

**MINISTERE CHARGE DU TOURISME**  
**MARQUE VIGNOBLES & DECOUVERTES**

---

**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'un label y répondant parfaitement : le label Vignobles & Découvertes qui correspond à une marque collective.

## **2. OBJET**

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

- les conditions d'attribution, de maintien et, le cas échéant, de retrait 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. Conditions d'attribution de la marque Vignobles & Découvertes :** conditions définies par les ministères chargés du tourisme et de l'agriculture et qui représentent pour chaque profession les exigences pour l'obtention de la marque. Les conditions d'attribution de la marque sont accessibles sur [www.atout-france.fr](http://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. Après examen des conditions d'éligibilité par ATOUT FRANCE, le CSO émet un avis sur les candidatures éligibles qui est transmis aux ministres chargés du tourisme et de l'agriculture, lesquels décident *in fine* de l'attribution du label pour une durée de 3 ans.

**1. 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) et assure le Secrétariat Général du CSO.

**2. Porteur de projet de la destination candidate :** le porteur de projet est le référent 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 labellisée** : le porteur de projet est le référent de la destination labellisée au niveau national. Il s'agit du porteur de projet de la destination candidate qui a été labellisée. Il a un rôle d'animateur, de promoteur et de développeur de la destination oenotouristique.

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

## **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 de l'Economie, des Finances et de l'Industrie.

### **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 de la marque Vignobles & Découvertes.

## **5. ACTIVITES ELIGIBLES**

Les destinations et activités pouvant être identifiées sous le signe Vignobles & Découvertes doivent répondre aux trois 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.

### **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 (voir exigences exposées dans les conditions d'attribution en annexe 2 du présent règlement d'usage) ;
- 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 (voir exigences exposées dans les conditions d'attribution en annexe 2 du présent règlement d'usage) ;
- 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.

## **6. PROCEDURE D'ATTRIBUTION 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, avant que les ministres chargés du tourisme et de l'agriculture ne décident ou non d'attribuer ledit label pour une durée de 3 ans.

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

## **6.2 Conditions et procédure d’instruction, d’examen et de vote**

### 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.

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, après avoir vérifié la conformité du dossier de candidature aux conditions d’éligibilité prévues au chapitre 7 du présent règlement.

Le rapport fait l’objet d’une transmission aux membres du CSO le même jour que leur convocation à la réunion, soit au plus tard quinze (15) jours avant celle-ci.

A compter de leur convocation à la réunion, les membres du CSO peuvent demander à consulter les dossiers de candidature. Jusqu’à cette convocation, ATOUT FRANCE ne peut être interrogé par les membres ou les représentants du CSO sur les candidatures en cours d’instruction.

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 candidatures déclarées éligibles.

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.

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 transmis aux ministres chargés du tourisme et de l'agriculture dans les soixante-douze (72) heures suivant leur émission.

Les ministres chargés du tourisme et de l'agriculture se prononcent au plus tard quatorze (14) jours ouvrés à compter de la réception de la recommandation, de l'ajournement ou de l'avis défavorable.

### 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 l'organisme candidat 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

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.

Dans ce cas, 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. Procédure en cas d'ajout d'un/de partenaire(s) au sein d'une destination labellisée

Tout porteur de projet d'une destination labellisée a la possibilité d'ajouter au réseau un/des partenaire(s) qu'il considère comme pertinent(s).

Cette démarche fait l'objet d'une demande d'examen particulier auprès du CSO, après examen par ATOUT FRANCE de la conformité ou non du/des nouveaux partenaires aux conditions d'éligibilité le concernant. Ladite demande est instruite et examinée selon les règles de procédure prévues aux articles 6.2.1. à 6.2.5. du présent chapitre.

Une fois validé, l'ajout d'un/de partenaire(s) au réseau doit se conformer aux règles prévues au chapitre 9 du présent règlement.

## **6.3. Le comité de pilotage**

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 aux conditions d'éligibilité prévues à l'article 7 du 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.

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.



## 7. CONDITIONS D'ELIGIBILITE A LA MARQUE VIGNOBLES & DECOUVERTES

Pour être éligible au label Vignobles & Découvertes, la destination candidate doit impérativement répondre aux conditions d'éligibilité prévues par le présent chapitre.

Il s'agit d'exigences minimales qui peuvent, après avis du CSO, être jugées insuffisantes en vue de l'attribution du label.

