



## Projet OENOMED

« Qualification et Promotion des filières viti-vinicoles  
des Aires Protégées de la Méditerranée »

Règlement d'usage  
Reservin ®



*Juin 2023*



## Règlement d'usage de la marque Reservin ®

### Liste des acronymes

- *CNSPBA-UTICA : Chambre Nationale Syndicale des Producteurs des Boissons Alcoolisées - Union Tunisienne de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat*
- *PRCR : Parc Régional des Châteaux Romains du Latium*
- *AOCL : Appellation d'Origine Contrôlée du Languedoc*
- *UVL : Union Viticole du Liban*
- *INNORPI : Institut National de la Normalisation et de la Propriété Industrielle*
- *OMPI : Organisation Mondiale de Propriété Intellectuelle*
- *Charte locale : Charte Locale « viticulture innovante des aires protégées » développée par le partenaire scientifique du pays en question : Charte locale Tunisienne par ISA CM, Charte locale Italienne par CREA, Charte locale française par INRAE et Charte locale libanaise par ESIAM*
- *ISA CM : Institut Supérieur d'Agriculture à Chott Meriem en Tunisie*
- *CREA : Conseil pour la recherche agricole et l'analyse de l'économie agricole - Centre de Recherche en Viticulture et Œnologie*
- *INRAE : Institut National de Recherche pour l'Agriculture, l'Alimentation et l'Environnement*
- *ESIAM : École Supérieure d'Ingénieurs d'Agronomie Méditerranéenne*
- *Partenariat : les 11 partenaires du projet OENOMED*
- *PPs : partenaires de projet (membres du partenariat)*



## ***I- Contexte***

Le projet OENOMED, acronyme de Qualification et Promotion des filières viti-vinicoles des Aires Protégées de la Méditerranée est un projet cofinancé de l'Union Européenne, dans le cadre du programme IEV CTF Med.

Il vise à qualifier et promouvoir les MPME du secteur viticole dans les aires protégées méditerranéennes en renforçant le caractère unique de ces territoires et en favorisant l'adoption de technologies vertes, de pratiques commerciales durables et de stratégies commerciales conjointes.

Le projet a pour objectifs spécifiques les suivants :

➤ Soutien aux MPME dans la mise en œuvre de solutions technologiques et organisationnelles durables en mesure d'améliorer l'efficacité, la qualité et la durabilité de la production.

➤ Soutien aux MPME pour construire des réseaux d'entreprises méditerranéennes de la filière vitivinicole, par la mise en place de stratégies commerciales communes et en profitant des réseaux environnementaux des Aires Protégées.

Le projet OENOMED ambitionne de réaliser les résultats suivants :

➤ Les MPME vitivinicoles élargiront leur marché en étroite synergie avec les aires protégées impliquées dans le projet et généreront un impact à long terme et durable en créant un nouveau label de qualité et des réseaux commerciaux. Les ventes des MPME augmenteront par conséquent, offrant ainsi des opportunités constantes de croissance commerciale et de création d'emplois.

➤ Un autre résultat du projet sera l'impact positif sur la vie économique et environnementale des aires protégées en démontrant qu'associer protection de l'environnement et développement des affaires est loin d'être incompatible.

Le projet OENOMED prévoit d'avoir les réalisations suivantes :

➤ Chartes locales et méditerranéennes sur « la viticulture innovante dans les aires protégées » signées par 40 MPME

➤ Services de conseil fournis à 40 MPME pour la mise en œuvre des chartes locales et des campagnes de promotion

➤ Mémoire d'accord sur les plans d'action locaux « Définir les vignobles du futur » signé par 12 MPME

➤ Création d'un nouveau label de qualité « Vin des aires protégées méditerranéennes »

➤ 30 MPME participant à foires internationales du vin avec des stands « Vins des aires protégées »

➤ Organisation de rencontres business-to-business pour mettre en relation les producteurs de vin avec les acheteurs et distributeurs internationaux



➤ Au moins 32 MPME soutenues financièrement pour développer la production de vin durable dans les espaces protégées et mettre en œuvre des campagnes de marketing

