

MINISTERE CHARGE DU TOURISME

MARQUE VIGNOBLES & DECOUVERTES

MISE A JOUR LE 26 octobre 2016

**REGLEMENT D'USAGE
DE LA MARQUE COLLECTIVE
VIGNOBLES & DECOUVERTES**

1. PREAMBULE

La France est la première destination touristique mondiale en nombre de visiteurs et le premier producteur de vin au monde. La vigne et le vin jouent un rôle de première importance en France : rôle économique, grâce au dynamisme de la production et de la distribution ; rôle environnemental, dans la préservation des paysages ; rôle culturel, avec une influence forte sur les modes de vie, les rythmes et les fêtes des habitants ; et naturellement, contribution au rayonnement de la gastronomie en France et dans le monde.

L'oenotourisme est principalement centré sur la rencontre des exploitants viticoles avec des touristes ou des excursionnistes, venus déguster, acheter, comprendre le vin, et sa finalité permettant ainsi de générer une plus-value pour les producteurs, soit par un achat direct de vin, soit par de nouveaux produits liés à l'hébergement, la restauration ou à des activités diverses.

Les acteurs de l'oenotourisme proposent trop souvent une offre mal ou non assemblée, peu lisible sur les marchés national et international. De nombreuses TPE ou PME approchent cette nouvelle activité de façon très sectorielle, avec une faible mise en réseau : la viticulture, l'activité touristique et l'activité culturelle fonctionnent encore souvent en parallèle.

L'absence de notion de destination, et une approche encore trop orientée vers le produit, et non vers le client, confirment le besoin de structuration de l'offre oenotouristique.

La demande de la clientèle de distinguer des destinations touristiques positionnées sur cette thématique a été comblée par la création d'une marque collective y répondant parfaitement : **la marque Vignobles & Découvertes**.

2. OBJET

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

- les conditions d'attribution, de renouvellement et, le cas échéant, de retrait ou de résiliation du droit d'usage de la marque Vignobles & Découvertes ;
- les conditions d'utilisation de la marque Vignobles & Découvertes par les professionnels concernés.

3. DEFINITIONS

Au sens du présent règlement, les termes ci-dessous auront la signification suivante :

1. Marque : la marque Vignobles & Découvertes est constituée du signe semi-figuratif suivant en couleur :



La marque Vignobles & Découvertes a été déposée en tant que marque française le 26 octobre 2010 et enregistré sous le n°3777506.

Elle pourra faire l'objet de dépôts ultérieurs, notamment à titre de marque communautaire et internationale.

La charte graphique et les spécifications techniques du panneau sont présentées en annexe 1 du présent règlement d'usage.

2. Prérequis et conditions d'attribution ou de renouvellement du droit d'usage de la marque : conditions définies par les ministères chargés du tourisme et de l'agriculture et qui représentent les exigences pour l'obtention ou le renouvellement du droit d'usage de la marque. Ces conditions sont accessibles sur www.atout-france.fr.

3. Conseil Supérieur de l'Oenotourisme (ci-après CSO) : organe constitué en association loi 1901 et composé d'acteurs professionnels, d'institutionnels et d'experts issus du monde du tourisme et de la viticulture.

4. Atout France : Atout France, l'agence de développement touristique de la France, est l'opérateur unique de l'Etat en matière de tourisme (article L. 141-2 du code du tourisme).

5. Porteur de projet de la destination candidate : le porteur de projet est le représentant de la destination candidate au niveau national. Il a un rôle d'animateur et de développeur de la destination oenotouristique.

6. Porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque : le porteur de projet est le représentant de la destination bénéficiaire du droit d'usage de la marque au niveau national. Il s'agit du porteur de projet de la destination candidate qui est attributaire du droit d'usage de la marque. Il a un rôle d'animateur, de promoteur et de développeur de la destination oenotouristique.

7. Partenaire de la destination candidate ou bénéficiaire de la marque : le partenaire de la destination candidate ou bénéficiaire de la marque est engagé auprès du porteur de projet de la destination à respecter les exigences de la marque Vignobles & Découvertes. Cet engagement est formalisé par la signature d'une convention partenariale avec le porteur de projet de la destination candidate ou bénéficiaire de la marque.

4. TITULAIRE DE LA MARQUE

4.1 IDENTIFICATION

1. Le titulaire et le déposant de la marque est l'Etat français.
2. L'adresse du titulaire est celle du ministère chargé du tourisme.

4.2 REPRESENTANT

Le représentant du titulaire de la marque est la personne légalement habilitée ou la personne dûment autorisée, soit par les statuts du titulaire, soit par délégation du représentant légal du titulaire, à représenter le titulaire.

4.3 FINALITE

Le titulaire de la marque a pour finalité le développement de l'oenotourisme et sa valorisation par l'attribution du droit d'usage de la marque Vignobles & Découvertes.

5. PREREQUIS POUR L'ATTRIBUTION DU DROIT D'USAGE DE LA MARQUE

La destination candidate ainsi que l'ensemble des partenaires de celle-ci ne peuvent être identifiées sous le signe Vignobles & Découvertes que si les activités exercées par lesdits partenaires répondent aux quatre critères cumulatifs suivants :

- être réalisées en France ;
- être proposées à une clientèle française ou étrangère ;
- correspondre aux produits et services visés à l'enregistrement de la marque ;
- respecter les dispositions législatives et réglementaires en vigueur.

5.1 ACTIVITES TOURISTIQUES REALISEES EN FRANCE

1. Seules les activités touristiques réalisées en France peuvent être identifiées sous le signe Vignobles & Découvertes.

2. Sont considérées comme activités touristiques les activités exercées par les acteurs économiques de l'offre touristique, telles que principalement celles exercées par :

- le secteur de l'hébergement touristique marchand ;
- la restauration (restaurant, brasserie,...) ;
- les caves ou caveaux ouvert(e)s au public ;
- les sites patrimoniaux qu'ils soient naturels (randonnées découvertes de sites naturels, PNR,...), culturels (musées, monuments, châteaux, patrimoine vernaculaire...) ou relatifs à la découverte de savoir-faire ;
- les offices de tourisme ;
- les structures réceptives proposant des journées ou séjours de découverte autour du vin, privilégiant notamment le référencement dans leur programmation des prestataires touristiques engagés dans la démarche ;
- les événements autour du vin ou associant l'univers du vin ;
- les activités sportives ou de loisirs ;
- les activités de bien-être et de santé.

5.2. ACTIVITES TOURISTIQUES PROPOSEES EN FRANCE ET A L'ETRANGER

1. Les activités touristiques réalisées et distribuées en France peuvent être identifiées sous le signe Vignobles & Découvertes.

2. Les activités touristiques réalisées en France et distribuées à l'étranger peuvent être identifiées sous le signe Vignobles & Découvertes.

5.3. RESPECT DES DISPOSITIONS LEGISLATIVES ET REGLEMENTAIRES EN VIGUEUR

La destination candidate ainsi que l'ensemble des partenaires de celle-ci ne peuvent être identifiés sous le signe Vignobles & Découvertes que si les activités exercées par lesdits partenaires satisfont aux obligations légales ou réglementaires régissant leur activité et/ou leur profession.

Cette exigence prend la forme d'une clause particulière de la convention partenariale mentionnée en annexe 2 du présent règlement, aux termes de laquelle chacun des partenaires déclare être en conformité avec toutes obligations légales ou réglementaires régissant son activité et/ou sa profession.

6. PROCEDURE ET CONDITIONS D'ATTRIBUTION, DE RENOUVELLEMENT ET DE RETRAIT DU DROIT D'USAGE DE LA MARQUE

L'ensemble des principes et règles prévus par le présent chapitre ne s'impose aux différentes entités mentionnées ci-après que pour les besoins de l'application du présent règlement d'usage.

6.1. Le CSO

Le CSO examine les candidatures après une instruction réalisée par Atout France.

Il émet un avis sur les candidatures déclarées éligibles par Atout France.

Le CSO a l'obligation pour l'application du présent règlement de disposer de statuts fixant sa composition, les modalités de désignation de ses membres ou de ses représentants et des règles de fonctionnement qui doivent être conformes aux dispositions du présent chapitre.

Les statuts du CSO doivent également comporter des règles de quorum ainsi que de vote et de restitution de ses avis lisibles et opposables à tous.

Les membres du CSO exercent leur mission à titre gratuit.

Le CSO se réunit au moins deux fois par an pour examiner les candidatures.

L'ordre du jour de chaque réunion est arrêté selon des règles propres au CSO. Il est adressé à ses membres avec la convocation à la réunion et les documents qui s'y rapportent.

Les réunions du CSO ne sont pas publiques. Les débats sont confidentiels.

Le Directeur Général de Atout France exerce les fonctions de Secrétaire Général du CSO.

6.2. Procédure et conditions d'attribution du droit d'usage de la marque

La procédure et les conditions ci-après s'appliquent aux destinations déposant pour la première fois leur candidature à l'attribution du droit d'usage de la marque Vignobles & Découvertes.

