



# Règlement d'usage de la marque **Safe** **CORSICA**

---



## Préambule

Dans le « *Plan de sortie progressive et maîtrisée du confinement pour la Corse* », adopté par l'Assemblée de Corse lors de la session du 7 mai 2020, est évoquée la nécessaire conciliation des enjeux suivants :

**-L'enjeu sanitaire**, qui impose de continuer à développer une attitude de prévention et de vigilance extrême face à une épidémie particulièrement dangereuse, qui n'est pas vaincue à ce jour.

**-L'enjeu économique**, social, et sociétal qui impose de reprendre aussi rapidement que possible une vie collective normale, quand bien même intégrerait-elle dans tous les domaines du quotidien la prise en compte du risque véhiculé par le Covid19.

Enfin, s'agissant de communication touristique, le plan de sortie progressive indique que l'ATC envisage :« *...une action d'information sanitaire d'ampleur, d'abord en direction des professionnels du tourisme et ensuite en direction des marchés émetteurs. La mise en place d'une marque territoriale valorisant l'effort sanitaire effectué à l'image du label Clean Singapore<sup>1</sup> est d'ores et déjà à l'étude.* »

### La marque territoriale **Safe CORSICA**

Cette marque, créée par l'ATC, s'appuie sur les valeurs suivantes :

- Confiance
- Sécurité
- Solidarité

L'objectif de la marque **Safe CORSICA** est de promouvoir une image sécurisante de la destination Corse au regard de clientèles touristiques qui sont en attente de réassurance sanitaire.

Rassurer les clientèles et les salariés en normalisant les pratiques doit permettre de créer un choc de confiance sur la base d'une démarche collective qui est celle de la marque dont les règles d'utilisation sont fixées par le présent règlement d'usage.

---

<sup>1</sup>Clean Singapore a été lancé le 16 février 2020 avec une campagne baptisée « SG Clean » destinée à mobiliser les entreprises afin qu'elles contribuent à élever les normes de propreté et d'hygiène publique. Comme tous les labels, « Clean Singapore » donne lieu à une certification.

Les entreprises touristiques qui portent le label « SG Clean » s'engagent à respecter des listes de critères spécifiques à chaque secteur.

Un second volet a été lancé le 29 mars 2020, il s'adresse aux citoyens par une campagne intitulée « SG Clean Ambassadors ». Ces citoyens volontaires portent un uniforme et circulent dans les lieux publics pour veiller au respect des gestes barrières.

## Cadre réglementaire

Le présent règlement d'usage est élaboré en application des dispositions de l'article L. 715-1 du Code de la propriété intellectuelle qui dispose que « *la marque est dite collective lorsqu'elle peut être exploitée par toute personne respectant un règlement d'usage établi par le titulaire de l'enregistrement* »

Contrairement aux marques classiques, la marque collective ne confère pas un monopole à son titulaire, puisqu'il est censé permettre à ses membres de l'utiliser. L'établissement d'un règlement d'usage sera donc nécessaire et permettra d'éviter de conclure des contrats de licence de marque avec chaque utilisateur. En effet, dès qu'une personne remplit les conditions objectives posées par le règlement, elle dispose automatiquement d'un droit d'exploitation de la marque. Si l'exploitation de la marque collective ne respecte pas les conditions posées par le règlement, l'utilisateur encourt des sanctions disciplinaires voire judiciaires.

Enfin, le règlement d'usage devra être transmis à l'INPI, si possible lors du dépôt ou au plus tard au moment de la publication de la marque. Celui-ci sera en effet inscrit au registre national des marques.

### Article 1 : La Propriété

La marque collective **Safe CORSICA** dont la représentation graphique est reproduite ci-dessous est propriété de l'Agence du Tourisme de la Corse (ATC), sise 17 Boulevard du Roi Jérôme - BP 19 - 20 181 Ajaccio - Cedex.



Cette marque sera déposée par l'Agence du Tourisme de la Corse auprès de l'Institut National de la propriété Industrielle (INPI). Elle sera protégée pendant 10 ans à compter du dépôt de la demande, perpétuellement renouvelable.

