

Décision n°2019-004 du 1^{er} août 2019

Relative à la modification du Règlement d'usage générique (RUG) de la marque « *Esprit parc national* »

Le directeur général de l'Agence française pour la biodiversité,

Vu la délibération n° 2016-09 du Conseil d'administration de Parcs nationaux de France en date du 19 février 2016 relative à la modification du RUG de la marque « *Esprit parc national* » ;

Vu la transmission totale de propriété de la marque « *Esprit parc national* » n°706254 effective le 11 août 2017 à l'INPI au bénéfice de l'Agence française pour la biodiversité (AFB) ;

Vu la délibération du CA de l'AFB n°2017-46 en date du 27 septembre 2017 relative à la délégation de pouvoir au directeur général pour l'ensemble des actes nécessaires à l'administration et la gestion de la marque collective « *Esprit parc national* » ;

Vu la décision n°2018-136 du directeur général de l'AFB en date du 17 septembre 2018 relative à l'organisation de la gouvernance de la marque « *Esprit parc national* » ;

Vu la décision n°2018-137 du directeur général de l'AFB en date du 17 septembre 2018 relative au Comité de gestion de la marque « *Esprit parc national* » ;

Vu la décision n°2018-243 du directeur général de l'AFB en date du 29 novembre 2018 nommant les membres au Comité de gestion de la marque « *Esprit parc national* » ;

Vu la décision n°2019-68 en date du 4 avril 2019 portant délégation de signature du directeur général pour la gestion de la marque « *Esprit parc national* » ;

Vu la délibération du comité de gestion de la marque « *Esprit parc national* » n°2019-08 du 27 juin 2019 relative à la modification du Règlement d'usage générique.

Considérant que l'article 1 de l'organisation de la gouvernance de la marque « *Esprit parc national* » dispose que le directeur général de l'AFB, sur proposition de comité de gestion de la marque, adopte le RUG de la marque ;

Considérant que, depuis le transfert de propriété de la marque « *Esprit parc national* », le RUG n'avait pas été actualisé ;

Considérant qu'il est nécessaire d'apporter une précision sur le montant du chiffre d'affaire des candidats à la marque. En effet, ce n'est pas le chiffre global du candidat qui est examiné lors de

l'audit d'entrée dans la marque, mais son chiffre d'affaire HT de l'année N-1 sur la globalité de son activité dans le domaine du produit ou service marqué.

DÉCIDE

Article 1 :

Le RUG modifié est adopté, sa nouvelle version est annexée à la présente décision.

Article 2 :

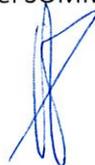
Le département des parcs nationaux et de l'appui aux réseaux d'aires protégées de la Direction des parcs et aires protégées de l'AFB est chargé de l'exécution de la présente décision.

Article 3 :

La présente décision est publiée sur le site internet de l'Agence française pour la biodiversité, dans l'onglet « Agence » et dans la rubrique « Recueil des actes administratifs ».

Le Directeur général de l'AFB
Par délégation,
Le Directeur des parcs et aires protégées de
l'AFB,

Michel SOMMIER



Voies et délais de recours : « Le destinataire de la présente décision qui désire la contester peut directement saisir le tribunal administratif compétent d'un recours contentieux dans les deux mois de sa notification. Il peut également, dans ce même délai, saisir d'un recours gracieux, l'auteur de la décision, ou d'un recours hiérarchique, le supérieur de l'auteur de la décision. Ceux-ci disposeront d'un délai de deux mois pour lui répondre. En cas de rejet exprès ou implicite de la demande - la décision naît dans ce cas du silence gardé par l'administration pendant un délai de deux mois - le délai du recours contentieux, prorogé par l'exercice de ces recours administratifs, ne recommence à courir à l'égard de la décision initiale que lorsqu'ils ont été l'un et l'autre rejetés. »

**AGENCE FRANÇAISE
POUR LA BIODIVERSITÉ**

ÉTABLISSEMENT PUBLIC DE L'ÉTAT

**Règlement d'usage générique de la marque collective *Esprit parc national* approuvé
par décision MS n° 2019-004 en date du 1^{er} août 2019**

PRÉAMBULE

L'Agence française pour la biodiversité (AFB) a été créée par le Titre III de la loi n°2016-1087 du 8 août 2016 pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages.

Elle est un établissement public de l'État à caractère administratif qui contribue, pour les milieux terrestres, aquatiques et marins :

- à la préservation, à la gestion et à la restauration de la biodiversité ;
- au développement des connaissances, ressources, usages et services écosystémiques attachés à la biodiversité ;
- à la gestion équilibrée et durable des eaux ;
- à la lutte contre la biopiraterie.

En vertu de l'article 23 de la loi du 8 août 2016, « les missions, la situation active et passive et l'ensemble des droits et obligations de [...] et de l'établissement public « Parcs nationaux de France » sont repris par l'Agence française pour la biodiversité ».

En vertu de l'ancien article L331-29 du code de l'environnement, "Parcs nationaux de France" avait la mission de :

" [...] 5° Faire déposer et administrer dans les conditions prévues aux articles L715-1 à L715-3 du code de la propriété intellectuelle les marques collectives spécifiques des parcs nationaux pour attester que les produits et services, issus d'activités exercées dans les parcs nationaux, s'inscrivent dans un processus écologique en vue notamment de la préservation ou de la restauration de la faune et de la flore ; [...]" ;

C'est à ce titre que la marque collective *Esprit parc national* a été transférée à l'AFB.

