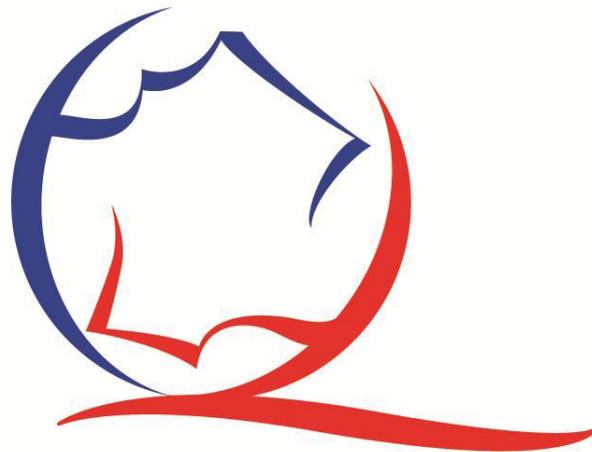


**REGLEMENT D'USAGE  
DE LA MARQUE COLLECTIVE  
DE CERTIFICATION n° 3326504**



**QUALITÉ  
TOURISME**

## Préambule

La qualité de l'accueil et des services est un facteur clé de l'attractivité de l'offre touristique de toute destination. Dans un contexte de plus en plus concurrentiel, la France, première destination touristique mondiale, doit améliorer en permanence la qualité de son offre touristique, afin de renforcer sa compétitivité. Le Plan Qualité Tourisme a été engagé lors du comité interministériel du 9 septembre 2003 à cette fin. Il se traduit par l'attribution de la Marque collective de certification « QUALITE TOURISME (semi-figurative) ».

La Marque collective de certification « QUALITE TOURISME (semi-figurative) » vise à garantir la qualité de l'accueil et du service des prestations proposées par les professionnels. Elle a vocation à couvrir toute la chaîne de l'offre touristique française et les services dédiés aux touristes français et étrangers sur l'ensemble du territoire national.

La Marque collective de certification « QUALITE TOURISME (semi-figurative) » certifie les professionnels du tourisme qui ont mis en œuvre une démarche qualité, centrée sur la qualité d'accueil et de service.

La Marque « QUALITE TOURISME (semi-figurative) » garantit que les professionnels offrent :

- Un accueil chaleureux
- Un personnel attentif
- Une maîtrise des langues étrangères
- Des prestations personnalisées
- Des informations claires et précises
- Une propreté et un confort assurés
- La découverte d'une destination
- La prise en compte des avis des clients

L'adhésion à la certification « QUALITE TOURISME (semi-figurative) » est volontaire. La Marque collective de certification « QUALITE TOURISME (semi-figurative) » est attribuée aux professionnels du tourisme par le ministère chargé du tourisme selon une procédure définie par le présent Règlement.

## ARTICLE 1 : DEFINITIONS

**1.1** - Par « **Marque** », on entend la marque collective de certification française « QUALITÉ TOURISME (semi-figurative) » n° 3326504 déposée le 29 novembre 2004 par l'État français, représenté par le ministre de l'Économie des Finances et de la Relance, en charge du tourisme, pour désigner des produits et services en classes 9, 16, 21, 24, 25, 35, 38, 39, 41, 43. La représentation de la Marque et la liste des produits et services couverts figurent en annexe (Annexe 1).

**1.2** - Par « **Règlement d'usage** », on entend le présent Règlement d'usage de la Marque, ainsi que ses annexes.

**1.3** - Par « **Guide méthodologique des audits et des filières** », on entend le guide méthodologique des audits et des filières précisant les spécificités de chaque filière, ainsi que les référentiels précisant les critères d'évaluation téléchargeables sur le site officiel de la Marque (<https://www.qualite-tourisme.gouv.fr/fr/espace-pro/referentiels-qualite-tourisme>).

**1.4** - Par « **Charte graphique** », on entend la charte graphique formalisant les modalités graphiques d'usage de la Marque et le guide de Marque, téléchargeables sur le site officiel de la Marque (<https://www.qualite-tourisme.gouv.fr/fr/espace-pro/promotion/outils-de-promotion>).

**1.5** - Par « **État** », on entend l'État français, représenté par le ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance, en charge du tourisme.

**1.6** - Par « **Partenaire** », on entend les acteurs qui accompagnent un Etablissement candidat conformément au Règlement d'usage et au Guide méthodologique des audits et des filières. Trois catégories de Partenaires existent:

- un « **Partenaire national** » accompagne en amont de l'attribution de la Marque et met en œuvre un suivi qualité pour ses adhérents et affiliés sur l'ensemble du territoire ;
- un « **Partenaire territorial** » accompagne en amont de l'attribution de la Marque et met en œuvre un suivi qualité pour ses adhérents et affiliés sur un périmètre géographique infranational ;
- un « **Partenaire promotion** » accompagne en amont de l'attribution de la Marque des professionnels dans le cadre d'une candidature autonome, sur un périmètre géographique infranational ou national.

**1.7** - Par « **Établissement** », on entend l'entité ayant une activité dans le domaine du tourisme et des loisirs précisée dans le Guide méthodologique des audits et des filières. Deux catégories d'Établissements existent :

- l' « **Établissement accompagné** », qui est adhérent ou affilié à un Partenaire de la Marque ;
- l' « **Établissement autonome** », qui n'est pas accompagné faute d'une affiliation ou adhésion à un Partenaire national ou à un Partenaire territorial sur son activité (absence de Partenaire ou indisponibilité du Partenaire de plus de 6 mois). Il peut être accompagné en amont de l'attribution de la Marque par un Partenaire promotion.

**1.8** - Par « **Établissement marqué** », on entend l'Établissement habilité à utiliser la Marque en application du Règlement d'usage.

**1.9** - Par « **Exploitant** », on entend toute personne physique ou morale habilitée à utiliser la Marque en application du Règlement d'usage. L'Exploitant de la Marque peut être un Partenaire ou un Etablissement.

