



TARAVU

UNA VADDI IN LÀSCITA
UNE VALLÉE EN HÉRITAGE

Charte d'engagement



Charte d'engagement

*des ambassadeurs
de la marque de territoire*

Nom de la structure :

.....

Nom du responsable :

.....

Adresse :

.....

.....

Activité :

.....



Préambule

La marque « TARAVU Una vaddi in làscita - Une vallée en héritage » a été créée afin de développer la notoriété et l'attractivité de la Vallée du Taravu en renforçant et en valorisant son image.

La situation exceptionnelle et le caractère sauvage et préservé de son fleuve, en font une priorité de chacun pour le protéger.

Lancée en décembre 2020, cette démarche qui se veut fédératrice, repose sur la mobilisation du plus grand nombre d'acteurs désireux de participer, chacun à leur manière, à améliorer l'attractivité de la vallée du Taravu.



ARTICLE 1

Définitions

Pour l'exécution du présent document, ci-après, « Charte d'engagement », les termes et expressions s'entendent comme suit :

Comité de marque : Organe de sélection des demandes d'autorisation d'utilisation de la marque et de contrôle de l'utilisation de celle-ci.

Marque : marque française « TARAVU Una vaddi in l'ascita - Une vallée en héritage », dont la demande d'enregistrement a été déposée à l'Institut National de la Propriété Industrielle par la Collectivité de Corse le 28 décembre 2020, sous le numéro national 4716692 pour désigner des produits et services des classes n° 3,4,5,6,8,14,15, 16,18,19,20,21,23,25,28,29,30,31,32,33,37,41,43.

Taravu : Zone géographique au sein du département de la Corse-du-Sud, la zone géographique représente le bassin versant du fleuve Taravu. D'une superficie de près de 490 km²,

le bassin versant couvre ou recoupe 31 communes, à savoir (de l'amont vers l'aval) :

Palneca, Ciamannacce, Cozzano, Sampolo, Tasso, Zicavo, Guitera-les-Bains, Frasseto, Zevaco, Corrano, Olivese, Forciolo, Quasquara, Campo, Azilone-Ampaza, Santa-Maria-Siché, Albitreccia, Cardo-Torgia, Zigliara, Argiusta-Moriccio, Urbalacone, Petreto-Bicchisano, Grosseto-Prugna, Guargualé, Moca-Croce, Pila-Canale, Cognocoli-Monticchi, Casalabriva, Sollacaro, Olmeto et Serra-di-Ferro.

Titulaire : Titulaire de la marque, c'est-à-dire la Collectivité de Corse, Collectivité Territoriale.

Ambassadeur : Personne physique ou morale autorisée à utiliser la marque conformément à la charte d'engagement et au règlement d'usage de la marque qu'elle aura préalablement paraphé, daté et signé.

ARTICLE 2

Conditions pour devenir ambassadeurs

- Pour devenir ambassadeur de la marque, il faut :
- S'engager, en accord avec la Déclaration universelle des droits des fleuves et rivières, à être le défenseur du fleuve et de sa vallée. Veiller à garantir au Taravu :
- › Le droit de s'écouler librement,
 - › Le droit de remplir ses fonctions essentielles dans son écosystème,
 - › Le droit de ne pas être pollué,
 - › Le droit d'alimenter et d'être alimenté par des aquifères durables,
 - › Le droit à la biodiversité indigène, et
 - › Le droit à la régénération et à la restauration.
- Être un acteur du territoire. L'ambassadeur a son activité implantée au sein du bassin versant du Taravu.
 - Développer une activité essentiellement familiale qui contribue au dynamisme de la vallée, à la valorisation et la protection des savoir-faire.
 - Être impliqué dans la juste gestion de l'eau et l'élimination des déchets résultants de leurs activités, en harmonie avec l'environnement.
 - Respecter la grille d'attribution de la marque à ce titre, a l'obligation de respecter les conditions générales d'utilisation de la marque et les critères obligatoires.
 - Respecter le guide de marque.

ARTICLE 3

Modalités d'utilisation de la marque

L'ambassadeur de la marque doit exploiter la marque de manière effective, sérieuse, loyale et continue dans le cadre de son activité, et en adéquation avec les valeurs qu'elle porte.