Le label est attribué à une destination et aux composantes (hébergement, restauration, visite de cave, visite de sites, ...) de cette destination permettant à une clientèle individuelle de faciliter l'organisation de son séjour et de l'orienter sur des prestations de qualité.

La destination doit être un territoire à vocation touristique et viticole d'un périmètre pertinent pour une pratique de court séjour (rayon de 30 km environ) ; l'espace géographique est toutefois donné à titre indicatif, l'évaluation de la pertinence et de la cohérence du projet de destination étant prioritaire.

Pour être labellisée, la destination 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 :

- de l'hébergement (voir exigences exposées dans les conditions d'attribution en annexe 2 du présent règlement d'usage) ;
- de la restauration (voir exigences exposées dans les conditions d'attribution en annexe 2 du présent règlement d'usage) ;
- des caves ou caveaux ouvert(e)s au public (voir exigences exposées dans les conditions d'attribution en annexe 2 du présent règlement d'usage) ;
- 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 dans les conditions d'attribution en annexe 2 du présent règlement d'usage) ;
- un ou plusieurs office(s) de tourisme (voir exigences exposées dans les conditions d'attribution en annexe 2 du présent règlement d'usage) ;
- 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 dans les conditions d'attribution en annexe 2 du présent règlement d'usage).

Une ou plusieurs des prestations suivantes devra(ont) également être proposée(s) :

- Des événements autour du vin ou associant l'univers du vin ;
- Des activités sportives ou de loisirs ;
- Des activités de bien-être et de santé.

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, « vendeur » et exprimer la notoriété de la destination. Les règles formelles relatives à la dénomination de la destination candidate sont déterminées en annexe 2.

Enfin, la destination candidate ainsi que les partenaires sélectionnés s'engagent à prôner et à pratiquer la consommation responsable.

Les conditions d'éligibilité de la marque sont exposées en annexe 2.

## **8. CONSTITUTION DU DOSSIER DE CANDIDATURE**

Le dossier de candidature à la marque est accessible à l'adresse [www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr).

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

## **9. PROCEDURE D'OBTENTION, DE RENOUVELLEMENT ET DE RESILIATION DU DROIT D'USAGE**

### **9.1 OBTENTION DU DROIT D'USAGE**

A l'issue de la procédure prévue au chapitre 6 du présent règlement, les ministres chargés du tourisme et de l'agriculture décident de l'attribution de la marque Vignobles & Découvertes au porteur de projet de la destination candidate ainsi qu'à ses partenaires pour une durée de trois ans.

### **9.2. RENOUVELLEMENT DU DROIT D'USAGE DE LA MARQUE**

#### **9.2.1. Renouvellement du droit d'usage de la marque d'une destination labellisée et des partenaires de la destination labellisée**

1. Le droit d'usage de la marque Vignobles & Découvertes est attribué pour une durée de trois (3) ans :

- à la destination labellisée ;
- au partenaire de la destination labellisée qui a formalisé son engagement au travers de la signature de la convention partenariale (voir annexe 2).

2. Afin d'obtenir le renouvellement du droit d'usage de la marque Vignobles & Découvertes, le porteur de projet de la destination labellisée doit solliciter auprès de ATOUT FRANCE la reconduction selon les modalités et conditions prévues par les chapitres 6, 7 et 8 du présent règlement. La reconduction n'est pas automatique et peut être refusée.

3. L'usage de la marque Vignobles & Découvertes d'un partenaire de la destination labellisée est conditionnée par la validité du droit d'usage de la marque par la destination. Le retrait d'usage de la marque Vignobles & Découvertes au porteur de projet de la destination labellisée entraîne la cessation immédiate du droit d'usage de la marque Vignobles & Découvertes du partenaire de la destination labellisée.