6.2.1. Le dépôt de candidature et l'éligibilité

Le porteur de projet de la destination candidate transmet son dossier de candidature à Atout France qui en assure l'instruction. Les deux référents mentionnés en annexe 2 du présent règlement sont destinataires d'une copie dudit dossier.

Le dossier-type de candidature à la marque ainsi que la date limite de son dépôt sont accessibles à l'adresse www.atout-france.fr.

Les pièces à joindre sont mentionnées dans le dossier-type de candidature.

Après consultation du ministère chargé de l'agriculture et du ministère chargé du tourisme, Atout France établit un rapport favorable ou défavorable à l'éligibilité de la destination et de ses partenaires, après avoir vérifié la conformité du dossier de candidature aux prérequis mentionnés au chapitre 5 et aux conditions d'éligibilité prévues en annexe 2 du présent règlement.

L'éligibilité d'une candidature se caractérise :

- soit par l'éligibilité de la destination candidate et de l'ensemble des partenaires initialement présentés dans le dossier de candidature ;
- soit par l'éligibilité de la destination candidate et d'une partie seulement des partenaires initialement présentés dans le dossier de candidature, pourvu que, dans ce cas, l'inéligibilité des autres partenaires ne soit pas de nature à remettre en cause l'éligibilité de la destination dans son ensemble.

Dans ce dernier cas, Atout France informe par tout moyen le porteur de projet de la destination candidate que les membres du CSO ne pourront se prononcer que sur les seuls partenaires déclarés éligibles, conformément à l'article 6.2.2. du présent chapitre.

Le rapport établi par Atout France fait l'objet d'une transmission aux membres du CSO le même jour que leur convocation à la réunion, soit au plus tard sept (7) jours avant celle-ci.

A compter de leur convocation à la réunion, les membres du CSO peuvent demander à consulter les dossiers de candidature.

Au plus tard quarante-huit (48) heures avant ladite réunion, le comité de pilotage mentionné à l'article 7 du présent règlement se réunit pour débattre des candidatures.

Les personnes chargées au sein d'Atout France de l'instruction des candidatures sont soumises à l'obligation de discrétion en ce qui concerne tous les faits, informations et documents dont ils ont connaissance à l'occasion de l'exercice de leurs fonctions.

6.2.2. Déroulement de l'examen d'une candidature au CSO

Le CSO, destinataire de l'ensemble des rapports établis par Atout France, ne se prononce que sur les seules destinations candidates et partenaires de ces mêmes destinations qui ont été déclarés éligibles.

A la suite du rapport d'éligibilité présenté par Atout France, les membres du CSO débattent de la candidature, avant de passer au vote sur celle-ci.

Leurs débats portent sur la pertinence de la destination candidate, au-delà des conditions d'éligibilité ayant été examinées par Atout France. Les critères d'appréciation limitativement énumérés sont les suivants :

- pertinence du périmètre choisi pour la destination présentée ;
- attractivité viticole et touristique ;
- pertinence des partenaires engagés ;
- pertinence du nom choisi pour la destination.

Le CSO formule :

- soit une recommandation ;
- soit un ajournement selon la procédure prévue à l'article 6.2.5. du présent règlement ;
- soit un avis défavorable motivé sur la base des critères d'appréciation mentionnés au présent article.

Les recommandations, ajournements ou avis défavorables sont formalisés par un procès-verbal.

Au plus tard quatorze (14) jours ouvrés à compter de l'avis défavorable, le CSO informe directement par courrier le porteur de projet des motifs pour lesquels sa candidature a été rejetée.

Au plus tard quatorze (14) jours ouvrés à compter de la recommandation du CSO, Atout France attribue le droit d'usage de la marque à la destination candidate selon la procédure prévue à l'article 6.2.6. du présent règlement.

6.2.3. Conditions de participation à l'examen d'une candidature et au vote

Un membre ou un représentant du CSO qui est candidat à la marque Vignobles & Découvertes ne peut participer, ni à l'examen de sa propre candidature, ni au vote sur celle-ci. Il doit alors se retirer de la réunion.

Un membre ou un représentant du CSO lié par un titre quelconque ou par un intérêt personnel (actionnaire, salarié, liens contractuels,...) à la destination candidate ne peut participer à l'examen de la candidature concernée ni au vote sur celle-ci. Il doit alors se retirer de la réunion.

Les membres et les représentants du CSO dans le cadre de l'examen des candidatures sont soumis à l'obligation de discrétion en ce qui concerne tous les faits, informations et documents dont ils ont connaissance à l'occasion de l'exercice de leurs fonctions. La même obligation s'applique aux débats et délibérations auxquels ils participent.

Aucun représentant de l'Etat ne peut prendre part au vote. Il en va de même du représentant de tout opérateur sous tutelle de l'Etat.

6.2.4. Procédure simplifiée en cas d'inéligibilité

Au plus tard quatorze (14) jours ouvrés à compter de la réunion du CSO mentionné à l'article 6.2.1. du présent règlement, Atout France adresse un courrier informant chacune des destinations concernées de leur inéligibilité à la marque Vignobles & Découvertes.

Ce courrier informe la destination concernée de la possibilité qui lui est offerte de déposer sa candidature une nouvelle fois auprès d'Atout France, sans qu'il soit nécessaire de communiquer les éléments du dossier ayant déjà été reçus lors de la première instruction.

Dans ce cas, Atout France exige du porteur de projet la communication des seuls éléments complémentaires nécessaires à la nouvelle instruction de son dossier.

Cette possibilité n'est offerte qu'une seule fois au candidat concerné.

6.2.5. L'ajournement d'une candidature jugée éligible par Atout France

Le CSO peut ajourner une candidature sur la base des critères d'appréciation mentionnés à l'article 6.2.2. du présent règlement.

Au plus tard quatorze (14) jours ouvrés à compter de l'ajournement, le CSO informe directement par courrier le porteur de projet des motifs pour lesquels sa demande a été ajournée.

Il précise dans ledit courrier les éléments complémentaires à communiquer et nécessaires au réexamen de son dossier.

Ce réexamen a lieu lors de la plus prochaine des réunions du CSO.

L'ajournement ne peut être prononcé que deux fois successivement. Lors de la réunion suivante, si une candidature ayant été ajournée deux fois n'est pas retenue par le CSO, elle fait l'objet d'un avis défavorable.

6.2.6. Attribution du droit d'usage de la marque

Atout France attribue le droit d'usage de la marque Vignobles & Découvertes au porteur de projet de la destination candidate ayant fait l'objet d'une recommandation du CSO ainsi qu'à ses partenaires pour une durée de trois (3) ans.

L'usage de la marque Vignobles & Découvertes d'un partenaire de la destination bénéficiaire de la marque est strictement conditionné :

- à l'éligibilité du partenaire lui-même telle que déclarée par Atout France ;
- à la formalisation effective de son engagement au travers de la signature de la convention partenariale prévue en annexe 2 du présent règlement ;
- à la validité du droit d'usage de la marque de ladite destination.

6.3. Procédure et conditions de renouvellement du droit d'usage de la marque

La procédure et les conditions ci-après s'appliquent aux destinations bénéficiaires de la marque qui souhaitent renouveler leur droit d'usage de la marque pour une nouvelle période de trois (3) ans.

6.3.1. Le dépôt de candidature et l'éligibilité

Le porteur de projet de la destination candidate au renouvellement transmet son dossier de candidature à Atout France qui en assure l'instruction. Les deux référents mentionnés en annexe 2 du présent règlement sont destinataires d'une copie dudit dossier.

Le dossier-type de candidature à la marque ainsi que la date limite de son dépôt sont accessibles à l'adresse www.atout-france.fr.

Les pièces à joindre sont mentionnées dans le dossier-type de candidature.

Le dossier type de candidature comprend un courrier signé du porteur de projet et d'un des deux référents précités, par lequel l'un et l'autre déclarent sur l'honneur garantir la conformité des partenaires de la destination candidate aux prérequis mentionnés au chapitre 5 et aux conditions d'éligibilité prévues en annexe 2 du présent règlement.

Le porteur de projet de la destination candidate au renouvellement peut saisir préalablement Atout France en cas de doute sur le respect des prérequis et conditions mentionnés à l'alinéa précédent par l'un ou l'autre de ses partenaires.

A ce courrier est jointe, dans un format défini par Atout France, la liste intégrale des partenaires déclarés éligibles par le porteur de projet de la destination candidate au renouvellement et l'un des référents susmentionnés.

Après consultation du ministère chargé de l'agriculture et du ministère chargé du tourisme, Atout France établit un rapport favorable ou défavorable à l'éligibilité de la destination.

L'éligibilité d'une candidature se caractérise par l'éligibilité de la destination candidate telle que constatée par Atout France ainsi que de l'ensemble des partenaires déclarés éligibles par le porteur de projet et l'un des référents mentionnés en annexe 2 selon les modalités prévues par le présent article.

Les personnes chargées au sein d'Atout France de l'instruction des candidatures sont soumises à l'obligation de discrétion en ce qui concerne tous les faits, informations et documents dont ils ont connaissance à l'occasion de l'exercice de leurs fonctions.

