



**Le Règlement d'usage générique  
de la marque a évolué**

**En pratique, qu'est-ce qui change ?**

**Note technique n°2  
Bénéficiaires de la marque**

Nov. 2022

Depuis le début du mois de Novembre, un nouveau Règlement d'usage générique de la marque Végétal local est enregistré à l'INPI (Institut National de la Propriété Industrielle).

Proposées en Comité de gestion de la marque, les modifications ont été débattues puis adoptées par décision de l'OFB en juillet 2022.

Les principaux changements du texte sont présentés ci-dessous. Pour voir l'ensemble de ces modifications, se reporter au nouveau Règlement : [https://www.vegetal-local.fr/sites/default/files/2022-11/Reglement\\_V%C3%A9g%C3%A9talocal\\_OFB\\_juillet22.pdf](https://www.vegetal-local.fr/sites/default/files/2022-11/Reglement_V%C3%A9g%C3%A9talocal_OFB_juillet22.pdf)

## Les principaux changements

### Sur l'objet de la marque (page 3 - §2)

→ **Objectif** : Spécifier l'attribution à un **bénéficiaire** sur la base d'une liste d'espèces et de région(s).

**Avant** : « Ce sont les végétaux qui sont attributaires de la Marque, par espèce et par Région d'origine et d'utilisation ».

**Aujourd'hui** : « La Marque est conférée à un **Bénéficiaire** (personne physique ou morale), sur la base d'une **liste d'espèces végétales** (espèces attributaires), pour **une ou des régions d'origine** données. »

### Sur le Comité de gestion de la marque (page 4 - §3.1)

→ **Objectif** : Détailler son **organisation**, permettre la création d'une instance spécifique.

**Avant** : « L'instance qui analyse les candidatures et émet un avis à destination du Directeur Général de l'AFB [...] Le CGM fixe les conditions d'entrée des Candidats à celle-ci, vis-à-vis des critères requis dans le présent Règlement et dans le référentiel technique associé ».

**Aujourd'hui** : « L'instance qui **émet un avis** à destination du Propriétaire [...]. Le rôle, les compétences et la composition du CGM sont fixés dans son **Règlement Intérieur** publié au recueil des actes administratifs du Propriétaire. Il se réunit à minima 2 fois par an et une séance par an est réservée aux attributions et aux renouvellements de contrats. Une **instance désignée par le CGM** sera mise en place **pour gérer** dans le courant de l'année et avec réactivité les **précontentieux, contentieux et urgences**. [...] »

### Sur la prise en compte des hybrides de la marque (page 5 - §3.2)

→ **Objectif** : Clarifier le **statut des hybrides** pour la marque.

**Avant** : « Les hybrides naturels résultant du croisement de deux espèces de la flore sauvage indigène, [...] peuvent bénéficier de la Marque ».

**Aujourd'hui** : « Les hybrides naturels résultant du croisement de deux espèces attributaires de la Marque pour une même région d'origine pourront être commercialisés en étant désignés par le nom des deux parents marqués. **Les noms d'hybrides ne seront pas gérés directement** dans [...] la Marque. »

### Sur la production en dehors de la région d'origine du végétal (page 6 - §3.4)

→ **Objectif** : **Permettre** la production, hors de la région d'origine, de **plants d'herbacées** avant floraison.

**Avant** : Le RUG ne donnait aucune précision

**Aujourd'hui** : « Dans certains cas spécifiques, et sur **demande préalable** [...], certaines productions de végétaux pourront avoir lieu en dehors de leur Région d'origine [...] : la production de plants herbacés avant floraison ».

### Sur les modalités de candidature (page 6 - §4)

→ **Objectif** : **Permettre** la **candidature en ligne** sur une **session annuelle** annoncée à l'avance.

**Avant** : Pas de période de candidature précise et candidature papier.

**Aujourd'hui** : « Le Candidat à l'attribution de la Marque devra remplir un **dossier de candidature accessible sur le site Internet** de la Marque [...]. La **période annuelle d'ouverture** des candidatures sera mentionnée à l'avance sur le site internet de la Marque [...] Le secrétariat de la Marque se réserve le droit de **limiter** à chaque session de candidature, le nombre de dossiers de candidature complets pris en compte, **en fonction des capacités d'accueil de la Marque à de nouveaux candidats**. [...] les dossiers retenus seront les premiers dossiers complets déposés sur le site. Les dossiers de candidature sont examinés par le secrétariat de la Marque pour vérifier leur complétude. »

### Sur l'attribution de la marque et les obligations annuelles des bénéficiaires (page 8 - §5)

→ **Objectif** : **Faciliter la demande en ligne d'espèces pour les bénéficiaires** (limitant la production d'avenants).