En outre, l'article L331-3 du code de l'environnement dispose :

« I.-La charte du parc national définit un projet de territoire traduisant la solidarité écologique entre le cœur du parc et ses espaces environnants.

(...)

*2° (...) Des conventions d'application de la charte peuvent être signées entre l'établissement public du parc national et chaque collectivité territoriale adhérente pour faciliter la mise en œuvre des orientations et des mesures de protection, de mise en valeur et de développement durable qu'elle prévoit. L'établissement public du parc national peut également proposer à d'autres personnes morales de droit public intéressées de s'associer à l'application de la charte par la signature d'une convention. **Des contrats de partenariat s'inscrivent dans le cadre d'un projet concourant à la mise en œuvre de la charte peuvent par ailleurs être conclus entre l'établissement public du parc national et des personnes morales de droit privé concernées par le parc national.** »*

Le présent règlement d'usage a pour objet d'encadrer l'utilisation de la marque collective au bénéfice de produits ou services contribuant à la préservation des patrimoines naturels et culturels des territoires des parcs nationaux et s'inscrivant dans un processus de développement durable. Par ailleurs, la marque collective ne peut être attribuée qu'à des produits et services et non à des entités de production de bien ou de service.

Les produits ou services ne respectant pas les critères définis dans le présent règlement ne pourront en aucun cas être support de la marque collective.

Article 1 – Conditions d'obtention du droit d'usage de la marque collective

Article 1-1. Conditions d'éligibilité

Respect des valeurs des parcs nationaux

Les produits ou services qui bénéficient de la marque collective *Esprit parc national* doivent contribuer au rayonnement des valeurs de protection des patrimoines naturels et culturels nationaux portées par les Parcs nationaux, et définis par l'arrêté du 23 février 2007 arrêtant les principes fondamentaux applicables à l'ensemble des Parcs nationaux.

Les valeurs exprimées par les fondamentaux des Parcs nationaux sont synthétisées en trois images fortes qui sont portées par la marque des parcs nationaux :

Nature exceptionnelle : préservation de la qualité et de la diversité des paysages et des milieux naturels

Harmonie avec les hommes : recherche d'une harmonie entre activités humaines, qualité de la vie et richesses des patrimoines naturel et culturel

Respect et partage exemplaires : exemplarité de la gestion respectueuse et partagée

Une nature exceptionnelle en harmonie avec les hommes qui la gèrent avec respect et partage exemplaires

Signature d'un contrat de partenariat

L'usage de la marque collective est réservé aux produits ou services proposés par des personnes morales de droit privé ayant signé un contrat de partenariat avec un Établissement public de parc national pour la mise en œuvre de sa charte en application de l'article L331-3 du code de l'environnement (ci-après désignés les « utilisateurs ») et s'étant conformées à la procédure décrite à l'article 1-2. du présent Règlement. En l'absence de charte validée par décret en Conseil d'État, un contrat de partenariat peut être établi entre l'Établissement public du Parc national et un ou des utilisateur(s) ; ce contrat sera si nécessaire actualisé lors de l'entrée en vigueur de la charte ; si le contrat n'est pas conforme à la charte du Parc national ou ne peut pas être mis en conformité avec la charte, ses effets et notamment ceux relatifs à l'utilisation de la marque collective *Esprit parc national* cessent immédiatement.

Respects des règlements d'usage

Les critères notamment techniques relatifs aux produits et services pouvant être associés à la Marque Collective figurent dans le contrat de partenariat signé entre l'Utilisateur et le Parc national et dans les règlements catégoriels ou particuliers validés par l'AFB.

Ces règlements précisent en particulier les dispositions qui permettent d'attester que le(s) produit(s) ou le(s) service(s) concerné(s) contribue(nt) à la préservation des patrimoines naturel et/ou culturel du parc national. Ils traduisent, pour chaque secteur d'activité ou de production ayant vocation à utiliser la Marque Collective, les valeurs essentielles des parcs nationaux et exigences attachées aux produits et services concernés. Les différents règlements d'usage catégoriels sont disponibles auprès du Parc national ou de l'AFB.

Les Règlements d'usage catégoriels peuvent comporter des critères techniques plus stricts selon les parcs nationaux. Pour ce faire, le Directeur d'un parc national propose au Comité de gestion de la marque de rendre plus stricts dans son parc un voire plusieurs critères d'un Règlement d'usage catégoriel. Après avis du Comité de gestion de la marque et validation par l'AFB, le ou les critères rendus spécifiquement plus stricts pour ce parc deviennent partie intégrante du Règlement d'usage catégoriel et apparaissent dans ce règlement avec la mention « Dispositions spécifiques au Parc national de... ». Ainsi, ces dispositions plus strictes sont opposables uniquement aux Utilisateurs issus du territoire de ce parc national.

Des règlements d'usage particuliers peuvent être adoptés pour des produits ou services n'entrant pas dans les critères définis par les règlements d'usage catégoriels. Les dispositions applicables dans le cadre de ces règlements d'usage particuliers ne peuvent comporter des dispositions dérogatoires aux règlements d'usage générique et catégoriel.

Article 1-2. Procédure

Seuls les acteurs qui respectent les dispositions de leur contrat de partenariat et notamment celles relatives à l'utilisation de la Marque collective et qui auront fait parvenir un dossier au Parc national conformément à la procédure décrite ci-dessous pourront apposer la Marque collective sur les produits et/ou services qu'ils commercialisent et les supports de communications correspondant.