6.3.2. Déroulement de l'examen d'une candidature au CSO

Le CSO, destinataire de l'ensemble des rapports établis par Atout France, ne se prononce que sur les seules destinations candidates qui ont été déclarées éligibles.

Le rapport établi par Atout France fait l'objet d'une transmission aux membres du CSO le même jour que leur convocation à la réunion, soit au plus tard sept (7) jours avant celle-ci.

Préalablement à la tenue de ladite réunion, le CSO délègue, selon les règles qui lui sont propres, au moins un (1) de ses membres aux fins d'audition du porteur de projet de la destination candidate au renouvellement. Le porteur de projet de la destination candidate au renouvellement est accompagné de l'un des deux référents mentionnés en annexe 2 du présent règlement.

L'audition dure au maximum trente (30) minutes. Elle se déroule en présence de Atout France.

Au plus tard quarante-huit (48) heures avant la réunion plénière, le comité de pilotage mentionné à l'article 7 du présent règlement se réunit pour débattre des candidatures.

Lors de la réunion plénière, les membres du CSO, après présentation du rapport d'éligibilité par Atout France, débattent de la candidature à la lumière du compte-rendu effectué par le ou les membres du CSO ayant conduit l'audition.

Leurs débats portent sur la pertinence de la destination candidate, au-delà des conditions d'éligibilité ayant été examinées par Atout France. Les critères d'appréciation limitativement énumérés sont les suivants :

- pertinence du périmètre choisi pour la destination présentée ;
- attractivité viticole et touristique ;
- pertinence des partenaires engagés ;
- pertinence du nom choisi pour la destination.

Le CSO formule :

- soit une recommandation ;
- soit un ajournement selon la procédure prévue à l'article 6.3.5. du présent règlement ;
- soit un avis défavorable motivé sur la base des critères d'appréciation mentionnés au présent article.

Les recommandations, ajournements ou avis défavorables sont formalisés par un procès-verbal.

Au plus tard quatorze (14) jours ouvrés à compter de l'avis défavorable, le CSO informe directement par courrier le porteur de projet des motifs pour lesquels sa candidature a été rejetée,

Au plus tard quatorze (14) jours ouvrés à compter de la recommandation du CSO, Atout France renouvelle le droit d'usage de la marque à la destination candidate selon la procédure prévue à l'article 6.3.6. du présent règlement.

6.3.3. Conditions de participation à l'examen d'une candidature et au vote

Un membre ou un représentant du CSO qui est candidat à la marque Vignobles & Découvertes ne peut participer, ni à l'examen de sa propre candidature, ni au vote sur celle-ci. Il doit alors se retirer de la réunion. Il en va de même de l'audition prévue à l'article 6.3.2. du présent règlement.

Un membre ou un représentant du CSO lié par un titre quelconque ou par un intérêt personnel (actionnaire, salarié, liens contractuels,...) à la destination candidate ne peut participer à l'examen de la candidature concernée ni au vote sur celle-ci. Il doit alors se retirer de la réunion. Il en va de même de l'audition prévue à l'article 6.3.2. du présent règlement.

Les membres et les représentants du CSO dans le cadre de l'examen des candidatures sont soumis à l'obligation de discrétion en ce qui concerne tous les faits, informations et documents dont ils ont connaissance à l'occasion de l'exercice de leurs fonctions. La même obligation s'applique aux débats et délibérations auxquels ils participent.

Aucun représentant de l'Etat ne peut prendre part au vote. Il en va de même du représentant de tout opérateur sous tutelle de l'Etat.

6.3.4. Procédure simplifiée en cas d'inéligibilité

Au plus tard quatorze (14) jours ouvrés à compter de la réunion du CSO mentionné à l'article 6.3.2. du présent règlement, Atout France adresse un courrier informant chacune des destinations concernées de leur inéligibilité à la marque Vignobles & Découvertes.

Ce courrier informe la destination concernée de la possibilité qui lui est offerte de déposer sa candidature une nouvelle fois auprès d'Atout France, sans qu'il soit nécessaire de communiquer les éléments du dossier ayant déjà été reçus lors de la première instruction.

Dans ce cas, Atout France exige du porteur de projet la communication des seuls éléments complémentaires nécessaires à la nouvelle instruction de son dossier.

Cette possibilité n'est offerte qu'une seule fois au candidat concerné.

6.3.5. L'ajournement d'une candidature jugée éligible par Atout France

Le CSO peut ajourner une candidature sur la base des critères d'appréciation mentionnés à l'article 6.3.2. du présent règlement.

Au plus tard quatorze (14) jours ouvrés à compter de l'ajournement, le CSO informe directement par courrier le porteur de projet des motifs pour lesquels sa demande a été ajournée.

Il précise dans ledit courrier les éléments complémentaires à communiquer et nécessaires au réexamen de son dossier.

Ce réexamen a lieu lors de la plus prochaine des réunions du CSO.

L'ajournement ne peut être prononcé que deux fois successivement. Lors de la réunion suivante, si une candidature ayant été ajournée deux fois n'est pas retenue par le CSO, elle fait l'objet d'un avis défavorable.

6.3.6. Renouvellement du droit d'usage de la marque

Atout France renouvelle l'attribution du droit d'usage de la marque Vignobles & Découvertes au porteur de projet de la destination candidate ayant fait l'objet d'une recommandation du CSO ainsi qu'à ses partenaires pour une durée de trois (3) ans.

L'usage de la marque Vignobles & Découvertes d'un partenaire de la destination bénéficiaire de la marque est strictement conditionné :

- à l'éligibilité du partenaire lui-même telle que déclarée par le porteur de projet de la destination candidate au renouvellement et l'un des référents mentionnés en annexe 2 selon les modalités prévues à l'article 6.3.1. du présent règlement ;
- à la formalisation effective de son engagement au travers de la signature de la convention partenariale prévue en annexe 2 du présent règlement ;
- à la validité du droit d'usage de la marque de ladite destination.

6.3.7. Prorogation du droit d'usage de la marque

Conformément à l'article 6.2.6. du présent chapitre, la validité du droit d'usage de la marque d'une destination bénéficiaire de la marque prend fin dans les trois (3) ans suivant la date de la décision d'attribution du droit d'usage de la marque.

Par dérogation au premier alinéa, le droit d'usage de la marque d'une destination ayant déposé sa candidature au renouvellement selon les modalités prévues à l'article 6.3.1. du présent chapitre est prorogé pour une durée maximale de six (6) mois à compter de la date de fin de validité de son droit d'usage :

a) lorsque sa candidature déclarée éligible par Atout France n'a pas fait l'objet, à la date de fin de validité du droit d'usage de la marque, d'un examen et/ou d'un avis du CSO selon les règles prévues à l'article 6.3.2. du présent chapitre ;

b) ou lorsque sa candidature n'a pas fait l'objet, à la date de fin de validité du droit d'usage de la marque, d'une décision de renouvellement du droit d'usage de la marque ou d'un avis défavorable du CSO selon les règles prévues à l'article 6.3.2. du présent chapitre.

Cette prorogation prend fin au plus tard dans les six (6) mois suivant la date de fin de validité du droit d'usage de la marque et au plus tôt :

- à la date du courrier d'inéligibilité notifié par Atout France au porteur de projet de la destination candidate selon les règles prévues à l'article 6.3.4. du présent chapitre ;
- ou à la date du courrier d'ajournement notifié par le CSO au porteur de projet de la destination candidate selon les règles prévues à l'article 6.3.5. du présent chapitre ;
- ou à la date de la décision de renouvellement du droit d'usage de la marque ou du courrier de notification de l'avis défavorable du CSO selon les règles prévues à l'article 6.3.2. du présent chapitre.

Aux fins de mise en œuvre du présent article, Atout France informe par tout moyen le porteur de projet de la destination candidate de la prorogation de son droit d'usage, des motifs de cette prorogation ainsi que des conditions de son extinction.

6.4. Procédure en cas d'ajout d'un/de partenaire(s) au sein d'une destination bénéficiaire de la marque

Durant la période de validité de son droit d'usage de la marque, tout porteur de projet d'une destination bénéficiaire de la marque a la possibilité d'ajouter au réseau un/des partenaire(s) qu'il considère comme pertinent(s).

Cette démarche fait l'objet d'un courrier qui est adressé par voie électronique à Atout France et signé du porteur de projet et d'un des deux référents, par lequel l'un et l'autre déclarent sur l'honneur garantir la conformité des nouveaux partenaires de la destination candidate aux prérequis mentionnés au chapitre 5 et aux conditions d'éligibilité prévues en annexe 2 du présent règlement.

Le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque peut saisir préalablement Atout France en cas de doute sur le respect des prérequis et conditions mentionnés à l'alinéa précédent par l'un ou l'autre de ses nouveaux partenaires.

A ce courrier est jointe, dans un format défini par Atout France, la liste intégrale des partenaires déclarés éligibles par le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque et l'un de ses référents.

Au plus tard un (1) mois à compter de la réception dudit courrier, Atout France informe par tout moyen le porteur de projet de la destination de l'attribution du droit d'usage de la marque aux partenaires déclarés éligibles.

