession (Comité Régional des Pêches et des Elevages Marins, syndicat, organisation de Producteurs, etc.) sont indispensables pour que le vote soit valide. Les votants doivent être désignés par les parties concernées avant l'ouverture de la séance.

En fonction des sujets inscrits à l'ordre du jour des Comités de Sélection, AQUIMER peut ajuster la composition des participants en s'appuyant sur sa connaissance des activités et des expertises de ses membres.

Une décision est considérée comme adoptée lorsqu'elle obtient au moins les deux tiers des votes exprimés.

A minima deux Comités de sélection sont organisés chaque année : le premier entre le 1^{er} juin et le 31 juillet et le second entre le 1^{er} novembre et le 31 décembre.

12. Contrôles

12.1. Modalités de contrôle

L'association AQUIMER est habilitée à prendre toutes mesures destinées à contrôler le respect des conditions et obligations fixées par le Règlement d'usage.

Ce contrôle peut prendre la forme d'un contrôle interne ou d'un contrôle externe. Le contrôle interne de la Marque est assuré par AQUIMER. Le contrôle externe est réalisé par un organisme indépendant mandaté par AQUIMER.

L'adhérent est tenu de collaborer et de fournir l'ensemble des documents en sa possession nécessaires au bon déroulement du contrôle.

Les contrôles peuvent être réalisés de manière inopinée ou programmée, selon ce qui est considéré comme le plus pertinent par le contrôleur.

Selon la nécessité, les contrôles peuvent être menés sur les sites des entreprises ou en distanciel, sur une base documentaire.

Chaque vérification donne lieu à un rapport de contrôle, archivé par AQUIMER afin d'assurer la traçabilité et le suivi de la conformité des entreprises. Le rapport est également envoyé à l'Usager concerné.

Dans un but de réduction des coûts et d'efficacité, ces contrôles peuvent être regroupés avec d'autres contrôles auxquels les Usagers sont déjà soumis dans le cadre d'autres démarches.

12.2. Coûts de contrôle

Les coûts de contrôle dits réguliers, c'est-à-dire en dehors de toute procédure de mise en conformité suite à une notification par AQUIMER pour non-respect de l'Usager aux dispositions du Règlement d'usage (voir partie 13.2.2), sont pris en charge par AQUIMER.

Dans le cadre d'une procédure de mise en conformité consécutive à une notification d'AQUIMER pour non-respect du Règlement d'usage par l'Usager, le Comité de Pilotage pourra exiger la réalisation d'un contrôle complémentaire destiné à attester de la mise en conformité. Lorsque ce contrôle requiert l'intervention d'un organisme indépendant, les frais afférents pourront être imputés à l'Usager.

13. Résiliation de l'autorisation d'utiliser la Marque

13.1. Dispositions communes

L'Usager ne bénéficie d'aucun droit acquis au maintien de son droit d'utilisation de la Marque.

L'Usager ne pourra prétendre à aucune indemnité du fait de la résiliation de l'autorisation d'utilisation de la Marque.

13.2. Résiliation de l'autorisation du fait de l'Usager

13.2.1. Changement de circonstances affectant la validité de l'autorisation

Le droit d'utiliser la Marque s'éteint de plein droit dès lors que l'Usager ne répond plus aux conditions d'éligibilité prévues au présent Règlement d'usage.

L'Usager s'engage à cesser tout usage de la Marque et à retirer toute référence à la Marque de l'ensemble de ses produits et supports immédiatement à compter du changement de circonstances affectant l'autorisation d'usage de la Marque.

13.2.2. Non-respect du Règlement d'usage par l'Usager

En cas de non-respect de l'Usager aux dispositions du Règlement d'usage, AQUIMER lui notifie les écarts constatés par tous moyens.

À compter de la réception de la notification, l'Usager dispose de dix (10) jours pour se mettre en conformité avec les dispositions du Règlement d'usage et d'en informer AQUIMER.