Préalablement à toute utilisation de la Marque collective, l'Utilisateur doit adresser un dossier (ci-après désigné le « Dossier ») à l'Établissement public du parc national.

Le Parc national fera son affaire de transmettre, sous forme numérisée, le Dossier à l'AFB.

Le dossier devra obligatoirement contenir :

- une copie du contrat de partenariat,
- un extrait kbis pour les sociétés ou copie de l'inscription auprès du CFE pour les entrepreneurs ou copie des statuts pour les associations.
- L'indication et description des produits ou services (en référence au règlement d'usage catégoriel correspondant) pour lesquels l'usage de la Marque collective est prévu.
- Des informations détaillées sur l'activité générale du demandeur et le contexte dans lequel il entend utiliser la Marque collective.
- Une attestation sur l'honneur indiquant le chiffre d'affaire HT de l'année N-1 généré par le candidat, sur la globalité de son activité dans le domaine du produit ou service marqué.
- Une déclaration sur l'honneur selon laquelle l'utilisateur a pris connaissance de la charte du Parc national.
- Une déclaration sur l'honneur selon laquelle l'utilisateur s'engage à respecter :
 - les valeurs des Parcs nationaux, rappelées à l'article 1.1 du présent règlement ;
 - la charte graphique des parcs nationaux (Annexe II du présent règlement) ;
 - le règlement catégoriel correspondant au service ou produit auquel il souhaite associer la Marque collective du Parc national ;
 - le droit commun applicable à son activité.

L'AFB se réserve le droit de mener des investigations complémentaires et d'inviter le demandeur à produire d'autres documents ou encore à modifier son processus de fabrication ou de commercialisation ou les documents de promotions correspondants pour les adapter si nécessaire aux critères des règlements d'usage de la marque collective *Esprit parc national*.

Article 2 – Modalités d'usage de la Marque collective

Article 2-1 – Droit d'usage de la Marque collective

Sous réserve du respect des dispositions de son contrat de partenariat notamment celles relatives à l'utilisation de la Marque collective, du présent Règlement d'Usage Générique, et des règlements catégoriels correspondants, la Marque collective peut être utilisée pour commercialiser et promouvoir les produits et services mentionnés dans son dossier à l'exclusion de tout autre produit et service. La personne morale bénéficiaire de ce droit d'usage devient "Utilisateur" de la Marque collective (ci-après désigné "Utilisateur").

Le droit d'usage de la Marque collective est strictement personnel à l'Utilisateur et ne peut être cédé ou concédé à un tiers, y compris une filiale, même gratuitement.

Le droit d'usage de la Marque collective est strictement réservé aux produits ou services mentionnés dans le contrat de partenariat ; la marque collective ne peut être apposée sur aucun autre produit ou service, et ne peut être utilisée directement ou indirectement pour la promotion de produits ou services non mentionnés dans le contrat de partenariat.

Article 2-2 – Engagements du Partenaire Utilisateur

L'Utilisateur de la Marque collective devient un vecteur des valeurs et de l'image des Parcs nationaux. C'est

pourquoi, il se doit de garantir que les produits et services marqués qu'il distribue sont conformes aux objectifs et valeurs essentielles des Parcs nationaux et du Parc national avec lequel il a signé un contrat de partenariat.

La nature des produits et services distribués par l'Utilisateur doit être en cohérence avec l'image et la vocation des Parcs nationaux, notamment en terme de protection, de valorisation de la qualité paysagère et de la biodiversité ou encore la valorisation des ressources naturelles et des savoir-faire locaux dans un processus de développement durable.

Tout produit, service ou manifestation de l'Utilisateur ne répondant pas à ces valeurs fondamentales ne pourra être associé à la Marque collective.

L'Utilisateur déclare connaître le Système de Marques des Parcs nationaux et notamment :

- que l'Utilisateur a pu obtenir auprès d'un Parc national et de l'AFB toutes les informations relatives au Système de Marques des Parcs nationaux et qu'il a pu les soumettre à tout conseil de son choix.

Qu'en conséquence, il se déclare parfaitement informé du Système de Marque des Parcs nationaux et peut s'engager dans les termes des présentes en toute connaissance de cause.

En considération de ce qui précède, l'Utilisateur s'engage à :

- Respecter le contrat de partenariat signé avec le Parc national.
- Respecter l'ensemble des dispositions du présent Règlement d'usage générique.
- Respecter les éléments de la charte graphique conformément à l'article 2-3 du présent Règlement.
- Respecter le ou les règlement(s) catégoriel(s) auquel il est soumis.
- Respecter les valeurs essentielles des Parcs nationaux rappelés à l'article 1.1 du présent règlement.
- Apposer la Marque collective de manière à ce que la référence à la Marque collective soit perçue sans ambiguïté comme une Marque collective et non comme une marque appartenant à l'Utilisateur.
- Ne pas faire un usage de la Marque collective ou tenir une conduite susceptible de nuire à l'image et à la réputation des Parcs nationaux et du parc national avec lequel il a signé un contrat de partenariat.
- Ne pas procéder au dépôt de la Marque collective objet du présent Règlement ou d'une marque similaire en France ou à l'étranger.
- Ne pas exploiter ou déposer à titre de marque, en France ou à l'étranger, pour quelque produit ou service que ce soit, l'un des éléments de la Marque collective.

