

Règlement d'usage de la marque Tourisme & Handicap

L'Etat français, représenté par le ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique – Direction Générale des Entreprises, est propriétaire de la marque collective simple suivante (ci-après dénommée la Marque) :



Dont le dépôt à l'Institut national de la propriété industrielle a été réalisé le 12/02/2003, sous le n° 3209240, enregistrement renouvelé le 25/01/2013, pour désigner les produits et services suivants des classes 16, 35, 39, 41 et 43 de la classification de Nice :

« Produits de l'imprimerie, revues, magazines, périodiques, catalogues, papeterie ; photographies ; matériel d'instruction et d'enseignement (à l'exception des appareils) , tels que guides et manuels. Publicité ; publicité en ligne sur un réseau informatique ; gestion des affaires commerciales ; administration commerciale ; gérance administrative d'hôtels ; conseils en organisation et administration des affaires ; organisation d'exposition à buts commerciaux ou de publicité ; aide à la direction des affaires. Organisation de voyages et d'excursions ; visites touristiques, réservations de places pour le transport de personnes, transports de voyageurs, agences de tourisme (à l'exception de la réservation d'hôtels, de pensions) , réservations pour les voyages ; transport de personnes par véhicules ; transport de personnes aérien ; transport de personnes par bateau ; accompagnement de voyageurs ; location de véhicules. Divertissements, activités sportives et culturelles ; services de club (divertissement) ; services de camps de vacances (divertissement) ; stages de perfectionnement sportif ; clubs de santé (mise en forme physique) ; location d'équipements pour le sport (à l'exception des véhicules) ; exploitation d'installations sportives ; organisation et conduite de congrès, de colloques, de séminaires, d'atelier de formation, de conférences ; formation des professionnels du tourisme et du logement temporaire en matière d'amélioration des structures touristiques et d'hébergement pour les personnes en situation d'handicap (tel que auditif, mental, moteur et visuel). Services hôteliers, réservations de chambres d'hôtels, réservations de logements temporaires, agences de logement (hôtels, pensions) , restauration (repas) , réservations d'hôtels, maisons de vacances, services de camps de vacances (hébergement) , services de direction d'hôtels et de restaurants ; exploitation de terrain de campings ; location de logements temporaires ; information en matière de logement temporaire sur l'accessibilités aux personnes en situation d'handicap (tel que auditif, mental, moteur et visuel) de sites d'hébergement. »

Préambule

Le ministère chargé du Tourisme s'est engagé en 2001 dans une démarche de sensibilisation des professionnels et candidats des secteurs du tourisme et des loisirs, à l'accueil des personnes en situation de handicap qui veulent choisir leurs vacances et leurs loisirs en toute liberté et sécurité.

Il a créé à cette fin la marque Tourisme & Handicap communément qualifiée de label (ci-après dénommée la Marque).

Il est précisé que le terme « label » tel qu'utilisé au sein du présent règlement ne vise qu'à une simple indication, à destination du public, de la capacité des candidats faisant usage de la Marque à accueillir des personnes en situation de handicap et ne constitue en aucun cas une garantie susceptible d'engager la responsabilité de l'Etat ou du gestionnaire de la Marque.

La Marque précitée poursuit deux objectifs :

- apporter une information fiable et objective sur l'accessibilité des sites et des équipements touristiques
- développer une offre touristique adaptée aux personnes handicapées.

La Marque, est le fruit d'une collaboration de plusieurs acteurs : les ministères chargés du Tourisme (DGE et DIRECCTE ou DIECCTE), de la culture et de la communication, l'association Tourisme et Handicaps (ATH), les professionnels du secteur du tourisme (Agence de développement du tourisme, Comité départemental du tourisme et Comité régional du tourisme...), les collectivités territoriales et les associations représentant les personnes handicapées.

La Marque a pour objectif de développer une offre touristique adaptée :

La Marque a pour objectif de développer une offre touristique adaptée, réellement ouverte à tous en donnant le choix à la personne en situation de handicap (handicap auditif, mental, moteur ou visuel) de partir en autonomie, seule ou en famille. Chaque famille de handicap est symbolisée par un pictogramme.

Les activités susceptibles d'obtenir la Marque sont nombreuses. Elles sont regroupées en 5 catégories :

- **Hébergement** : camping, chambre d'hôtes, hébergement collectif, hébergement insolite, hôtel, meublé de tourisme, résidence de tourisme et village de vacances,
- **Information touristique** : partenaire du tourisme et office de tourisme,
- **Loisir** : établissement de loisir, loisir éducatif, parc de loisir, sport de nature et sortie nature,
- **Restauration** : café, bar, brasserie et restaurant,
- **Visite** : écomusée, lieu de visite, parc à thème, site de préhistoire, visite d'entreprise et visite guidée.