### **9.3. RESILIATION DU DROIT D'USAGE DE LA MARQUE**

#### **9.3.1. Résiliation du droit d'usage de la marque d'un porteur de projet de la destination labellisée**

1. Dans le cas où un porteur de projet ne satisferait plus aux conditions prévues au chapitre 7 du présent règlement, l'entité habilitée à concéder l'usage de la marque retire son autorisation selon les modalités définies à l'article « Sanctions du non respect des règles d'usage de la marque ».
2. La résiliation de plein droit d'usage de la marque d'un porteur de projet de destination labellisée comporte la résiliation de plein droit d'usage de la marque d'un partenaire de la destination labellisée. Il appartient au porteur de projet de destination labellisée d'informer les partenaires de la destination labellisée par lettre recommandée avec accusé de réception dans les quinze (15) jours ouvrés de la résiliation devenue effective.
3. Dans le cas où un partenaire de la destination labellisée ne satisferait plus aux critères d'usage de la marque Vignobles & Découvertes, le porteur de projet de la destination labellisée retire son autorisation selon les modalités définies à l'article « Sanctions du non respect des règles d'usage de la marque » et en informe ATOUT FRANCE.
4. Le départ d'un partenaire de la destination labellisée formée par le porteur de projet de la destination labellisée induit la résiliation de l'autorisation à utiliser la marque par ledit partenaire.
5. Le changement d'exploitant d'un établissement porteur de la marque entraîne automatiquement la résiliation de l'autorisation à utiliser la marque par ledit partenaire.

### **10. ENGAGEMENTS DU PORTEUR DE PROJET DE LA DESTINATION LABELLISEE**

#### **10.1. RESPECT DE LA CHARTE GRAPHIQUE ET DES MODALITES D'USAGE DE LA MARQUE**

1. Le porteur de projet de la destination labellisée ainsi que les partenaires de la destination labellisée 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 ».
2. Le porteur de projet de la destination labellisée ainsi que les partenaires de la destination labellisée 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 labellisée ou le partenaire de la destination labellisée pourra consulter régulièrement sur le site Internet [www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr).

#### **10.2. RESPECT DES CONDITIONS D'ATTRIBUTION DE LA MARQUE VIGNOBLES & DECOUVERTES DISPONIBLES SUR LE SITE WWW.ATOUT-FRANCE.FR**

1. Le site Internet [www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr) est mis à jour régulièrement et comporte les conditions d'attribution applicables pour l'obtention de la marque Vignobles & Découvertes.
2. Lorsqu'un changement est adopté dans les conditions d'attribution pour l'obtention de la marque Vignobles & Découvertes, le porteur de projet de la destination labellisée en est informé par sa mise en ligne sur le site Internet [www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr) ainsi que par l'envoi d'une lettre d'information à l'adresse communiquée.
3. Le porteur de projet de la destination labellisée informe les partenaires de la destination labellisée des évolutions adoptées dans les conditions d'attribution applicables pour l'adoption de la marque Vignobles & Découvertes.
4. Lorsqu'une évolution est adoptée, le porteur de projet de la destination labellisée ou le partenaire de la destination labellisée peut, à son choix :
  - mettre en œuvre cette évolution dans un délai précisé par ATOUT FRANCE ;
  - renoncer à l'usage de la marque Vignobles & Découvertes et en informer ATOUT FRANCE dans un délai de trois (3) mois à compter de l'envoi de la lettre d'information.
5. La non prise en compte par le porteur de projet d'une destination labellisée d'un ou plusieurs engagements de la marque Vignobles & Découvertes 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 d'usage.

### **10.3. CONSERVATION DES PREUVES D'USAGE DATEES DE LA MARQUE VIGNOBLES & DECOUVERTES**

1. En conséquence de l'obligation d'usage sérieux de la marque qui lui est dévolu, le porteur de projet de la destination labellisée ou le partenaire de la destination labellisée 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.
2. 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, ...).
3. 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 ».

## **11. MODALITES D'USAGE DE LA MARQUE**

### **11.1. RESPECT DE LA CHARTE GRAPHIQUE**

1. La marque Vignobles & Découvertes est utilisée conformément à la charte graphique qui est téléchargeable sur le site Internet [www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr)
2. 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](http://www.atout-france.fr)

### **11.2. MODALITES D'UTILISATION DE LA MARQUE**

1. La marque Vignobles & Découvertes doit apparaître sur tous les supports promotionnels utilisés par le porteur de projet de la destination labellisée ou par le partenaire de la destination labellisée dans le respect de la charte graphique.
2. 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 labellisée, dans le respect de la charte graphique.
3. Le porteur de projet de la destination labellisée ou le partenaire de la destination labellisée respecte les modalités particulières d'utilisation de la marque telles qu'elles sont énoncées dans la charte graphique.
4. Le porteur de projet de la destination labellisée ou le partenaire de la destination labellisée 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 labellisée et des partenaires de la destination labellisée comme le guide annuel, le site Internet (...)  
Ces textes sont disponibles en ligne à l'adresse [www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr).