À défaut de mise en conformité dans le délai précité, l'autorisation d'usage de la Marque est résiliée de plein droit.

Le retrait du droit d'usage de la Marque entraîne l'obligation immédiate pour l'Usager de cesser tout usage de la Marque et de retirer toute référence à la Marque de l'ensemble de ses produits, services et supports.

13.2.3. Sanctions

L'Usage non conforme au Règlement d'usage et/ou la poursuite de l'Usage de la Marque malgré une décision de retrait constitue des agissements illicites qu'AQUIMER pourra faire sanctionner et dont elle pourra obtenir réparation devant les tribunaux compétents.

13.3. Retrait de l'autorisation du fait d'AQUIMER

L'autorisation d'utiliser la Marque en vertu du Règlement d'usage tombe de plein droit en cas de cession de la Marque à un tiers ou de décision d'AQUIMER d'abandonner l'usage de la Marque.

AQUIMER en informe l'Usager par tous moyens. L'Usager a l'obligation de cesser tout usage de la Marque et de retirer toute référence à la Marque de l'ensemble de ses produits, services et supports dans un délai de deux (2) mois à compter de la réception de sa notification du retrait d'autorisation.

14. Usage abusif de la Marque

Outre les sanctions prévues à l'article 13.2.3, l'Usage non autorisé de la Marque par un Usager ou par un tiers ouvre le droit à AQUIMER d'intenter toute action judiciaire qu'elle juge opportune à son encontre et dans le respect de la législation en vigueur.

15. Défense de la Marque

L'Usager s'engage à signaler immédiatement à AQUIMER toute atteinte aux droits sur la Marque dont il aurait connaissance, notamment tout acte de contrefaçon, de concurrence déloyale, ou de parasitisme.

Il appartient à AQUIMER de prendre la décision d'engager, à ses frais, risques et périls, toute action civile ou pénale.

En conséquence, les dommages et intérêts qui résulteront de l'action engagée par AQUIMER en son nom seront à sa charge ou à son profit exclusif.

L'Usager ne pourra réclamer aucune indemnité.

16. Responsabilités et garanties

L'Usager est seul responsable des conséquences directes ou indirectes qui pourraient résulter de son exploitation de la Marque.

En cas de mise en jeu de la responsabilité d'AQUIMER par un tiers, du fait de l'utilisation non conforme de la Marque par l'Usager, ce dernier s'engage à en supporter tous les frais et charges en lieu et place d'AQUIMER.

L'Usager sera tenu au retrait du marché, dans les plus brefs délais, de tout produit ou service non conforme aux normes en vigueur sur le territoire.

AQUIMER ne donne pas d'autre garantie que celle résultant de son fait personnel et de l'existence matérielle de la Marque.

AQUIMER garantit à l'Usager que la Marque n'a pas, à sa connaissance et à la date d'entrée en vigueur du Règlement d'usage, fait l'objet de droits privatifs antérieurs.

17. Loi applicable

Le Règlement d'usage est soumis à la loi française, quel que soit le lieu d'utilisation de la Marque.

18. Juridiction compétente

Tout litige résultant de l'interprétation ou de l'exécution du Règlement d'usage sera porté devant le tribunal judiciaire de Boulogne-sur-Mer.

ANNEXES



Territoire maritime stratégique et d'innovations industrielles, les Hauts-de-France disposent d'atouts majeurs pour s'imposer comme un leader national et européen des produits aquatiques.

Forte de ses 210 kilomètres de littoral, de ses ports emblématiques, de ses savoir-faire artisanaux, et de ses éleveurs, la région abrite une filière dynamique mais confrontée à de nombreux défis : instabilité économique, renouvellement des générations, pression réglementaire, enjeux climatiques...

Face à ce contexte, la Région a engagé une démarche structurante et ambitieuse pour valoriser, moderniser et fédérer les acteurs du secteur. Au cœur de cette stratégie : le lancement de « HISSEZ HAUTS », une marque collective régionale conçue pour affirmer l'identité des produits aquatiques des Hauts-de-France, renforcer la compétitivité de la filière et créer un repère de confiance pour les consommateurs.