A chaque activité sont, en principe, affectés, a minima 2 cahiers des charges : le cahier des charges et la grille « caractéristiques générales » qui s'appliquent à tout type d'activités et, en fonction de la ou des thématique (s), un ou plusieurs cahiers de charges et grilles spécifiques.

Evaluation de l'activité par un binôme d'évaluateurs :

Dans ce cadre, l'activité du candidat à la Marque est évaluée par un binôme d'évaluateurs composé d'un représentant du secteur du tourisme et d'un représentant des associations représentant les personnes handicapées. Les évaluateurs sont spécialement formés afin d'examiner la conformité des prestations offertes par rapport aux exigences des différents cahiers des charges de la Marque.

La Marque est attribuée dans le cadre d'une démarche volontaire :

La Marque constitue la reconnaissance de la volonté d'un gestionnaire d'activité (s), précitées, d'apporter une réponse à la demande, à titre individuel, des personnes handicapées qui veulent choisir leurs vacances et leurs loisirs en toute liberté, sécurité et autonomie. La Marque contribue ainsi à rendre la société plus inclusive. Elle constitue le principal outil pour favoriser l'accès aux vacances des personnes en situation de handicap :

- Apporter une information fiable et objective sur l'accès des structures d'hébergement, des sites et des équipements touristiques
- Développer une offre touristique adaptée aux personnes en situation de handicap.

La Marque au regard de la législation sur l'accessibilité : « un mieux disant » :

La Marque constitue un facteur d'identification de l'accessibilité dans le secteur du tourisme. L'attribution à un candidat touristique de la Marque pour les 4 familles de handicap (auditif, mental, moteur et visuel). C'est un indicateur des efforts réalisés par le gestionnaire de l'établissement pour :

- **non seulement, se conformer aux obligations** posées par la loi du 11 février 2005, les textes élaborés dans le cadre de l'ordonnance n° 2014-1090 du 26 septembre 2014 et la loi n°2015-988 ratifiant l'ordonnance précitée
- **mais aussi, le cas échéant, aller au-delà de ce cadre législatif et réglementaire.** C'est ainsi que la Marque propose un « mieux-disant » quant à l'accueil et aux prestations de services proposées aux personnes handicapées.

La Marque permet ainsi de passer du « pouvoir accueillir » que valide la loi, au « vouloir accueillir ».

Pour l'avenir, la Marque pourrait faciliter le référencement des ERP touristiques accessibles.

La Marque est un outil de promotion du tourisme :

La Marque constitue, à la fois, un facteur d'identification de l'accessibilité dans le secteur du tourisme, et un outil de promotion du tourisme sur le marché français pour les professionnels et les gestionnaires de sites qui ont rendu leurs établissements accessibles.

1. Objet du Règlement d'usage :

Le règlement d'usage a pour objet de définir les conditions et les modalités d'utilisation de la Marque par les candidats auxquels le droit d'usage de la Marque est attribué (ci-après le(s) Bénéficiaire(s)).

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

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

2. Propriété de la Marque :

Le Bénéficiaire reconnaît que l'Etat français est pleinement propriétaire de la Marque. L'autorisation d'usage de la Marque en vertu du règlement d'usage n'opère aucun transfert des droits de propriété sur la Marque.

3. Gestion de la Marque :

La gestion de la Marque est, soit, exercée par les services du ministère chargé du tourisme, soit confiée à un organisme extérieur à ce ministère. Le gestionnaire, en liaison avec les acteurs et dans le cadre de l'organisation générale de la Marque, est chargé de la mise en œuvre, du développement et de la promotion de la Marque. A ce titre, il contribue notamment à l'élaboration de nouveaux cahiers des charges et de la jurisprudence de la Marque.

4. Organisation générale :

La Marque est attribuée par une commission territoriale, après une visite d'évaluation. Cette vérification sur place a pour objectif de s'assurer que l'activité proposée par le candidat respecte le cahier des charges de la Marque.

L'organisation générale de la Marque est déclinée par les instances présentées ci-dessous :

4.1 La commission nationale :

La commission nationale est chargée de la stratégie, du suivi de la Marque et de son développement. Elle examine les questions de principe et peut, le cas échéant, missionner un comité technique.