### **11.3. UTILISATION DU SIGNE VIGNOBLES & DECOUVERTES A SEUL TITRE DE MARQUE**

1. 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.
2. 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.

### **11.4. UTILISATION DE LA MARQUE TELLE QUE DEPOSEE**

1. 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.

2. 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.

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

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

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

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

2. 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.

3. 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.

## 12. CONTRÔLE DE L'USAGE DE LA MARQUE

Le contrôle de l'usage de la marque est délégué à ATOUT FRANCE.

### 12.1. CONTROLE DE L'USAGE DU SIGNE

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

2. Le contrôle pourra être effectué sur pièces ou sur place.

## **12.2. CONTROLE DE L'ACTIVITE DU PORTEUR DE PROJET DE LA DESTINATION LABELLISEE OU DU PARTENAIRE DE LA DESTINATION LABELLISEE**

1. 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 labellisée ou du partenaire de la destination labellisée afin d'en valider la conformité au regard :

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

2. 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.

## **12.3. SANCTIONS DU NON-RESPECT DES REGLES D'USAGE DE LA MARQUE**

1. En cas de non-respect du présent règlement et des documents associés, ATOUT FRANCE se réserve le droit, selon la gravité du manquement, de mettre en œuvre, directement ou indirectement par le biais de la personne habilitée, les sanctions suivantes :

## EXEMPLES DE MANQUEMENTS ET SANCTIONS

Liste des manquements		Sanctions	Délai
<b>Le rôle du porteur de projet de la destination labellisée</b>	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		
<b>Usage de la marque</b>	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, résiliation de plein droit 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 et la résiliation de plein droit deviendront effectifs
	Usage sans autorisation préalable		
	Contrefaçon, imitation de la marque	Retrait du droit d'usage, résiliation de plein droit et action judiciaire	
Dénigrement, atteinte à l'image de la marque			
<b>Mise en œuvre de la démarche</b>	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 et résiliation de plein droit	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 et la résiliation de plein droit deviendront effectifs.
<b>Manquements contractuels répétés en dépit de notifications préalables de ATOUT FRANCE</b>		Retrait du droit d'usage et résiliation de plein droit	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 et la résiliation de plein droit deviendront effectifs.

2. Le manquement constaté ainsi que la sanction applicable sont motivés et notifiés au porteur de projet de la destination labellisée ou au partenaire de la destination labellisée 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.



3. Lorsque la sanction consiste en la mise en œuvre de mesures correctives, le porteur de projet de la destination labellisée ou le partenaire de la destination labellisée 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.

4. Lorsque la sanction consiste en un avertissement assorti de la mise en œuvre de mesures correctives immédiates, le porteur de projet de la destination labellisée ou le partenaire de la destination labellisée 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.

5. Lorsque la sanction demandée à un partenaire porteur de la marque consiste en la mise en œuvre d'actions correctives, le porteur de projet de la destination labellisée qui a attribué l'usage de la marque au partenaire de la destination labellisée effectue un suivi de la réalisation des actions correctives par ledit partenaire.

6. 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 et la résiliation de plein droit deviendront effectifs, 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 labellisée ou le partenaire de la destination labellisée 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.

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

### **13. MAINTIEN EN VIGUEUR DE LA MARQUE**

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

2. 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.

### **14. DEFENSE DE LA MARQUE**

1. Tout porteur de projet de destination labellisée ou partenaire de la destination labellisée 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.

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

3. Tout porteur de projet de destination labellisée ou partenaire de la destination labellisée de la marque Vignobles & Découvertes peut intervenir à l'action, à ses frais, risques et périls.

4. 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.

## **15. RESPONSABILITE**

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

## **16. LOI APPLICABLE**

1. Le présent règlement est soumis à la loi française.

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

## **17. 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.

## **18. 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

#### 1. Objectifs et démarche générale

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, immatériel (gastronomie, savoir-faire), les activités de loisirs, de bien-être et santé, les événements culturels, sportifs, d'affaires, de l'hébergement, de 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 ou 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 et de qualité.

La destination doit être **un territoire à vocation touristique et viticole** d'un rayon de 30 km environ. L'espace géographique est toutefois donné à titre indicatif, l'évaluation de la pertinence et de la cohérence du projet de destination étant prioritaire.