Article 2-3 – Éléments de la charte graphique

L'Utilisateur s'engage à respecter la charte graphique de la Marque collective *Esprit parc national* (annexe II du présent Règlement).

Par principe, la marque *Esprit parc national* seule est réservée à la communication inter-parcs. Cependant, par exception, l'AFB après avis du Comité de gestion de la marque *Esprit parc national* saisi d'une proposition d'un Directeur de parc national, peut permettre dans ce parc l'utilisation dérogatoire de la marque *Esprit parc national* seule pour un produit relevant d'un RUC approuvé, lorsqu'il s'avère que la marque suivie de la dénomination géographique du parc ne peut pas être apposée sur ce produit.

La charte graphique pourra faire l'objet de procédures d'actualisation ou de rénovation dont l'Utilisateur sera informé. Les modifications et actualisations devront être appliquées par l'Utilisateur dès la réception par ce dernier de la charte actualisée ou d'un extrait actualisé de la charte.

Des précisions sur les obligations des Utilisateurs en terme de respect de charte graphique pourront être apportées dans les règlements catégoriels ou particuliers .

Article 2-4 – Rémunération du droit d'usage

L'Utilisateur de la Marque collective devra s'acquitter d'une redevance annuelle dont le montant sera fixé par décision de l'AFB.

Article 2-5 – Durée

Le droit d'usage de la Marque collective reste acquis à l'Utilisateur pendant toute la durée de son contrat de partenariat, sous réserve de respecter les dispositions du présent règlement.

L'expiration ou la résiliation, pour quelque motif que ce soit, du contrat de partenariat intervenu entre l'Utilisateur et le Parc national entraînera de plein droit l'extinction du droit d'usage de la Marque Collective par l'Utilisateur.

Article 2-6 – Renouvellement du droit d'usage

En cas de renouvellement de son contrat de partenariat, l'Utilisateur pourra poursuivre ou reprendre l'utilisation de la Marque collective sous réserve de respecter le présent règlement et d'adresser au Parc national un dossier actualisé.

Article 2-7 – Révision du présent Règlement et de ses Annexes

L'AFB se réserve le droit de réviser unilatéralement les conditions d'utilisation de la Marque collective prévues dans le présent règlement et ses annexes ainsi que dans les règlements catégoriels ou particuliers. Ces changements s'opéreront dans un souci d'adaptation aux évolutions de fait ou de droit qui pourraient intervenir.

La nouvelle version du règlement d'usage générique fait l'objet d'une inscription au registre national des marques et d'une publication sur le site internet de la marque *Esprit parc national*¹ : <https://www.espritparcnational.com/>

L'Utilisateur est alors invité à adapter son offre à ces nouvelles conditions et à en informer le parc national sans délais. Il pourra le cas échéant informer celui-ci des difficultés qu'il rencontrerait et se voir ainsi accorder un délai de mise en conformité qui ne pourra pas excéder 3 mois. Cette demande devra se faire par courrier avec avis de réception. Le défaut de mise en conformité pourra aboutir à la perte du droit d'usage de la marque collective.

L'Utilisateur ne pourra en aucune manière prétendre à un quelconque droit à indemnisation du fait de ces modifications.

Article 3 – Contrôle de l'usage de la marque collective

Article 3-1 – Modalités de contrôle

L'AFB et le Parc national concerné se réservent le droit de procéder à des contrôles de l'usage de la Marque collective, soit en procédant directement à ces contrôles soit en déléguant cette mission à des tiers.

Selon le type d'activité et en fonction des produits et services, l'AFB définit les modalités de contrôle de l'usage de la Marque collective, à savoir, leur nature, leur fréquence et leurs caractéristiques. Ainsi, l'AFB peut indiquer dans les règlements catégoriels les éventuels organismes professionnels ou spécialisés habilités à procéder aux contrôles selon des critères eux-mêmes fixés dans les règlements catégoriels ou encore en application de dispositions législatives ou réglementaires.

En raison de sa connaissance du terrain et de sa proximité avec les acteurs, le Parc national avec lequel l'Utilisateur a signé un contrat de partenariat assure en tout état de cause un rôle complémentaire de veille et d'alerte.

Le droit d'usage est subordonné à l'acceptation par l'Utilisateur du libre accès permanent et inopiné aux sites, matériels et marchandises des lieux de production et de commercialisation des produits ou services concernés.

Il est expressément prévu que le constat dressé par un agent assermenté qui mettrait en évidence la violation d'une disposition des présentes vaut preuve au titre du présent règlement.

Dans tous les cas, l'AFB et le Parc national s'engagent dans une politique de défense affirmée de la Marque collective contre toute utilisation abusive ou non autorisée.

L'AFB associe l'Utilisateur à sa mission de surveillance de l'utilisation licite de la marque collective. Ce dernier s'engage à signaler à l'AFB ou au Parc national avec lequel il a signé un contrat de partenariat toute utilisation de la Marque collective qui lui semblerait non conforme au présent règlement d'usage. L'AFB reste

seul décisionnaire des suites qu'il conviendrait d'apporter aux situations qui auront été portées à sa connaissance.

Article 3-2 – Retrait du droit d'usage

En cas de manquement à l'une des dispositions du présent règlement ou de non respect du règlement d'usage catégoriel par l'Utilisateur, ce dernier s'expose à des sanctions. Celles-ci sont de quatre ordres selon la gravité et la fréquence des manquements :

- avertissement simple ;
- suspension du droit d'usage ;
- retrait du droit d'usage ;
- action judiciaire.