**“Ensemble, mobilisés
pour valoriser
les produits
aquatiques des
Hauts-de-France”**

SOMMAIRE

L'esprit de la marque collective

Éléments communs de l'identité

- Le logotype
- Les couleurs
- La vague
- Les photographies

Usages à vocation institutionnelle

- La typographie
- Proportions du logotype
- Co-marquage
- Exemples d'applications

Usages pour les adhérents

- Proportions du logotype
- Positionnement du logotype

Usages pour les distributeurs

HISSEZ HAUTS | Chartre graphique



L'esprit de la marque



Ce qui fait la singularité d'HISSEZ HAUTS de France, c'est l'**efficacité incomparable de toute une filière**. Pêcheurs, aquaculteurs, transformateurs, distributeurs : chacun met en œuvre ses **compétences spécifiques**, mais toujours dans un **esprit de coordination et de solidarité**. Ensemble, ils forment une **chaîne réactive et parfaitement intégrée**, qui **garantit fraîcheur, régularité et fiabilité des produits proposés**.

De cette synergie naît une promesse claire :

- Des poissons et produits aquatiques d'une **fraîcheur irréprochable, grâce à la rapidité et à la fluidité des échanges**.
- Des préparations de **qualité et accessibles**, où l'exigence culinaire rencontre un **rapport qualité-prix juste**.
- Une **marque responsable et raisonnable**, attentive aux équilibres de l'ensemble de l'écosystème : innovation des pratiques, transmission des savoir-faire, accessibilité alimentaire pour tous.

HISSEZ HAUTS incarne donc une vision : celle d'une **filrière unie, innovante et engagée, qui hisse toujours plus haut l'excellence des produits aquatiques des Hauts-de-France**.



HISSEZ HAUTS | Chartre graphique

Les éléments communs de l'identité

Le logotype



Zone de protection



La zone de protection du logo est définie par la hauteur du **T** de "HAUTS". Aucun élément graphique ne doit franchir la délimitation de cette zone.

Taille mini



Le logotype Version monochrome

Dans certains cas, des contraintes techniques (impression en une seule couleur, gravure, tampon, documents administratifs, photocopies, etc.) peuvent empêcher l'utilisation du logo en couleur. Dans ces situations, il est alors utilisé en noir et blanc, afin de garantir sa lisibilité et de préserver l'identité visuelle même dans des contextes limités.

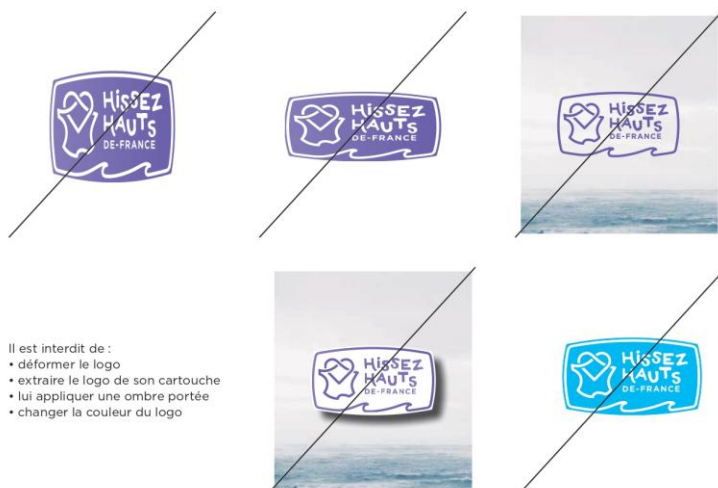


Le logotype Règles d'usage



Dans tous les cas, la lisibilité du logo doit être privilégiée (contraste par rapport au fond)

Le logotype Interdits



Il est interdit de :

- déformer le logo
- extraire le logo de son cartouche
- lui appliquer une ombre portée
- changer la couleur du logo