Dans son dossier de candidature, le porteur de projet doit préciser le périmètre de la destination présentée en kilomètres. Le porteur de projet doit, en outre, joindre à son dossier de candidature une carte permettant de localiser le territoire concerné et l'ensemble des professionnels partenaires.

Pour être attributaire et délégataire de la marque, 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 :

- l'hébergement (voir exigences exposées au chapitre 4.1) ;
- la restauration (voir exigences exposées au chapitre 4.1.) ;
- les caves ou caveaux ouvert(e)s au public (voir exigences exposées au chapitre 4.1) ;
- 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 chapitre 4.1) ;
- un ou plusieurs office(s) de tourisme (voir exigences exposées au chapitre 4.1.) ;
- 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 chapitre 4.1.).

Une ou plusieurs des prestations suivantes devra(ont) également être proposée(s) (selon les exigences exposées au chapitre 4.2.) :

- 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.

Enfin, le porteur de projet candidat ainsi que les partenaires sélectionnés s'engagent à prôner et à pratiquer la consommation responsable.

L'objectif de cette démarche est :

1. de permettre au client d'identifier plus facilement des services et prestations qualifiées et de qualité l'aidant dans l'organisation de son excursion ou de son court séjour ;
2. de permettre à la destination de gagner en lisibilité et en efficacité dans la distribution et la commercialisation des produits sélectionnés.

La candidature, puis la gestion et l'animation de la marque sur le territoire identifié 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 sur la destination, des représentants de la filière viticole et de la filière touristique) qui peut être de nature ou de forme juridique différente.

Ce regroupement d'acteurs se formalise par la réalisation d'une convention partenariale.

Il doit s'agir d'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 ainsi que la liste des partenaires engagés.

Cette convention d'acteurs doit être au moins signée par le porteur de projet, une instance touristique et une instance viticole compétente(s) au niveau départemental, régional ou interrégional. Elle doit mentionner en annexe la liste des professionnels engagés au moment du dépôt de la candidature. La convention devra impérativement être jointe au dossier de candidature.

Cette convention d'acteurs désigne un référent pour ATOUT FRANCE et les ministères chargés du tourisme et de l'agriculture.

La marque est attribuée pour une durée de 3 ans. Les modalités et conditions générales d'attribution, de renouvellement et d'usage de la marque sont précisées dans le règlement d'usage de la marque déposée à l'INPI par l'Etat.

### *Les valeurs véhiculées par la marque*

Pour répondre à ses attentes et lever les freins éloignant le client potentiel du monde de la vigne, elle 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 marque est ainsi portée par la destination mais également par les prestataires partenaires engagés dans la démarche de cette destination auprès du porteur de projet.**

Tous les partenaires s'engagent à respecter en pré-requis les dispositions législatives et réglementaires en vigueur.

## 2. La promesse client

La promesse faite au client s'appuie sur un engagement de chaque prestataire 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 labellisée et les autres partenaires ;
6. respecter les engagements liés à leur démarche qualité respective et faire l'objet d'un contrôle régulier.

## 3. Les engagements du porteur de projet

Le porteur de projet est le référent de la destination candidate au niveau national. Il a un rôle d'animateur, de promoteur et de développeur de la destination.

**Pour être éligible à la marque, le porteur de projet doit développer et garantir *a minima* les exigences suivantes portant sur**

1. le produit ;
2. l'animation du réseau ;
3. l'approche d'ouverture ;
4. la promotion et la communication ;
5. l'écoute client et la démarche de progrès ;
6. la taille critique de la destination ;
7. les pré-requis d'éligibilité des partenaires.

