

## Composant T 2

“Marque touristique”

### Activités T 2.3

“Création de la marque touristique  
mer d'agrumes”

### Produit P 2.3.5

“Marque touristique disciplinaire MARE D'AGRUMI”

# Indice

Art. 1 –"La marque de qualité écotouristique "Mare d'Agrumi" .....	3
Art. 2 – Finalités.....	3
Art. 3 – Zone territoriale .....	4
Art. 4 – Organisations autorisées à demander leur adhésion.....	4
Art. 5 – Exigences.....	4
Art. 6 – Utilisation de la marque .....	5
Art. 7 – Comment appliquer et accorder la marque.....	6
Art. 8 – Organisme de certification.....	6
Art. 9 – Convention entre le titulaire de la marque et le titulaire.....	6
Art. 10 – Validité du cahier des charges.....	7

## Art. 1 – "La marque de qualité écotouristique "Mare d'Agrumi"

Le logo et le graphisme de la marque de commerce sont présentés dans la pièce jointe n ° 1 au présent cahier des charges. L'utilisation de la marque est accordée aux personnes admises à soumettre la demande d'adhésion indiquée à l'annexe 2 et identifiée par l'art. 5 de ce cahier des charges.

## Art. 2 – Finalités

Les propriétaires de la marque accordent l'utilisation de la marque afin de:

Promouvoir la protection et la qualité de l'environnement en améliorant la performance environnementale des processus de production qui y sont réalisés

Améliorer et diffuser les connaissances sur les spécialités d'agrumes du territoire transfrontalier en intégrant les aspects naturalistes aux aspects sociaux et historiques et culturels, matériels et immatériels

Promouvoir la commercialisation et la consommation de produits locaux biologiques, typiques et traditionnels, contribuant à la conservation de la biodiversité des variétés d'agrumes dans la zone transfrontalière

Encourager l'esprit d'entreprise et l'emploi sur le territoire transfrontalier, promouvoir la connaissance des productions locales liées aux variétés d'agrumes auprès des consommateurs locaux, nationaux et internationaux

Renforcer le tissu économique et productif lié aux variétés d'agrumes transfrontalières en utilisant la marque comme point de départ pour la mise en place d'un réseau d'organisations, économiques ou non, visant à coordonner et intégrer les différentes chaînes de production et à proposer le territoire transfrontalier comme destination touristique d'excellence ;

Intégrer les différents secteurs économiques: tourisme, production et transformation de produits alimentaires, artisanat, services d'éducation environnementale, etc.

Donner reconnaissance et visibilité aux touristes de l'espace transfrontalier et à la population elle-même, aux comportements positifs (bonnes pratiques) mis en œuvre par les organisations locales (producteurs / prestataires de services),

Intégrer les activités menées sur les différents territoires italiens et français de la région transfrontalière, afin de créer une image unifiée et de faciliter la définition d'une offre touristique globale basée sur les principes de qualité et de durabilité.

## Art. 3 – Zone territoriale

Les organisations pouvant demander à devenir membre et bénéficiaire de l'utilisation de la marque sont celles qui insistent dans la zone administrative transfrontalière identifiée par le Programme maritime Italie-France Interreg 2014-2020 d'Interreg: Région Corse, Région Ligurie, Alpes Maritimes et Var de la Région PACA, Région Sardaigne, les provinces de Grosseto, Lucca, Massa Carrara, Pise e Livorno de la Région Toscane.

Les associations et les entreprises qui travaillent et produisent des services et des produits dans la zone identifiée ci-dessus peuvent bénéficier de l'utilisation de la marque, bien que l'endroit où se trouve leur siège social soit à l'extérieur de cette zone .

## Art. 4 – Organisations autorisées à demander leur adhésion

La marque est accordée aux propriétaires d'activités de production, de transformation, d'amélioration et de fourniture de services, publics et privés, conformes aux exigences de la présente spécification. En particulier, les organisations appartenant aux catégories énumérées ci-dessous, possédant les conditions générales obligatoires, ainsi que les conditions obligatoires spécifiques qui diffèrent en fonction du type de société / de produit, peuvent demander à devenir membre de la marque.

Installations d'hébergement: toutes les catégories d'installations d'hébergement, hôtel et extra-hôtel, sont éligibles.

Restauration et administration: tous les types de restaurants, bars, tavernes, tavernes et cavistes avec cuisine et restauration sont admissibles

Entreprises agroalimentaires, artisanales et autres industries manufacturières (caves à vin et moulins inclus): les entreprises de transformation alimentaire, les entreprises agroalimentaires et viticoles (exploitations agricoles, caves à vin, huileries), les entreprises de cosmétiques, de l'artisanat et les métiers d'art sont éligibles et d'autres artefacts. Les établissements commerciaux spécialisés dans la vente d'aliments et de vins typiques et / ou de produits artisanaux sont également admissibles. Les supermarchés ou exercices similaires ne sont pas éligibles;

Les prestataires de services touristiques: guides touristiques, guides enogastronomie et environnementaux, spas, prestataires de spa et autres prestataires sont éligibles.

Le droit d'utiliser la marque de commerce est acquis par les bénéficiaires uniquement à la fin de la procédure de concession conformément à l'art. 8

## Art. 5 – Exigences

Exigences générales obligatoires:

Conditions requises pour l'emplacement de l'organisation (siège opérationnel) sur le territoire indiqué à l'art. 4

Conditions requises pour l'adhésion des organisations dans les catégories indiquées à l'article 5

Conditions d'utilisation des types d'agrumes cultivés dans les territoires visés à l'article 4.

