

**CHARTRE RELATIVE À L'UTILISATION
ET LA GESTION DE LA MARQUE**

- PRÉALABLE -

Une Convention de partenariat a été signée le 8 juin 2006 à l'Hôtel de Région entre d'une part, le Président de la Région Languedoc-Roussillon d'autre part et les Présidents des Organisations Interprofessionnelles : Conseil Interprofessionnel des Vins du Languedoc, Conseil Interprofessionnel des Vins du Roussillon, Inter'Oc et le Comité Régional des Vins de Pays du Languedoc-Roussillon.

Cette Convention prévoit notamment :

- La création d'une « marque ombrelle » commune destinée à promouvoir en France et à l'international l'ensemble des vins d'Appellations et Vins de Pays du Languedoc-Roussillon. Cette « marque ombrelle » est dorénavant appelée :



* Sud de France

- La mise en place d'un « Comité de Pilotage de la marque » regroupant les signataires de la Convention de Partenariat.

CONTEXTE ET CHAMP DE COMPETENCE

Il a été constitué en date du 30 juin 2006 une Fédération des Interprofessions des Vins du Languedoc-Roussillon. Cette Fédération a pris pour dénomination INTER SUD DE FRANCE. Elle regroupe :

- Le Conseil Interprofessionnel des Vins du Languedoc
- Le Conseil Interprofessionnel des Vins du Roussillon
- Inter'Oc
- Le Comité des Vins de Pays du Languedoc-Roussillon

Son champ de compétence s'exerce notamment dans le cadre du suivi de la qualité des produits mis en marché.

La Fédération met en commun des moyens humains et financiers afin de créer un outil Interprofessionnel de bassin pour le Languedoc-Roussillon Sud de France.

Elle doit inciter les opérateurs à renforcer la sécurité alimentaire, en particulier par la traçabilité des produits et le Suivi Aval Qualité, mission dédiée aux Interprofessions réglementairement constituées, dans l'intérêt des consommateurs.

Dans ce cadre, la Région et Inter Sud de France conviennent de la mise en place d'une charte d'utilisation de la « marque ombrelle » SUD DE FRANCE. Celle-ci prévoit la possibilité, pour les entreprises de s'approprier et d'utiliser la marque commune dans le cadre du respect des conditions suivantes :

- ① Garantie de provenance
- ② Agrément des produits
- ③ Respect de la charte graphique
- ④ Se conformer aux résultats du Suivi Aval Qualité
- ⑤ Intégrer la dynamique régionale en matière de la communication en étant à jour de l'ensemble de ses cotisations interprofessionnelles.

° L'autorisation d'utilisation de la marque est délivrée pour la durée de vie de chaque produit de l'entreprise à qui, il appartiendra de renouveler sa demande, annuellement.

1 – Garantir la provenance :

Seuls les vins issus du territoire et du terroir de la Région Languedoc-Roussillon peuvent prétendre à utiliser la marque SUD DE FRANCE.

Cette règle permettra de garantir l'origine et l'authenticité des produits ainsi repérés lorsqu'ils seront commercialisés en Languedoc-Roussillon, mais également et surtout lorsqu'ils le seront dans le reste de la France et hors de nos frontières sur les marchés internationaux.

L'extension de la « marque ombrelle » au tourisme peut renforcer l'identification de la Région d'origine. Elle devrait permettre une meilleure attribution et renforcerait la notion de « Tourisme de Terroir » chère aux filières agro-alimentaires et aux réseaux d'hébergeurs.

2 – Agréments des produits :

Seuls peuvent revendiquer l'utilisation de la « marque ombrelle » SUD DE FRANCE, les vins (tranquilles, effervescents, VDN) ayant été qualitativement reconnus comme pouvant être commercialisés sous les dénominations :

- A.O.C. du Languedoc
- A.O.C. du Roussillon
- Vin de Pays d'Oc
- Vin de Pays de Zone et de Département

Chacune de ces dénominations obéissent aujourd'hui à des conditions de production et à des critères de « sélection » contrôlées par des Commissions d'Agrément.

Seuls les vins ayant obtenu ces agréments pourront être commercialisés comme produits SUD DE FRANCE.

Le process d'agrément actuellement utilisé est en voie de réforme. Même si pour l'instant on retiendra le système en cours, la charte devra rapidement intégrer les nouvelles procédures d'agrément. Celles-ci prévoyant une utilisation de droit de la dénomination avec des contrôles, par sondages, au Négoce, au plus près du consommateur.

3 – Respect de la charte graphique :

Le Comité de Pilotage de la marque s'est accordé sur une charte graphique de la « marque ombrelle » SUD DE FRANCE.