L'AFB décide discrétionnairement de la sanction à appliquer et celle-ci ne pourra donner lieu à un quelconque dédommagement.

En particulier, le droit d'usage de la Marque collective sera nécessairement retiré par l'AFB, sans préavis, en cas de manquement grave, par exemple en cas d'atteinte ou de risque d'atteinte à la santé des personnes, de risque pour la sécurité du public et des salariés, d'atteinte à l'environnement ou d'actes pouvant porter un préjudice significatif à l'image ou à l'intégrité de la marque collective. Cette liste n'est en aucune manière limitative des cas de retrait du droit d'usage de la marque collective.

La décision de retrait ou de suspension du droit d'usage est notifiée à l'Utilisateur par lettre recommandée avec avis de réception.

L'Utilisateur doit immédiatement à compter de la notification de retrait du droit d'usage supprimer la marque collective de tout support.

A défaut, il sera considéré comme contrefacteur au sens de l'article L 716-1 du code de la Propriété Intellectuelle.

L'Utilisateur devra également procéder à la destruction de tout élément de publicité, affichage, étiquetage et plus généralement de toute communication en direction du public consommateur, du milieu professionnel et des organismes institutionnels.

L'AFB se réserve le droit de veiller à la stricte exécution de la décision de retrait.

Article 4 : Limitation de responsabilité de l'AFB

Article 4-1. Responsabilité du fait de produits ou services défectueux

Toute conséquence relative au défaut d'un produit ou d'un service au sens des articles 1245 et suivants du code civil relèvera de la responsabilité exclusive de l'Utilisateur et en aucun cas de celle de l'AFB ou du Parc national avec lequel il a signé un contrat de partenariat.

De même, l'intégralité de la réparation devra être supportée par l'Utilisateur. Ce dernier s'engage à assurer sa responsabilité civile professionnelle de droit commun préalablement à tout début d'utilisation de la marque collective. L'Utilisateur devra être en mesure de justifier à tout moment, sur simple requête de l'AFB, de la souscription d'une telle assurance. Tout manquement à ces dispositions sera de nature à entraîner le régime de sanctions prévu à l'article 3-2. du présent règlement.

Article 4-2.: Marque Collective et Indication Géographique ou Appellation d'Origine

Il revient à l'Utilisateur de s'assurer que l'utilisation qu'il fait de la marque collective ne porte pas atteinte à un autre dispositif de marquage et en particulier aux signes officiels de qualité et de l'origine (AOC, AOP, IGP. ...).

L'AFB n'apporte aucune garantie à cet égard et l'Utilisateur fera son affaire de tout conflit éventuel qu'il pourrait rencontrer avec un dépositaire du droit d'usage d'une autre marque ou appellation.

Article 5 : Inscription et publication du Règlement d'usage

Le présent règlement d'usage a fait l'objet d'une inscription au Registre national des Marques et d'une publication sur le site internet de la marque *Esprit parc national*.

ANNEXE I
Catégories sectorielles

Classification de Nice :

2 ; 3 ; 4 ; 5 ; 6 ; 8 ; 14 ; 15 ; 16 ; 18 ; 19 ; 20 ; 21 ; 22 ; 23 ; 24 ; 25 ; 26 ; 27 ; 28 ; 29 ; 30 ; 31 ; 32 ; 33 ; 34 ; 37 ; 39 ; 40 ; 41 ; 42 ; 43 ; 44

Produits et services

- **2** Peinture, vernis, laques, produits antirouille et produits contre la détérioration du bois ; matières tinctoriales ; mordants ; résines naturelles à l'état brut ; métaux en feuilles et en poudre pour peintres, décorateurs, imprimeurs et artistes ; colorants pour aliments ; encres d'imprimerie ; encres pour la peausserie ; enduits (peintures) ;
- **3** Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver ; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser ; savons ; parfums, huiles essentielles, cosmétiques, lotions pour cheveux ; dentifrices ; dépilatoires ; produits de démaquillage ; rouge à lèvres ; masques de beauté ; produits de rasage ; produits pour la conservation du cuir (cirages) ; crèmes pour le cuir ;
- **4** Huiles et graisses industrielles ; lubrifiants ; produits pour absorber, arroser, lier la poussière ; combustibles (y compris les essences pour moteurs) et matières éclairantes ; bougies, mèches pour l'éclairage ; bois de feu ; gaz d'éclairage ;
- **5** Produits pharmaceutiques et vétérinaires ; produits hygiéniques pour la médecine ; aliments et substances diététiques à usage médical ou vétérinaire ; aliments pour bébés ; compléments alimentaires pour êtres humains et animaux ; matériel pour pansements ; matières pour plomber les dents et pour empreintes dentaires ; désinfectants ; produits pour la destruction des animaux nuisibles ; fongicides, herbicides ; préparations pour le bain à usage médical ; culottes ou serviettes hygiéniques ; préparations chimiques à usage médical ou pharmaceutique ; herbes médicinales ; tisanes ; parasitocides ; alliages de métaux précieux à usage dentaire ;
- **6** Métaux communs et leurs alliages ; matériaux de construction métalliques ; constructions transportables métalliques ; matériaux métalliques pour les voies ferrées ; câbles et fils métalliques non électriques ; serrurerie et quincaillerie métallique ; tuyaux métalliques ; coffres-forts ; minerais ; constructions métalliques ; échafaudages métalliques ; boîtes en métaux communs ; coffres métalliques ; récipients d'emballage en métal ; monuments métalliques ; objets d'art en métaux communs ; statues ou figurines (statuettes) en métaux communs ; plaques d'immatriculation métalliques ;
- **8** Outils et instruments à main entraînés manuellement ; coutellerie, fourchettes et cuillers ; armes blanches ; rasoirs ; appareils pour l'abattage des animaux de boucherie ; outils à main actionnés manuellement ; tondeuses (instruments à la main) ;
- **14** Joaillerie ; bijouterie, pierres précieuses ; horlogerie et instruments

