



Règlement d'usage – Marque BIOBOURGOGNE

Article 1 Statut juridique

La marque BIOBOURGOGNE est une marque collective régie par l'article L. 715-1 du code de la propriété intellectuelle. Elle est constituée par la dénomination « BIOBOURGOGNE » et le graphisme ci-contre.



Article 2 Propriété de la marque

La marque BIOBOURGOGNE est la propriété exclusive du syndicat CONFÉDÉRATION DES GROUPEMENTS DES AGROBIOLOGISTES DE BOURGOGNE régi par la loi du 21 Mars 1884 et qui a son siège au 19, av.Pierre Larousse à Auxerre, en vertu d'un dépôt à titre de marque collective effectué en son nom à l'INPI le 25 Juillet 2002 sous le N°02 3 177 318.

La marque est incessible et insaisissable, conformément à l'article L 715- 2 - § 4 du Code de la Propriété Intellectuelle.

Article 3 Gestion de la marque

BIOBOURGOGNE Association, régie par la loi du 1er juillet 1901 et le décret du 16 août 1901 et qui a son siège à la Chambre d'Agriculture de Bourgogne, 3, rue du Golf à Quétigny est l'organisme gestionnaire de la marque BIOBOURGOGNE, il assure l'agrément et le contrôle de cette marque.

Article 4 But de la marque

La marque collective BIOBOURGOGNE a pour but de certifier que les produits qui en sont revêtus répondent aux règles de l'éthique de la marque BIOBOURGOGNE et au règlement d'usage de la marque BIOBOURGOGNE, adopté par l'Assemblée Générale de BIOBOURGOGNE Association et aux statuts de BIOBOURGOGNE Association.

Article 5 Nature de la marque - Produits et services

La marque a été déposée conformément aux dispositions de la loi en vigueur pour désigner les produits ou services suivants :

Classe 12. – Véhicules ; appareil de locomotion par terre, par air ou par eau

Classe 29. – Viande (à l'exception des viandes de volaille), volaille et viande de volaille bénéficiant de l'indication géographique protégée « Volaille de Bourgogne » ; poisson et gibier; extraits de viande; fruits et légumes conservés, séchés et cuits; gelées, confitures, compotes; oeufs, lait et produits laitiers; huiles et graisses comestibles.

Classe 30. - Café, thé, cacao, sucre, riz, tapioca, sagou, succédanés du café; farines et préparations faites de céréales, pain, pâtisserie et confiserie ; glaces comestibles; miel, sirop de mélasse; levure, poudre pour faire lever; sel, moutarde; vinaigre, sauces (condiments); épices; glace à rafraîchir.

Classe 31. - Produits agricoles, horticoles, forestiers ni préparés, ni transformés, graines (semences); animaux vivants (à l'exception des volailles); volailles vivantes bénéficiant de l'indication géographique protégée « volaille de Bourgogne » ; fruits et légumes frais; semences, plantes et fleurs naturelles; aliments pour les animaux, malt.

Classe 35. – Publicité ; gestion des affaires commerciales ; administration commerciale ; travaux de bureau, distribution de prospectus et d'échantillons. Services d'abonnement des journaux pour des tiers. Conseils en organisation et direction des affaires. Comptabilité. Reproduction de documents. Bureaux de placement. Gestion de fichiers informatiques. Organisation d'expositions à buts commerciaux ou de publicité. Publicité en ligne sur un réseau informatique. Location de temps publicitaire sur tout moyen de communication.

Tous ces produits étant issus de l'Agriculture Biologique ou élaborés à partir de produits qui en sont issus.

Article 6 Qualité des personnes autorisées à utiliser la marque

L'usage de la marque sur un produit et son utilisation pour des actions de communication est exclusivement réservé aux adhérents communiquant à BIOBOURGOGNE Association, à jour de leur cotisation (voir article 5 des statuts).

L'autorisation d'utiliser la marque, accordée par la Commission de la Marque, se traduit par la délivrance d'une « attestation d'adhésion, membre communiquant », avec renouvellement périodique.