### **3.1. Le produit**

Le porteur de projet doit :

- présenter une destination localisée sur un territoire à vocation touristique et viticole, d'un périmètre pertinent pour une pratique de court séjour (rayon de 30 km environ). L'espace géographique est toutefois donné à titre indicatif, l'évaluation de la pertinence et de la cohérence du projet de destination étant prioritaire ;
- identifier une offre significative de caves (environ 15), d'hébergements (environ 100 lits touristiques), de restaurants, de patrimoine culturel et / ou naturel et/ou humain (artisans, produits du terroir,...), un / des office(s) de tourisme, une ou plusieurs structure(s) réceptive(s) respectant les engagements cadres définis dans le chapitre 4 ; le nombre minimal de partenaires caves et hébergements est donné à titre indicatif, l'évaluation de la pertinence et de la cohérence du projet de destination étant prioritaire ;
- développer ou encourager le développement d'une démarche globale de pédagogie autour du vin, de la manière la plus appropriée et pertinente dans le contexte du porteur de projet ;

- développer une promotion croisée de l'univers du vin et du patrimoine ;
- favoriser le développement de l'événementiel au niveau de la destination et au niveau des partenaires labellisés et en assurer la promotion ;
- identifier et valoriser les autres activités complémentaires permettant de répondre aux attentes des groupes et d'une clientèle individuelle excursionniste ou de court séjour : activités sportives et de loisirs, activités de bien-être et de santé.

### **3.2. L'animation du réseau**

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 professionnels porteurs de la marque Vignobles & Découvertes, consigner les comptes-rendus et les transmettre à ATOUT FRANCE dans le cadre du suivi de l'usage de la marque Vignobles & Découvertes ;
- 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 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 devront être joints au dossier.

### **3.3. L'approche d'ouverture : une destination touristique intégrant toutes les composantes**

Le porteur de projet doit :

- garantir la mise en réseau des partenaires détenteurs de la marque ;
- permettre la découverte du patrimoine naturel et culturel par :
  - l'identification, la qualification de sites patrimoniaux ;
  - l'information et renvoi sur les circuits visant à valoriser le patrimoine vernaculaire ou naturel.

### **3.4. La promotion et la communication**

Le porteur de projet doit :

- disposer d'un nom permettant d'assurer dans les meilleures conditions la promotion de la destination qui détient la marque « Vignobles & Découvertes ». Ce nom ne doit pas dépasser 3 mots ou 30 signes ;
- afficher la marque dans les outils de communication développés par le porteur de projet ;
- assurer la promotion de la marque et des partenaires du territoire porteur de la marque, à travers notamment les outils de communication conformément à la charte graphique mise à disposition par ATOUT FRANCE ;
- organiser la distribution des outils de communication portant sur la marque aux partenaires et veiller à leur bonne utilisation ;
- favoriser la promotion et la distribution prioritaire des partenaires engagés auprès des prescripteurs de voyages (presse, distributeurs).

### **3.5. 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.

### **3.6 La taille critique de la destination**

La taille de la destination présentée 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, **desservie** par des infrastructures de transport.

Dans le cas de la candidature à la marque Vignobles & Découvertes, 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.

### **3.7 Pré-requis d'éligibilité des partenaires**

Pour s'assurer que les partenaires correspondent aux valeurs véhiculées par la marque, listées précédemment, le dossier de candidature doit être cautionné par une instance touristique et une instance viticole compétente, départementale, régionale ou interrégionale.

Cette caution se matérialisera par la signature de ladite instance sur la convention partenariale.

Tous les partenaires doivent justifier un temps minimum d'exploitation, garant de la solidité structurelle et financière, d'au moins douze mois.

## **4. Les exigences et engagements des partenaires de la marque**

Chaque prestataire pour être porteur de la marque doit répondre aux valeurs et exigences portées par la marque, communiquer sur la marque dans des conditions précisées pour chaque type de partenaire ci-après. Le porteur de projet doit garantir que les établissements qu'il sélectionne pour arborer la marque respectent les conditions ci-après.

### **4.1 Les composantes obligatoires de la destination**

#### **4.1.1. Les caves**

Pour être éligibles, les caves doivent 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.

Les caves doivent proposer du vin produit en AOC ou IGP.

Les caves ou caveaux doivent 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.

La visite de la cave ou du caveau comprend 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.

Les caves ou caveaux partenaires développent 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).

Les caves ou caveaux partenaires pratiquent au moins une langue étrangère nationale en plus du français. Les caves ou caveaux partenaires s'engagent à disposer des crachoirs dans les salles de dégustation ouvertes au public, afin de familiariser le plus grand nombre à la modération. Les caves ou caveaux partenaires s'engagent à communiquer sur la marque et sur les autres partenaires porteurs de la marque et à participer aux actions entreprises par le réseau (réunion d'information, formation,...).

Les caves ou caveaux partenaires doivent 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 ;
- la vente de vin de la propriété en ligne ;
- réaliser la production viticole en suivant les principes de l'agriculture raisonnée ou biologique.