**1.10** – Par « **Cabinet d'audit** », on entend toute personne physique ou morale réalisant un audit conforme au Guide méthodologique des audits et des filières. Le Cabinet est sélectionné par le Partenaire de la Marque ou est référencé par l'Etat, selon les modalités précisées dans ce guide.

**1.11** – Par « **Portail** », on entend l'application de gestion de la Marque gérée par l'Etat, utilisée par les Etablissements, les Partenaires et les Cabinets d'audit et qui permet l'enregistrement des Etablissements candidats, leur publication sur le site officiel de la Marque une fois labellisés, la saisie des audits, la mise à disposition d'un questionnaire de satisfaction, ainsi que la notification de l'attribution, du refus et la résiliation du droit d'usage de la Marque de façon dématérialisée.

## **ARTICLE 2 : OBJET**

Le Règlement d'usage a pour objet de définir les conditions et les modalités d'attribution et d'utilisation de la Marque par l'Exploitant.

Seul l'Exploitant peut apposer la Marque conformément aux modalités d'utilisation définies ci-après.

## **ARTICLE 3 : PROPRIETE DE LA MARQUE**

L'Exploitant reconnaît que l'État est pleinement propriétaire de la Marque.

L'autorisation d'usage de la Marque en vertu du Règlement d'usage n'opère aucun transfert des droits de propriété sur la Marque.

## **ARTICLE 4 : ORGANISATION GENERALE**

La gestion de la Marque est effectuée par les instances présentées ci-dessous :

### **4.1 - Le Comité National de Gestion de la Marque**

Le Comité National de Gestion de la Marque (CNGM) est chargé de la stratégie, du suivi global de la Marque et de son développement.

Le CNGM examine les candidatures des Partenaires de la Marque et rend une décision sur l'attribution ou le refus du droit d'usage de la Marque.

Le CNGM étudie les demandes de recours des candidats et des Exploitants.

La composition, les règles de fonctionnement et d'éthique du CNGM sont précisées dans un règlement intérieur, consultable sur le site officiel de la Marque.

## **4.2 Etat**

Le ministère chargé du tourisme<sup>1</sup>, propriétaire de la Marque, est chargé notamment des missions suivantes :

- assurer la bonne gestion administrative de la Marque en tant que propriétaire de la Marque en liaison avec la direction des affaires juridiques des ministères économiques et financiers ;
- centraliser et coordonner tous les travaux, études et enquêtes concernant la Marque ;
- assurer la promotion de la Marque en France et à l'étranger en liaison avec le groupement d'intérêt économique (GIE) Atout France ;
- préparer et publier sur le site officiel de la Marque tous les documents relatifs à la Marque et à l'obtention de son droit d'usage, notamment le Règlement d'usage et le Guide méthodologique des audits et des filières ;
- mettre à disposition sur le site officiel de la Marque les référentiels d'évaluation ;
- mettre à jour la liste des Partenaires de la Marque sur le site officiel de la Marque ;
- présider le CNGM et assurer son secrétariat ;
- proposer au CNGM les réformes de son dispositif nécessaires à une amélioration de la qualité des services touristiques ;
- rédiger un rapport sur les dossiers de candidature des Partenaires et leurs dossiers de contrôle ;
- notifier les décisions du CNGM aux Partenaires ;
- assurer le suivi des outils informatiques utilisés par les Partenaires et les Etablissements ;
- réceptionner les demandes de recours formulées par les candidats auxquels a été notifié un refus du droit d'usage de la Marque ou une résiliation du droit d'usage et les transmettre au CNGM ;
- répondre aux demandes d'information des candidats ou des Exploitants notamment les demandes formulées sur le site officiel de la Marque ;
- notifier les décisions d'attribution, de refus, de résiliation ou d'ajournement du droit d'usage de la Marque aux candidats et aux Etablissement marqués dans le cadre d'un renouvellement ;
- coordonner le réseau des Partenaires Territoriaux pour optimiser le déploiement de la Marque en région et veiller à l'information des acteurs du tourisme du territoire via leurs têtes de réseau.

L'Etat peut organiser la gestion de la Marque avec les services déconcentrés chargés du tourisme.

## **ARTICLE 5 : BENEFICIAIRE D'UN DROIT D'USAGE DE LA MARQUE**

### **5.1 - Personnes éligibles**

#### **5.1.1 Concernant les Partenaires**

Sont éligibles les personnes physiques ou morales identifiées ci-après qui s'engagent à organiser la démarche qualité conformément au Règlement d'usage et au Guide méthodologique des audits et des filières.

##### *5.1.1.1 Concernant le Partenaire National*

---

<sup>1</sup> A la date de la publication du Règlement d'usage, l'administration chargée du tourisme est la sous-direction du tourisme, de la direction générale des entreprises, du ministère de l'économie, des finances et de la relance.

Le Partenaire National peut être :

- un réseau commercial<sup>2</sup> dont la démarche qualité est mise en œuvre à l'usage exclusif de ses membres,
- un réseau national associatif ou fédéral<sup>2</sup> dont l'objet est la promotion des savoir-faire de ses adhérents.

#### *5.1.1.2 Concernant le Partenaire Territorial*

Le Partenaire Territorial peut être :

- un groupement d'acteurs institutionnels territoriaux<sup>3</sup> qui met en œuvre une ou plusieurs démarches qualité sectorielles en vue d'améliorer la qualité de l'offre touristique de son territoire. Ces démarches qualité sectorielles peuvent être associées à un label qualité territorial,
- un comité départemental du tourisme (article L. 132-2 du code du tourisme),
- un comité régional du tourisme (article L. 131-3 du code du tourisme),
- une chambre de commerce et d'industrie (territoriale ou régionale ou métropolitaine),
- une société d'économie mixte d'envergure départementale ou régionale,
- une agence de développement ou un comité d'expansion économique d'envergure départementale ou régionale,
- une fédération territoriale d'offices de tourisme (régionale ou départementale).

En fonction du contexte local, la candidature d'autres acteurs (association locale, organisation professionnelle locale,...) peut être étudiée par le CNGM.