**Avant** : Le contrat comprend la liste des espèces et régions travaillées par le bénéficiaire. Pas de déclaration annuelle. Un avenant est nécessaire à chaque nouvelle espèce acceptée pour le bénéficiaire.

**Aujourd'hui** : « [...] le Contrat d'engagement [...] **détaillant en annexe la liste des espèces, Régions d'origine et types de végétaux** considérés.»

« Chaque année, pendant une période définie par avance sur le site internet de la Marque, les **obligations du bénéficiaire** seront les suivantes : **vérifier, et si besoin ajuster, la liste des espèces marquées dans son dossier en ligne** c'est-à-dire conserver uniquement actives les espèces qu'il a prévu de commercialiser dans l'année à venir [...] ; **demande si nécessaire des espèces complémentaires** [...] ; **déclarer** chaque année sur le site Internet de la Marque les **stocks et quantités vendues** des espèces marquées et actives. [...] ; »

« Pour utiliser la Marque pour de **nouvelles activités** (collecte et/ou production) ou **Régions d'origine**, le Bénéficiaire doit transmettre au secrétariat de la Marque, une demande d'attribution du droit d'usage de la Marque, précisant l'ensemble des activités et régions prévues. Le secrétariat de la Marque les traitera au cas par cas et les Bénéficiaires concernés seront susceptibles d'audit ».

→ **Il n'y aura plus de production d'avenant au contrat pour toute espèce supplémentaire demandée par le bénéficiaire : la liste des espèces attributaires pour ce bénéficiaire sera la liste des espèces qu'il a choisi d'activer sur le site internet.**

## Sur les modalités d'usage de la marque (pages 9-10 - §6)

→ **Objectif** : Exiger plus de **précisions** dans l'usage du **logo** et de la **marque** et la mention de la **région**

**Avant** : L'affichage de la marque exigé ne précise pas systématiquement la nécessité d'afficher la région d'origine.

**Aujourd'hui** : « L'usage de la Marque sur les points de vente, les documents de commercialisation (devis, bon de livraison et si possible facture) et les sites de vente en ligne des Bénéficiaires doit permettre de désigner sans ambiguïté ni équivoque **les végétaux attributaires et la Région d'origine associée**. Pour ce faire, les Bénéficiaires s'engagent, notamment par l'emploi et la disposition d'une signalétique claire (incluant à minima **logo ou mention de la Marque en toutes lettres et Région d'origine**) sur les points de vente (pancarte, affiche, étiquette ou tout autre moyen d'information et de communication) et sur leur site de vente en ligne, à éviter tout risque de confusion entre les végétaux issus d'entreprises Bénéficiaires et de celles qui ne le sont pas. De même, le Bénéficiaire s'engage à **éviter tout risque de confusion entre ses végétaux attributaires de la Marque et ceux qui ne le sont pas**. »

« Apposer la Marque (logo ou mention en toutes lettres) **accompagnée de la mention de la Région d'origine considérée sur tout document informatif (catalogue, devis...)** et **bon de livraison** (ainsi que **facture** si possible) (voir annexe 1 du présent Règlement) de manière à ce que la référence à la Marque soit perçue sans ambiguïté comme une marque collective stipulant l'origine locale des végétaux et leur caractère sauvage ».

## Sur la durée des contrats d'engagement à la marque (page 11 - §8)

→ **Objectif** : **Harmoniser les dates de fin de contrat à la fin de l'année**

**Avant** : « Le droit d'usage [...] est conféré au Bénéficiaire à compter de la date la signature du Contrat [...], pour une durée de six ans ».

**Aujourd'hui** : « Le droit d'usage de la Marque est conféré au Bénéficiaire à compter de la date la signature du Contrat d'engagement par le Propriétaire, **pour une durée courant jusqu'au 31 décembre de l'année n+6**. »

## Sur le contrôle des bénéficiaires (page 12 - §9)

→ **Objectif** : **Permettre le contrôle sur les espèces actives pour chaque bénéficiaire**

**Avant** : Les espèces auditées sont les espèces listées au contrat d'engagement ou au dernier avenant à ce contrat.

**Aujourd'hui** : « La liste des espèces en stock, en production ou vendues pour une année n devra être cohérente avec les déclarations faites par le Bénéficiaire cette même année sur le site internet. Toute absence de déclaration annuelle sur le site internet signifie que ce sont les espèces et région(s) d'origine déclarées au contrat d'engagement qui font foi ».



une marque de l'Office français de la biodiversité

La marque a été créée par un collectif d'acteurs de l'environnement en réponse à un appel à projet du ministère de l'écologie et déposée en janvier 2015 à l'INPI. Elle s'inscrit dans la stratégie nationale pour la biodiversité. Elle est aujourd'hui une marque collective de l'OFB. Elle est co-animée par :