La commission intervient par ailleurs comme instance de recours de second niveau sur toute difficulté d'interprétation sur les dossiers instruits au niveau déconcentré, en cas de litige concernant les décisions des commissions territoriales ou sur toute difficulté d'interprétation sur les dossiers instruits au niveau déconcentré.

4.1.1 Rôle de la commission nationale :

- Définir la stratégie,
- édicter une jurisprudence en fonction des réclamations, des difficultés d'interprétation ou des plaintes,
- élaborer tout document d'accompagnement nécessaire,
- élaborer de nouveaux cahiers des charges,
- assurer un suivi qualitatif de la Marque et son développement,
- piloter l'outil informatique,
- régler les cas litigieux ou dossiers difficiles transmis par une commission territoriale,
- contrôler a posteriori le processus de déconcentration,
- organiser toute forme de communication ou de rencontre.

4.1.2 Composition de la commission nationale de la Marque :

- un représentant de l'administration chargée du Tourisme,
- un représentant de l'administration chargée de la Culture,
- un représentant des associations de personnes handicapées,
- un représentant des professions du Tourisme,
- si la gestion est déléguée à un organisme, le représentant de l'organisme gestionnaire de la Marque.

La commission nationale est présidée par le représentant de l'administration chargée du Tourisme. Elle peut s'adjoindre tout expert en fonction des dossiers étudiés.

4.2 Un comité technique :

Un comité technique ad hoc est chargé de proposer à la commission nationale toute évolution de la stratégie de la Marque et de son développement à la demande de cette dernière.

Il est composé de représentants des services centraux et déconcentrés du ministère en charge du tourisme, des représentants des collectivités territoriales, des représentants des professionnels du tourisme, des associations de personnes handicapées, de l'association Tourisme & handicaps. Il peut s'adjoindre tout expert dans le domaine étudié.

4.3 Les commissions territoriales :

Les services déconcentrés de l'administration chargée du tourisme organisent la gestion de la Marque en fonction du contexte local. Ils constituent pour ce faire une ou des commissions territoriales d'attribution, composées à parité de représentants du monde du tourisme et de représentants des associations des personnes handicapées pour le collège 1 tel que décrit ci-dessous.

4.3.1 Rôle des commissions territoriales :

Sous l'autorité des services déconcentrés de l'administration chargée du tourisme : Directions régionales des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (DIRECCTE) en métropole et Directions des entreprises, de la concurrence, de la

consommation, du travail et de l'emploi (DIECCTE) dans les départements ultramarins, ces commissions débattent des dossiers présentés sur la base des éléments fournis par les évaluateurs. La commission territoriale donne un avis sur la fiche de synthèse de chaque dossier, illustré si besoin par des photographies. Les mentions « favorables » et « défavorables » sont les seules admises pour exprimer l'avis de la commission territoriale qui, au préalable, doit préciser les critères de non-conformité de façon explicite. Toute décision doit être motivée. Elle assure la communication et l'information de la Marque. La commission instruit les recours gracieux des candidats et les réclamations notamment des clients mécontents d'une activité identifiée par la Marque.

4. 3. 2 Composition des commissions territoriales:

La commission instituée est composée de 3 collèges :

- **Le premier collège** regroupe les représentants du monde du tourisme et des associations de personnes handicapées. La composition du premier collège est **paritaire** :
 - **4 à 6 représentants du monde du handicap (1 au moins pour chacune des familles de handicap : auditif, mental, moteur et visuel)**
 - **4 à 6 représentants du monde tourisme**
- **Le deuxième collège** regroupe les représentants des services déconcentrés de l'Etat dans le périmètre de la commission.
- **Le troisième collège** représente les personnes qualifiées dont notamment l'association Tourisme et Handicaps et en tant que de besoin, de référents de ce domaine d'activité invités en fonction de l'ordre du jour. Les membres des 2 premiers collèges statuent avec voix délibérative, ceux du troisième siègent avec voix consultative. La composition des commissions territoriales peut être adaptée en fonction des spécificités territoriales et des dossiers étudiés. La parité au sein du premier collège doit toutefois toujours être respectée. Le Président a voix prépondérante.

5. Procédure d'obtention du droit d'usage de la Marque:

5.1 Principes généraux :

La démarche d'obtention du droit d'usage de la Marque est volontaire. Elle s'inscrit dans une procédure nationale déconcentrée.