#### *5.1.1.1 Concernant le Partenaire promotion*

Le Partenaire promotion accompagne des Etablissements autonomes en amont de l'attribution de la Marque et n'assure pas leur suivi qualité intermédiaire.

Le Partenaire promotion peut être :

- un réseau commercial qui valorise et commercialise les prestations de professionnels contractants, respectant la démarche qualité établie par le réseau commercial ;
- un réseau national associatif ou fédéral<sup>2</sup> dont l'objet est la promotion des savoir-faire de ses adhérents.
- un comité départemental du tourisme (article L. 132-2 du code du tourisme),
- un comité régional du tourisme (article L. 131-3 du code du tourisme),
- une chambre de commerce et d'industrie (territoriale ou régionale ou métropolitaine),
- une société d'économie mixte d'envergure départementale ou régionale,
- une agence de développement ou un comité d'expansion économique d'envergure départementale ou régionale,
- un office de tourisme.

Toute candidature jugée pertinente par l'Etat (association locale, organisation professionnelle locale,...) peut être étudiée par le CNGM.

### **5.1.2 Concernant les Etablissements**

#### *5.1.2.1 Dispositions communes*

Tout professionnel ayant une activité dans le secteur du tourisme, des loisirs, du commerce et du transport précisée dans le Guide méthodologique des audits et des filières est éligible à la Marque.

#### *5.1.2.2 Concernant les Etablissements accompagnés*

L'Etablissement accompagné s'engage à mettre en œuvre une démarche qualité conforme aux procédures de son Partenaire, au Règlement d'usage et au Guide méthodologique des audits et des filières.

---

<sup>2</sup> Anciennement dénommé « Réseau national » dans les précédentes versions du RU de 2014 et de 2018.

<sup>3</sup> Anciennement dénommé « Dispositif qualité territorial » ou « DQT » dans les précédentes versions du RU de 2014 et de 2018.

### *5.1.2.3 Concernant les Etablissements autonomes*

L'Etablissement autonome s'engage à mettre en œuvre une démarche qualité conforme au Règlement d'usage et accepte une fréquence d'audit obligatoire supérieure à celle des Etablissements accompagnés. La fréquence et les modalités de ces contrôles sont précisées dans le Guide méthodologique des audits et des filières. L'Etablissement autonome peut être accompagné par un Partenaire promotion qui n'assure pas le suivi qualité intermédiaire.

## **5.2 - Procédure d'obtention du droit d'usage de la Marque**

### 5.2.1. Demande

#### *5.2.1.1 Dispositions communes*

L'obtention du droit d'usage de la Marque est subordonnée à une candidature volontaire. Les dossiers de candidature sont téléchargeables sur le site officiel de la Marque.

Il est interdit au demandeur d'utiliser la Marque pendant la période d'examen de son dossier.

La demande d'autorisation d'utilisation de la Marque vaut acceptation formelle des dispositions du Règlement d'usage et du Guide méthodologique des audits et des filières.

Les conditions d'attribution de l'autorisation d'usage de la Marque sont définies dans le présent Règlement d'usage.

#### *5.2.1.2 Concernant le Partenaire*

Le Partenaire transmet son dossier de candidature par voie postale ou voie électronique à l'Etat.

Le dossier de candidature comprend la méthodologie, les moyens et le coût à la charge des Etablissements accompagnés qui seraient mis en œuvre pour répondre, notamment aux missions suivantes :

- la promotion de la Marque auprès de ses adhérents ou affiliés,
- l'accompagnement en amont des Etablissements,
- l'organisation de l'écoute client,
- l'organisation de l'audit,
- l'inscription des dossiers des Etablissements candidats aux commissions de labellisation organisées par l'Etat,
- le suivi qualité de leurs Etablissements adhérents ou affiliés (non applicable pour les Partenaires Promotion),
- la promotion de la Marque auprès du grand public, dans le cadre de sa communication grand public,
- la gestion du Portail de la Marque.

Le dossier est examiné par le CNGM, présidé par l'Etat qui notifie au candidat le droit d'usage de la Marque, assorti d'éventuelles recommandations, ou le refus motivé du droit d'usage de la Marque.

L'examen porte notamment sur l'adéquation des moyens proposés par le candidat avec les exigences du Règlement d'usage et du Guide méthodologique des audits et des filières ainsi que le coût à la charge du professionnel.

#### *5.2.1.2.1 Concernant le Partenaire National*

Le CNGM peut décider de limiter le périmètre d'action du candidat au statut de Partenaire National aux territoires non couverts par un Partenaire Territorial préexistant : il sera alors qualifié de Partenaire National Thématique.

#### *5.2.1.2.2 Concernant le Partenaire Territorial*

Il n'existe qu'un Partenaire Territorial par territoire et par activité.

Le Partenaire territorial est autorisé à organiser la démarche avec des relais locaux, sous réserve de l'accord de l'Etat et de garantir le même niveau d'accompagnement.

Dans le cadre de la candidature d'un nouveau Partenaire Territorial et dans l'hypothèse de l'existence préalable de Partenaires Territoriaux au sein de la région, l'Etat coordonne la répartition des activités entre les Partenaires Territoriaux ayant obtenu le droit d'usage de la Marque et les Partenaires Territoriaux potentiels en consultant les têtes de réseau des acteurs institutionnels du tourisme.

En l'absence de Partenaire Territorial au sein d'une zone géographique et sur une activité définie et après consultation des têtes de réseau des Partenaires territoriaux, un Partenaire Territorial peut être autorisé par l'Etat à accompagner un Etablissement candidat en dehors de sa zone de compétence.

Le CNGM peut autoriser l'entrée de professionnels autonomes sur un territoire et une activité couverte par un Partenaire territorial, s'il estime que les missions du Partenaire Territorial ne pas remplies dans leur intégralité. Dans le cas de Partenaires territoriaux préexistants à la publication de ce Règlement d'usage, l'Etat redéfinit, avec les têtes de réseau, les territoires et les activités concernés. En cas de désaccord, le CNGM est consulté.