## ***II-Objectif du règlement d'usage***

- Décrire les conditions nécessaires pour l'obtention de la marque Reservin par les MPME bénéficiaires
- Définir et décrire les relations, notamment les rôles et les responsabilités de BEN, des PPs professionnels et des bénéficiaires du projet en lien avec l'accès et la gestion de la marque Reservin
- Mettre en place toutes les étapes et les livrables nécessaires pour assurer la traçabilité du produit depuis le viticulteur
- Mettre au clair les avantages accompagnant la marque Reservin pour les MPME qui en bénéficient à savoir :
  - La marque avec ses signes distinctifs et les conditions d'application de ces derniers
  - La stratégie Marketing de la marque Reservin
  - Le site Web pour assurer la visibilité et la mise en relation des bénéficiaires avec les réseaux BtoB

## ***III- Champs d'intervention du projet OENOMED***

Le champ d'intervention du projet OENOMED couvre les MPME de vitiviniculture située dans ou dans la périphérie des Aires protégées du projet appelées communément Zones pilotes qui sont :

- *Le Mont Boukornine en Tunisie*
- *Le Parc Régional des Châteaux Romains dans la région du Latium en Italie*
- *Le Bassin de Thau et le Minervois en France*
- *La Réserve Biosphère al Shouf au Liban*

Sont ajoutées à ces Zones pilotes les Zones futures du projet définies par les partenaires scientifiques ISACM, CREA, INRAE et ESIAM respectivement en lien avec les Aires protégées constituant les Zones pilotes du projet.

## ***IV- Les enjeux de la labellisation des produits de la vitiviniculture durable :***

La vitiviniculture durable apporte une importante valeur ajoutée en termes d'emploi et de respect de l'environnement. Cependant, celle-ci continue à souffrir d'innombrables problèmes liés essentiellement à :

- L'effet des changements climatiques sur le rendement
- Changements climatiques et leurs impacts sur les équilibres écologiques et les rendements viticoles
- Manque de sensibilisation des organisations et de l'écosystème professionnel aux problématique environnementales



- Faibles moyens d'action vu le coût plus élevé de la production durable comparée à la production conventionnelle
- Surexploitation des richesses naturelles.
- Manque de connaissance sur la biodiversité vitivinicole.
- Pollution.
- Difficultés d'accès aux marchés.

Cette situation défavorable de la vitiviniculture méditerranéenne notamment car la viticulture et la société y sont dans l'urgence climatique. D'où il est nécessaire de s'adapter et atténuer, vu que la méditerranée et ses vignobles sont bien aux avant-postes. Or, ces mesures de durabilité cadrant dans l'adaptation et l'atténuation appellent le développement de possibilités de reconnaissance par les consommateurs et pouvoirs publics d'une qualité liée à la durabilité<sup>1</sup>.

Cette situation a suscité à penser à un mécanisme qui favorise la mise en place de pratiques vitivinicoles durables gratifiées par la labellisation de ses produits. En effet, la labellisation est considérée comme une preuve de la haute qualité d'un produit ainsi que son respect d'un certain nombre de conditions ; cette étiquette ou marque spéciale créée par un organisme public ou privé et posée sur un produit destiné à la vente certifie que l'origine, les conditions de culture et de transformation d'un produit sont conformes aux normes préétablies.

L'analyse économique montre que la labellisation est une certification susceptible d'influencer les décisions d'achat et d'améliorer la rémunération des vignerons qui adoptent certaines pratiques responsables (Revue d'Études en Agriculture et Environnement, 2013).

Les principaux objectifs de la labellisation des produits de la vitiviniculture durable sont

- Promouvoir les produits de la vitiviniculture durable
- Contribuer à l'amélioration de la traçabilité et de la vitiviniculture.
- Contribuer à l'amélioration de la gestion des ressources naturelles lors de la production vitivinicole.
- Mettre en avant la valeur et la plus-value environnementale des aires protégées
- Valoriser le patrimoine culturel et naturel ainsi que le savoir-faire des vignerons labellisés Reservin.
- Accroître l'image de marque des vins produits à travers des pratiques vertueuses.
- Améliorer les revenus et la rentabilité de la vitiviniculture durable.

---

<sup>1</sup> Les vins d'appellation vont-ils disparaître ou renaître avec le changement climatique ?