Une fois validé, l'ajout d'un/de partenaire(s) au réseau doit se conformer aux règles prévues aux articles 6.3.6. et 6.5. du présent chapitre.

6.5. Retrait ou résiliation du droit d'usage de la marque

Dans le cas où un porteur de projet ne satisferait plus aux prérequis mentionnés au chapitre 5, aux conditions prévues en annexe 2 du présent règlement ou à toute autre disposition du présent règlement, le droit d'usage de la marque peut lui être retiré selon les modalités définies à l'article « Sanctions du non respect des règles d'usage de la marque » du présent règlement (article 10.3.).

Le retrait du droit d'usage de la marque du porteur de projet d'une destination bénéficiaire de la marque entraîne automatiquement la résiliation du droit d'usage de la marque d'un partenaire de ladite destination. Il appartient au porteur de projet de cette destination d'informer ses partenaires par lettre recommandée avec accusé de réception dans les quinze (15) jours ouvrés du retrait devenu effectif.

Dans le cas où un partenaire de la destination bénéficiaire de la marque ne satisferait plus aux critères d'usage de la marque, le porteur de projet de cette destination peut retirer son autorisation selon les modalités définies à l'article « Sanctions du non respect des règles d'usage de la marque » du présent règlement (article 10.3.). Il en informe Atout France.

Dans le cas où un partenaire de la destination bénéficiaire de la marque ne satisferait plus aux critères d'usage de la marque suite à une constatation réalisée par Atout France et dûment notifiée au porteur de projet, ce dernier doit retirer son autorisation selon les modalités définies à l'article « Sanctions du non respect des règles d'usage de la marque » du présent règlement (article 10.3.).

Le départ d'un partenaire de la destination bénéficiaire de la marque entraîne automatiquement la résiliation de l'autorisation à utiliser la marque par ledit partenaire.

Le changement d'exploitant d'un établissement partenaire bénéficiaire de la marque entraîne automatiquement la résiliation de l'autorisation à utiliser la marque par ledit partenaire.

.../...

7. COMITE DE PILOTAGE DE LA MARQUE VIGNOBLES & DECOUVERTES

Le comité de pilotage est chargé du suivi global de la marque et de son développement. Il examine les questions de principe qui se posent et, notamment, les possibles modifications à apporter au présent règlement.

Il se compose d'un représentant du ministère chargé du tourisme, d'un représentant du ministère chargé de l'agriculture, d'un représentant d'Atout France et d'un représentant du CSO.

Hors cas prévus aux articles 6.2.1. et 6.3.2. du présent règlement, le comité de pilotage se réunit à la demande de l'un de ses membres.

Les modalités de fonctionnement du comité de pilotage ne sont pas formalisées.

8. ENGAGEMENTS DU PORTEUR DE PROJET DE LA DESTINATION BENEFICIAIRE DE LA MARQUE

8.1. RESPECT DE LA CHARTE GRAPHIQUE ET DES MODALITES D'USAGE DE LA MARQUE

Le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque ainsi que les partenaires de cette destination s'engagent à utiliser la marque Vignobles & Découvertes conformément au présent règlement et, notamment, à sa charte graphique et aux dispositions prévues sous le chapitre « Modalités d'usage de la marque » (chapitre 9) du présent règlement.

Le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque ainsi que les partenaires de cette destination s'engagent à respecter toute modification de la charte graphique et des modalités d'usage de la marque. Ces modifications seront systématiquement introduites dans le présent règlement que le porteur de projet de la destination bénéficiaire ou le partenaire de celle-ci pourra consulter régulièrement sur le site Internet www.atout-france.fr.

8.2. RESPECT DES CONDITIONS D'ATTRIBUTION DU DROIT D'USAGE DE LA MARQUE DISPONIBLES SUR LE SITE WWW.ATOUT-FRANCE.FR

Le site Internet www.atout-france.fr est mis à jour régulièrement et comporte les conditions applicables pour l'attribution ou le renouvellement du droit d'usage de la marque.

Lorsqu'un changement est adopté dans ces conditions, le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque en est informé par sa mise en ligne sur le site Internet www.atout-france.fr ainsi que par l'envoi d'un courriel d'information.

Le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque informe les partenaires de ladite destination des évolutions adoptées dans les conditions d'attribution ou de renouvellement.

Lorsqu'une évolution est adoptée, le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque ou le partenaire de ladite destination peut, à son choix :

- mettre en œuvre cette évolution dans un délai et selon des modalités précisés par Atout France ;

- renoncer à l'usage de la marque et en informer Atout France dans un délai de trois (3) mois à compter de l'envoi du courriel d'information.

La non prise en compte par le porteur de projet d'une destination bénéficiaire de la marque d'un ou plusieurs engagements de la marque constitue un manquement de nature à justifier une demande d'actions correctives conformément aux dispositions prévues par l'article « Sanctions du non respect des règles d'usage de la marque » du présent règlement (article 10.3.).

8.3. CONSERVATION DES PREUVES D'USAGE DATEES DE LA MARQUE VIGNOBLES & DECOUVERTES

En conséquence de l'obligation d'usage sérieux de la marque qui lui est dévolu, le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque ou le partenaire de ladite destination s'engage à conserver des preuves datées d'usage de la marque en nombre suffisant et à dates régulières et à en justifier à la première demande. Les preuves d'usage de la marque s'entendent de preuves d'usage du signe :

- par le bénéficiaire de l'autorisation d'usage ;
- à titre de marque ;
- pour désigner les produits et/ou services visés dans le présent règlement ;
- sur des documents publics et datés.

Peuvent ainsi constituer des preuves d'usage sérieux des supports de communication datés présentant les produits ou prestations bénéficiant de la marque Vignobles & Découvertes et reproduisant la marque Vignobles & Découvertes (brochures, articles de presse, guides, site Internet, ...).

Le non-respect de la conservation des preuves d'usage ou l'impossibilité de communiquer les preuves d'usage de la marque constituent un manquement de nature à justifier une demande d'actions correctives conformément aux dispositions prévues sous l'article « Sanctions du non respect des règles d'usage de la marque » du présent règlement (article 10.3.).

9. MODALITES D'USAGE DE LA MARQUE

9.1. RESPECT DE LA CHARTE GRAPHIQUE

La marque Vignobles & Découvertes est utilisée conformément à la charte graphique qui est téléchargeable sur le site Internet www.atout-france.fr.

Afin de faciliter l'usage de la marque conformément à sa charte graphique, il est préconisé d'utiliser les modèles de logotype mis à disposition, sous forme de fichiers informatiques, sur le site Internet www.atout-france.fr.

9.2. MODALITES D'UTILISATION DE LA MARQUE

La marque Vignobles & Découvertes doit apparaître sur tous les supports promotionnels utilisés par le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque ou par le partenaire de ladite destination dans le respect de la charte graphique.

Un panneau ou autre signe extérieur Vignobles & Découvertes dont les spécifications techniques figurent en annexe 1 du présent règlement doit être apposé de façon visible sur la façade des partenaires de la destination bénéficiaire de la marque, dans le respect de la charte graphique.

Le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque ou le partenaire de ladite destination respecte les modalités particulières d'utilisation de la marque telles qu'elles sont énoncées dans la charte graphique.

Le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque ou le partenaire de ladite destination s'engage à informer les tiers sur Vignobles & Découvertes en utilisant les documents conçus à cet effet. Ces textes doivent être utilisés pour présenter la marque dans les outils de promotion de la destination bénéficiaire de la marque et des partenaires de ladite destination comme le guide annuel, le site Internet, etc. (...)

Ces textes sont disponibles en ligne à l'adresse www.atout-france.fr.

9.3. UTILISATION DU SIGNE VIGNOBLES & DECOUVERTES A SEUL TITRE DE MARQUE

Le signe Vignobles & Découvertes est exclusivement utilisé à titre de marque pour désigner les produits et services visés à son libellé. En conséquence, il est formellement interdit d'utiliser le signe Vignobles & Découvertes à un autre titre, et, notamment à titre :

- de dénomination sociale, de nom commercial ou d'enseigne ;
- d'une œuvre protégée par le droit d'auteur ;
- de dessin ou de modèle ;
- de pseudonyme ;
- de nom de domaine.

Il est également interdit d'utiliser le signe Vignobles & Découvertes pour désigner d'autres produits ou services que ceux pour lesquels l'usage a été expressément autorisé.

9.4. UTILISATION DE LA MARQUE TELLE QUE DEPOSEE

Le signe Vignobles & Découvertes est utilisé conformément au modèle de son dépôt et dans le respect de la charte graphique figurant en annexe 1 du présent règlement.

Toute modification du logotype, que ce dernier soit ou non associé à un nouveau dépôt de marque, sera portée à la connaissance des tiers par une nouvelle publication du règlement d'usage dûment modifié.

En cas de retrait de l'autorisation d'usage, le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque ou le partenaire de ladite destination cessera tout usage et supprimera toute reproduction devenue illicite de la marque Vignobles & Découvertes dans un délai de trois (3) mois. Dans le même délai, le porteur de projet ou le partenaire détruira tout produit ou accessoire reproduisant la marque Vignobles & Découvertes.