#### *5.2.1.2.3 Concernant le Partenaire Promotion*

Le Partenaire Promotion informe les professionnels candidats à la labellisation autonome de l'existence des démarches des Partenaires nationaux et territoriaux qui en font la demande à l'Etat afin que ces professionnels aient connaissance du statut d'établissement accompagné et du suivi qualité intermédiaire induisant une durée de labellisation supérieure.

#### *5.2.1.3 Concernant les Établissements accompagnés*

Un Établissement relevant d'un Partenaire national peut choisir d'être accompagné par un Partenaire territorial pour l'obtention de la Marque. L'Établissement informe le Partenaire national.

Le Partenaire inscrit l'Etablissement candidat sur le Portail de gestion de la Marque après avoir recueilli les informations mentionnées sur le formulaire de candidature téléchargeable sur le site officiel de la Marque et l'accord du responsable légal de l'Etablissement. L'utilisation de ce formulaire n'est pas obligatoire et il peut être remplacé par un document du Partenaire reprenant les informations mentionnées sur le formulaire de candidature.

La candidature est formalisée par la validation par le responsable légal ou le référent de l'Etablissement accompagné des conditions générales d'utilisation du Portail lors de sa première connexion au Portail. Les conditions générales d'utilisation du Portail sont mises à jour en tant que de besoin sur décision du CNGM.

Les critères d'éligibilité à la Marque sont :

- la déclaration sur l'honneur de la conformité aux exigences réglementaires de l'activité par le responsable légal ou le référent qualité de l'Etablissement accompagné au travers de la validation des conditions générales d'utilisation du Portail,
- le classement prévu par le code du tourisme s'il existe pour l'activité,
- un résultat d'audit supérieur ou égal à 85 % après un audit externe réalisé conformément au Guide méthodologique des audits et des filières,
- la mise en œuvre d'une écoute client conformément aux critères de l'écoute client précisés dans le Guide méthodologique des audits et des filières.

Les critères d'éligibilité à la Marque peuvent être complétés dans le Guide méthodologique des audits et des filières sur décision du CNGM, pour l'ensemble des activités ou une activité particulière.

La candidature de l'Établissement accompagné est transmise à l'Etat par l'inscription de l'Etablissement accompagné à une commission de labellisation sur le Portail de gestion de la Marque par le Partenaire.

Lors de l'inscription à une commission de labellisation, le Partenaire est invité à émettre son avis sur la candidature de l'Etablissement accompagné : favorable ou défavorable. La date de l'inscription à une commission de labellisation est la date officielle de la demande d'obtention du droit d'usage de la Marque. En l'absence d'un rattachement à une commission de labellisation, l'Etat examine les dossiers

des établissements dont le résultat d'audit est supérieur ou égal à 85 %, 4 mois après la création du dossier de l'audit sur le Portail de gestion.

Le rapport d'audit est examiné par l'Etat, qui notifie à l'Établissement et au Partenaire une décision quant au droit d'usage de la Marque. 4 types de décisions du droit d'usage de la Marque sont possibles :

- favorable assortie d'éventuelles recommandations,
- ajournement motivé de la décision avec éventuellement réserves et délais,
- défavorable dans le cadre d'une candidature initiale,
- résiliation du droit d'usage dans le cadre d'un renouvellement de candidature.

L'obtention du taux de conformité de 85 % est une condition nécessaire pour que l'Établissement obtienne le droit d'usage de la Marque. Néanmoins, l'Etat peut émettre une décision d'ajournement dans les cas suivants :

- le résultat d'audit est compris entre 85 et 90 %. L'Etat motive sa décision. Le Partenaire définit un plan d'action avec l'Établissement accompagné. Une fois le plan d'action validé par le professionnel, le Partenaire réinscrit la candidature de l'Établissement à une commission ultérieure. Le Partenaire se porte garant de l'effectivité du plan d'action ayant fait suite à une décision d'ajournement.
- le Partenaire émet un avis défavorable motivé sur la candidature de l'Établissement accompagné. La décision d'ajournement est maintenue tant que le Partenaire ne réinscrit pas la candidature de l'Établissement à une commission ultérieure avec un avis favorable. Si l'Établissement est en désaccord avec l'absence de rattachement à une commission, il peut mettre en œuvre la procédure de recours décrite au 10.2.3.

Un Partenaire a la possibilité de donner un avis favorable à un Etablissement en cours de classement ou dont le classement est prévu dans un délai de 3 mois. La Marque est alors attribuée à l'Établissement accompagné de façon provisoire. Il incombera au Partenaire de résilier le droit d'usage de la Marque de l'Établissement accompagné n'ayant pas obtenu son classement 6 mois après la date de la commission d'attribution.

L'Etat peut définir en accord avec le CNGM des critères de labellisation automatique dont le niveau d'exigence correspond a minima aux critères d'éligibilité et à un taux de conformité global supérieur à 90%. Ces critères de labellisation automatique sont définis dans le Guide méthodologique des audits et des filières.

#### *5.2.1.4 Concernant les Établissements autonomes*

Le Cabinet d'audit référencé par l'Etat inscrit l'Établissement candidat sur le Portail de gestion de la Marque après avoir réceptionné le formulaire de candidature téléchargeable sur le site officiel de la Marque.

La candidature d'un établissement est volontaire et se caractérise par la validation par le responsable légal ou le référent qualité de l'Établissement autonome des conditions générales d'utilisation du Portail lors de sa première connexion au Portail de gestion de la Marque. Les conditions générales d'utilisation du Portail sont mises à jour en tant que de besoin sur décision du CNGM.

Les critères d'éligibilité à la marque sont :

- la déclaration sur l'honneur de la conformité aux exigences réglementaires de l'activité par le responsable légal ou le référent qualité de l'Établissement autonome, au travers de la validation des conditions générales d'utilisation du Portail,
- le classement prévu par le code du tourisme, s'il existe pour l'activité,
- un résultat d'audit supérieur ou égal à 85 % après un audit externe réalisé conformément au Guide méthodologique des audits et des filières,
- la mise en œuvre d'une écoute client conformément aux critères de l'écoute client précisés dans le Guide méthodologique des audits et des filières, et la mise en place du questionnaire de satisfaction mis à disposition par la DGE sur le site internet du candidat.