L'usage autorisé de la marque est strictement personnel et ne peut être cédé à un tiers, même licencié ou successeur.

«La marque collective ne peut faire l'objet ni de cession, ni de concession de gage, ni d'aucune mesure d'exécution forcée». (art. 20 de la loi du 31.12.1964).

Article 7 Conditions d'usage de la marque

- Usage de la marque sur des produits

Les produits pouvant porter la marque BIOBOURGOGNE répondent aux critères suivants :

- Produits bruts

Ils sont à 100 % produits en Bourgogne et sont certifiés en agriculture biologique.

- Produits transformés

La totalité des matières premières entrant dans la composition des produits finis doit être certifiée en agriculture biologique. De plus, elle doit être à 100 % de Bourgogne sauf si :

1. Il est impossible de trouver ces ingrédients en Bourgogne (ex : épices,...).
2. Les ingrédients ne sont pas disponibles sous la forme recherchée (ex : sarrasin décortiqué,...).

Dans ce cadre, le transformateur doit être en mesure de produire un document justifiant les raisons de ses choix d'approvisionnement.

Si, sur un même linéaire, des produits à marque BIOBOURGOGNE et des produits à marque X cohabitent, ils doivent être clairement différenciés et séparés.

- Usage de la marque à des fins de communication

Les actions de communication impliquant la marque BIOBOURGOGNE doivent être menées dans l'objectif de :

- Promouvoir une marque régionale, gérée par des producteurs
- Véhiculer une image cohérente et positive de la marque
- Aider les producteurs à faire connaître leurs produits

Utilisation du logo Biobourgogne

L'utilisation du logo Biobourgogne doit respecter la charte graphique suivante :

Vert Pantone 3435 CV
Rouge Pantone 179 CV

En cas d'impossibilité d'utiliser ces couleurs, sont tolérés :

- à la place du Vert 3435 CV : le vert du logo AB, à condition de l'intensifier (de façon à ce qu'il soit plus foncé)
- à la place du rouge 179 CV : une couleur le plus approchant possible (brun, orange foncé,...)
- le noir et blanc

Il est en revanche interdit d'utiliser toutes autres couleurs que celles désignées ci dessus.

Sur les étiquettes produits, il doit avoir une taille minimum de 1 cm.

Utilisation des outils de communication Biobourgogne

Les utilisateurs des outils de communication BIOBOURGOGNE sont responsables en cas d'usage abusif des outils, non conforme au présent Règlement.

L'entretien des outils de communication est à la charge des adhérents. Ceux-ci s'engagent à les renouveler régulièrement et à les entretenir (propreté,...) afin de veiller à ce que leur aspect véhicule positivement l'image de la marque.

L'usage de certains outils de communication (déterminés par le Conseil d'Administration de Biobourgogne) est possible pour les adhérents simples, sur demande écrite auprès de la Commission de la marque précisant la nature de leur utilisation.

L'usage des outils de communication est possible pour les revendeurs, à condition que ceux-ci leur soient remis par un producteur sous sa responsabilité et que l'usage de ces outils corresponde aux exigences précisées par ce Règlement.

En règle générale, les outils de communication BIOBOURGOGNE, en dehors des étiquettes produits (sous certaines conditions), ne sont pas utilisables en hypermarché, sauf demande expresse d'un opérateur, après accord de la Commission d'attribution de la Marque.

Article 8 Formalités pour l'usage de la marque

La demande d'autorisation de la marque doit comporter notamment l'indication du ou des produits pour lesquels l'emploi de la marque est sollicité, ainsi qu'un engagement sur l'honneur attestant l'acceptation du présent règlement.

Après examen du dossier, la Commission de la Marque BIOBOURGOGNE, interne à l'Association BIOBOURGOGNE accorde ou refuse l'autorisation par écrit au demandeur.

La Commission de la Marque BIOBOURGOGNE peut aussi, avant de donner une autorisation, ordonner une enquête supplémentaire ou inviter le demandeur à modifier sa fabrication ou sa vente pour l'adapter aux normes prescrites par elle.