## **Article 2 : Gouvernance de la marque**

### **Article 2.1 Composition et gestion du comité de marque**

La gestion de la marque est confiée à un Comité de Marque présidé par la personne ayant en charge de présider l'Agence du Tourisme de la Corse (ATC) qui en fixe la composition.

Ce comité est composé de membres issus du Conseil d'Administration de l'établissement avec voix délibératives. Il pourra intégrer des membres associés, personnalités qualifiées au titre de leur expérience et leur compétence selon les domaines concernés.

Le Comité de Marque valide les grandes orientations et tranche sur les candidatures dont les dossiers seront instruits et présentés.

### **Article 2.2 Missions du Comité de Marque**

Le Comité de Marque établit les règles et met en œuvre les conditions nécessaires à l'exercice de ses trois principales missions :

- La protection et la défense de la Marque **Safe CORSICA**
- La promotion et le portage de la Marque **Safe CORSICA**
- La décision d'attribution de la Marque **Safe CORSICA**

### **Article 2.3 Commission**

Il est instauré une commission dédiée composée de membres du Comité de Marque (*annexe 2*) qui est chargée du suivi de la marque et qui intervient techniquement et en appui du comité de marque sur les sujets visés dans ses missions au 2.2.

La commission est force de proposition pour le comité de marque et prépare les rapports. Sa composition est arrêtée par le comité de marque. Elle est animée par le directeur de l'établissement ou une personne déléguée par la Présidente.

Elle peut comprendre, outre les membres du collège socio-professionnel du Conseil d'Administration de l'établissement, des membres de commissions organiques statutaires de l'ATC et des agents concernés de l'établissement.

### **Article 3 : Objet du règlement d'usage**

Le présent règlement d'usage a pour objet de fixer :

- Les conditions d'accès, modalités d'attribution et de retrait de la marque
- Les conditions d'usage de la marque
- Les méthodes d'évaluation et de contrôle de l'usage de la marque
- Les conditions de défense de la marque

### **Article 4 : Champ d'application**

Le présent règlement d'usage entre en vigueur à compter de l'inscription au registre national des marques.

#### **Article 4.1 : Bénéficiaires**

Les bénéficiaires concernés pourront utiliser dans les conditions prévues aux présentes la marque, en respectant les conditions d'usages ci-après identifiées.

Les bénéficiaires appartiendront aux catégories suivantes :

- Collectivités locales ou territoriales et établissements publics,
- Organismes de séjours, tour-opérateur
- Organismes de tourisme de l'île
- Hébergements touristiques
- Prestataires d'activités
- Opérateurs d'événementiels
- Transporteurs

Et de manière générale tout organisme public ou semi-public, association ou entreprise privée dont l'utilisation de la marque est en phase avec l'objectif visé dans le préambule.

#### **Article 4.2 Portée Géographique**

Dans la perspective du dépôt de la marque auprès de l'Office de l'Harmonisation dans le Marché Intérieur (O.H.M.I.), il est rappelé que l'article 9 du règlement (CE) n° 422/2004 du 19 février 2004 dispose que « *la marque communautaire confère à son titulaire un droit exclusif. Le titulaire est habilité à interdire à tout tiers, en l'absence de son consentement, d'en faire usage dans la vie des affaires* » et que l'article 43 du Règlement (CE) n° 2868/95 de la Commission du 13 décembre 1995 exige qu'une marque communautaire collective comporte un règlement d'usage qui soit communiqué à l'O.H.M.I.

## **Article 5 : Actualisation du règlement d'usage**

L'actualisation du règlement d'usage et de ses annexes est validée par le Comité de Marque (cf. article 2).

Le règlement d'usage sera systématiquement adapté à toutes les évolutions impactant la vie de la marque dont :

- L'élaboration d'annexes spécifiques à chaque secteur d'activité
- L'extension à de nouveaux secteurs d'activités,
- Les adaptations en réponse à l'évaluation de la pertinence du règlement d'usage
- Les contrôles

Et tout autre évènement pouvant justifier toute décision de protection, de gestion et de promotion de la marque.