Les critères d'éligibilité à la Marque peuvent être complétés dans le Guide méthodologique des audits et des filières sur décision du CNGM, pour l'ensemble des activités ou une activité particulière.

La candidature de l'Établissement autonome est transmise à l'Etat par l'inscription de l'Etablissement à une commission de labellisation sur le Portail de gestion de la Marque par le Cabinet d'audit référencé.

Le Cabinet d'audit référencé ne se prononce pas sur la candidature de l'établissement.

La date de l'inscription à une commission de labellisation est la date officielle de la demande d'obtention du droit d'usage de la Marque. En l'absence d'un rattachement à une commission de labellisation, l'Etat examine les dossiers des établissements dont le résultat d'audit est supérieur ou égal à 85 %, 4 mois après la création du dossier de l'audit sur le Portail de gestion.

Le rapport d'audit est examiné par l'Etat, qui notifie une décision à l'Établissement et au Cabinet d'audit. 4 types de décisions du droit d'usage de la Marque sont possibles :

- favorable assortie d'éventuelles recommandations,
- ajournement motivé de la décision avec éventuellement réserves et délais,
- défavorable dans le cadre d'une candidature initiale,
- résiliation du droit d'usage dans le cadre d'un renouvellement de candidature.

L'obtention du taux de conformité de 85 % est une condition nécessaire pour que l'Établissement obtienne le droit d'usage de la Marque. Néanmoins, l'Etat peut émettre une décision d'ajournement si le résultat d'audit est compris entre 85 et 90 %. L'Etat motive sa décision. L'Etat définit un plan d'action avec l'Établissement autonome. Une fois le plan d'action validé par le professionnel, l'Etat prononce sa décision : favorable ou défavorable.

## 5.2.2 Recours

### 5.2.2.1 Concernant le Partenaire

Les candidats auxquels une notification défavorable du droit d'usage de la Marque a été adressée peuvent formuler dans les deux mois un recours auprès du CNGM par courrier avec accusé de réception. Le CNGM dispose de deux mois suivant la réception du recours pour notifier sa décision. En cas de décision défavorable, le candidat est invité à représenter un dossier de candidature tenant compte des recommandations et réserves formulées par le CNGM.

### 5.2.2.2 Concernant l'Etablissement

Les candidats auxquels une notification défavorable du droit d'usage de la Marque a été adressée peuvent formuler dans les deux mois un recours de premier niveau auprès de l'Etat. L'Etat dispose de deux mois suivant la réception du recours pour notifier sa décision.

Les candidats auxquels une notification défavorable du droit d'usage de la Marque a été confirmée par l'Etat peuvent formuler dans les deux mois un recours auprès du CNGM par courrier avec accusé de réception. Le CNGM dispose de deux mois suivant la réception du recours pour notifier sa décision.

## 5.3 Extension du droit d'usage de la Marque des Partenaires

A la demande des Partenaires sur simple courrier, l'extension du droit d'usage de la Marque à d'autres activités ou territoires peut être prononcée par l'Etat

Le Partenaire doit justifier que l'extension du droit d'usage de la Marque sera conforme au Règlement d'usage.

## 5.4 Changement des caractéristiques de la garantie de qualité attestée par l'Exploitant de la Marque

### 5.4.1 Concernant le Partenaire

Le Partenaire doit informer l'Etat dans un délai de 30 (trente) jours, par tous moyens, du changement d'une des caractéristiques de la garantie de qualité reconnue. Le Partenaire doit justifier que la modification n'affecte pas son éligibilité à l'utilisation de la Marque en application du Règlement d'usage.

#### *5.4.2 Concernant les Établissements marqués*

L'Établissement marqué doit informer son Partenaire dans un délai de 30 (trente) jours, par tous moyens, du changement d'une des caractéristiques de la garantie de qualité mise en œuvre et de ses services et équipements. Le Partenaire s'assure du respect et de l'application du Règlement d'usage par ses Établissements marqués. Le Partenaire s'assure que toute modification de la mise en œuvre de la garantie de qualité par un Établissement accompagné marqué ne porte pas atteinte au respect du Règlement d'usage.

### **5.5 - Non exclusivité**

Le Règlement d'usage ne donne aucun droit exclusif d'usage de la Marque au profit de l'Exploitant.

### **5.6 - Caractère personnel**

L'autorisation d'utiliser la Marque est strictement personnelle. Elle ne peut en aucun cas être cédée ou transmise, par quelque moyen que ce soit. Le transfert de propriété d'un Établissement marqué entraîne le retrait du droit d'usage de la Marque au bout d'un an. Pour continuer à disposer du droit d'usage de la marque, le nouveau propriétaire doit procéder à un audit.

## **ARTICLE 6 : MODALITES D'UTILISATION DE LA MARQUE**

### **6.1 – Usages autorisés**

L'Exploitant est autorisé à utiliser la Marque pour garantir au public la qualité des services rendus dans son domaine d'activités touristiques.

L'Exploitant peut apposer la Marque sur tous supports, notamment promotionnels ou de communication, qu'ils soient physiques ou numériques, dans la limite des produits et services mentionnés dans l'enregistrement de la Marque et selon les prescriptions de la Charte graphique.

Toute utilisation de la Marque sur un autre support est interdite, sauf accord préalable de l'État.

L'Exploitant veille à ne pas induire le public en erreur sur l'identité, la nature ou la quantité des produits et services offerts sous la Marque. La Marque doit être apposée de manière à indiquer clairement le service bénéficiant de l'autorisation d'utiliser la Marque si plusieurs services identiques ou similaires sont proposés sur le même document ou support.