Le logotype Synthèse

- Privilégier l'usage du **logotype cartouche violet**
- N'utiliser le logotype **cartouche blanc** qu'en cas de **contrainte** de lisibilité
- La largeur minimum du logo est de **25 mm**
- Dans certains cas, lorsque l'usage de la couleur n'est pas possible, utiliser la version **monochrome noir** du logotype
- Il est **interdit** de **déformer** le logo, **l'extraire** de son cartouche, lui appliquer une **ombre portée** et **changer** sa couleur



HISSEZ HAUTS | Charte graphique

Les couleurs

Les couleurs principales

Dégradé HISSEZ HAUTS

Mauve pâle

CMJN 53 / 53 / 0 / 0
Pantone 2655 C
RVB 134 / 121 / 181
Hex # 8679b5

Mauve

CMJN 70 / 70 / 0 / 0
Pantone 2096 C
RVB 99 / 85 / 158
Hex # 62549e

Mauve Typo

CMJN 80 / 80 / 0 / 0
Pantone 2371 C
RVB 79 / 65 / 147
Hex # 4e4092

Les couleurs secondaires

Mauve pâle

CMJN 53 / 53 / 0 / 0
Pantone 2655 C
RVB 134 / 121 / 181
Hex # 8679b5

Mauve

CMJN 70 / 70 / 0 / 0
Pantone 2096 C
RVB 99 / 85 / 158
Hex # 62549e

La "couleur" principale est le **dégradé HISSEZ HAUTS**, composé à partir du mauve pâle et du mauve. Il est utilisé majoritairement sur les fonds ainsi que pour la vague (voir "LA vague").

HISSEZ HAUTS | Charte graphique

La vague

Dérivée du logo HISSEZ HAUTS, elle permet de structurer la page et renforce l'identité des supports de communication de la filière



HISSEZ HAUTS | Charte graphique

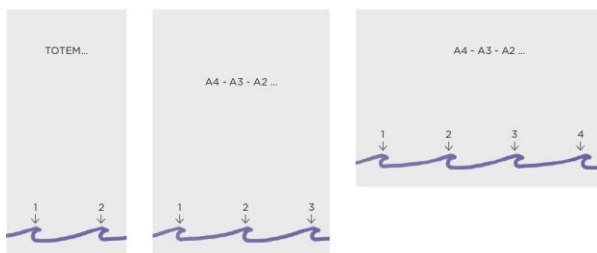
La vague Règles d'usage

Il existe 3 versions de la vague :

- Mauve, pour utilisation sur fond clair
- Blanche, pour utilisation sur fond mauve
- Bicolore, pour utilisation sur fond photo



Proportions de la vague _____



HISSEZ HAUTS | Charte graphique

[illegible]

Les photographies valorisent le travail des femmes et les hommes issus de la filière aquatique. Les couleurs sont franches, la lumière naturelle.

23

Les usages à vocation institutionnelle

La typographie Typographie principale

Gotham est une typographie sans empattement moderne et géométrique, reconnue pour sa clarté et son équilibre visuel. Inspirée par l'architecture et la signalétique urbaine américaine, elle offre une excellente lisibilité aussi bien en titres qu'en textes courts. Sa neutralité élégante et sa large gamme de graisses en font une police polyvalente, adaptée à la communication institutionnelle comme aux supports créatifs.

Gotham

La typographie Typographie principale

Titre : Gotham Bold / Book, 25pt

Sous-titre : Gotham Bold, 20pt

Chapô : Gotham Bold, 15pt

Texte courant : Gotham Book, 11pt

Exergue : Gotham Medium Italic, 15pt

PRÉSENTATION DE LA MARQUE Une identité visuelle forte

Ce qui fait la singularité d'HISSEZ HAUTS de France, c'est l'efficacité incomparable de toute une filière.