<https://www.inrae.fr/actualites/vins-dappellation-vont-ils-disparaitre-ou-renaitre-changement-climatique>



- Promouvoir les produits issus de la vitiviniculture durable à travers des actions promotionnelles, la participation à des foires et des salons.
- Améliorer l'accès au marché et l'export des vins durables à travers un site web de prise de commande destiné aux BtoB.

### **1. Les enjeux de la qualité liée à la durabilité :**

La qualité des aliments est un concept vaste réunissant de nombreuses dimensions. Elles sont liées par le fait qu'elles correspondent de manière générale au besoin et/ou à l'attente du consommateur. La norme ISO 9000 :2000 en donne par exemple une définition large : « la qualité est l'ensemble des propriétés et caractéristiques d'un produit, d'un processus ou d'un service qui lui confèrent son aptitude à satisfaire des besoins implicites ou explicites ». Certains produits alimentaires et agricoles présentent des caractéristiques de qualité spécifiques, qui peuvent les rendre appréciés par les consommateurs en raison de la particularité de leur lieu de production et de leur environnement naturel et humain. On appelle ces produits : produits d'origine ou produits de terroir, ils peuvent être différenciés et identifiés par des signes de qualité liée à l'origine telles que les Appellations d'Origine (AO) ou les Indications Géographiques (IG). Les produits de qualité spécifique présentent des caractéristiques communes :

- ✓ *Ils sont issus d'une démarche volontaire pour différencier le produit et répondre à une attente particulière ;*
- ✓ *Leurs attributs spécifiques sont définis dans un cahier des charges ou norme ;*
- ✓ *Leur différenciation suppose une information du consommateur sur ces attributs, grâce à un label, signe de qualité etc.*
- ✓ *Le respect de la norme doit être garanti grâce à un système de vérification ou de certification.*

### **2. Intérêt des Signes de Qualité liés à l'Origine :**

Les Signes de Qualité liés à l'Origine SQO sont des signes distinctifs qui associent les produits de qualité et de renommée à leur lieu de production. Les SQO différencient le produit d'origine des autres produits concurrents sur le marché. Cette différenciation permet une meilleure valorisation économique grâce à un prix de vente plus élevé. La condition fondamentale est que la qualité, la réputation ou d'autres caractéristiques spécifiques du produit soient liées à son origine géographique, en vertu par exemple du climat, du savoir-faire ou d'autres connaissances profondément enracinées dans un territoire donné. Les SQO permettent d'identifier des produits de qualité qui sont le fruit d'interactions entre le produit, le territoire dont il est issu et les acteurs locaux de ce territoire (agriculteurs, vignerons, terroir, gastronomie locale, consommateurs ...). Les signes de qualité spécifique ont pour point commun qu'ils constituent une démarche volontaire de la part des producteurs.



Plusieurs indications géographiques ont été réalisés dans le monde sur les produits d'origine agricoles. L'identification du potentiel de ces produits a été réalisée grâce à différentes activités : évaluation de la notoriété des produits, de leur spécificité, inventaires des bonnes pratiques culturelles mises en œuvre et participant à la spécificité... Ces étapes ont permis ensuite de rédiger les cahiers des charges et de délimiter l'aire géographique de ces produits.

La vitiviniculture, dans les aires protégées de la méditerranée identifiées comme zones pilotes du projet est une activité ancestrale et le marché est caractérisé par une grande variété de gammes consommées (rouge, blanc, rosé, mousseux, etc.) et de produits dont la diversité provient principalement de la diversité des terroirs et des cépages et du savoir-faire local.

Au fil des années, le consommateur est devenu de plus en plus exigeant quant à la traçabilité et les informations concernant les vins consommés. Un signe de qualité "Reservin" avec une indication géographique « Vins des Aires Protégées de la Méditerranée » permettra aux consommateurs de reconnaître l'origine et la qualité des vins labellisés Reservin et les acheter avec plus de confiance et de facilité.

Les produits de Reservin seront produits via des pratiques culturelles durables détaillées dans la charte locale et stipulant l'origine et la traçabilité du raisin, la qualité du vin (les meilleures gammes de chaque vigneron), la préservation des ressources naturelles (Exp. l'eau, le sol, les paysages, la biodiversité, les ressources patrimoniales, etc.), la gestion de l'énergie (GE), la gestion des déchets (GD), la gestion des cépages favorisant les cépages autochtones, etc.