Celle-ci est présente en annexe au présent document.

Cette charte graphique prévoit une déclinaison suffisamment large et souple de la typographie retenue. En conséquence, il ne sera toléré aucune interprétation ou modification qui pourrait nuire à la démarche collective et identifiante SUD DE FRANCE.

Le Comité de Pilotage veillera au total respect de cette charte, dans le respect de la réglementation sur l'étiquetage.

4 – Suivi Aval Qualité :

La mission de Suivi Aval Qualité est du ressort des Interprofessions. Celle-ci est gérée en commun au sein d'Inter Sud de France.

La procédure utilisée garantit :

- Des prélèvements dans tous les circuits de distribution,

- Une dégustation professionnelle, impartiale, basée sur l'aspect qualitatif à garantir aux consommateurs
- Une analyse confidentielle des résultats
- Des analyses œnologiques complètes

Le Comité de Pilotage s'accorde sur le fait que le Suivi Aval Qualité doit être l'outil de gestion de la « marque ombrelle » SUD DE FRANCE.

Une attention toute particulière sera de mise lorsqu'un produit prélevé et dégusté mentionnera la marque SUD DE FRANCE. La qualité sera d'autant plus exigé qu'il utilise la « marque ombrelle ».

Le Conseil Régional et Inter Sud de France conviennent, au sein du Comité de Pilotage, de mettre en place un suivi rigoureux des entreprises qui contreviendraient aux critères de qualité minimale exigibles dans le cadre des dénominations A.O.C. et Vins de Pays. Les partenaires du Comité de Pilotage conviennent de faire appel à des sanctions radicales à l'encontre des entreprises qui ne respecteraient pas les critères qualitatifs et persisteraient dans cette voie malgré les avertissements du Comité de Pilotage, pouvant aller jusqu'au retrait de l'utilisation de la marque.

5 – Intégrer la dynamique régionale en matière de communication :

Des programmes de communication en France et à l'international sont mis en place dans le cadre d'Inter Sud de France, à partir des budgets dégagés par chaque Interprofession de produits. Ces programmes sont financièrement soutenus par le Conseil Régional Languedoc-Roussillon. Toute entreprise qui ne serait pas à jour de l'ensemble de ses cotisations Interprofessionnelles se verrait immédiatement exclue de tous ces programmes, ainsi que de l'utilisation de la marque Sud de France.

MODALITÉS D'UTILISATION DE LA « MARQUE OMBRELLE » SUD DE FRANCE

Pour pouvoir utiliser la marque SUD DE FRANCE les entreprises devront :

D'une part,

S'engager à respecter l'ensemble des dispositions de la présente charte

D'autre part,

Adresser, au préalable, au Comité de Pilotage, une demande d'utilisation de la marque SUD DE FRANCE en utilisant l'imprimé joint en annexe (1) et s'engager à n'utiliser la marque qu'après accord du Comité de Pilotage.

Dans ces conditions, l'entreprise du Languedoc-Roussillon pourra utiliser la « marque ombrelle » SUD DE FRANCE sur les contres étiquettes, les capsules, les bouteilles, les étuis et tout autres emballages ou moyens de communications pour l'ensemble des produits ayant fait l'objet d'une validation du Comité de Pilotage.

(1) Cet imprimé pourrait être mis en ligne sur un site informatique à définir.

- ANNEXE 1 -

Marque Sud de France / Présentation du logotype

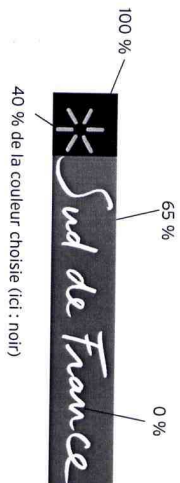


Le logotype Sud de France est un rectangle divisé en deux parties :

- un carré «pictogramme» dans lequel s'inscrit un soleil, élément repris du logotype de la Région Languedoc-Roussillon
- la mention Sud de France en écriture manuscrite sur fond bleu

Ces deux parties sont indissociables.

Marque Sud de France / Composition chromatique du logotype



C 15	C 0	C 85
M 100	M 100	M 35
J 30	J 100	J 0
N 40	N 0	N 0
pantone		
208 C	032 C	660 C
227 U	032 U	300 U



Couleurs proposées à titre d'exemple



Cas exceptionnel : impression sérigraphie sur fond blanc

Marque Sud de France / Logotype sur fonds de couleur



Marque Sud de France / Taille minimale du logotype



Le logotype ne pourra pas être utilisé dans une taille inférieure à 25 mm de large, quel que soit le support.



25 mm