L'ambassadeur ne pourra exploiter la marque que pour les produits et services définis à l'article 1 au jour du dépôt de sa demande, et ne pourra

pas, de sa propre initiative, étendre le champ de ceux-ci. Dans l'hypothèse où ce dernier serait élargi, le partenaire devrait déposer une nouvelle demande pour les nouveaux produits et services nouvellement inscrits.

ARTICLE 4

Rôle de l'ambassadeur

En portant la marque « TARAVU Una vaddi in làscita - Une vallée en héritage », l'ambassadeur :

- Contribue, individuellement ou au travers d'actions collectives, à renforcer le rayonnement et l'attractivité du territoire.
- Promeut la destination Taravu au travers de ses valeurs et de son Esprit de marque dans lesquels il se reconnaît.

- Démonstre une volonté de s'inscrire dans une démarche de développement durable et de protection environnementale.

ARTICLE 5

Durée et résiliation

L'utilisation de la marque est accordée pour une durée de 1 an, avec tacite reconduction, à compter de la date de signature de ce document par l'ambassadeur.

Si l'ambassadeur ne respecte pas les présentes conditions ou porte une atteinte grave et manifeste à l'image de la marque, le comité de marque pourra décider de lui retirer le droit d'utilisation de celle-ci.

Dans ce cas, le titulaire de la marque rappellera par écrit à l'ambassadeur les règles d'utilisation

de la marque, en lui demandant de s'y conformer dans un délai de quinze jours. Si cette demande n'est pas suivie d'effet et d'une preuve écrite de changement, le droit d'utiliser la marque sera retiré à l'ambassadeur par lettre recommandée avec accusé de réception et l'effectivité de ce retrait s'appliquera à la date de sa réception.

Si l'ambassadeur décide de céder son activité, les droits d'utilisation de la marque seront résiliés d'office sans qu'aucun acte ne soit réalisé par le comité de marque ; la résiliation sera effective à la date de ladite cession.

ARTICLE 6

Engagement de l'ambassadeur

En signant ce document, l'ambassadeur s'engage à :

Partager l'Esprit de la marque au travers de ses valeurs et de son positionnement.

En traduisant le plus souvent possible dans ses actions et sa promotion la mise en avant des valeurs de la marque (Authenticité, Naturalité, Harmonie).

En intégrant le bloc marque et les signes identitaires dans ses outils de communication (insertion du logotype sur les supports print ou web).

La marque encourage la co-construction et la mutualisation des idées, et donc l'engagement des ambassadeurs à valoriser la vallée du Taravu. En exemple :

- Participer à des salons, foires, expositions... seul ou en partenariat avec les structures porteuses (Collectivité de Corse, offices de tourisme, Communes, associations...) selon vos disponibilités.
- Promouvoir le territoire lors de vos prises de parole dans le cadre de vos actions et être des prescripteurs de la destination, de ses atouts, de la préservation du fleuve.

Respecter :

- Le guide de marque.
- La grille de qualification.

- Relayer, via les outils du réseau, des informations que vous jugez pertinentes pour la communauté (coups de cœur, actualités, idées créatives, démarches innovantes, opportunités de développement et d'investissement, etc.).
- Créer et/ou participer à des rencontres organisées par le réseau des ambassadeurs (autour d'une thématique, d'un évènement, d'un sujet d'actualité, d'une personnalité...).
- Utiliser la signature des ambassadeurs dans votre courriel et afficher votre appartenance à cette communauté.
- Faire part aux animateurs du réseau d'une opportunité de développement pour le territoire : accueil d'un évènement, contacts média, partenariats potentiels, nouveaux projets...

Se conformer aux règles d'utilisation de la marque en fonction de l'action menée ou du support de communication utilisé (Guide d'utilisation de la marque). L'ambassadeur de la marque, s'interdit une utilisation :

- Illicite de la marque « TARAVU Una vaddi in làscita - Une vallée en héritage ».
- Devenue incompatible avec les règles et les valeurs initialement acceptées.
- Contraire aux bonnes mœurs et à l'ordre moral.
- Sur des produits dérivés (sauf dérogation soumise à l'approbation des propriétaires de la marque).