9.5. MODALITES D'UTILISATION DE LA MARQUE DANS LES TEXTES REDIGES

La marque ne doit pas être utilisée comme un substantif sauf autorisation préalable expresse et écrite.

Exemple d'usage interdit	
Marque utilisée de façon générique, comme un terme du langage courant	« <i>De vignobles en découvertes</i> »

Le texte citant la marque Vignobles & Découvertes ne doit pas :

- porter atteinte à l'image ou aux valeurs véhiculées par la marque ;
- dénigrer la marque, les produits ou les services marqués ;
- utiliser la marque à des fins satiriques ou humoristiques, y compris dans le cadre d'illustrations associées à un texte.

L'auteur veillera en outre à :

- ne pas modifier l'ordre des termes « Vignobles » et « Découvertes » ;
- maintenir le symbole « & » ;
- utiliser des majuscules pour les initiales « V » et « D » de manière à mettre en évidence qu'il s'agit d'une marque ;
- éviter les césures sur la marque.

10. CONTRÔLE DE L'USAGE DE LA MARQUE

Le contrôle de l'usage de la marque est délégué à Atout France, sous réserve des dispositions prévues à l'article 6.5. et 10.3. du présent règlement en ce qui concerne le retrait ou la résiliation du droit d'usage de la marque.

10.1. CONTROLE DE L'USAGE DU SIGNE

Atout France pourra, à tout moment, mettre en œuvre les moyens nécessaires au contrôle de l'usage du signe conformément au présent règlement auprès des bénéficiaires de l'autorisation d'usage :

- soit directement ;
- soit, indirectement, par le biais de personnes publiques ou privées, dûment habilitées.

Le contrôle pourra être effectué sur pièces ou sur place.

10.2. CONTROLE DE L'ACTIVITE DU PORTEUR DE PROJET DE LA DESTINATION BENEFICIAIRE DE LA MARQUE OU DU PARTENAIRE DE LA DESTINATION

Sans préjudice des contrôles sur l'usage du signe tel que visés à l'alinéa précédent, Atout France peut, à tout moment et notamment en cas de plainte ou demande d'un tiers intéressé, en particulier d'un consommateur, mettre en œuvre les moyens nécessaires au contrôle de l'activité du porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque ou du partenaire de dite destination afin d'en valider la conformité au regard :

- du présent règlement ;
- de l'image et des principes fondamentaux de la marque Vignobles & Découvertes.

Le contrôle pourra être effectué sur pièces ou sur place auprès des bénéficiaires de l'autorisation d'usage soit directement soit indirectement par le biais de personnes publiques ou privées, dûment habilitées.

10.3. SANCTIONS DU NON-RESPECT DES REGLES D'USAGE DE LA MARQUE

En cas de non-respect du présent règlement et des documents associés, les sanctions ci-après, peuvent, selon la gravité du manquement, être mises en œuvre :

- soit par Atout France directement ou indirectement, par le biais de personnes publiques ou privées, dûment habilitées ;

- soit par le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque en cas de retrait du droit d'usage de la marque d'un partenaire de ladite destination.

Ces dispositions s'appliquent sans préjudice des règles prévues aux alinéas 2, 4 et 5 de l'article 6.5. du présent règlement (résiliation).

EXEMPLES DE MANQUEMENTS ET SANCTIONS

Liste des manquements		Sanctions	Délai
Le rôle du porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque	Manque d'information interne auprès des relais et autres acteurs ayant un rôle sur le déploiement de la marque au sein du réseau	Mise en œuvre d'actions correctives	Délai de 30 jours à compter de la première présentation de la lettre notifiant le manquement
	Manque de suivi administratif pour la bonne gestion de la marque (dossiers non constitués, incomplets...)		
	Non-respect des procédures instituées par le présent règlement		
Usage de la marque	Non-respect de la charte graphique	Mise en oeuvre d'actions correctives	Délai de 30 jours à compter de la première présentation de la lettre notifiant le manquement
	Défaut d'usage sérieux (absence de preuve d'usage)		
	Non-respect des règles d'apposition du logo		
	Usage de la marque à titre générique		
	Usage de la marque de nature à induire en erreur	Avertissement et mise en oeuvre d'actions correctives	Délai de 15 jours ouvrés à compter de la première présentation de la lettre notifiant le manquement
	Usage frauduleux ou mensonger	Retrait du droit d'usage et action judiciaire	La lettre notifiant le manquement indique le délai de deux mois à compter de la première présentation de la lettre de notification pour y remédier et le délai à compter duquel le retrait du droit d'usage deviendra effectif
	Usage sans autorisation préalable		
	Contrefaçon, imitation de la marque	Retrait du droit d'usage et action judiciaire	
Dénigrement, atteinte à l'image de la marque			
Mise en œuvre de la démarche	Non-respect des conditions d'attribution et du règlement d'usage	Mise en oeuvre d'actions correctives	Délai de 30 jours à compter de la première présentation de la lettre notifiant le manquement
	Plainte(s) des consommateurs jugée(s) substantielle(s) par Atout France	Retrait du droit d'usage	La lettre notifiant le manquement indique le délai de deux mois à compter de la première présentation de la lettre de notification pour y remédier et le délai à compter duquel le retrait du droit d'usage deviendra effectif

<p>Manquements contractuels répétés en dépit de notifications préalables de Atout France</p>	<p>Retrait du droit d'usage</p>	<p>La lettre notifiant le manquement indique le délai de deux mois à compter de la première présentation de la lettre de notification pour y remédier et le délai à compter duquel le retrait du droit d'usage deviendra effectif</p>
---	---------------------------------	---

Le manquement constaté ainsi que la sanction applicable sont motivés et notifiés au porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque ou au partenaire de ladite destination par voie de lettre recommandée avec avis de réception, avec mention d'un délai à compter de la première présentation de la lettre de notification pour remédier au manquement.

Lorsque la sanction consiste en la mise en œuvre de mesures correctives, le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque ou le partenaire de ladite destination dispose d'un délai de trente (30) jours à compter de la première présentation de la lettre notifiant le manquement pour procéder aux mesures correctives requises.

Lorsque la sanction consiste en un avertissement assorti de la mise en œuvre de mesures correctives immédiates, le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque ou le partenaire de ladite destination dispose d'un délai de quinze (15) jours ouvrés à compter de la première présentation de la lettre notifiant le manquement pour procéder aux mesures correctives requises.

Lorsque la sanction demandée à un partenaire bénéficiaire de la marque consiste en la mise en œuvre d'actions correctives, le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque effectue un suivi de la réalisation des actions correctives par ledit partenaire.

Lorsque la sanction consiste en un retrait du droit d'usage, la lettre notifiant le manquement indique le délai de (2) deux mois à compter de la première présentation de la lettre notifiant le manquement pour y remédier ainsi que le délai à compter duquel le retrait du droit d'usage deviendra effectif, à compter de la première présentation de la lettre de notification. A défaut d'avoir remédié au manquement, dans le délai imparti, le porteur de projet de la destination bénéficiaire de la marque ou le partenaire de ladite destination prendra toutes les mesures nécessaires pour cesser tout usage et détruire tous éléments, documents, pièces, stocks ou produits sur lesquels la marque Vignobles & Découvertes est apposée.

Les présentes dispositions s'appliquent sans préjudice des autres sanctions, dommages et intérêts auxquels le titulaire pourrait prétendre.

11. MAINTIEN EN VIGUEUR DE LA MARQUE

Les ministères chargés du tourisme et de l'agriculture s'engagent à maintenir en vigueur la marque Vignobles & Découvertes.

Tous les frais afférents au maintien en vigueur de la marque Vignobles & Découvertes sont à la charge des ministères chargés du tourisme et de l'agriculture.

12. DEFENSE DE LA MARQUE

Tout porteur de projet d'une destination bénéficiaire de la marque ou partenaire de ladite destination s'engage à signaler immédiatement à Atout France toute atteinte aux droits sur la marque Vignobles & Découvertes dont il aurait connaissance. Atout France en informe sans délai les ministères chargés du tourisme et de l'agriculture.

Il appartient à l'Etat de prendre la décision d'engager à ses frais une action à l'encontre d'un contrefacteur.

Tout porteur de projet d'une destination bénéficiaire de la marque ou partenaire de ladite destination peut intervenir à l'action, à ses frais, risques et périls.

Les dommages et intérêts qui résulteront de l'action engagée par l'Etat en son nom seront à la charge de ou au profit exclusif de l'Etat.

13. RESPONSABILITE

Les porteurs de projet des destinations bénéficiaires de la marque et partenaires desdites destinations exploitent la marque sous leur seule et unique responsabilité. L'Etat ne peut voir sa responsabilité engagée au titre de cet usage.

14. LOI APPLICABLE

Le présent règlement est soumis à la loi française.

Il en est ainsi tant pour les règles de fond que pour les règles de forme.

15. TITRES

En cas de difficulté d'interprétation entre l'un quelconque des titres figurant en tête des clauses et l'une quelconque des clauses, les titres seront déclarés inexistantes.