Cette identité graphique incarne à la fois la fierté d'un ancrage régional fort et l'ambition d'un rayonnement plus large. Elle facilite la reconnaissance des produits en point de vente, renforce la confiance des consommateurs, et crée un lien lisible entre les politiques publiques, les filières économiques et les productions locales.

"Avec la marque HISSEZ HAUTS, nous affirmons avec force notre fierté régionale et notre ambition collective."

La typographie Typographie de substitution

Montserrat est la typographie de substitution **dans les cas où Gotham ne serait pas disponible** (web, bureautique...)

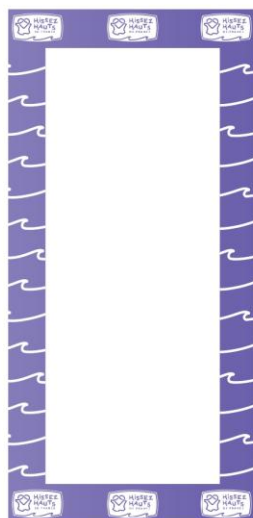
Montserrat est une fonte Google, moderne et géométrique, lisible et polyvalente, idéale pour titres et textes courants.

> <https://fonts.google.com/specimen/Montserrat>

Montserrat

Exemples d'applications Le sticker d'armoire réfrigérée

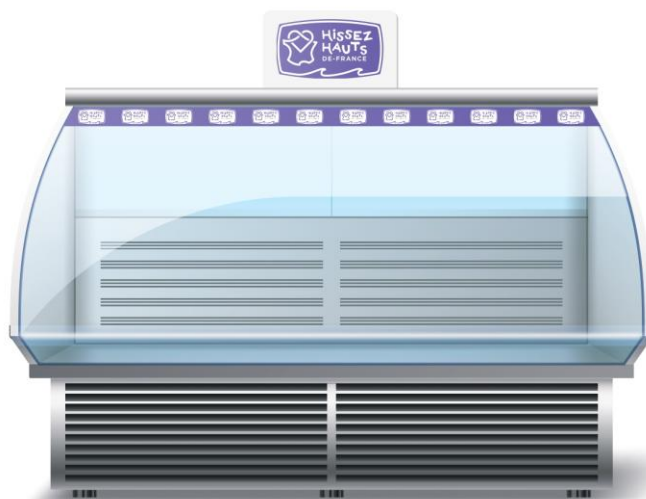
Le sticker d'armoire réfrigérée, appliqué directement sur la vitre et formant un cadre autour des produits, attire le regard du consommateur tout en valorisant la marque collective. Il permet de mettre en avant les produits et de renforcer la visibilité du collectif en magasin.



HISSEZ HAUTS | Charte graphique

Exemples d'applications Habillage de bac à froid

La PLV posée sur le bac à froid, complétée par une frise de logos sur la partie supérieure de la vitrine, valorise à la fois les produits et la marque collective. Cette mise en avant renforce la visibilité du collectif et facilite la reconnaissance de la filière par le consommateur.



HISSEZ HAUTS | Charte graphique

Exemples d'applications Les étiquettes

Les étiquettes, apposées sur les produits, permettent de signaler clairement leur appartenance à la marque collective. Elles renforcent la visibilité de la filière, facilitent l'identification par le consommateur et valorisent le savoir-faire local.