L'ambassadeur de la marque, s'interdit de céder les droits d'utilisation à un tiers. Ces règles sont édictées afin de protéger l'ensemble des utilisateurs

de la marque du mauvais usage qui pourrait en être fait. Le Comité de la marque se réserve la possibilité d'en retirer l'autorisation d'utilisation en cas de non-respect des clauses de cette charte.

Pour formaliser son adhésion, l'acteur du territoire souhaitant devenir ambassadeur doit se rapprocher du Chef de Projet de la Collectivité de Corse.

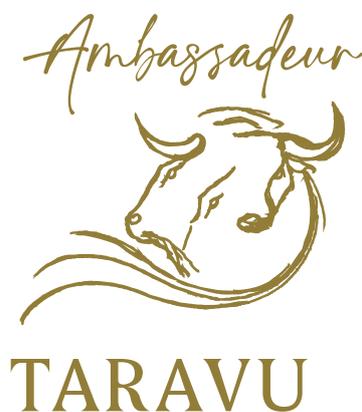
Lors de sa demande, l'ambassadeur s'engage à fournir des informations exactes et à jour, notamment sur son identité, celle de son entreprise/organisme et sur la mise en conformité légale de ses activités.

Les ambassadeurs acceptent de recevoir la visite de pré-labellisation par le comité de marque.

À :

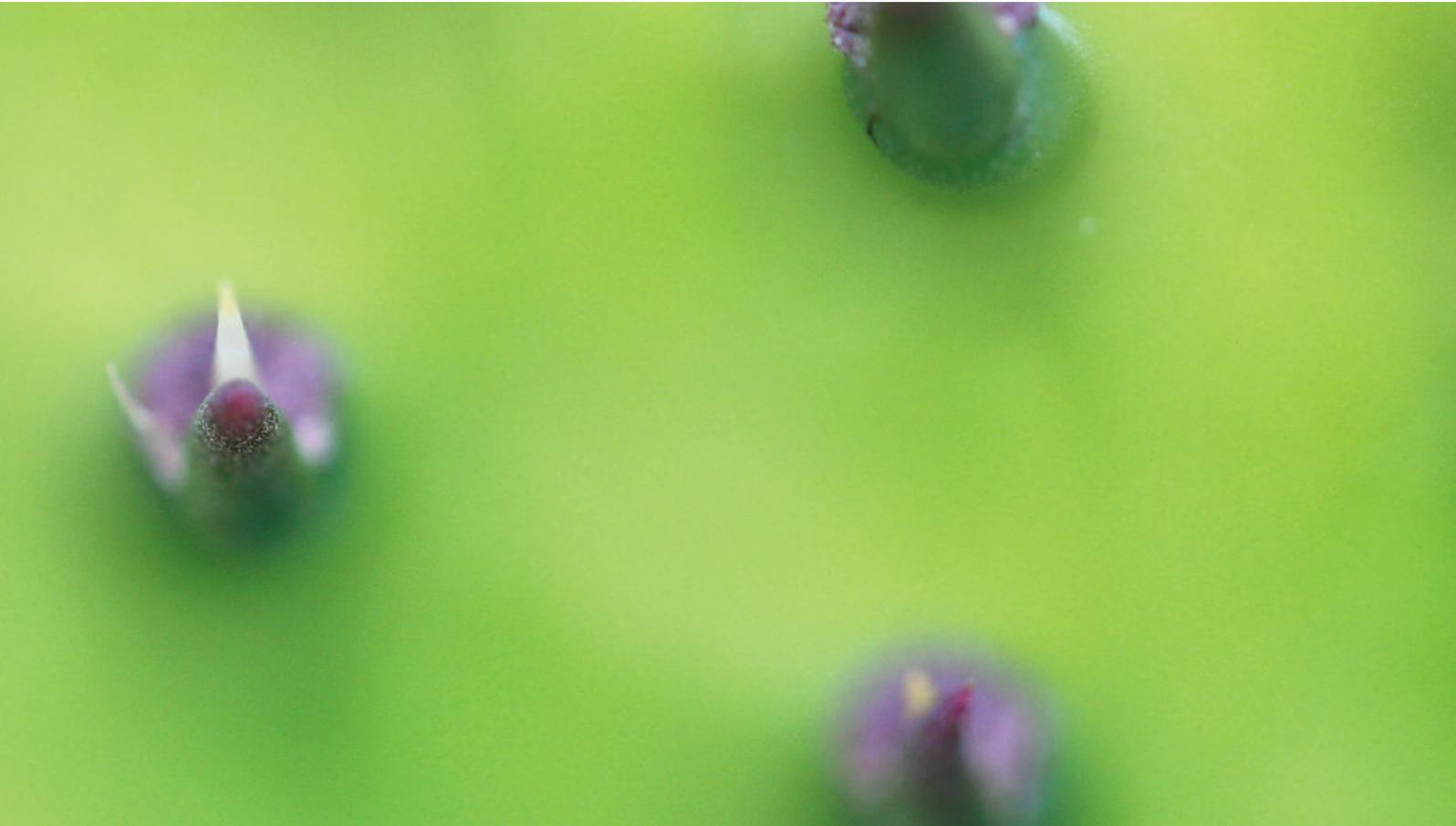
Le :