16. NON VALIDITE PARTIELLE

Si une ou plusieurs dispositions du présent règlement sont tenues pour non valides ou déclarées telles en application d'une disposition légale ou à la suite d'une décision définitive d'une juridiction compétente, les autres dispositions conserveront leur force et leur portée.

ANNEXE 1
CHARTRE GRAPHIQUE DE LA MARQUE VIGNOBLES & DECOUVERTES ET
SPECIFICATIONS TECHNIQUES DU PANONCEAU

V. le document PDF joint au présent règlement.

ANNEXE 2

CONDITIONS D'ELIGIBILITE A LA MARQUE VIGNOBLES & DECOUVERTES

Dans le cadre de la candidature présentée par le porteur de projet de la destination candidate à l'attribution ou au renouvellement du droit d'usage de la marque Vignobles & Découvertes ou durant la période de validité de trois (3) années de ce droit d'usage, les conditions d'éligibilité ci-après s'appliquent aux destinations et partenaires de ces destinations satisfaisant aux prérequis mentionnés au chapitre 5 du présent règlement.

1. OBJECTIFS ET DEMARCHE GENERALE

Le vin, le patrimoine, les sites naturels constituent un facteur d'attractivité important de nos régions et territoires. De nombreux clients axent leur séjour sur le thème du vin. Cette clientèle se caractérise par une forte connaissance de l'univers du vin et une grande autonomie dans l'organisation de son séjour. Toutefois, il existe un fort potentiel de développement auprès d'une clientèle française et internationale sensible à cet univers, moins connaisseuse certes, mais en recherche de prestations lui permettant d'organiser un séjour plus varié tout en s'initiant à cet univers. C'est ce segment de clientèle, à fort potentiel dans une époque caractérisée par la quête du sens, qu'il s'agit de cibler et développer par une meilleure qualification et structuration de l'offre dédiée à la thématique de l'oenotourisme. Cela doit également contribuer à l'amélioration de la lisibilité et de la visibilité de cette offre.

L'enjeu de la marque Vignobles & Découvertes est double :

- développer l'efficacité touristique de ces destinations viticoles par une meilleure mise en valeur de leurs richesses et mise en réseau de leurs acteurs ;
- développer globalement l'image, la notoriété et les ventes pour tous les acteurs de la filière du tourisme viticole.

Si les initiatives sont nombreuses, la visibilité pour le client reste néanmoins insuffisante. De même, le lien établi entre les différents acteurs touristiques et viticoles d'une même destination demeure insuffisant.

L'objectif de cette marque est ainsi d'offrir plus de lisibilité au client et plus de visibilité à la destination en :

- identifiant sur une région / un bassin viticole, la / les destination(s) phare(s) proposant un produit complet au client, associant tout ce qui participe à l'attractivité de la destination : son vignoble, son patrimoine culturel, naturel et immatériel (gastronomie, savoir-faire), les activités de loisirs, de bien-être et de santé, les événements culturels, sportifs, d'affaires, l'hébergement et la restauration ;
- assurant au client une qualité d'accueil et un esprit de partage lui donnant les clés de compréhension de l'univers du vin, tout en prônant la consommation responsable ;
- favorisant les synergies d'actions entre les différents acteurs.

Cette marque doit ainsi s'appuyer sur les initiatives et démarches qualité mises en place par les différents opérateurs de l'univers du tourisme et du vin, dont le rôle est essentiel dans le suivi de l'offre et dans sa professionnalisation.

Le positionnement client

Le positionnement de la marque est de permettre d'identifier des destinations touristiques situées dans les vignobles dont l'offre touristique répond aux attentes d'une clientèle individuelle (dont la clientèle familiale) et d'une clientèle de groupe, française et internationale, de court séjour et excursionniste.

La marque

Elle est attribuée à une destination et à ses composantes (hébergement, restauration, visite de cave, visite de sites, ...) permettant ainsi :

- au client de faciliter l'organisation de son séjour et de l'orienter sur des prestations qualifiées ;
- à la destination de gagner en lisibilité et en efficacité dans la distribution et la commercialisation des produits sélectionnés.

Les valeurs véhiculées par la marque

Pour répondre aux attentes et lever les freins éloignant le client potentiel du monde de la vigne, la marque doit porter et réunir les valeurs suivantes :

- le goût de la transmission, sur l'univers du vin en particulier ;
- l'authenticité ;
- le plaisir d'accueillir ;
- l'esprit d'ouverture et la mise en valeur du patrimoine naturel, culturel, humain (savoir-faire, autres produits du terroir) ;
- l'attractivité touristique de la destination (patrimoine, paysage,...) ;
- la consommation responsable.

La promesse client

La promesse faite au client s'appuie sur un engagement à :

1. être à l'écoute du client : proposer un accueil et un service de qualité ;
2. faire découvrir le vignoble et l'univers du vin ;
3. pratiquer la consommation responsable ;
4. informer de manière fiable sur les services proposés ;
5. informer le client sur la destination et ses partenaires ;
6. respecter les engagements liés à leur démarche qualité respective et faire l'objet d'un contrôle régulier.

2. LES EXIGENCES ET ENGAGEMENTS DE LA DESTINATION CANDIDATE OU BENEFICIAIRE DE LA MARQUE

La marque est attribuée à une destination mais également aux prestataires partenaires de cette destination.

La candidature de la destination, puis, une fois la marque attribuée à cette dernière, la gestion, l'animation, le développement et la promotion de celle-ci est confiée à un porteur de projet ensemblier, regroupant, au sein de son comité de pilotage pour l'obtention et le suivi de la marque, des représentants de la filière viticole et de la filière touristique.

Ce porteur de projet peut être de nature ou de forme juridique différente, d'une destination à une autre.

Toutefois, lorsqu'il ne constitue pas une collectivité locale, une intercommunalité ou un organisme local de tourisme au sens des dispositions prévues par le titre III du code du tourisme, sa qualité de porteur de projet ne peut être reconnue qu'après avis conforme du ministère chargé du tourisme et du ministère chargé de l'agriculture.

Le porteur de projet est le représentant au niveau national de la destination candidate ou bénéficiaire de la marque et, à ce titre, doit répondre aux exigences et engagements de la marque pour cette destination.

Tout porteur de projet s'engage lors du dépôt de sa candidature et, si la marque doit lui être attribuée, durant la période de validité du droit d'usage de celle-ci :

- à prôner et à pratiquer la consommation responsable ;
- à prendre connaissance et à respecter ou faire respecter, notamment par les partenaires de la destination, l'ensemble des dispositions du présent règlement d'usage, annexes comprises ;
- à garantir, en particulier, que les partenaires qu'il sélectionne respectent les conditions prévues au 3. ci-après.

Le porteur de projet de la destination candidate ou bénéficiaire de la marque doit respecter/développer les exigences suivantes et en garantir la pérennité.

2.1. La taille critique de la destination, son périmètre et ses composantes

La taille de la destination candidate doit démontrer une mise en réseau suffisante pour répondre à l'esprit de la marque.

Une destination est un territoire qui se caractérise par une notoriété et une attractivité spontanées ou plus travaillées, **pertinent** pour le **client** et qui rassemble une offre diverse en quantité suffisante et assemblée, caractérisée par de l'hébergement, de la restauration, des activités culturelles, de découverte, sportives, de bien-être, **accessible** par le client et **desservi** par des infrastructures de transport.

Dans le cadre de la marque, un nombre trop faible de partenaires fédérés risque de ne pas démontrer une mise en réseau suffisante. *A contrario*, un volume d'offre trop important peut soulever les questions de la pertinence de la destination et de la qualification de l'offre ainsi que de son suivi.

Il en résulte tout d'abord que la destination doit être, **en principe, un territoire à vocation touristique et viticole** d'un rayon de 30 km environ. Toutefois, l'espace géographique est donné à titre indicatif, **l'évaluation de la pertinence et de la cohérence de la destination étant prioritaire.**

La pertinence du périmètre de la destination est examinée au regard tant de sa légitimité propre que de sa cohérence voire de son éventuel regroupement avec d'autres destinations candidates ou bénéficiaires de la marque, aux fins d'une communication à l'international optimale et d'une éventuelle mutualisation des moyens.

Dans son dossier de candidature, le porteur de projet doit préciser le périmètre de la destination présentée en kilomètres. Il doit, en outre, y joindre une carte permettant de situer la destination candidate à l'échelle nationale et à l'échelle régionale, d'identifier les AOC/P présentes sur le territoire et de localiser les prestataires proposés et le porteur de projet.

Le porteur de projet doit proposer une sélection de prestations qualifiées pour leur niveau de qualité et leur lien avec le vignoble.

