

# Charte d'adhésion à la marque « made in Guingamp »

## Préambule

Depuis longtemps, Guingamp, sous-préfecture de moins de 8 000 habitants, ville-centre d'un pays de plus de 70 000 habitants et profitant, grâce à son équipe «En Avant de Guingamp», d'une renommée nationale et internationale, cultive l'art de l'anachronisme.

Les Guingampais témoignent d'une volonté d'exister à côté des grandes villes voisines, volonté qui, au fil des siècles, a fondé en partie l'identité de la cité.

Cette identité si particulière trouve sa source dans l'histoire glorieuse de la ville, dans la conservation et la mise en valeur d'un patrimoine architectural et urbain remarquable, dans la défense d'une identité bretonne affirmée entre modernité et tradition, dans la réussite de son équipe de football emblématique «En Avant de Guingamp» qui véhicule l'image de la ville dans le monde, dans la volonté de construire un cadre de vie de qualité s'appuyant sur un environnement naturel préservé avec notamment la rivière «le Trieux», dans le dynamisme d'un tissu économique et d'un centre-ville commercial actif et attractif pour une zone de chalandise de plus de 70 000 personnes,

Les Guingampais et Guingampaises, les acteurs économiques, sont attachés à ces valeurs qui font de Guingamp une ville atypique et séduisante.

C'est ainsi qu'est née l'idée d'un label «made in Guingamp» afin de permettre à tous ceux qui choisissent de vivre, travailler, créer et produire à Guingamp et qui, attachés à ses valeurs veulent les partager et les véhiculer.

Ce label «Made in Guingamp» se veut ainsi le reflet des valeurs du territoire : dynamisme, tradition, patrimoine, innovation, solidarité, cadre de vie et savoir-faire et participera à la promotion du territoire en s'appuyant sur les partenaires économiques et leur savoir-faire.

## Article 1<sup>er</sup> : Nature de la marque

La ville de Guingamp a déposé auprès de l'institut national de la propriété industrielle (INPI), la marque économique constituée de la dénomination suivante « Made in Guingamp », dépôt semi figuratif sous la forme suivante :



La marque appartient à la ville de Guingamp qui porte seule l'appréciation sur l'utilisation de la marque et les conditions de cette utilisation.

## **Article 2 : objectifs de la marque**

La marque a été créée dans le but de promouvoir le territoire de Guingamp, l'identité de la ville de Guingamp

A travers les entreprises représentant la marque qui représentent les atouts et les succès locaux, une image de qualité et de dynamisme économique sera ainsi véhiculée en dehors de territoire, en complémentarité de l'image déjà véhiculée par le club En Avant de Guingamp.

La ville de Guingamp souhaite ainsi valoriser le territoire et s'appuyer sur l'identité spécifique pour conforter les entreprises et commerces de son territoire et pourquoi pas, en attirer de nouveaux.

## **Article 3 : les valeurs du made in Guingamp**

La marque « made in Guingamp » se veut le reflet des valeurs de la ville de Guingamp, à savoir : dynamisme, tradition, patrimoine, innovation, solidarité, cadre de vie et savoir faire

## **Article 4 : gratuité de l'utilisation de la marque**

Le partenaire reçoit à son adhésion la charte graphique de la marque « made in Guingamp » sur support informatique.

Le droit d'utiliser la marque est gratuit.

## **Article 5 : engagements du partenaire**

Le partenaire bénéficie des actions réalisées dans le cadre du « made in Guingamp »

En contrepartie, le partenaire s'engage à :

Assurer la promotion de la marque lors de ses actions : communication, événementiel, salons, déplacements, etc....

## **Article 6 : formalités**

La ville de Guingamp est seule garante de l'image et de la bonne utilisation de la marque ; elle se réserve le droit d'accorder ou non ce droit d'utilisation

Le droit est accordé à l'entreprise de façon strictement personnelle, en aucun cas, l'entreprise ne pourra céder ce droit à un tiers.

### **Article 7 : exploitation de la marque**

La charte graphique est remise au partenaire lors de son adhésion et celui-ci s'engage à la respecter. Avant toute nouvelle utilisation de la marque, une maquette sera envoyée à la ville de Guingamp qui s'engage à la valider dans un délai n'excédant pas 8 jours.

### **Article 8 : durée**

La durée d'exploitation de la marque est de un an à compter de la date de signature de la charte par le partenaire ; elle est renouvelée par tacite reconduction.

### **Article 9 : contrôle de l'usage de la marque**

Une commission municipale se réserve le droit de contrôler le bon usage de la marque par le partenaire adhérent et d'en retirer le droit d'usage si ce dernier ne respecte pas les engagements de la charte d'adhésion qu'il aura signée.

Le non respect de la charte par l'entreprise entrainera une résiliation immédiate.

### **Article 10 : résiliation**

La décision de retrait est dans ce cas notifiée au partenaire par lettre recommandée avec accusé de réception.

La date de résiliation prend effet au jour de la réception de la lettre recommandée par l'entreprise.

Elle doit être suivie d'exécution immédiate et toutes les dispositions doivent être prises sans délai pour faire disparaître la marque dont le droit d'utilisation est ainsi retiré de tous les articles : emballages, documents, publicité, plaquettes, produits...

Aucune demande d'indemnité ne saurait être sollicitée par le partenaire du fait de la résiliation du présent contrat.

De son côté, le partenaire peut résilier son adhésion à tout moment par simple lettre.

Date :

Nom commercial du partenaire

Nom, prénom du représentant légal :

Signature :