HISSEZ HAUTS | Charte graphique

Exemples d'applications Les PLV



Valorisation du produit

Valorisation de la filière

HISSEZ HAUTS | Charte graphique

Exemple d'implantation magasin



HISSEZ HAUTS | Charte graphique

CONTACT

—
Aquimer
Sum abo
Aperiosam estio

hissez-hauts.com



CAHIER DES CHARGES

Marque collective HISSEZ HAUTS DE FRANCE®



Table des matières

Partie I.	Production.....	31
I.1	La pêche	31
I.1.1	Les espèces pêchées éligibles	31
I.1.2	Les espaces de capture éligibles par espèce	31
I.1.3	Restrictions liées à la classification du stock des espèces et mises à jour	31
I.1.4	Les navires et ventes éligibles	Erreur ! Signet non défini.
I.1.5	Les critères de qualité des produits éligibles	32
I.2	L'aquaculture	33
I.2.1	Localisation des activités.....	33
I.2.1	Les espèces d'aquaculture éligibles	33
I.2.2	Les critères d'admissibilité par espèce éligible	33
I.3	Mise en marché des produits bruts.....	33
Partie II.	Transformation	33
II.1	Localisation des activités	333
II.2	Matières premières éligibles	34
II.2.1	Matières premières issues de la production des Hauts-de-France.....	34
II.2.2	Dérogations de provenance possibles en cas de volumes et/ou qualités non adaptés.....	34
II.2.3	Matières premières non disponibles en Hauts-de-France	34
II.3	Règles spécifiques pour les produits élaborés.....	35
II.3.1	Le salage et saurissage	35
II.3.2	Autres produits élaborés	35

Partie I. Production

I.1 La pêche

I.1.1 Les espèces pêchées éligibles

Les produits de la pêche ne peuvent être commercialisés sous la Marque uniquement lorsqu'ils proviennent d'espèces listées dans la *Liste des Espèces de pêche et d'aquaculture éligibles à la marque HISSEZ HAUTS DE FRANCE®*.

Ladite liste est communiquée par AQUIMER aux Usagers de la Marque par tous les moyens après chaque mise à jour et disponible sur le site internet de la Marque (hissez-hauts.com).

Le Comité de Sélection peut proposer des mises à jour de ladite liste en fonction de la disponibilité des stocks et de l'évolution de la filière.

I.1.2 Les espaces de capture éligibles par espèce

Pour les entreprises de pêche souhaitant commercialiser leurs produits sous la Marque les sous-zones de pêche et leurs divisions, au sein de la zone FAO 27, attribuées à chaque espèce, sont détaillées dans le *Tableau des Espaces de capture éligibles à la marque HISSEZ HAUTS DE FRANCE® et critères de qualité pour les espèces pêchées*, indépendamment de la classification relative à l'état de leur stock.

Ledit Tableau est communiqué par AQUIMER aux Usagers de la Marque par tous les moyens après chaque mise à jour et disponible sur le site internet (hissez-hauts.com).

I.1.3 Restrictions liées à la classification du stock des espèces et mises à jour

Le Comité de Sélection, s'appuyant sur les évaluations scientifiques officielles de l'état des stocks (IFREMER, CIEM, etc.), peut suspendre l'usage de la marque pour certaines zones ou espèces, si la ressource est menacée ou incertaine. Ces décisions sont précisées dans le *Tableau des Espaces de capture éligibles à la marque HISSEZ HAUTS DE FRANCE®*.

La classification des stocks est réalisée grâce à la matrice de classification (dérivée de la matrice dite de Kobé).

Les stocks sont classifiés comme-suit :

Classification état du stock	Admis / exclu marque HISSEZ HAUTS®
En bon état	Admis marque HISSEZ HAUTS®
Reconstituable	Admis marque HISSEZ HAUTS®
Non dégradé mais surpêché	Admis marque HISSEZ HAUTS®
Dégradé et surpêché	Exclu
Effondré	Exclu

Les stocks classés comme “dégradés” ou “effondrés” sont réputés non admissibles à toute commercialisation sous la Marque. Ladite exclusion prenant effet à compter de la mise à jour dans le *Tableau des Espaces de capture éligibles à la marque HISSEZ HAUTS DE FRANCE®*.

Pour les espèces dont les stocks ne font pas l’objet d’une évaluation scientifique, ou dont les stocks, sans être considérés comme dégradés ou effondrés, présentent néanmoins des incertitudes, le Comité de Sélection peut décider de suspendre l’utilisation de la Marque, pour un espace de capture donné.

Ce tableau a valeur contraignante et s’impose à toutes les entreprises de pêche à compter de sa date de parution.