Sur décision du CNGM, et dans le cadre de la commercialisation de prestations d'établissements marqués et non marqués par un Partenaire Promotion, une adaptation de l'utilisation de la charte graphique (ex : définition d'un seuil, pourcentage de marqués...) peut être demandée au Partenaire Promotion.

### **6.2 - Limites**

L'Exploitant s'engage à ne pas utiliser la Marque à des fins politiques, polémiques, contraires à l'ordre public ou aux bonnes mœurs ou susceptibles de porter atteinte à des droits reconnus par la loi et, de manière générale, à ne pas associer la Marque à des actions ou activités susceptibles de porter atteinte à l'État ou de lui être préjudiciables.

### **6.3 - Charte graphique et modalités de reproduction de la Marque**

Le droit d'usage de la Marque est conditionné à la valorisation de la Marque, conformément à la Charte graphique, accessible au lien suivant : <https://www.qualite-tourisme.gouv.fr/fr/espace-pro/promotion/outils-de-promotion>

L'Exploitant s'engage à reproduire la Marque dans son intégralité et telle que déposée, en respectant la Charte graphique.

L'Exploitant est autorisé à utiliser les éléments verbaux « QUALITE TOURISME <sup>TM</sup> » seuls dans le corps de textes rédactionnels. Toutefois, l'Exploitant est tenu de reproduire la dénomination « QUALITE TOURISME <sup>TM</sup> » dans son intégralité et dans cet ordre, sans ajout de conjonction notamment, en utilisant les lettres « Q » et « T » en majuscules si les autres lettres figurent en minuscules, et d'éviter les césures entre les deux termes. L'Exploitant ne doit en aucun cas utiliser la Marque dans un sens générique.

L'État met à la disposition de l'Exploitant l'ensemble des supports, documents, fichiers nécessaires à l'usage de la Marque sur le site officiel de la Marque, accessible au lien suivant : <https://www.qualite-tourisme.gouv.fr/fr/espace-pro/promotion/outils-de-promotion>. L'Exploitant s'engage à n'utiliser que ces seuls supports dans le cadre de la reproduction et de l'usage de la Marque.

#### **6.4 - Obligations de l'Exploitant**

Les Établissements marqués ont l'obligation de faire figurer le panonceau ou la vitrophanie correspondant à la Marque de manière visible sur la façade de l'Établissement. Le Panonceau ou la vitrophanie sont à la charge de l'Établissement marqué ou du Partenaire selon les modalités définies dans le dossier de candidature du Partenaire.

Le Partenaire informe ses adhérents sur les conditions d'obtention de la Marque et les obligations liées au droit d'usage de la Marque, et communique auprès des tiers sur son droit d'usage de la Marque, même si l'ensemble de ses adhérents ne sont pas titulaires du droit d'usage de la Marque.

L'Exploitant est tenu de faire un usage de la Marque conforme au Règlement d'usage.

Les obligations des Etablissements marqués sont :

- le respect des obligations réglementaires liées à son activité ;
- la valorisation de l'appartenance à la Marque QUALITÉ TOURISME<sup>TM</sup> auprès du grand public ou de leurs clients et visiteurs, selon les modalités définies par la Charte graphique ;
- le maintien du classement prévu par le code du tourisme, s'il existe pour l'activité ;
- la gestion de l'écoute client, conformément aux critères de l'écoute client définis dans le Guide méthodologique des audits et des filières ;
- l'application du suivi qualité des Partenaires, le cas échéant ;
- le respect de la fréquence minimale des audits :
  - tous les 5 ans pour les Etablissements accompagnés,
  - tous les 3 ans pour les Etablissements autonomes.

La fréquence minimale des audits peut être modifiée pour une activité sur décision du CNGM. Elle est alors précisée dans le Guide méthodologique des audits et des filières.

La fréquence minimale des audits peut être modifiée pour les adhérents d'un Partenaire. Le contrôle du respect de cette fréquence incombe au Partenaire dans le cadre de son suivi qualité.

Les établissements marqués ont l'obligation de répondre à l'ensemble des avis négatifs des questionnaires de satisfaction du Portail. L'Établissement marqué est tenu d'archiver les réponses aux réclamations émises sur le Portail. L'Etat peut demander au professionnel de justifier ses réponses notamment dans le cadre de réclamations réelles et sérieuses. La réclamation est portée auprès de l'Etat, du Partenaire ou du Cabinet référencé et de l'établissement sur le Portail.

Le caractère réel et sérieux (preuve du séjour effectif, preuve objective et précise des faits - photographies, certificat médical...) de la réclamation fait l'objet d'une analyse de sa pertinence par le Partenaire et/ou l'Etat.

La réclamation du client doit être accompagnée de la preuve de la consommation du séjour par la production de la facture ou facturette attestant du paiement, la confirmation de paiement par internet, message électronique, ou tout élément matériel relatif à l'expérience de consommation, sur demande de l'Etat.

L'Etat ou le Partenaire demande à l'Etablissement marqué d'évaluer sa pratique professionnelle dans un délai imparti au regard des critères du référentiel Qualité Tourisme identifiés dans la réclamation client.

A défaut de réponse satisfaisante de l'Etablissement marqué, l'Etat lui demande :

- d'adopter et de mettre en œuvre un plan d'actions avec des mesures correctives portant sur les critères du référentiel contestés. L'Etablissement marqué établit ce plan afin d'apporter une réponse concrète et pérenne aux dysfonctionnements ;
- d'accepter un audit de contrôle, à sa charge :
  - sur les seuls critères contestés afin de lever ou confirmer les écarts de conformité identifiés par la réclamation,
  - sur l'intégralité du référentiel Qualité Tourisme.

En l'absence de transmission d'un audit de contre-visite, la procédure de résiliation est engagée.

L'Etablissement marqué peut engager une procédure de recours notamment pour contester l'authenticité de la réclamation en l'absence de transmission de la preuve de la consommation du séjour. Le client dispose d'un délai de 7 jours pour se manifester auprès du Partenaire ou de l'Etat. Sans retour du client, et à l'issue de ce délai, le Partenaire ou l'Etat a l'autorisation de supprimer l'avis.