Ceci permettra de garantir la durabilité et la notoriété des vins. Le signe de qualité « Reservin » sera à la fois un moyen de valoriser le patrimoine culturel et les ressources naturelles dans lesquels s'inscrivent les MPME bénéficiaires du projet signataires de la charte, ainsi qu'une opportunité pour avoir de meilleurs prix de vente, une possibilité de s'organiser collectivement, à l'échelle des quatre pays du partenariat, de façon inédite, afin de faire face au marché et d'avoir une reconnaissance de la qualité.

### **3. Développement d'Indications Géographiques durables au niveau local**

La promotion des produits de la vitiviniculture durable des aires protégées, zones pilotes du projet, peut être à la base d'un processus de développement durable basé sur un cercle vertueux de qualité : la valorisation de leur qualité liée à l'origine peut générer des effets positifs en termes économiques, sociaux et environnementaux. En outre, ces effets peuvent être renforcés au fil du temps par la préservation même des ressources naturelles et culturelles. A partir de la prise de conscience du potentiel des ressources naturelles et culturelles, les bénéficiaires du projet, MPME signataires de la charte, peuvent s'engager de développer la marque de durabilité Reservin afin de capitaliser sur la stratégie marketing de la marque et créer de la valeur tout en préservant les milieux naturels et en s'adaptant aux changements climatiques. La valorisation économique provient de la reconnaissance du produit par les consommateurs et sur les marchés concernés ; elle peut être renforcée par la



reconnaissance officielle et la protection juridique de l'IG dans le moyen et le long terme. La durabilité de ce système de production et de promotion des produits de la vitiviniculture durable des aires protégées de la méditerranée dépendra à la fois de la rémunération par le marché et de la stabilité des ressources naturelles, très compromises par les changements climatiques.

#### **4. Label, Marque ou Marque collective "RESERVIN" :**

##### ***a- Définition d'un Label :***

Un label est un système de valorisation d'un produit qui garantit au consommateur le respect de certains critères (qualitatifs, environnementaux, sociaux...). Afin d'être repérable, le label se matérialise par des signes distinctifs (nom, logo, slogan, etc.).

Il est élaboré par un organisme public et délivré suite à la demande de l'ONG ou l'entreprise privée pour un produit ou un service donné répondant aux critères nécessaires. Nous citons l'exemple de l'écolabel en Tunisie qui est un label écologique attribué par l'INNORPI à un produit/service susceptible de réduire certains impacts négatifs sur l'environnement en comparaison avec d'autres produits/services de la même catégorie.

##### ***b- Définition d'une Marque :***

La marque est un signe distinctif qui permet au consommateur de distinguer le produit ou le service d'une entreprise de ceux proposés par les entreprises concurrentes. La marque peut être matérialisée par un nom propre, un mot, une expression ou un symbole visuel, un slogan. Elle constitue un repère pour le consommateur et éventuellement une "garantie".

D'après l'INNORPI (Institut National de la Normalisation et de la Propriété Industrielle), la marque de fabrique, de commerce ou de service, est un signe visible susceptible de représentation graphique permettant de distinguer les produits offerts à la vente ou les services rendus par une personne physique ou morale.

##### ***c- Définition d'une Marque Collective :***

Une marque collective est une sorte de label de qualité qui permet de garantir la qualité d'un produit. Selon la loi tunisienne n°2001-36 relative à la protection des marques de fabrique, de commerce et de services, une marque est dite collective lorsqu'elle peut être exploitée par toute personne respectant un règlement d'usage établi par le titulaire de l'enregistrement. En Tunisie, pour enregistrer une marque collective, le titulaire doit soumettre directement à l'INNORPI les règlements ou autres documents régissant l'usage de la marque lorsque la Tunisie



est désignée dans un enregistrement international ou une désignation postérieure à l'enregistrement pour la protection d'une marque de certification, collective ou de garantie. Il est à noter qu'un représentant local est exigé.