Suivi de la mention «lu et approuvé»



Grille de qualification de la Marque

*« Taravu -
Una vaddi in làscita -
Une vallée en héritage »*



Grille de qualification de la Marque

« Taravu - Una vaddi in làscita – Une vallée en héritage »

Le comité de labellisation se réserve le droit de rajouter une ou plusieurs catégories d'activité, si nécessaire.

6 domaines d'activités sont retenus :

1. L'hébergement/restauration
2. Les agriculteurs, éleveurs et producteurs
3. Les artisans d'Art
4. Les socio-professionnels
5. Les activités de plein air
6. L'évènementiel

Pour toutes les catégories rappel des conditions obligatoires et optionnelles :

- L'activité est située dans le périmètre du bassin versant de la vallée du Taravu.
- L'activité est de type familiale, non industrielle et est gérée par les membres d'une famille qui y travaillent.
- L'activité est exercée dans le strict respect de la réglementation en vigueur.
- Le candidat adhère aux valeurs de la marque : Authenticité, Naturalité et Harmonie.
- Le candidat valorise l'économie locale (savoir-faire, artisanat, produits du terroir, marchés) au travers de son activité.
- Le candidat met en œuvre des mesures en faveur du développement durable et de la préservation de la nature.
- L'activité fonctionne au minimum 3 mois, sur la période d'avril à septembre ou propose des prestations sur mesure et/ou sur réservation.
- Le candidat participe aux événements ponctuels organisés sur la vallée, soit en étant impliqué dans l'organisation, soit en tant qu'exposant.

Le candidat utilise et indique sur chaque support de communication print et web : Le logo de la marque et l'adresse du site Web www.Taravu.fr et/ou un renvoi sur ce même site.

Conditions obligatoires et optionnelles par catégories :

1. L'hébergement/restauration :

Hôtels, Auberges, Gites, Campings, Restauration...

- Le candidat met en place des systèmes écologiques de gestion de l'eau, des énergies et du tri des déchets. Ces dispositifs sont régulièrement entretenus et le suivi des consommations est effectué.
- Il utilise des produits d'entretien et d'hygiène, visant à réduire au maximum l'impact environnemental dû à son activité.
- Il se fournit de produits issus de filières courtes et/ou locales.
- Les plats sont cuisinés et transformés sur place à partir de produits de qualité et de saison, autant que possible avec des produits frais et locaux.
- La carte comporte au minimum 3 produits identitaires et locaux du Taravu : fromage, charcuterie, miels, vins. (Sous réserve de remplir les conditions d'autorisation de vente d'alcool).
- Ils sensibilisent la clientèle, à la bonne gestion des ressources naturelles et la protection de l'environnement, au travers de supports pédagogiques.

2. Les cultivateurs éleveurs et producteurs :

Les vigneronnes, les maraichers, les éleveurs (porcins, ovins, caprins, bovins..) les producteurs, de miels, d'huile d'olive, charcuterie, farine de châtaignes, biscuiterie artisanales....