Cette sélection de prestations comprend au moins :

- les caves ou caveaux ouvert(e)s au public : ces caves ou caveaux doivent être, en principe, au nombre de 15 ; ce nombre est toutefois donné à titre indicatif, l'évaluation de la pertinence et de la cohérence de la destination étant prioritaire (voir également exigences exposées au 3.1.) ;
- l'hébergement : cette exigence doit recouvrir, en principe, 100 lits touristiques ; ce nombre est toutefois donné à titre indicatif, l'évaluation de la pertinence et de la cohérence de la destination étant prioritaire (voir également exigences exposées au 3.2.) ;
- la restauration (voir exigences exposées au 3.3.) ;
- la découverte d'un ou plusieurs site(s) patrimonial (aux) qu'ils soient naturels (randonnées découvertes de sites naturels, PNR,...), culturels (musées, monuments, châteaux, patrimoine vernaculaire...) ou relatifs à la découverte de savoir-faire (voir exigences exposées au 3.4) ;
- un ou plusieurs office(s) de tourisme (voir exigences exposées au 3.5.) ;
- une ou plusieurs structures réceptives proposant des journées ou séjours de découverte autour du vin, privilégiant notamment le référencement dans leur programmation des prestataires touristiques engagés dans la démarche (voir exigences exposées au 3.6.).

Les prestations suivantes devront également être proposées selon les exigences exposées aux 3.7 et 3.8.) :

- un ou des événement(s) autour du vin ou associant l'univers du vin ;
- une ou des activité(s) sportive(s) ou de loisirs ;
- une ou des activité(s) de bien-être et de santé.

2.2. Le nom de la destination candidate

Le nom de la destination candidate doit être impérativement composé de mots représentatifs du bassin viticole et de la zone touristique présentés, évocateurs au plan international (notoriété) et de nature à fonder l'attractivité oenotouristique de ladite destination.

En conséquence, le nom doit être :

- court (pas plus de 3 mots ou 30 signes) ;
- « vendeur », « porteur » et répondant à un positionnement marketing ;
- exprimer la notoriété de la destination en vue de sa communication au plan national et international.

A ce titre, lors de l'examen du dossier de candidature, les services de Atout France en charge du marketing et de la communication sont saisis pour avis aux fins d'examen de la pertinence du nom de la destination.

Il en va ainsi tant au stade de la candidature initiale qu'au moment de l'examen de la demande de renouvellement.

Cet avis peut comprendre des propositions de modifications visant, le cas échéant, à améliorer ou simplifier le nom retenu par la destination candidate ou bénéficiaire de la marque.

2.3. La convention partenariale et la désignation de référents

La convention partenariale est une convention d'acteurs associant un ou plusieurs représentant(s) du monde du vin et du tourisme et précisant la définition précise du rôle, des missions et des engagements de chacune des parties au sein de la destination candidate ou bénéficiaire de la marque.

Cette convention doit être signée par le porteur de projet, une instance touristique et une instance viticole compétente(s) au niveau départemental, régional ou interrégional ainsi que par les partenaires de la destination.

La liste des partenaires engagés au moment du dépôt de la candidature est impérativement jointe au dossier de candidature.

La convention doit prévoir que chacun des partenaires signataires déclare être en conformité avec toutes obligations légales ou réglementaires régissant son activité et/ou sa profession.

Enfin, chaque destination doit être accompagnée de deux référents qui ne peuvent être porteur de projet de la destination candidate : un référent issu du monde touristique (ADT/CDT ou CRT) et un référent issu du monde vitivinicole (interprofessions ou syndicats professionnels viticoles).

Ces référents ont pour fonction d'être les garants du porteur de projet. Ils constituent à ce titre un niveau de contrôle au plan local de la destination.

Ils sont destinataires d'une copie du dossier de candidature.

L'un d'entre eux accompagne le porteur de projet dans le cadre de l'audition mentionnée à l'article 6.3.2. du présent règlement.

2.4. L'animation du réseau

Lors du dépôt de la candidature initiale, le(s) compte-rendu(s) de la ou des réunions d'information réalisées par le porteur de projet sur la marque Vignobles & Découvertes doivent être joints au dossier.

Par ailleurs, le porteur de projet doit :

- développer une stratégie concertée du développement de la destination sur l'axe de la marque, favorisant les synergies entre acteurs ;
- animer le réseau par des actions d'information, de formation (initiateur ou relais facilitateur), d'éducteurs ;
- réunir au moins deux fois par an les partenaires bénéficiaires de la marque, consigner les comptes-rendus et les transmettre à Atout France dans le cadre du suivi de l'usage de la marque ;
- encourager ou développer les actions soucieuses de la préservation du paysage culturel et de l'environnement (par ex. : charte paysagère,...) ;
- encourager ou développer une politique de développement durable ;

- identifier les réunions de formation-sensibilisation proposées par la Région, l'interprofession, les autorités consulaires ou les institutionnels, ou les organiser si le dispositif n'existe pas, et inciter les partenaires à suivre ces formations.

Lors du dépôt de la demande de renouvellement du droit d'usage de la marque, le porteur de projet doit, en outre, joindre à son dossier de candidature :

- la liste des partenaires ayant rejoint la destination durant la période de validité du droit d'usage de la marque ;
- la liste des partenaires ayant quitté la destination durant la période de validité du droit d'usage de la marque, en précisant les motifs de leur retrait ;
- les compte-rendus des réunions (au moins deux fois par an) avec les partenaires bénéficiaires de la marque durant une période de trois années correspondant à la durée de validité du droit d'usage de la marque ;
- un état des lieux des actions d'animation du réseau mises en œuvre durant une période de trois années correspondant à la durée de validité du droit d'usage de la marque ;
- un plan des actions d'animation du réseau pour une nouvelle période de trois années correspondant à la durée de validité du droit d'usage de la marque si celle-ci devait être renouvelée.

2.5. La promotion et la communication

Le porteur de projet doit :

- afficher la marque dans les outils de communication qu'il a développés ;
- assurer la promotion de la marque et des partenaires bénéficiaires de la marque, à travers notamment le panonceau Vignobles & Découvertes et tout outil de communication, conformément à la charte graphique figurant en annexe 1 du présent règlement ;
- organiser la distribution aux partenaires du panonceau Vignobles & Découvertes et de tout autre outil de communication ainsi que veiller à leur bonne utilisation ;
- favoriser la promotion et la distribution prioritaire des partenaires engagés auprès des prescripteurs de voyages (presse, distributeurs) ;
- créer et mettre à jour le contenu portant sur la destination et ses partenaires dans le cadre de la stratégie digitale de communication mise en place par Atout France sur le site www.rendezvousenfrance.com.

Lors du dépôt de la demande de renouvellement du droit d'usage de la marque, le porteur de projet doit, en outre, joindre à son dossier de candidature :

- la liste des partenaires bénéficiaires de la marque faisant effectivement usage du panonceau précité ;
- l'ensemble des dépliants et supports de communication datés concernant la destination ;
- un bilan descriptif des opérations de promotion mises en place ainsi que les justificatifs de ces opérations ;
- un point d'étape concernant la création ou la mise à jour du contenu de la destination et de ses partenaires dans le cadre de la stratégie digitale de communication mise en place par Atout France sur le site www.rendezvousenfrance.com.

.../...

2.6. L'écoute client et la démarche de progrès

Le porteur de projet doit :

- développer et mettre en œuvre des outils d'analyse de la satisfaction clients adaptés au contexte ;
- mettre en place un dispositif d'évaluation interne au réseau, au moins annuel, adapté selon le contexte mais permettant d'identifier les améliorations à apporter.

3. LES EXIGENCES ET ENGAGEMENTS DES PARTENAIRES DE LA DESTINATION

Tout partenaire de la destination candidate ou bénéficiaire de la marque s'engage :

- à prôner et à pratiquer la consommation responsable ;
- à prendre connaissance et à respecter l'ensemble des dispositions du règlement d'usage de la marque, annexes comprises.

Cet engagement est formalisé par la signature de la convention partenariale avec le porteur de projet de la destination candidate ou bénéficiaire de la marque.

3.1. Les caves ou caveaux

Pour être éligibles, les caves ou caveaux doivent :

1. suivre une démarche qualité d'accueil conduite par un réseau national ou territorial, dans les caves ouvertes au public proposant un contrôle régulier effectué au moins une fois tous les 3 ans, ou porter la marque Qualité Tourisme ;
2. proposer du vin produit en AOC/P ou IGP ;
3. être ouverts au minimum de Pâques à la Toussaint et accueillir le samedi et/ou le dimanche, ou au moins sur rendez-vous. Une attention particulière sera portée dans le dossier de candidature à la proportion qui devra être marginale de caves ou caveaux ouverts sur rendez-vous ;
4. proposer des visites comprenant au moins une dégustation commentée des vins, gratuite ou payante. Les caves ou caveaux partenaires s'engagent à ne pas conditionner leur visite ou dégustation à une obligation d'achat de vins et à respecter les horaires et périodes d'ouverture annoncés ;
5. développer le conditionnement et les conditions de livraison adéquates aux pratiques d'une clientèle touristique (proposer son vin à la vente directe à partir d'une bouteille et proposer un service de transporteur vers la France et l'international, sur demande) ;
6. pratiquer au moins une langue étrangère nationale en plus du français ;
7. s'engager à disposer de crachoirs dans les salles de dégustation ouvertes au public, afin de familiariser le plus grand nombre à la modération ;
8. s'engager à communiquer sur la marque et sur les autres partenaires bénéficiaires de la marque et à participer aux actions entreprises par le réseau (réunion d'information, formation,...) ;
9. disposer de leur propre site internet ou, à défaut, être référencés sur le site internet d'un organisme institutionnel local ;
10. proposer au moins deux des « plus » suivants :
 - être lauréat du Prix National de l'Oenotourisme ;
 - une prestation adaptée pour la clientèle familiale ;
 - une prestation adaptée pour la clientèle groupe ;
 - une prestation adaptée pour la clientèle en situation de handicap (moteur et/ou visuel et/ou auditif et/ou mental) ;

- une découverte guidée du chai et des vignes ;
- des initiations ou des stages de dégustation ;
- un site internet traduit dans une langue étrangère au moins ;
- la vente de vin de la propriété en ligne ;
- réaliser la production viticole en suivant les principes de l'agriculture raisonnée ou biologique.