Toute demande d'attribution du droit d'usage de la Marque doit être déposée auprès de la structure locale de gestion de la Marque qui, dans un premier temps, engage le candidat à procéder à une autoévaluation de sa prestation, à l'aide d'un questionnaire d'auto évaluation lui permettant une première estimation de son niveau d'accessibilité.

Si au vu des résultats le candidat souhaite poursuivre sa démarche, la structure locale lui dépêche deux évaluateurs spécialement formés afin d'examiner la conformité des prestations offertes par rapport aux exigences des différents cahiers des charges.

Les évaluations doivent systématiquement être réalisées sur les quatre familles de handicaps. L'évaluation d'une structure ou d'une prestation doit se faire dans sa totalité. Chaque site ou prestation doit être évalué par un binôme d'évaluateurs composé d'un représentant du secteur du tourisme et d'un représentant des associations de personnes handicapées. Il est néanmoins possible, à l'occasion des visites de renouvellement de l'attribution de l'usage de la Marque, de faire évaluer un site par deux évaluateurs provenant du même secteur.

Le droit d'usage de la Marque est attribué à des candidats respectant le cahier des charges et la grille « Caractéristiques générales » qui s'appliquent à tout type de structure et, en fonction de la ou des thématique (s), un ou plusieurs cahiers de charges et grilles spécifiques.

Les cahiers des charges de la Marque sont élaborés dans le cadre d'un tourisme individuel, familial et ne concernent pas l'accueil de groupes de personnes en situation de handicap et l'accueil de mineurs non accompagnés de leurs familles. Les documents sont disponibles en ligne sur :

- **le site des marques nationales du tourisme :**
<http://www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme/presentation-tourisme-et-handicap>
- **le site partenaire de ATH :**
<http://www.tourisme-handicaps.org/>

Ces cahiers des charges et grilles peuvent donner lieu à des adaptations ponctuelles. De nouveaux cahiers des charges et grilles sont susceptibles d'être élaborés au fil du temps pour couvrir de nouvelles prestations.

La Marque prend en compte les quatre grandes familles de handicaps : auditif, mental moteur, et visuel. L'évaluation porte obligatoirement et de manière égalitaire sur les quatre familles de handicap. Ces quatre familles de handicaps sont identifiées par des pictogrammes figurant dans le logo, dont la charte graphique est jointe au présent règlement d'usage. L'usage de la Marque ne peut pas être accordé pour moins de deux familles de handicaps.

5.2. Composition du dossier de l'attribution initiale :

- le formulaire de candidature présent sur le site des marques nationales complété par le candidat,
- Le dossier est ensuite constitué au cours de la rencontre sur le site audité entre le candidat et les évaluateurs (binôme composé d'un représentant du secteur du tourisme et d'un représentant des associations de personnes handicapées), le candidat remet, au plus tard au cours de cet entretien, un acte d'engagement (défini à l'article 5 du présent document), téléchargeable sur le site des marques nationales du tourisme, dûment signé par la personne habilitée à représenter le candidat où il précise qu'il assurera le maintien de l'accessibilité du site touristique en l'état pour une durée de 5 ans,
- Le dossier est ensuite examiné par une commission territoriale, présidée par un représentant de la DIRECCTE ou DIECCTE, qui délivre la Marque,
- L'examen porte notamment sur des critères liés à l'architecture et aux équipements ainsi que sur la qualité de l'accueil et des services,
- La décision de la commission est notifiée au candidat pour l'attribution de 2, 3, ou 4 pictogrammes.

5.3 Evolution du nombre de pictogramme attribué au candidat ou d'une nouvelle activité :

Un candidat peut demander une nouvelle évaluation notamment pour l'attribution d'un ou deux nouveaux pictogrammes supplémentaires et/ou pour une évolution en termes d'activité auprès de la structure locale de gestion de la Marque.

5.4 Renouvellement de l'attribution du droit d'usage de la Marque :

Le gestionnaire territorial de la Marque procède à une évaluation de renouvellement à l'issue de la période d'attribution initiale de 5 ans après que le candidat ait effectuée une demande. A titre exceptionnel, le binôme d'évaluateurs peut être composé de 2 représentants du tourisme.