***d- Un Label, une marque ou une marque collective Reservin pour la promotion de la vitiviniculture durable ?***

Une marque commerciale sous-entend l'a d'une licence de marque pour pouvoir l'utiliser et l'apposer sur un produit. Le label vient du secteur public, il est la propriété publique alors que la marque relève du secteur privé. La marque identifie le producteur du produit ou du service tandis que le label identifie une forme de certification de ce produit ou service ; le label est l'expression symbolique de cette certification. Le label est une référence absolue à la fois pour le producteur et pour le marché (revendeurs, consommateurs), il est décerné à des produits répondant à des normes de distinction. Le label est là pour garantir au consommateur des aspects essentiels du produit comme la qualité, la sûreté, l'écologie... La marque relève du marketing ; Elle est là pour donner une représentation graphique d'une personne physique ou morale dans le but de distinguer ses produits/services de ses concurrents.

En se basant sur la comparaison entre marque et label, une marque et plus précisément une marque collective " Reservin " est une solution volontaire et facile à adopter par les acteurs de OENOMED, notamment les MPME bénéficiaires du projet. Elle permettra aux consommateurs de reconnaître les vins produits dans les aires protégées et les zones limitrophes définies comme zones pilotes et de les acheter avec plus de confiance et de facilité.

- Les produits " Reservin " seront produits en respect des valeurs et principes communs suivants :
1. Préserver et valoriser les ressources patrimoniales qui fondent l'identité méditerranéenne : biodiversité, eau, sols et paysages, vestiges et sites historiques, composantes matérielles et immatérielles de l'activité vitivinicole ;
  2. Respecter le Guide de l'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV) sur la viticulture durable ;
  3. Favoriser les démarches de concertation locale entre acteurs liés à la viticulture et acteurs liés à la gestion des ressources patrimoniales considérées ;
  4. Favoriser la coopération entre les différents pays et communautés qui coexistent autour de la Méditerranée et peuvent partager ces enjeux ;
  5. Soutenir les actions innovantes qui contribuent au développement d'entreprises



vitivinicoles qui respectent et valorisent les ressources considérées.

• Les conditions techniques de durabilité déterminant à l'accès à Reservin selon la charte locale sont principalement liées à :

1-La préservation des ressources naturelles (Sol, Eau et Biodiversité) du terroir méditerranéen surtout aux alentours d'une réserve naturelle qui dans le cadre du projet OENOMED ;

2-La préservation des ressources Viticoles et Patrimoniales y compris le paysage, coutumes, produits ...) et Historiques de la région méditerranéenne en général et plus spécifiquement dans les zones pilotes du projet ;

3- L'application au vignoble de pratiques viticoles respectueuses de l'environnement (vertes) qui englobent :

- Gestion de la fertilité du sol (structure, microbiologie, teneur en éléments minéraux) ;
- Gestion des opérations de taille et des opérations en verts ;
- Gestion intégrée des mauvaises herbes ;
- Gestion intégrée des maladies ;
- Gestion de l'eau ;
- Gestion de la récolte et de la conservation.

4-La production de raisin et vin de haute qualité sanitaire, et ceci par l'application de pratiques agricoles vertes (IVM), c'est-à-dire de raisin exempt de résidus en pesticides et de maladies, et de vin dont la teneur des résidus en pesticides et en mycotoxine sont bien faibles ;

5- L'application de la protection individuelle de l'agriculteur

Ces critères permettront de garantir la durabilité des ressources naturelles et culturelles ainsi que la qualité et la durabilité du produit fini, à savoir le Vin des Aires protégées de la Méditerranée.

***e- Quelle structure de gouvernance pour la gestion de la marque collective « Reservin » ?***

Les institutions professionnelles dans le secteur de la vitiviniculture sont composées essentiellement de:

➤ Les syndicats de producteurs représentant à la fois les vigneron et les coopératives de production pour certains pays. Ils seront les principaux responsables pour la gestion des



conseils locaux de Reservin. Ils auront un rôle de décision.

➤ Seront représentés dans ce conseil les représentants administratifs locaux constituant les vis-à-vis institutionnels directs des professionnels. Ils auront un rôle de décision avec les institutions professionnelles.

➤ Participeront à ce conseil les représentants scientifiques qui participeront à l'évaluation du degré de respect des conditions techniques de durabilité déterminant selon la charte. Ils auront un rôle de conseil via le bilan biannuel qu'ils présenteront au conseil local. Les institutions scientifiques auront un rôle de conseil<sup>2</sup>.

C'est ainsi, avec leur composition mixte et intégrée, que les Conseils nationaux assurent l'exécution des missions répondant aux besoins de leurs adhérents, au besoin de développement de la filière vitivinicole de manière durable et au développement de Reservin.