chronométriques ; métaux précieux et leurs alliages ; objets d'art en métaux précieux ; coffrets à bijoux ; boîtes en métaux précieux ; boîtiers, bracelets, chaînes, ressorts ou verres de montre ; porte-clefs de fantaisie ; statues ou figurines (statuettes) en métaux précieux ; étuis ou écrins pour l'horlogerie ; médailles ;

- **15** Instruments de musique ; instruments de musique électroniques ; pupitres à musique ; étuis pour instruments de musique ;
- **16** Produits de l'imprimerie ; articles pour reliures ; photographies ; articles de papeterie ; adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage ; matériel pour les artistes ; pinceaux ; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles) ; matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils) ; caractères d'imprimerie ; clichés ; papier ; carton ; boîtes en carton ou en papier ; affiches ; albums ; cartes ; livres ; journaux ; prospectus ; brochures ; calendriers ; instruments d'écriture ; objets d'art gravés ou lithographiés ; tableaux (peintures) encadrés ou non ; aquarelles ; patrons pour la couture ; dessins ; instruments de dessin ; mouchoirs de poche en papier ; serviettes de toilette en papier ; linge de table en papier ; papier hygiénique ; sacs et sachets (enveloppes, pochettes) en papier ou en matières plastiques pour l'emballage ; sacs à ordures en papier ou en matières plastiques ;
- **18** Cuir et imitations du cuir ; peaux d'animaux ; malles et valises ; parapluies, parasols et cannes ; fouets et sellerie ; portefeuilles ; porte-monnaie ; porte-cartes de crédit (portefeuilles) ; sacs ; coffrets destinés à contenir des affaires de toilette ; colliers ou habits pour animaux ; filets à provisions ;
- **19** Matériaux de construction non métalliques ; tuyaux rigides non métalliques pour la construction ; asphalte, poix et bitume ; constructions transportables non métalliques ; monuments non métalliques ; constructions non métalliques ; échafaudages non métalliques ; verre de construction ; verre isolant (construction) ; béton ; ciment ; objets d'art en pierre, en béton ou en marbre ; statues ou figurines (statuettes) en pierre, en béton ou en marbre ; vitraux ; bois de construction ; bois façonnés ;
- **20** Meubles, glaces (miroirs), cadres ; objets d'art en bois, cire, plâtre, liège, roseau, jonc, osier, corne, os, ivoire, baleine, écaille, ambre, nacre, écume de mer, succédanés de toutes ces matières ou en matières plastiques ; cintres pour vêtements ; commodes ; coussins ; étagères ; récipients d'emballage en matières plastiques ; fauteuils ; sièges ; literie (à l'exception du linge de lit) ; matelas ; vaisseliers ; boîtes en bois ou en matières plastiques ;
- **21** Ustensiles et récipients pour le ménage ou la cuisine ; peignes et éponges ; brosses (à l'exception des pinceaux) ; matériaux pour la brosse ; instruments de nettoyage actionnés manuellement ; paille de fer ; verre brut ou mi-ouvré (à l'exception du verre de construction) ; porcelaines ; faïence ; bouteilles ; objets d'art en porcelaine, en céramique, en faïence ou en verre ; statues ou figurines (statuettes) en porcelaine, en céramique, en faïence ou en verre ; ustensiles ou nécessaires de toilette ; poubelles ; verres (récipients) ; vaisselle ;
- **22** Cordes, ficelles, tentes, bâches, voiles (gréement) ; matières de rembourrage (à l'exception du caoutchouc ou des matières plastiques) ; matières textiles fibreuses brutes ; câbles non métalliques ; matières d'emballage (rembourrage) ni en caoutchouc, ni en matières plastiques ; fibres textiles ; sacs pour le transport et l'emmagasinage de marchandises en vrac ; sacs ou sachets (enveloppes, pochettes) en matières textiles pour l'emballage ;
- **23** Fils à usage textile ; fils élastiques à usage textile ; fils de caoutchouc à usage textile ; fils de verre à usage textile ; laine filée ; soie filée ;
- **24** Tissus ; couvertures de lit ; tissus à usage textile ; tissus élastiques ; velours ;