Les éleveurs :

- Les éleveurs porcins éloignent leurs troupeaux des cours d'eau lors des périodes estivales.
- Les cochons sont porteurs d'un anneau nasal et les déchets carnés sont acheminés jusqu'au centre de collecte.
- Pour tous les élevages, le risque de divagation animale est contrôlé.
- L'alimentation animale est biologique et issue le plus possible de filières locales et / ou régionales. La traçabilité est contrôlée.

Les cultivateurs :

- L'agriculture est extensive et biologique.
- Les exploitants utilisent des techniques responsables et écologiques.
- La consommation en eau agricole est gérée de manière raisonnée et durable (au regard des moyens techniques).
- Le boisement des berges est préservé, voire restauré.

Les producteurs :

- Les produits sont authentiques, et 100% naturels.
- Les produits sont disponibles sur la vallée du Taravu et/ ou en points de vente sur le territoire.
- Les candidatures sont étudiées en fonction de l'impact environnemental de leur activité, indépendamment de leur labellisation. (AOP, AOC, autres).

3. Les artisans :

Les potiers, couteliers, vanniers, producteurs d'huiles essentielles, de parfums, de luminaires, de bougies...

- Les productions sont garanties d'un savoir-faire artisanal traditionnel ou d'innovation et traduisent la volonté d'implication sur le territoire.

- L'artisan propose la visite de l'atelier de fabrication ou en explique le processus au travers de documentations, de films ou d'un site internet dédié.
- Les produits sont fabriqués en totalité par l'artisan, à partir de matières premières brutes.

4. Les socio-professionnels :

Concernent toutes les entreprises ne relevant pas des catégories ci-dessus :

- Ils collectent et acheminent les déchets et gravats vers les centres de tri appropriés.
- Ils encouragent l'utilisation de matériaux éco responsable, plus respectueux de la santé des hommes et de l'environnement.

5. Les activités en plein air :

Les musées, les activités de loisir, sites d'accrobranche, de VTT, de canoë kayak, de centres équestres.

Les chemins du Patrimoine, les sites de pêche, les ponts et tours génoises.

- Les informations sont claires : accès, sécurité, matériel, tarif ; l'activité est garante d'un impact environnemental négatif et de sensibiliser à la protection, et la valorisation de l'environnement proche.
- Référencement inscrit (ou en cours d'inscription) au PTIPR et circuits validés par la Collectivité de Corse et/ou les instances territoriales de la pratique (CDRP, CDTE...).
- Le circuit offre un ou plusieurs sites d'intérêt patrimonial et/ou une thématique qui fera l'objet d'étapes le long du parcours.

- Si présence de systèmes d'assainissement d'eau autonome proche d'un réseau hydrographique, ce système en plus de répondre aux normes en vigueur ne doit pas induire de pollutions microbiologiques.
- Si présence d'une boutique, elle valorise les productions de la Vallée du Taravu.
- Ces sites sont clairs sur les informations d'accès et de catégories de public (ex, équipements, accès réservés aux marcheurs, accès handicap)...
- Ils marquent un intérêt historique, patrimonial ou environnemental important et proposent des panneaux d'informations sur les parcours concernant la sécurité et l'intérêt pédagogique.

7. L'évènementiel :

Concerne les associations, comité de foire, manifestations sportives et culturelles...

Sont exclus les rassemblements politiques, syndicaux ou religieux.

- La manifestation a un caractère régional, touristique, patrimonial, sportif..
- Des mesures sont prises par l'organisateur pour limiter l'impact de la manifestation sur le milieu naturel dans lequel elle se déroule.
- Les organisateurs gèrent la collecte et le tri des déchets (ex : multiplication et mise en évidence des points de récupération et de tri des déchets, privilégier la vaisselle et les verres réutilisables par un système de consigne...).
- Réduire sa consommation énergétique et en eau (ex : valorisation des gestes d'économie d'énergie, utilisation d'équipements et matériels économes en énergie et/ou en eau...).
- Ces évènements mettent en avant les valeurs portées par la marque du Taravu au travers d'ateliers ou de point d'information dédiés.







TARAVU

UNA VADDI IN LÀSCITA
UNE VALLÉE EN HÉRITAGE