Exigences spécifiques obligatoires pour **les organisations de production**

1. Les agrumes utilisés dans le produit transformé doivent provenir du territoire indiqué à l'art. 4
2. Le produit final consiste en des productions d'agrumes frais appartenant à des espèces indigènes du territoire de référence et à partir de produits transformés à base d'agrumes.
3. Les fruits doivent présenter les caractéristiques organoleptiques typiques des différentes variétés, notamment en ce qui concerne la forme, la taille, l'aspect extérieur, l'arôme et le goût. ils doivent également être bien formés et normalement développés
4. Les agrumes doivent être sains (non pourris ou altérés pour les rendre impropres à la consommation), propres (exempts de corps étrangers visibles), exempts de maladie, d'attaques parasitaires, de moisissures visibles, d'humidité extérieure anormale
5. Dans le processus de transformation, le traitement thermique de pasteurisation ou de stérilisation est autorisé, en fonction des besoins et pour garantir la bonne qualité du produit.

#### Exigences spécifiques obligatoires pour les organisations **de vente au détail et d'accueil**

1. Utilisation d'agrumes provenant du territoire indiqué à l'art. 4 dans leurs productions, services compris
2. Les agrumes ou les agrumes utilisés doivent être munis d'étiquettes appropriées sur lesquelles est apposée la provenance du territoire désigné par l'art. 4
3. Compatiblement avec les surfaces disponibles, organiser des visites de dégustation ou de petits événements soutenu par le propriétaire de la marquee
4. Mettre le matériel d'information sur la marque à la disposition du public

#### Exigences spécifiques obligatoires pour les entreprises de **restauration et d'approvisionnement**

1. Le menu comprend l'utilisation d'agrumes de la zone indiquée à l'art. 4, dans une portion ou dans un condiment ou une boisson
2. Au moins un menu de dégustation de plats et / ou de produits locaux typiques, comprenant au moins un produit à base d'agrumes locaux
3. Toutes les informations publicitaires du Restaurant lié à la Marque, présentes sur les brochures, les cartes de visite et le site Internet sont véridiques et se reflètent dans la structure.
4. Insertion de la marque sur les sites Web appartenant aux activités exercées et sur les pages liées socialweb (le cas échéant) avec possibilité d'informations supplémentaires ou d'informations complémentaires (par exemple un lien)

## Art. 6 – Utilisation de la marque

La marque ne peut être accordée qu'aux personnes qui exercent leurs activités conformément à la présente spécification.

La marque ne peut en aucun cas constituer une marque principale par rapport à l'origine et l'origine des produits, mais une marque additionnelle exclusivement aux fins de la promotion et de la valorisation de produits répondant aux critères de la présente spécification.

La marque ne peut en aucun cas constituer la marque principale, mais doit toujours être associée au nom du fabricant du produit ou du prestataire de services auquel elle fait référence.

L'association de la marque à des produits ou services qui ne sont ni produits ni fournis par l'organisme demandeur est interdite.

Les membres de la marque s'engagent à:

Respecter les dispositions de la présente spécification

Coopérer à un processus progressif de croissance qualitative de l'offre d'écotourisme "Mare di Agrumi";

Fournir rapidement au titulaire de la marque des informations et des supports (photos, textes, vidéos, etc.) dans le format requis. Toutes les informations et tous les matériaux fournis doivent être mis à jour et de bonne qualité, non liés par des droits d'utilisation ou soumis à des restrictions.

Le bénéficiaire est responsable de l'utilisation qu'il fait de la marque et des dommages pouvant résulter d'une utilisation non conforme aux dispositions du présent cahier des charges.

La marque ne peut en aucun cas être utilisée avant la conclusion de la procédure d'obtention de celle-ci, conformément aux procédures énoncées à l'art. 8.

En cas de non-renouvellement de la licence d'utilisation de la marque, celle-ci doit être supprimée de toutes les étiquettes, plaques, brochures, sites Web ou réseaux sociaux et documents.

En cas d'utilisation non autorisée de la marque, le titulaire exige la résiliation immédiate ainsi que la destruction de tout matériel en rapport, sans préjudice de la réparation du dommage

## Art. 7 – Comment appliquer et accorder la marque

La demande d'acceptation du cahier des charges de la marque doit être adressée au titulaire de la marque par le représentant légal de l'organisation demanderesse, selon le modèle présenté à la pièce jointe 2.

Les éléments fondamentaux de la concession de marque sont:

Demande soumise par le bénéficiaire potentiel

Accord entre l'organisme de certification et le bénéficiaire potentiel

Vérification du respect des exigences entre l'organisme de certification et le bénéficiaire potentiel

Vérification par l'organisme de certification du respect du cahier des charges et de la possession des critères d'éligibilité par inspection de l'organisme demandeur. Un bref rapport doit être établi sur l'inspection avec des indications sur d'éventuelles non-conformités et les actions correctives associées ou sur la motivation du refus.

Communication de l'attribution de la marque après évaluation positive de la certification

Contrôles périodiques pour maintenir les exigences avant l'expiration de la concession

## Art. 8 – Organisme de certification

Le titulaire de la marque accorde à l'organisme de certification la supervision de la marque

## Art. 9 – Convention entre le titulaire de la marque et le titulaire

L'utilisation de la marque est régie par un accord spécifique entre le titulaire et le bénéficiaire stipulé par l'organisme de certification.

La Convention prévoit la cessation du droit en cas de non-respect des obligations énoncées dans le présent règlement et des obligations spécifiques identifiées dans la Convention elle-même.

## Art. 10 – Validité du cahier des charges

Ce cahier des charges est valable 24 mois. Le renouvellement sans modifications est automatique et n'implique pas de nouvel abonnement. Le même peut également être renouvelé avec des modifications, sous réserve d'un nouvel abonnement pour la reconnaissance et l'acceptation par les organisations bénéficiaires