Article 9 Formalité pour l'usage du mot BIOBOURGOGNE en tant que nom commercial d'entreprise

- L'usage du mot BIOBOURGOGNE est propriété de la CGAB et fait l'objet d'un dépôt de marque à l'INPI sous la référence N°

- Il ne peut être concédé qu'après la demande auprès de la commission de la marque de BBA, et formalisé sous forme d'une convention (cf modèle de convention annexé).

Sur demande, la structure pourra être autorisée à faire apparaître sur ses documents administratifs et papiers entête la mention «partenaire BIOBOURGOGNE». Cette mention apparaîtra en bas, à droite, du papier entête. Cf identifiant joint.

Article 10 Délivrance et sanctions

L'une des prérogatives du Conseil d'Administration est d'étudier les dossiers de demande d'utilisation de la marque, lors d'une « Commission de la Marque » .

Il est chargé de prendre toutes les dispositions utiles en vue de la délivrance, du contrôle et du retrait éventuel du droit d'utiliser la marque.

Dans le cas où un membre contrevient aux dispositions statutaires de BIOBOURGOGNE concernant la marque ou aux dispositions du présent règlement, cet organisme détermine les sanctions à prononcer (avertissement simple ou avec inscription au procès-verbal de la séance, retrait de la marque, action en justice, ...).

Pour accomplir la mission qui lui est confiée, le Conseil d'Administration dispose des pouvoirs les plus étendus. Les dispositions concernant le fonctionnement de la Commission de la Marque sont annexées au présent règlement.

Article 11 Contrôle d'usage de la marque

La Commission de la Marque BIOBOURGOGNE est autorisée par ses membres d'une manière permanente à faire procéder à la visite de leurs parcelles, ateliers, magasins, bureaux ou lieux de vente, et d'une manière générale, à prendre toute mesure pouvant lui permettre de contrôler le respect des dispositions statutaires, des règles d'éthique et des critères du règlement d'usage BIOBOURGOGNE et de vérifier que la marque est bien utilisée à son objet.

BIOBOURGOGNE association s'engage à faire cesser tout emploi frauduleux de la marque et d'en poursuivre les imitations ou contrefaçons.

Article 12 Retrait de la marque

En cas de manquement au présent règlement, BIOBOURGOGNE Association se réserve expressément le droit de retirer à tout moment l'autorisation d'emploi de la marque BIOBOURGOGNE au membre ne remplissant plus les conditions requises, indépendamment de la procédure de radiation de BIOBOURGOGNE Association. Le droit d'usage de la marque peut également être retiré si le membre n'a pas fait sa demande d'adhésion et réglé sa cotisation à la date précisée sur le dossier de demande d'adhésion.

La décision de retrait est notifiée à l'adhérent concerné par lettre recommandée avec accusé de réception.

Cette décision doit être suivie d'exécution immédiate et toutes dispositions doivent être prises sans délai pour faire disparaître la marque dont le droit d'utilisation est ainsi retiré de tous articles, emballages ou documents sur lesquels elle pourrait encore figurer sous quelque forme que ce soit. La commission pourra réclamer à l'adhérent ses outils de communication portant le logo, sans indemnités compensatrices.

C'est à la Commission de la Marque BIOBOURGOGNE qu'est expressément reconnu le droit de veiller à la stricte exécution de cette décision et d'en fixer les modalités d'application.

Article 13 Démission d'adhérent

Au cas où l'un des membres présente sa démission, dans les conditions prévues par les statuts de l'Association BIOBOURGOGNE, il s'engage à abandonner l'usage de la marque et à ne pas créer pour son propre compte une marque dont la désignation ou le dessin puisse entraîner une confusion avec la marque BIOBOURGOGNE.

Article 14 Consultants extérieurs

Si le besoin s'en fait sentir, le conseil d'administration peut inviter à ses réunions toutes personnes susceptibles d'éclairer les décisions du conseil.