- linge de lit ; linge de maison ; linge de table non en papier ; linge de bain (à l'exception de l'habillement) ;
- **25** Vêtements, chaussures, chapellerie ; chemises ; vêtements en cuir ou en imitation du cuir ; ceintures (habillement) ; fourrures (vêtements) ; gants (habillement) ; foulards ; cravates ; bonneterie ; chaussettes ; chaussons ; chaussures de plage, de ski ou de sport ; sous-vêtements ;
 - **26** Dentelles et broderies, rubans et lacets ; boutons, crochets et oeillets, épingles et aiguilles ; plantes et fleurs artificielles ; articles de mercerie (à l'exception des fils) ; passementerie ; perruques ; attaches ou fermetures pour vêtements ; articles décoratifs pour la chevelure ;
 - **27** Tapis, paillassons, nattes, linoléum et autres revêtements de sols ; tentures murales non en matières textiles ; carpettes ; papiers peints ; tapis de gymnastique ; tapis pour automobiles ; gazon artificiel ;
 - **28** Jeux, jouets ; commandes pour consoles de jeu ; décorations pour arbres de Noël ; arbres de Noël en matières synthétiques ; appareils de culture physique ou de gymnastique ; attirail de pêche ; balles ou ballons de jeu ; tables, queues ou billes de billard ; jeux de cartes ou de table ; patins à glace ou à roulettes ; trottinettes (jouets) ; planches à voile ou pour le surf ; raquettes ; raquettes à neige ; skis ; rembourrages de protection (parties d'habillement de sport) ; maquettes (jouets) ; figurines (jouets) ;
 - **29** Viande, poisson, volaille et gibier ; extraits de viande ; fruits et légumes conservés, congelés, séchés et cuits ; gelées, confitures, compotes ; oeufs, lait et produits laitiers ; huiles et graisses comestibles ; graisses alimentaires ; beurre ; charcuterie ; salaisons ; crustacés (non vivants) ; conserves de viande ou de poisson ; fromages ; boissons lactées où le lait prédomine ;
 - **30** Café, thé, cacao, sucre, riz, tapioca, sagou, succédanés du café ; farine et préparations faites de céréales, pain, pâtisseries et confiseries, glaces alimentaires ; miel, sirop de mélasse ; levure, poudre pour faire lever ; sel, moutarde ; vinaigre, sauces (condiments) ; épices ; glace à rafraîchir ; sandwiches, pizzas ; crêpes (alimentation) ; biscuits ; gâteaux ; biscottes ; sucreries ; chocolat ; boissons à base de cacao, de café, de chocolat ou de thé ;
 - **31** Produits agricoles, horticoles et forestiers ni préparés, ni transformés ; animaux vivants ; fruits et légumes frais ; semences (graines), plantes et fleurs naturelles ; aliments pour les animaux ; malt ; gazon naturel ; crustacés vivants ; appâts vivants pour la pêche ; céréales en grains non travaillés ; arbustes ; plantes ; plants ; arbres (végétaux) ; agrumes frais ; bois bruts ; fourrages ;
 - **32** Bières ; eaux minérales et gazeuses ; boissons à base de fruits et jus de fruits ; sirops et autres préparations pour faire des boissons ; limonades ; nectars de fruit ; sodas ; apéritifs sans alcool ;
 - **33** Boissons alcoolisées (à l'exception des bières) ; cidres ; digestifs (alcools et liqueurs) ; vins ; spiritueux ;
 - **34** Tabac ; articles pour fumeurs ; allumettes ; cigares ; cigarettes ; papier à cigarettes ; pipes ; briquets pour fumeurs ; boîtes ou étuis à cigares ; boîtes ou étuis à cigarettes ; cendriers pour fumeurs ; cigarettes électroniques ;
 - **37** Construction ; informations en matière de construction ; conseils en construction ; supervision (direction) de travaux de construction ; maçonnerie ; travaux de plâtrerie ou de plomberie ; travaux de couverture de toits ; services d'isolation (construction) ; démolition de constructions ; location de machines de chantier ; nettoyage de bâtiments (ménage), d'édifices (surfaces extérieures) ou de fenêtres ; nettoyage ou entretien de véhicules ; assistance en cas de pannes de véhicules (réparation) ; désinfection ; dératisation ; nettoyage de vêtements ;

rénovation de vêtements ; entretien, nettoyage et réparation du cuir ou des fourrures ; repassage du linge ; travaux de cordonnerie ; rechapage ou vulcanisation (réparation) de pneus ; installation, entretien et réparation d'appareils de bureau ; installation, entretien et réparation de machines ; installation, entretien et réparation d'ordinateurs ; entretien et réparation d'horlogerie ; réparation de serrures ; restauration de mobilier ; construction navale ;