#### ***f- Organisation de la marque collective « Reservin » :***

En se référant aux cadres juridiques des quatre pays du partenariat du projet OENOMED, la marque Reservin, doit avoir le caractère institutionnel volontaire et flexible pour les adhérents tout en présentant une organisation locale (par chaque pays) et internationale (pour les quatre pays du partenariat) permettant de regrouper tous les bénéficiaires et les partenaires du projet, à savoir les MPME (vignerons, viticulteurs, etc.), les partenaires professionnels, les partenaires administratifs et les partenaires scientifiques.

En se basant sur le fait que la marque relève du secteur privé, le tissu institutionnel et le régime juridique régissant l'activité de vitiviculture et de la promotion du vin en Tunisie, en Italie, en France et au Liban, ne permettent pas à une institution gouvernementale d'assurer la gouvernance de la marque collective « Reservin ».

Ceci étant, le choix de la structure de gouvernance de la marque collective Reservin se trouve alors limité à une association ou un GIE. Compte tenu du caractère solidaire absolu des GIE, cette dernière possibilité serait à écarter également.

Il paraît clairement que la structure d'association gérée par les partenaires professionnels principalement est celle qui convient au mieux aux concept et principes de la marque collective Reservin.

---

<sup>2</sup> Ce mode de gouvernance s'applique sur deux pays du partenariat qui sont la Tunisie et le Liban. En France et en Italie, l'évaluation ne sera pas faite par les partenaires scientifique INRAE et CREA, mais assurée par les MPME elles-mêmes dans un esprit d'auto-contrôle et de responsabilité individuelle. L'INRAE et le CREA évalueront le niveau d'adéquation des chartes locales avec la réglementation et les bonnes pratiques en matière de viticulture durable.



Il est à noter qu'en raison de la propriété intellectuelle du concept Reservin et la nécessité d'avoir une structure qui peut gérer cette marque collective, les conditions de son utilisation doivent être fixées afin de garantir une protection juridique ; son retrait et les redevances qui en découlent ainsi que la commercialisation et le marketing de la vitiviniculture durable mis en place par le projet OENOMED.

- **Un modèle de gestion et de gouvernance<sup>3</sup> (Annexe 4)** fixera la relation entre les différents partenaires et bénéficiaires du projet en termes de rôles et de responsabilités.

Il fixera les modalités d'accès à Reservin et de son extension pour d'éventuelles nouvelles zones d'intervention (Nouvelles zones d'indication géographique) et de nouveaux bénéficiaires au-delà des bénéficiaires directs du projet OENOMED.

- Le modèle de gestion sera accompagné d'un document technique au nom de « **Checklist d'accès à Reservin** » (**Annexe 5**) qui définira les conditions techniques liés à la qualité, la traçabilité du produit de vitiviniculture durable, les prix de vente des produits, ainsi que les conditions liées à la commercialisation et au marketing liés à la stratégie commerciale et Marketing de Reservin.

Il est important de signaler que les checklists sont harmonisées d'un pays à un autre afin de préserver les grandes lignes techniques qui font l'unité et le caractère commun des produits Reservin, mais doivent être d'une souplesse pour refléter les spécificités de chaque pays qui sont illustrée dans la charte locale qui varie d'un pays à un autre.

- Les checklists donneront accès à **un règlement d'usage (le présent document)** et au **cahier des charges (Annexe 1)** qui autorise et régit l'utilisation du logo Reservin et du site web conformément aux exigences et aux procédures fixées par le cahier de charge.

Le cahier des charges sera à fournir aux MPME voulant bénéficier de la marque Reservin et de l'ensemble de ses avantages. Ces dernières le signeront afin de démontrer leur connaissance des différents exigences techniques relatives à la marque Reservin.