Cette procédure ne traite pas des litiges relatifs au défaut ou à l'insuffisance grave d'entretien de l'établissement (fermeture administrative par le préfet ou radiation préfectorale en application des dispositions de l'article R. 311-13 du code du tourisme), au droit de la consommation (qui relève de la compétence exclusive des directions départementales de la protection des populations ou des directions départementales de la cohésion sociale et de la protection des populations) ou aux critères de classement pour les hébergements.

## **6.5 - Rémunération**

Le droit d'utiliser la Marque est consenti à l'Exploitant à titre gratuit.

## **6.6 - Respect de la Marque en cours d'exploitation**

L'Exploitant doit tout au long de son usage de la Marque respecter les exigences définies au Règlement d'usage et les modalités de marquage.

## **6.7 - Respect des droits sur la Marque**

L'Exploitant s'engage à ne pas déposer, dans quelque territoire que ce soit, de marques identiques ou similaires à la Marque susceptibles de lui porter atteinte ou d'être confondues avec elle. Notamment, il s'interdit de déposer toute marque reprenant, en tout ou partie, la Marque au sein d'un signe plus complexe.

L'Exploitant s'engage à ne pas développer, utiliser ou exploiter, dans quelque territoire que ce soit, des signes identiques ou similaires à la Marque, susceptibles de lui porter atteinte ou d'être confondues avec elle.

L'Exploitant s'engage à ne pas réserver de noms de domaine, dans quelque extension que ce soit, identiques ou similaires à la Marque ou susceptibles de porter atteinte à la Marque ou d'être confondus avec elle.

## **6.8 - Contrôle**

### **6.8.1. Dispositions communes**

L'État est habilité à prendre toutes mesures destinées à contrôler le respect par l'Exploitant des conditions et obligations fixées par le Règlement d'usage.

#### 6.8.2 Concernant le Partenaire

L'Etat ou le CNGM peut demander au Partenaire de lui envoyer dans les 2 mois un document indiquant le nombre d'établissements engagés dans la démarche et la mise en œuvre des engagements du Règlement d'usage définis en 5.2.

Le Partenaire envoie les informations demandées par tout moyen permettant d'en accuser réception.

L'État examine le dossier de contrôle et rédige un rapport d'examen.

L'État transmet aux membres du CNGM les pièces nécessaires à l'examen du dossier.

Le CNGM évalue la qualité de la mise en œuvre effectuée.

Le CNGM statue sur le maintien ou le retrait du droit d'usage de la Marque.

L'État notifie la décision au Partenaire.

#### 6.8.3 Concernant l'Etablissement

L'État est habilité à mandater des Cabinets d'audit pour effectuer de façon aléatoire un contrôle des Exploitants sur la base des référentiels à sa charge.

### **ARTICLE 7 : INFORMATION ET PROMOTION**

Toute information relative à la Marque et à son usage ainsi que la promotion de la Marque peuvent être faites par l'Exploitant sous réserve que ces informations et actes de promotion soient conformes au Règlement d'usage, aux lois et règlements en vigueur et qu'ils ne portent atteinte ni à la Marque, ni à l'image, ni aux intérêts de l'État.

### **ARTICLE 8 : DUREE ET TERRITOIRE**

#### **8.1 - Durée**

L'autorisation d'utiliser la Marque conférée à l'Exploitant est délivrée à compter de sa notification et jusqu'à sa résiliation dans les conditions prévues à l'article 10.

#### **8.2 - Territoire**

L'autorisation d'utiliser la Marque est délivrée pour le territoire français. Néanmoins, la Marque peut être apposée sur des supports de communication de l'offre faisant l'objet de l'autorisation d'utiliser la Marque diffusés à l'étranger.

### **ARTICLE 9 : MODIFICATION**

#### **9.1 - Modification du dispositif**

##### 9.1.1 Modalités générales de mise en œuvre

En cas de modification du Règlement d'usage, l'État informe les Partenaires et les Etablissements autonomes marqués par tous moyens, notamment par courrier électronique de la date d'entrée en vigueur du nouveau règlement d'usage (date de publication au Bulletin officiel de la propriété intellectuelle). Il appartient au Partenaire d'en informer les Etablissements marqués qu'il accompagne.

L'Exploitant ne pourra prétendre à aucune indemnisation du fait de la modification du Règlement d'usage ou du Guide méthodologique des audits et des filières.

##### 9.1.2 Modalités particulières concernant le Partenaire

Le Partenaire ayant acquis le droit d'usage de la Marque dans le cadre d'une version précédente du Règlement d'usage de la Marque, est réputé accepter les nouvelles dispositions du Règlement d'usage de la Marque, sauf manifestation expresse auprès de l'Etat.

Sur décision du CNGM, l'État fixe, un délai au Partenaire pour qu'il se mette en conformité avec les nouvelles dispositions du Règlement d'usage, le cas échéant.

À la date d'expiration de ce délai, le Partenaire notifie à l'État qu'il a adapté l'usage de la Marque afin de se conformer au Règlement d'usage modifié. L'État confirme au Partenaire par tous moyens la bonne réception de cette notification et l'autorise à poursuivre l'usage de la Marque conformément au Règlement d'usage modifié.

#### 9.1.3 Modalités particulières concernant les Etablissements marqués

Par principe, l'Etablissement marqué est autorisé à poursuivre l'utilisation de la Marque, jusqu'à la date du prochain audit. Cet audit s'effectue sur la base du Règlement d'usage et du Guide méthodologique des audits et des filières en vigueur à cette date.

## 9.2 - Modification de la Charte graphique

En cas de modification de la Charte graphique, l'État en informe l'Exploitant par tous moyens.

L'Exploitant dispose d'un délai de six mois pour se mettre en conformité avec la nouvelle Charte graphique sur tous les supports.

L'Exploitant ne pourra prétendre à aucune indemnisation comme suite à la modification de la Charte graphique.