Le Comité de Sélection peut, en outre, décider de la tenue de réunions extraordinaires, afin de procéder à la mise à jour de ce tableau.

I.1.4 Produits issus de la pêche embarquée

Pour la pêche embarquée, seuls les produits provenant de navires immatriculés en France sont éligibles pour être commercialisés sous la Marque.

Toutes ventes à destination des professionnels doivent être facturées en halle à marée située dans la région des Hauts-de-France.

La vente directe est autorisée uniquement à destination des consommateurs.

I.1.5 Produits issus de la pêche à pied

Pour la pêche à pied, seuls les produits provenant de pêcheurs professionnels disposant d’un permis et d’une licence délivrée par le Comité Régional des Pêches Maritimes et des Elevages Marins des Hauts-de-France, sont éligibles pour être commercialisés sous la Marque.

I.1.6 Les critères de qualité des produits éligibles

Les produits doivent satisfaire aux critères qualité définis dans le *Tableau des Espaces de capture éligibles et critères de qualité pour les espèces pêchées*.

Les critères de catégorisation de la fraîcheur des poissons sont fixés par le règlement (CE) n° 2406/96 du conseil du 26 novembre 1996.

Les tailles minimales à respecter sont définies aux annexes II et III du règlement (CEE) n° 3094/86 du conseil du 7 octobre 1986.

I.2 L'aquaculture

I.2.1 Localisation des activités

Toute activité d'aquaculture doit être réalisée sur le territoire des Hauts-de-France. L'aquaculteur doit être titulaire d'un agrément ou d'un enregistrement zoosanitaire en Hauts-de-France.

I.2.2 Les espèces d'aquaculture éligibles

Les espèces d'aquaculture éligibles à la Marque sont listés dans la *Liste des Espèces de pêche et aquaculture éligibles à la marque HISSEZ HAUTS DE FRANCE®*.

I.2.3 Les critères d'admissibilité par espèce éligible

Les critères d'admissibilité par espèce sont précisés dans *Tableau des critères d'admissibilité à la marque HISSEZ HAUTS DE FRANCE® pour les espèces d'aquaculture*.

Tout produit ne remplissant pas l'intégralité de ces critères ne peut pas être commercialisé sous la Marque.

Ledit tableau est communiqué par AQUIMER aux Usagers de la Marque par tous les moyens après chaque mise à jour et disponible sur le site internet de la Marque (hissez-hauts.com).

I.3 Mise en marché des produits bruts

Seuls les produits de pêche ou d'aquaculture éligibles à la Partie I. Production, du présent cahier des charges sont autorisés à être commercialisés sous leur forme brute sous la Marque.

La forme brute des produits est définie comme suit :

- Poisson entier : poisson présenté complet, éviscéré ou non, n'ayant subi aucune autre opération (comme le filetage, le tranchage ou le désarêtage).
- Pour les coquillages et crustacés : entiers, vivants, non écoquillé, n'ayant subi aucune autre opération.
- Pour les algues et plantes halophiles : fraîches, non séchées.

Ces produits doivent être conditionnés en Hauts-de-France par un opérateur adhérent à la marque.

Partie II. Transformation

II.1 Localisation des activités

Toute activité de transformation doit être réalisée sur le territoire des Hauts-de-France, sans discontinuité, jusqu'à l'obtention du produit fini. Le Transformateur doit disposer d'un numéro d'agrément sanitaire en Hauts-de-France.

Pour des raisons sanitaires, une tolérance peut toutefois être accordée pour les opérations d'éviscération effectuées en dehors du territoire régional.

II.2 Matières premières éligibles

II.2.1 Matières premières issues de la production des Hauts-de-France

Seuls les produits de pêche ou d'aquaculture commercialisés sous la Marque HISSEZ HAUTS® peuvent être utilisés comme matières premières pour la transformation de produits destinés à être commercialisés sous la marque HISSEZ HAUTS®.