- **39** Transport ; emballage et entreposage de marchandises ; organisation de voyages ; informations en matière de transport ; services de logistique en matière de transport ; distribution de journaux ; distribution des eaux, d'électricité ou d'énergie ; distribution (livraison de produits) ; remorquage ; location de garages ou de places de stationnement ; location de véhicules ; transport en taxi ; réservation de places de voyage ; entreposage de supports de données ou de documents stockés électroniquement ;
- **40** Sciage ; couture ; imprimerie ; informations en matière de traitement de matériaux ; services de broderie ; soudure ; polissage (abrasion) ; rabotage ; raffinage ; meulage ; meunerie ; services de gravure ; galvanisation ; services de dorure ; étamage ; services de teinturerie ; retouche de vêtements ; traitement de tissus ; services de reliure ; services d'encadrement d'oeuvres d'art ; purification de l'air ; vulcanisation (traitement de matériaux) ; décontamination de matériaux dangereux ; production d'énergie ; tirage de photographies ; développement de pellicules photographiques ; sérigraphie ; services de photogravure ; soufflage (verrerie) ; taxidermie ; traitement des déchets (transformation) ; tri de déchets et de matières premières de récupération (transformation) ; recyclage d'ordures et de déchets ;
- **41** Éducation ; formation ; divertissement ; activités sportives et culturelles ; informations en matière de divertissement ou d'éducation ; recyclage professionnel ; mise à disposition d'installations de loisirs ; publication de livres ; prêt de livres ; production et location de films cinématographiques ; location d'enregistrements sonores ; location de postes de télévision ; location de décors de spectacles ; montage de bandes vidéo ; services de photographie ; organisation de concours (éducation ou divertissement) ; organisation et conduite de colloques, conférences ou congrès ; organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs ; réservation de places de spectacles ; services de jeu proposés en ligne à partir d'un réseau informatique ; service de jeux d'argent ; publication électronique de livres et de périodiques en ligne ; micro-édition ;
- **42** Evaluations et estimations dans les domaines scientifiques et technologiques rendues par des ingénieurs ; recherches scientifiques et techniques ; conception et développement d'ordinateurs et de logiciels ; recherche et développement de nouveaux produits pour des tiers ; études de projets techniques ; architecture ; décoration intérieure ; élaboration (conception), installation, maintenance, mise à jour ou location de logiciels ; programmation pour ordinateur ; analyse de systèmes informatiques ; conception de systèmes informatiques ; consultation en matière de conception et de développement d'ordinateurs ; numérisation de documents ; logiciel-service (SaaS) ; informatique en nuage ; conseils en technologie de l'information ; hébergement de serveurs ; contrôle technique de véhicules automobiles ; services de conception d'art graphique ; stylisme (esthétique industrielle) ; authentification d'oeuvres d'art ; audits en matière d'énergie ; stockage électronique de données ;
- **43** Services de restauration (alimentation) ; hébergement temporaire ; services de bars ; services de traiteurs ; services hôteliers ; réservation de logements temporaires ; crèches d'enfants ; mise à disposition de terrains de camping ; maisons de retraite pour personnes âgées ; pensions pour animaux ;

- **44** Services d'agriculture, d'horticulture et de sylviculture ; services médicaux ; services vétérinaires ; soins d'hygiène et de beauté pour êtres humains ou pour animaux ; assistance médicale ; chirurgie esthétique ; services hospitaliers ; maisons médicalisées ; maisons de convalescence ou de repos ; services d'opticiens ; services de médecine alternative ; salons de beauté ; salons de coiffure ; toilettage d'animaux ; jardinage ; services de jardinier-paysagiste.

ANNEXE II
Charte graphique

Le logo national

Esprit
PARC
NATIONAL

- **Le logo national**

> est utilisé pour la communication nationale interparcs. Par exception, il peut être utilisé sur un produit après autorisation du Comité de gestion des marques.

Déclinaison par parc national

• Les couleurs

- > la couleur de la typographie *Espirit parc national* est fixe.
- > la couleur du cartouche est la couleur identitaire de chaque parc national.
- > les couleurs sont données pour une impression quadri, une utilisation RVB ou un code hexadécimal.



> Quadri : C 100% M 80%
> RVB : R0 V20 B137
> Hexadécimal # 001489



> Quadri : C 100 % J 20%
> RVB : R0 V142 B170
> Hexadécimal # 008EAA



> Quadri : C 100% J 55%
> RVB : R0 V150 B94
> Hexadécimal # 00965E



> Quadri : M 50% J 100%
> RVB : R237 V139 B0
> Hexadécimal # ED8800



> Quadri : C 60% + M 100%
> RVB : R152 V29 B151
> Hexadécimal # 981D97



> Quadri : C 60% J 90%
> RVB : R67 V176 B42
> Hexadécimal # 43B02A



> Quadri : M 100%
> RVB : > R225 V0 B152
> Hexadécimal # E10098



> Quadri : M98% J 75% N22%
> RVB : > R234 V170 B0
> Hexadécimal # AF272F



> Quadri : C 92% J 88% N50%
> RVB : R4 V106 B56
> Hexadécimal #046A38



> Quadri : C 100% M 25% J 0% N 15%
> RVB : R0 V125 B186
> Hexadécimal #007DBA

> les fichiers numériques sont fournis au format .ai pour les professionnels et sont également disponibles dans plusieurs formats .jpg en basse et haute définition. Ils ne doivent en aucun cas être modifiés.

Éléments de conception : un symbole fort d'adhésion à l'esprit des parcs nationaux

Ce logo associe des univers typographiques et visuels évoquant deux points forts des parcs nationaux : le sensible et l'authentique.

- **Le «E» manuscrit**

- > reflète l'aspect émotionnel et sensible lié à l'essence même du mot «Esprit». Il apporte ce caractère particulièrement enveloppant, spontané et vivant, intrinsèque à la nature. Il rappelle aussi la «spirale de vie» de l'emblème des parcs nationaux. La ligature du «E» avec le reste du mot, permet de suggérer, in fine, la notion de lien, prépondérante dans la philosophie de la marque.

- **Le socle institutionnel**

- > « Parc national » reprend la typographie Sabon du logo des Parcs nationaux.

- **Le cartouche**

- > il est un élément commun à tous les parcs nationaux, il contribue à créer l'unité graphique.

- **La dénomination du Parc national et la couleur de fond du cartouche**

- > elles permettent la territorialisation de la marque pour renforcer son impact.

L'ensemble constitue une « griffe commerciale » propre à la marque collective des parcs nationaux de France