- **Un modèle de déclaration d'engagement d'utilisation de la marque (Annexe 2)** accompagne le Cahier des charges et sera également signé par les MPME ayant respecté les conditions techniques, commerciales et marketing. Cette déclaration suffira pour les MPME qui présentent toute la chaîne de production du vin, de la culture de la vigne jusqu'à la mise en bouteille et sa commercialisation. Elle fait office **d'autorisation d'utilisation** à utiliser le logo Reservin et sera signée par le représentant légal de la MPME, d'un côté, et du partenaire

---

<sup>3</sup> Dans un premier temps, un guide succinct de gestion et de gouvernance de la marque Reservin est à élaborer. Ce dernier sera développé dans les statuts de l'association à créer dans un pays à définir par le partenariat par le partenaire professionnel du pays choisi.



professionnel du pays en question, de l'autre côté.<sup>4</sup>

- Les MPME qui ne font que la vinification fourniront cette déclaration signée s'engageant sur les critères technique de la vinification, commerciaux et de marketing mais elles devront garantir la traçabilité de la matière première en intégrant les viticulteurs (MPME de l'amont). Ces MPME ne rempliront de la checklist que les parties relevant de leur périmètre d'action (critères techniques de la vinification, commerciales et marketing et tout autre critère applicable) tandis que les MPME de l'amont rempliront la partie technique relative à leurs activités (viticulture).

- **Un modèle de déclaration d'engagement à la marque collective Reservin par une MPME de l'amont à savoir les viticulteurs (Annexe 3)** accompagne le Cahier des charges et sera signé par les MPME ayant fourni les conditions techniques relatives à la charte locale. Cette déclaration servira aux MPME qui ne présentent pas toute la chaîne de production du vin de garantir un engagement relatif à la traçabilité du produit fini. Ces MPME ne rempliront de la checklist que la première partie (**Annexe 5**). Ce document sera signé par le représentant légal des deux MPME qui constituent la chaîne de production vitivinicole.

***g- Procédure de dépôt de la marque collective « Reservin » :***

Le système de Madrid concernant l'enregistrement international des marques est régi par l'Arrangement de Madrid, conclu en 1891, et le Protocole relatif à cet Arrangement, conclu en 1989. Le système permet de protéger une marque dans un grand nombre de pays grâce à l'obtention d'un enregistrement international dont les effets s'étendent à chaque partie contractante désignée<sup>5</sup>.

Ainsi, un partenaire professionnel de Tunisie, de France ou d'Italie peut enregistrer la marque localement dans son pays, ensuite l'étendre vers les pays visés par la stratégie de la marque Reservin. Le Liban n'étant pas concerné par le système de Madrid pour non ratification de cet arrangement. <sup>6</sup>

Compte tenu de la situation du projet OENOMED, il est possible d'enregistrer la marque qu'en Tunisie ou en France afin de pouvoir l'étendre par la suite dans les pays visés.

Pour des considérations liées au coût d'enregistrement et à l'expertise en propriété intellectuelle, il serait conseillé d'enregistrer la marque en Tunisie pour l'étendre par la suite aux pays cibles.

---

<sup>4</sup> Pour l'Italie par le Parc Régional des Castelli Romani.

<sup>5</sup> <https://www.wipo.int/treaties/fr/registration/madrid/>

<sup>6</sup> En Italie la marque est déposée par le Parc Régional des Castelli Romani.



En droit tunisien relatif à la protection des marques tout comme les marques collectives (Loi 2001-36, du 17 avril 2001), la marque de fabrique, de commerce et de service est un signe visible susceptible de représentation graphique permettant de distinguer les produits offerts à la vente ou les services rendus par une personne physique ou morale.

– **Modalités d'enregistrement :**

Les pièces à fournir pour le dépôt ou le renouvellement d'une marque sont :

- *Cinq exemplaires de la marque (signes distinctifs et logo) ne dépassant pas 10 cm de côté.*
- *Une quittance de paiement des redevances de dépôt à l'INNORPI.*
- *Une liste des produits et/ou services pour lesquels la marque sera utilisée : produits de la vitiviniculture durable, vin pour le cas du projet.*
- *Un pouvoir, le cas échéant pour le mandataire. Le pouvoir du mandataire doit spécifier l'étendue du mandat. Sauf stipulations contraires, ce pouvoir d'étend à tous les actes affectant la marque, y compris les notifications, sauf les cas de retrait ou de renonciation au dépôt auxquels un pouvoir spécial doit obligatoirement être joint. En cas de pluralité de déposants pour une même demande, un mandataire commun doit en être constitué.*
- *Un pouvoir, le cas échéant pour le mandataire ou copie du JORT pour le gérant.*
- *Une demande d'extension de la marque en Europe, en Suisse et au Royaume-Uni auprès de l'OMPI*

– **Classification de la marque collective Reservin :**

L'enregistrement des produits de vitiviniculture durable se fait sous la classification internationale des éléments figuratifs des marques :

- Classification de Vienne : 19.07.01 ; 19.08.05 ; 26.11.03 ; 26.11.06 ; 26.11.08 ; 27.03.15 ; 27.05.01 ; 29.01.15

La description volontaire de la marque

Réserve (vin) il s'agit des cuvées de qualité supérieure au sein des vins des aires protégées de la Méditerranée.