3.2 Les hébergements

Pour être éligible, un hébergement doit répondre aux exigences suivantes :

1. être classé quand le classement existe ; les gîtes sont considérés comme des meublés et doivent à ce titre être classés en tant que « meublés de tourisme » ;
2. quand le classement n'existe pas (chambres d'hôtes), suivre une démarche qualité d'accueil menée par un réseau national ou territorial et/ou porter la marque Qualité Tourisme ;
3. être situé dans les vignes ou dans un environnement de charme ;
4. disposer d'un site internet ;
5. accueillir dans une langue étrangère au moins ;
6. proposer une prestation en lien direct avec le vignoble, à savoir :
 - information, sensibilisation au vignoble avec au moins une information spécifique dans les espaces privatifs du client (chambre, studio,...) et dans les espaces communs (documentation, livres, espace dédié,...) ;
 - relais d'information vers les autres partenaires touristiques bénéficiaires de la marque (restaurants, caves, sites naturels et patrimoniaux,...) ;
7. proposer au moins l'un des « plus » suivants :
 - être lauréat du Prix National de l'Oenotourisme ;
 - hébergement de charme (respectant les matériaux et le type d'habitat caractéristique de la destination) ou chez le vigneron ;
 - hébergement sensible à la thématique du vin et proposant des prestations relatives à cet univers : dégustation gratuite ou payante des vins du terroir dans l'établissement, spa et bien-être, organisation de visite découverte,... ;
 - proposition de prestations relatives aux produits du terroir ou valorisant l'artisanat local ;
 - disposer d'un site internet traduit dans une langue étrangère au moins ;
 - proposer la réservation en ligne.

3.3. La restauration et les bars à vin

Pour être éligible, un restaurant ou un bar à vin doit répondre aux exigences suivantes :

1. présenter une carte des vins proposant de manière significative et prioritaire les vins de la région ;
2. être ouvert pendant toute la période d'activité touristique principale de la destination (au moins, haute et moyenne saison) ;
3. être le relais d'information vers les autres partenaires touristiques bénéficiaires de la marque (restaurants, caves, sites naturels et patrimoniaux,) ;
4. disposer d'une équipe capable de parler des vins de la région et de conseiller le client sur les accords mets et vins ;
5. proposer du vin de la région au verre ;
6. proposer une carte traduite en une langue étrangère au moins ;

7. proposer une cuisine en partie ou exclusivement locale ;
8. disposer de son propre site internet ou, à défaut, être référencé sur le site internet d'un organisme institutionnel local ;
9. proposer au moins deux des « plus » suivants :
 - être lauréat du Prix National de l'Oenotourisme ;
 - le restaurant bénéficie du titre « Maître Restaurateur » et/ou est porteur de la marque Qualité Tourisme et/ou d'un label qualité local ou national ;
 - le restaurant dispose d'une équipe en capacité de s'exprimer dans une langue étrangère ;
 - le restaurant possède une cave à vin électrique afin de garantir la qualité du vin servi ;
 - le restaurant est référencé dans un guide touristique et/ou gastronomique daté de moins de trois ans ;
 - proposer une démarche de partage autour du vin (préciser les actions menées) ;
 - disposer d'un site internet traduit dans une langue étrangère au moins.

3.4. Le patrimoine culturel et/ou naturel et/ou immatériel

Pour être éligible, le site doit :

1. être le relais d'information vers les autres professionnels bénéficiaires de la marque (restaurants, caves, sites naturels et patrimoniaux,) ;
2. être ouvert pendant toute la période d'activité touristique principale de la destination (au moins, haute et moyenne saison) ;
3. dans le cas d'un monument, d'un musée ou d'un site de visite : proposer un accueil physique de la clientèle individuelle. Cet accueil physique peut être assuré par l'office de tourisme ;
4. être fléché et facile d'accès et bénéficier d'un stationnement à proximité ;
5. être bien entretenu ;
6. proposer un parcours de découverte adapté dans au moins une langue étrangère ;
7. dans le cas d'un monument, d'un musée ou d'un site de visite : disposer d'un parking dimensionné pour l'accueil de groupes ;
8. proposer l'un des « plus » suivants :
 - être lauréat du Prix National de l'Oenotourisme ;
 - programmer des événements permettant d'animer la destination ;
 - être dans une démarche qualité et/ou être porteur de la marque Qualité Tourisme ;
 - proposer une visite en lien avec l'univers du vin ;
 - proposer une présentation exemplaire d'un savoir faire local et/ou une dégustation commentée exemplaire d'un produit du terroir ;
 - accepter les cartes de crédit.

3.5. Office de tourisme

Pour être éligible, l'office de tourisme doit :

1. être classé au moins dans la catégorie II ou, à défaut :
 - être classé 2* selon les anciennes normes, à condition d'avoir engagé sa démarche de classement selon les nouvelles normes dans la catégorie II ;

- être classé 2* selon les anciennes normes, à condition d'avoir engagé sa démarche de classement selon les nouvelles normes dans la catégorie III et déclaré répondre aux critères suivants, correspondant à la catégorie II :
 - L'information touristique est accessible gratuitement via un moyen d'accès internet à haut débit sans fil dans l'espace d'accueil de l'office de tourisme. (critère 1.1.2.4),
 - L'office de tourisme doit s'engager à ouvrir son espace d'accueil au moins deux cent quarante jours par an, dont le samedi et le dimanche obligatoirement, en période de fréquentation touristique. Il est également ouvert en sus lors des manifestations événementielles sur sa zone géographique d'intervention. (critère 1.1.3.4),
 - Les objectifs et les moyens consacrés aux missions de l'office de tourisme sont définis par une convention d'objectifs, de préférence pluriannuelle, passée avec la collectivité territoriale ayant institué l'office de tourisme. L'office de tourisme met en place des indicateurs de performance relatifs aux résultats atteints et aux moyens déployés qui font l'objet d'une revue annuelle. (critère 2.2.1.1),
 - L'office de tourisme emploie un responsable ou un directeur justifiant d'une aptitude professionnelle appropriée, titulaire d'une formation supérieure de niveau II ou d'une expérience professionnelle dans un poste similaire. (critère 2.3.1.3),
 - L'office de tourisme dispose d'un système de gestion de l'information organisé et informatisé permettant de référencer, de qualifier, de mettre à jour et de diffuser une information maîtrisée et validée sur l'offre touristique locale. (critère 2.5.1.1).

2. informer et communiquer en une langue étrangère au moins ;

3. valoriser l'oenotourisme et informer sur l'ensemble des professionnels bénéficiaires de la marque ;

4. proposer des prestations en lien avec le thème.

Les offices de tourisme partenaires doivent indiquer s'ils disposent d'une immatriculation au registre des opérateurs de voyages et de séjours pour exercer les activités mentionnées à l'article L. 211-1 du code du tourisme. Si tel est le cas, l'office de tourisme peut être également éligible dans la catégorie « structure réceptive ».

Il est recommandé que le porteur de projet s'associe avec l'office de tourisme principal de la destination candidate pour une raison de cohérence d'actions.

3.6. La structure réceptive

Pour être éligible, la structure réceptive doit :

1. être immatriculée au registre des opérateurs de voyages et de séjours pour exercer les activités mentionnées à l'article L. 211-1 du code du tourisme ;
2. avoir une activité réceptive et être implantée physiquement au sein ou à proximité de la destination bénéficiaire de la marque, sauf dans l'hypothèse où la structure concernée commercialise en ligne une offre nationale ;

3. être ouverte pendant la période d'activité touristique de la destination tout en encourageant la désaisonnalisation ;
4. informer, vendre et proposer des prestations dans une langue étrangère au moins ;
5. proposer des produits forfaits ou des packages dynamiques oenotouristiques valorisant prioritairement les prestataires bénéficiaires de la marque.

3.7. Activités sportives, de loisirs, de bien-être ou de santé

Pour être éligibles, les activités sportives, de loisirs, de bien-être ou de santé doivent répondre aux exigences suivantes :

1. fiabilité de l'accueil : respect des périodes d'ouverture ;
2. pratique d'au moins une langue étrangère ;
3. être ouvert pendant la période d'activité touristique de la destination ;
4. informer sur les autres partenaires bénéficiaires de la marque.

3.8. Evénements

Pour être éligibles, les événements doivent être consacrés au vin ou être associés à l'univers du vin ou valoriser les produits du terroir et savoir-faire locaux.