5.5 Information en ligne, disponible sur :

- **le site des marques nationales du tourisme**
<http://www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme/presentation-tourisme-et-handicap>
- **le site partenaire de ATH : <http://www.tourisme-handicaps.org/>**

5.6 Motifs de rejet de la demande d'attribution de l'usage de la Marque:

Le droit d'usage de la Marque est refusé dans les cas de figure suivants :

- l'activité du candidat n'est pas majoritairement à caractère touristique,
- l'activité ou la prestation essentielle de la structure n'est pas accessible, sauf mesure de compensation dûment acceptée en Commission territoriale,
- des prestations de loisirs (par exemple des visites organisées) ne peuvent être proposées par des sites qui ne sont pas eux-mêmes candidats (offices de tourisme),
- les sites n'appliquent pas la législation sur l'accessibilité (exemples : le quota de chambres accessibles PMR pour les hôtels et d'emplacements nus pour les campings ...)

Lorsque certaines activités non essentielles ne peuvent être rendues accessibles, le candidat doit en signaler l'existence dans ses documents d'information: terrasse non accessible au handicap moteur en raison d'un seuil, piscine ne disposant pas de système de mise à l'eau, etc.

Face à certaines difficultés d'accès, en particulier dans les petites structures, la compensation humaine ou technique peut être acceptée dans la mesure où elle ne concerne pas la vie intime de la personne et qu'elle est rapidement mobilisable. Les solutions de compensations amovibles face à certains problèmes d'accessibilité ne peuvent être acceptées qu'à condition d'être fonctionnelles et présentant toutes les normes de sécurité.

6. Acte d'engagement :

Au plus tard, lors de la visite d'évaluation de son activité, le candidat doit remettre, complété et signé, au binôme d'évaluateurs de la Marque un document intitulé « acte d'engagement » (document remplaçant Charte Tourisme & Handicap).

L'acte d'engagement est un document (voir modèle en annexe) par lequel le candidat déclare qu'il :

- s'engage à respecter les documents contractuels de la Marque (le règlement d'usage, les cahiers des charges le concernant, la charte graphique....).
- est en conformité avec les différentes réglementations le concernant, se conformera aux évolutions de la réglementation et qu'il mettra en œuvre tout moyen pour promouvoir la Marque,
- est informé de la durée d'attribution du droit d'usage de la Marque (5 ans à partir de la date de notification), de la possibilité de louer une plaque promotionnelle de la Marque et de l'existence de contrôles imprévisibles,
- s'engage à cesser tout usage de la Marque dès lors qu'il lui aura été notifié le retrait de l'autorisation d'utiliser la Marque dans les conditions prévues au règlement d'usage.

7. Notification de la décision au candidat à la Marque:

Le président de la commission territoriale (DIRECCTE ou DIECCTE) notifie au candidat la décision de la commission :

- décision positive (attribution du droit d'usage, renouvellement ou évolution),
- décision négative (refus d'attribution de la Marque ou retrait),
- décision relative au recours gracieux ou contentieux.

8. Durée :

Le droit d'usage de la Marque est attribué pour une durée de cinq ans, attribution renouvelable par avenant après contrôle du maintien des critères d'accueil et d'accessibilité. L'année retenue afin de calculer la période est celle de la première autorisation du droit d'usage de la Marque, même si l'activité a entre-temps obtenu le droit d'usage de la Marque pour d'autres familles de handicaps.

9. Caractère personnel du droit d'usage de la Marque :

L'autorisation d'utiliser la Marque est strictement personnelle. Elle ne peut en aucun cas être cédée ou transmise, par quelque moyen que ce soit. Le changement d'exploitant d'un Établissement marqué implique une nouvelle demande de candidature et dans le cas contraire le droit d'usage de la Marque sera retiré.

10. Modalités d'utilisation de la marque :

10.1 Usages autorisés/obligatoires :

Le Bénéficiaire doit systématiquement faire figurer la Marque sur tous les documents de promotion et d'information de l'établissement et notamment sur son site Internet.

Dès lors, le droit d'usage consenti couvre tant les supports physiques que numériques.

Par ailleurs, l'organisme gestionnaire adresse aux Bénéficiaires une proposition de location d'une plaque à apposer à l'entrée de leurs établissements, sur laquelle figure la Marque, déclinée selon le nombre de pictogrammes dont les Bénéficiaires peuvent se prévaloir.

10.2. Limites :

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

10.3. Charte graphique :

Les Bénéficiaires s'engagent auprès de l'organisme gestionnaire à respecter la charte graphique et les couleurs de la Marque (charte graphique jointe en ANNEXE).

10.4. Rémunération :

Le droit d'usage de la Marque est consenti à titre gratuit. Une participation aux frais de déplacement peut être demandée par les organismes évaluateurs au candidat.