## **Article 6 : Modalités d'adhésion à la marque**

L'obtention du droit d'usage de la marque est subordonnée au dépôt d'une demande d'adhésion via le formulaire en ligne sur le site de l'ATC.

La demande d'autorisation d'utilisation de la marque vaut acceptation formelle des dispositions du règlement d'usage.

Lors de sa demande d'adhésion, l'utilisateur s'engage à fournir des informations exactes, à jour et complètes sur son identité, son entreprise ou organisme et ses activités. Dans l'hypothèse où l'utilisateur fournirait des informations fausses, inexactes, incomplètes, trompeuses ou de nature à induire en erreur, l'ATC pourra mettre fin au droit d'utilisation de la marque.

La candidature est jugée recevable si les conditions d'accès obligatoires sont réunies (annexe 1), elles concernent, sans distinction de nature juridique du candidat :

- Le siège social et activités secondaires
- La gouvernance et la politique sociale de l'organisme ou entreprise.
- L'environnement (impact sur les milieux, énergies, déchets)

Un rapport est présenté à la commission en charge de l'attribution de la marque pour examiner la validation de la conformité et la pertinence de l'usage souhaité de la marque par le candidat conformément aux dispositions du présent règlement et de ses annexes.

En cas de validation, les conditions de l'utilisation de la marque donnent lieu à la signature d'un document entre le représentant du Comité de Marque et le bénéficiaire.

## **Article 7 : Modalités d'usage de la Marque**

Le droit d'usage de la marque est attribué pour une personne physique ou morale dont l'activité relève d'un des secteurs cités à l'article 4.1

Tout changement d'activité ou de structure juridique d'un bénéficiaire préalablement admis à utiliser la marque doit nécessairement donner lieu à une nouvelle procédure d'admission dans les conditions décrites ci-avant au présent règlement pour pouvoir bénéficier du droit d'usage de la marque. A défaut, le bénéficiaire deviendrait contrefacteur de la marque.

Les bénéficiaires s'engagent à respecter le code de marque délivré au moment de la contractualisation.

Conformément à l'article 5 fixant les conditions d'actualisation du présent règlement, des modifications de la charte graphique du logotype de la marque **Safe CORSICA** seront apportées afin de décliner, au sein du Code de Marque, les composantes identitaires de chacun des secteurs d'activité en cohérence avec les univers de communication (sémantique, chromatique, typographique, photographique) de la marque.

Le Code de Marque fixe les règles d'utilisation de l'expression de la marque selon le type d'adhérents et le type d'actions. Il met à la disposition des adhérents une conception des signes identitaires qui peuvent être intégrés à leur marque préexistante.

Les adhérents ont le droit d'utiliser la marque dans le cadre de leur communication institutionnelle, d'entreprise, ainsi que la communication liée à leurs activités pour les acteurs publics et/ou privés.

Les adhérents ne peuvent pas utiliser et apposer la marque directement sur des produits y compris des produits dérivés.

## **Article 8 : Engagements des bénéficiaires**

Les bénéficiaires s'engagent à respecter les dispositions du présent règlement d'usage.

Les bénéficiaires s'engagent à respecter le socle commun de la marque et les déclinaisons opérationnelles à chaque secteur d'activité.

Ils participent à véhiculer, transmettre et promouvoir la marque **Safe CORSICA**.

## **Article 9 : Durée du droit d'usage de la marque**

Le droit d'usage de la marque reste en vigueur jusqu'à la fin du droit de propriété effectif de l'ATC sur la marque **Safe CORSICA**.

## **Article 10 : Extinction du droit d'usage de la marque**

Le droit d'usage de la marque s'éteint dès lors que le bénéficiaire ne respecte plus les conditions et obligations prévues au règlement d'usage.

L'extinction du droit d'usage de la marque entraîne immédiatement l'obligation pour le bénéficiaire de retirer toute référence à la marque des supports de communication.

## **Article 11 : Suivi, évaluation et contrôle**

### **Article 11.1 : Modalités de contrôle de l'usage de la marque.**

Contrôle effectué par le Comité de Marque et par tout utilisateur de la marque (quand atteinte à la marque).