- Classification de Nice :

**33** : Boissons alcoolisées à l'exception des bières ; préparations alcoolisées pour faire des boissons ; vins ; vins de liqueurs ; boissons à base de vins ; vins des aires protégées de la Méditerranée.

**42** : Recherche et développement viticole ; recherche et développement œnologique ; recherche et développement des vins des aires protégées de la méditerranée.

**44** : Services d'agriculture ; conseil en matière de viticulture.



– **Propriété de la marque collective Reservin :**

Elle s'acquiert par l'enregistrement. Cette propriété confère le droit exclusif d'utilisation de la marque et la protection contre d'éventuels contrefacteurs et imitateurs. La protection est assurée pour une période de 10 ans renouvelable indéfiniment.

Étant donné que :

La CNSPBA-UTICA est un établissement non gouvernemental doté de la responsabilité civile et de l'autonomie financière. L'UTICA a été créée en 1947 sous la houlette du Ministère du Commerce et du Développement des Exportations et composée de 17 fédérations dont la Fédération de l'Agroalimentaire (Fedagro) qui comprend entre autres la Chambre Nationale Syndicale des Producteurs des Vins, Bières et Boissons Alcoolisées (CNSPBA).

A cet égard, La CNSPBA-UTICA sera le propriétaire de la marque Reservin, et son mandataire le président de la chambre chargé de finaliser les procédures de protection de la marque auprès de l'INNORPI et de son extension auprès de l'OMPI.

Ainsi la CNSPBA-UTICA sera l'organisme propriétaire de la marque et du Logo de Reservin, ainsi que des différents signes distinctifs et sons site web et ce en Tunisie, en Europe, en Suisse et au Royaume-Uni.

Elle autorise les partenaires professionnels du partenariat, à savoir l'AOC Languedoc en France, l'UVL au Liban et exceptionnellement le PRCR en Italie<sup>7</sup>.

Ces partenaires donneront le droit d'utilisation de la marque, dans leurs pays respectifs, aux MPME qui répondront aux modalités d'accès à Reservin.

– **Le site Web Reservin :**

Le site Web dédié à la marque Reservin ([www.reservin.wine](http://www.reservin.wine)) permettra de renseigner sur le projet OENOMED ainsi que sur la marque Reservin.

Ainsi, il permettra d'informer sur les éléments environnementaux liés au projet, notamment les Aires protégées autour desquelles se trament les indications géographiques déterminant les Zones pilotes dont proviennent les Vins Reservin.

Il renseignera également, de manière succincte sur les critères techniques des vins Reservin, sur les MPME lauréates du Labels et de leurs produits labellisés en offrant des pages web dédiées à chaque MPME servant d'interfaces entre ces dernières et les distributeurs ainsi que les autres vis-à-vis BtoB, partenaires potentiels et prospects. Cette interface permettra la prise de commande et favorisera donc le développement de nouveaux marchés et de l'export des vins Reservin.

L'accès au site web présentera les MPME disposant du Cahier des Charges et de la déclaration d'engagement d'utilisation de la marque (*autorisation d'utilisation*) pour les MPME

---

<sup>7</sup> En l'absence d'un partenaire professionnel représentant l'Italie dans le partenariat du projet OENOMED, le PRCR en dépit de son caractère administratif, jouera le rôle d'un partenaire professionnel en Italie.



qui présentent toute la chaîne de production vitivinicole. S'ajoutera à cette dernière la déclaration d'engagement à la marque collective Reservin par une MPME de l'amont par les viticulteurs associés aux MPME qui se limitent à la vinification.

En effet, ce mécanisme donne des garanties que le produit est le résultat d'un processus volontaire avec un savoir-faire local et d'une production responsable d'un point de vue écologique et économique avec une traçabilité assurée.