II.2.2 Dérogations de provenance possibles en cas de volumes et/ou qualités non adaptés

Si les volumes et/ou la qualité disponibles en Hauts-de-France pour les espèces mentionnées dans la *Liste des Espèces de pêche et aquaculture éligibles à la marque HISSEZ HAUTS DE FRANCE®*, ne permettent pas de répondre aux besoins des Transformateurs, l'opérateur peut demander au Comité de Sélection une dérogation permettant d'étendre les provenances autorisées pour cette espèce.

La dérogation ne peut être accordée que pour l'entrée en Hauts-de-France de produits sous leur forme brute, constituant une matière première pour être transformés sur le territoire des Hauts-de-France.

S'agissant des poissons, les opérations de simple éviscération ou d'étêtage ne sont pas considérées comme des transformations suffisamment avancées pour justifier l'octroi d'une dérogation de provenance. Le tranchage et le filetage sont, en revanche, considérés comme des préparations suffisamment avancées pouvant donner lieu à une dérogation.

La demande de dérogation doit être transmise par l'entreprise au Comité de Sélection sous forme écrite et être accompagnée d'un dossier justificatif précisant :

- La nature de l'espèce concernée et la qualité attendue ;
- La période d'indisponibilité constatée ;
- Le volume manquant ;
- Les transformations envisagées ;
- La provenance dérogatoire sollicitée.

Le Comité de Sélection se réserve le droit de refuser ou d'accorder la dérogation et d'en fixer les conditions et modalités d'application, sur la base d'une grille incluant notamment des critères de responsabilité et de durabilité.

II.2.3 Matières premières non disponibles en Hauts-de-France

Certaines espèces dont la production est reconnue comme indisponible sur le territoire des Hauts-de-France sont éligibles en tant que matières premières destinées à la transformation sous la marque HISSEZ HAUTS®.

Afin de pouvoir être commercialisées sous cette marque, ces espèces ne peuvent entrer en Hauts-de-France que sous leur forme brute, dans le but d'être préparées ou transformées sur le territoire des Hauts-de-France.

Les entreprises souhaitant utiliser ces espèces doivent en faire la demande auprès du Comité de Sélection sous forme écrite en précisant :

- La nature de l'espèce concernée ;
- La qualité attendue ;
- La provenance sollicitée ;
- Les transformations envisagées.

Le Comité de Sélection se réserve le droit de refuser ou d'accorder l'éligibilité de l'espèce et de fixer les conditions et modalités d'utilisation, sur la base d'une grille incluant notamment des critères de responsabilité et de durabilité.

La liste de ces espèces, ainsi que les exigences relatives à leur qualité et à leur provenance pour leur utilisation comme matières premières, sont précisées dans la *Liste des Matières premières non disponibles en Hauts-de-France et modalités d'acceptation pour la Marque HISSEZ HAUTS DE FRANCE®*.

II.3 Règles spécifiques pour les produits élaborés

II.3.1 Le salage et saurissage

Pour qu'un produit issu du salage - saurissage puisse être commercialisé sous la marque Hissez Hauts, la matière première éligible, telle que définie au point II.2, doit être salée et/ou fumée et représenter au minimum 80 % de la recette du produit fini. L'eau et le sel ne sont pas considérés comme des ingrédients dans la recette.

Modes de préparation non éligibles :

- Salage par injection ;
- Fumage avec du bois de résineux.

Autres critères qualité :

- Pour les espèces d'aquaculture, le délai entre l'abattage et le salage ne doit pas excéder douze jours ;
- La durée limite de conservation (DLC) maximale est fixée à 24 jours.

II.3.2 Autres produits élaborés

Pour qu'un produit élaboré puisse être commercialisé sous la marque Hissez Hauts :

- Le taux de matière première éligible, telle que définie dans la partie II.2, doit représenter au minimum 30 % de la recette du produit fini. L'eau n'est pas considérée comme un ingrédient dans la recette ;
- Il ne doit pas contenir à la fois une espèce issue d'une source éligible et la même espèce issue d'une source non éligible au présent cahier des charges.