11. Territoire :

L'autorisation d'utiliser la Marque vaut pour l'établissement ou l'activité situé en France.

12. Résiliation du droit d'usage de la Marque :

12.1 Dispositions communes :

Il n'y a pas de droit acquis au maintien du droit d'usage de la Marque. En cas de non-respect des obligations définies dans l'acte d'engagement signé par le Bénéficiaire, le droit d'usage de la Marque peut lui être retiré sur décision de la commission d'attribution territoriale, ou après concertation, par la commission nationale.

Le Bénéficiaire ne pourra prétendre à aucune indemnité du fait du retrait du droit d'usage de la Marque.

12.2 Résiliation du fait du Bénéficiaire :

Le droit d'usage de la Marque s'éteint de plein droit dès lors que le Bénéficiaire ne répond plus aux critères définis dans le cahier des charges et la grille « Caractéristiques générales » ou aux cahiers des charges et grilles spécifiques qui lui est applicable en fonction de sa structure ou de sa (ses) thématique(s).

L'extinction du droit d'usage de la Marque entraîne l'obligation sous 30 jours pour le Bénéficiaire de cesser tout usage de la Marque et de retirer toute référence à la Marque de l'ensemble de ses produits et supports de communication.

12.3 Non-respect du règlement d'usage par le Bénéficiaire :

En cas de manquement du Bénéficiaire aux dispositions du Règlement d'usage, le ministère chargé du tourisme ou l'organisme extérieur visé à l'article 3 lui notifie les manquements constatés par tous moyens. À compter de la réception de la notification, le Bénéficiaire dispose de 30 jours pour se mettre en conformité avec les dispositions du Règlement d'usage et d'en informer le ministère chargé du tourisme ou l'organisme extérieur visé à l'article 3.

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

12.4 Sanctions :

L'usage non conforme au Règlement d'usage et/ou la poursuite de l'usage de la Marque malgré une décision de retrait constituent des agissements illicites que L'État français pourra faire sanctionner et dont il pourra obtenir réparation devant les tribunaux compétents.

13. Responsabilités et garanties :

Le Bénéficiaire est seul responsable des conséquences directes ou indirectes qui pourraient résulter de son exploitation de la Marque.

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

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

14. Respect des droits sur la Marque :

Le Bénéficiaire s'engage à ne pas déposer, dans quelque territoire que ce soit, de marque identique ou similaire à la Marque, susceptible de lui porter atteinte ou d'être confondu avec elle. Notamment, il s'interdit de déposer toute marque reprenant, en tout ou partie, la Marque au sein d'un signe plus complexe.

Le Bénéficiaire s'engage à ne pas développer, utiliser ou exploiter, dans quelque territoire que ce soit, de signe identique ou similaire à la Marque, susceptible de lui porter atteinte ou d'être confondu avec elle.

Le Bénéficiaire s'engage à ne pas réserver de nom de domaine, dans quelque extension que ce soit, identique ou similaire à la Marque ou susceptible de lui porter atteinte ou d'être confondu avec elle.

15. Défense de la Marque :

Le Bénéficiaire s'engage à signaler immédiatement à la commission territoriale dont il dépend toute atteinte aux droits sur la Marque dont il aurait connaissance, notamment tout acte de contrefaçon, de concurrence déloyale ou de parasitisme. La commission territoriale se chargera alors de transmettre sans délai cette information à la commission nationale.

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

En conséquence, les dommages et intérêts qui résulteraient de l'action engagée par l'État français en son nom seront à sa charge ou à son profit exclusif. Le Bénéficiaire ne pourra réclamer aucune indemnité.

16. Usage abusif de la Marque :

Outre les sanctions prévues à l'article 12.4, l'usage non autorisé de la Marque par un Bénéficiaire ou par un tiers ouvre le droit à l'État Français d'intenter toute action judiciaire qu'il juge opportune à son encontre et dans le respect de la législation en vigueur.

17. Loi applicable :

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

18. Juridiction compétente :

Tout litige résultant de l'interprétation ou de l'exécution du Règlement d'usage sera porté devant tout tribunal compétent.

19. Calendrier d'application du présent Règlement d'usage :

Le présent règlement d'usage prendra effet à compter de sa date de publication au Bulletin Officiel de la Propriété industrielle (BOPI).

Les candidats évalués ou réévalués après cette date devront respecter les conditions mentionnées au point 4, ainsi que les cahiers des charges et les grilles d'évaluation correspondant à leurs activités.