#### 4.1.2 Les hébergements

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

1. être classé quand le classement existe ;
2. être situé dans les vignes ou dans un environnement de charme ;
3. suivre une démarche qualité d'accueil menée par un réseau national ou territorial et/ou porter la marque Qualité Tourisme ;
4. être situé dans les vignes ou dans un environnement de charme ;
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 porteurs 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.

#### 4.1.3. La restauration

Pour être éligible, un restaurant 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 engagés dans la marque (restaurants, caves, sites naturels et patrimoniaux, ....) ;
4. l'équipe du restaurant doit être capable de parler des vins de la région et de conseiller le client sur les accords mets et vins ;
5. proposer une carte traduite en une langue étrangère au moins ;
6. proposer une cuisine en partie ou exclusivement locale ;
7. proposer des menus associant mets & vins, avec possibilité de vin au verre (merci de joindre la copie du menu) ;
8. proposer au moins deux des « plus » suivants :
  - o être lauréat du Prix National de l'Oenotourisme ;
  - o le restaurant bénéficie du titre « Maître Restaurateur » et/ou est porteur de la marque Qualité Tourisme et/ou d'un label qualité local ;
  - o le restaurant dispose d'une équipe en capacité de s'exprimer dans une langue étrangère ;
  - o le restaurant propose du vin de la région au verre ;
  - o le restaurant possède une cave à vin électrique afin de garantir la qualité du vin servi ;
  - o le restaurant est référencé dans un guide touristique et/ou gastronomique ;
  - o proposer une démarche de partage autour du vin (préciser les actions menées) ;
  - o disposer d'un site internet traduit dans une langue étrangère au moins.

#### **4.1.4. 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 porteurs 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.

#### **4.1.5. Office de tourisme**

Pour être éligible, l'office de tourisme doit :

- être classé au moins dans la catégorie II ou 2\* (dans l'ancien classement expirant le 31 décembre 2013) ;
- informer et communiquer en une langue étrangère au moins ;
- valoriser l'oenotourisme et informer sur l'ensemble des professionnels porteurs de la marque ;
- proposer des prestations en lien avec le thème ;
- être engagé dans une démarche qualité reconnue Qualité Tourisme (Norme NF services ou référentiel Qualité FNOTSI). Les démarches en cours sont acceptées pour les demandes de labellisation initiale mais ne le seront pas pour les demandes de renouvellement du label.

Les offices de tourisme partenaires doivent indiquer s'ils disposent d'une immatriculation au registre des opérateurs de voyages et de séjours ou, à défaut et ce, jusqu'au 23 juillet 2012, s'ils sont titulaires d'une autorisation préfectorale en cours de validité 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.

#### **4.1.6. La structure réceptive**

Pour être éligible, la structure réceptive doit :

- être immatriculée au registre des opérateurs de voyages et de séjours ou à défaut, et ce, jusqu'au 23 juillet 2012, être titulaire d'une autorisation préfectorale en cours de validité pour exercer les activités mentionnées à l'article L. 211-1 du code du tourisme ;
- avoir une activité réceptive et être implantée physiquement au sein ou à proximité de la destination porteuse de la marque Vignobles & Découvertes ;
- être ouverte pendant la période d'activité touristique de la destination tout en encourageant la désaisonnalisation ;
- informer, vendre et proposer des prestations dans une langue étrangère au moins ;
- proposer des produits forfaits ou des packages dynamiques oenotouristiques valorisant prioritairement les prestataires porteurs de la marque Vignobles & Découvertes.

## 4.2 Autres prestations de service

Le porteur de projet peut également identifier d'autres prestations de service (activités de loisirs, activités sportives, activité de bien-être et de spa, événements) contribuant à l'attractivité de la destination.

Les modalités de sélection, bien que plus souples, doivent néanmoins répondre au cadre suivant :

- Pour les activités sportives et de loisirs :
  - fiabilité de l'accueil : respect des périodes d'ouverture ;
  - pratique d'au moins une langue étrangère ;
  - être ouvert pendant la période d'activité touristique de la destination ;
  - informer sur les autres partenaires porteurs de la marque Vignobles & Découvertes ;
- Pour les événements : ils sont spécifiques au vin ou associent l'univers du vin ou valorisent les produits du terroir et savoir-faire locaux.