Un organe de médiation et/ou de conciliation sera créé en cas de différends entre deux ou plusieurs bénéficiaires.

### **Article 11.2 : Sanctions pour utilisation non conforme de la marque.**

Une procédure contradictoire sera instaurée si une sanction est envisagée (convocation de l'intéressé avec indication des griefs, audition de l'intéressé).

La commission sera chargée du contrôle et de la sanction : avertissement/suspension temporaire du droit d'usage / retrait définitif du droit d'usage.

En cas de poursuite de l'utilisation de la marque en dépit de la sanction, le comité de marque ou l'ATC pourra poursuivre l'intéressé pour contrefaçon en référé.

En vertu de l'article L. 716-10 du code de la propriété intellectuelle, la sanction encourue est de 3 ans d'emprisonnement et de 300 000 € d'amende.



## Annexe 1

### CONDITIONS D'ACCES A LA MARQUE

#### Conditions obligatoires à la recevabilité de la demande d'adhésion à la Marque

##### **Engagement sanitaire :**

- Respect du « *Protocole national de déconfinement pour les entreprises pour assurer la santé et la sécurité des salariés* », ministère du travail (mesures barrières, gestion des flux de personnes, équipements de protection, désinfection, ...)
- Mise en place d'un référent hygiène au sein de l'établissement
- Une politique de formation dans le domaine de la réassurance sanitaire est déployée dans la structure pour ses salariés (le chef d'entreprise peut former lui-même avec des supports conformes)

##### **Situation de la structure :**

- Siège social de la structure (entreprise, association, établissement public, parapublic) situé en Corse
- Ou établissement secondaire installé en Corse mais disposant d'une activité réelle (bilan) et de salariés affectés à l'activité

##### **Gouvernance :**

- Respect de la réglementation en matière de droit du travail
- Garanties d'assurances nécessaires à l'exercice de l'activité.

##### **Environnement :**

- La structure s'inscrit clairement dans une politique de développement durable et met en avant le respect des milieux.
- Elle favorise lorsqu'elle est disponible l'utilisation d'énergies propres et veille aux prescriptions en matière de consommation d'eau.
- Elle conduit une politique de gestion active de ses déchets

## Annexe 2

### ROLE ET FONCTIONNEMENT DE LA COMMISSION

La commission est composée par des membres du Comité de Marque, elle est composée et animée selon les mentions visées à l'article 2.3.

La commission a un rôle d'observation, de proposition, de concertation, de recommandation et de communication.

Le nombre de réunions dépend de l'activité de la commission qui s'inscrit dans le périmètre suivant :

#### ▪ **Protection et défense de la marque**

- Elaboration de procédures pour la mise en œuvre d'une veille juridique destinée à la défense de la Marque.
- Mise en place d'un fonctionnement en réseau avec les acteurs représentatifs des filières pour effectuer des contrôles (même aléatoires) afin de tenir informé immédiatement de tout fait portant atteinte à la marque.
- Mise en œuvre de méthodes d'évaluation des actions de veille et de contrôles engagées afin d'apporter les correctifs utiles.

#### ▪ **Attribution de la marque**

- Suivi et actualisation des conditions d'accès à la marque
- Appréciation et validation de l'usage souhaité de la marque par le candidat
- Participation au suivi du dossier constitutif de la demande d'adhésion
- Validation d'attribution
- Contractualisation avec le bénéficiaire.

#### ▪ **Promotion et portage de la marque**

- Participation aux travaux d'élaboration et validation du cahier des charges pour la réalisation du Code de Marque
- Remise du Code de Marque aux bénéficiaires
- Mise en œuvre d'une veille pour la bonne utilisation des outils du Code de Marque
- Mise en œuvre d'actions spécifiques par secteur d'activité et/ou multisectorielles pour valoriser la marque
- Mise en réseau des acteurs représentatifs des filières concernées pour actions de promotions et/ou de communication concertées
- Mise en œuvre de méthodes d'évaluation des actions de promotion et de communication de la marque