## ARTICLE 10 : RESILIATION DE L'AUTORISATION D'UTILISATION DE LA MARQUE

### 10.1 - Dispositions communes

L'Exploitant ne bénéficie d'aucun droit acquis au maintien de son autorisation d'utilisation de la Marque. L'Exploitant ne pourra prétendre à aucune indemnité du fait de la résiliation de l'autorisation d'utilisation de la Marque.

La résiliation de l'autorisation d'utilisation de la Marque du Partenaire pour quelque raison que ce soit emporte automatiquement la résiliation du droit d'utiliser la Marque pour ses Etablissements marqués. Néanmoins, une rupture de la relation contractuelle entre un établissement autonome et le Partenaire Promotion n'entraîne pas une perte du droit d'usage de la Marque de l'Etablissement autonome.

La résiliation du droit d'usage de la Marque entraîne l'obligation pour l'Exploitant de retirer immédiatement le panneau de la Marque, toute référence à la Marque de l'ensemble de ses produits et supports et de cesser sous 30 (trente) jours tout usage de la Marque.

### 10.2 - Résiliation de l'autorisation du fait de l'Exploitant

#### *10.2.1 Changement de circonstances affectant la validité de l'autorisation de l'Etablissement accompagné*

Le droit d'utiliser la Marque accordé à un Etablissement accompagné marqué est résilié de plein droit lorsque l'Etablissement n'est plus adhérent ou affilié au Partenaire.

Il appartient au Partenaire de notifier à l'Etablissement la résiliation du droit d'usage de la Marque sur le Portail.

Pour maintenir son droit d'usage de la Marque, l'Etablissement anciennement adhérent ou affilié à un Partenaire a la possibilité dans les 90 (quatre-vingt-dix) jours de rejoindre un autre Partenaire existant pour demeurer établissement accompagné ou, en l'absence de Partenaire territorial, de répondre aux exigences du Règlement d'usage de la Marque en tant qu'Etablissement autonome.

#### *10.2.2 Non-respect du Règlement d'usage par l'Exploitant de la Marque*

En cas de manquement de l'Exploitant aux dispositions du Règlement d'usage, l'État lui notifie les manquements constatés par tous moyens, notamment électroniques ou au travers du Portail de gestion de la Marque. À compter de la réception de la notification, l'Exploitant dispose de 90 (quatre-vingt-dix) jours pour se mettre en conformité avec les dispositions du Règlement d'usage et en informer l'État. À défaut de mise en conformité dans les délais précités, l'autorisation d'usage de la Marque est résiliée de plein droit.

#### *10.2.3 Non-respect du cadre réglementaire de l'activité*

En cas de manquement de l'Exploitant aux dispositions réglementaires de son activité portées à la connaissance de l'Etat, l'Etat engage une procédure de résiliation. L'État lui notifie les manquements constatés par tous moyens, notamment électroniques ou au travers du Portail de gestion de la Marque. À compter de la réception de la notification, l'Exploitant dispose de 30 (trente) jours pour se mettre en conformité avec les dispositions réglementaires et en informer l'État. À défaut de mise en conformité dans les délais précités, l'autorisation d'usage de la Marque est résiliée de plein droit.

#### *10.2.4 Recours*

L'Exploitant auquel une notification de résiliation du droit d'usage de la Marque a été adressée peut formuler par courrier avec accusé de réception un recours auprès du CNGM dans les deux mois suivant la décision. Le CNGM examine les recours et statue dans les deux mois suivant la réception du recours.

#### *10.2.5 Sanctions*

L'usage de la Marque non conforme au Règlement d'usage ou la poursuite de l'usage de la Marque comme suite à une résiliation de l'autorisation d'usage de la Marque constituent des agissements illicites que l'État pourra faire sanctionner et dont il pourra obtenir réparation devant les tribunaux compétents.

### **10.3 - Résiliation de l'autorisation du fait de l'État**

L'autorisation d'utiliser la Marque en vertu du Règlement d'usage tombe de plein droit en cas de cession de la Marque à un tiers ou de décision de l'État d'abandonner la Marque. L'État en informe l'Exploitant de la Marque par tous moyens. L'Exploitant a l'obligation de cesser tout usage de la Marque, retirer le panneau de la Marque immédiatement et supprimer toute référence à la Marque de l'ensemble de ses produits et supports dans un délai de 30 (trente) jours à compter de la réception de la notification de résiliation.

### **ARTICLE 11 : USAGE ABUSIF DE LA MARQUE**

L'usage non autorisé de la Marque par un Exploitant ou par un tiers ouvre le droit à l'État d'intenter toute action judiciaire qu'il juge opportune à son encontre et dans le respect de la législation en vigueur.

### **ARTICLE 12 : DEFENSE DE LA MARQUE**

L'Exploitant s'engage à signaler immédiatement à l'État toute atteinte aux droits sur la Marque dont il aurait connaissance, notamment tout acte de contrefaçon, de concurrence déloyale, ou de parasitisme. Il appartient à l'État de prendre la décision d'engager, à ses frais, risques et périls, toute action civile ou pénale. En conséquence, les dommages et intérêts qui résulteront de l'action engagée par l'État en son nom seront à sa charge ou à son profit exclusif. L'Exploitant ne pourra réclamer aucune indemnité.

### **ARTICLE 13 : RESPONSABILITE ET GARANTIES**

L'Exploitant est seul responsable des conséquences directes ou indirectes qui pourraient résulter de son exploitation de la Marque.

En cas de mise en jeu de la responsabilité de l'État par un tiers, du fait de l'utilisation non conforme de la Marque par l'Exploitant, ce dernier s'engage à en supporter tous les frais et charges en lieu et place de l'État.

L'Exploitant sera tenu au retrait du marché, dans les plus brefs délais, de tout produit ou service non conforme aux normes en vigueur sur le Territoire.

L'État ne donne pas d'autre garantie que celle résultant de son fait personnel et de l'existence matérielle de la Marque.

L'État garantit à l'Exploitant que la Marque n'a pas à sa connaissance et à la date d'entrée en vigueur du Règlement d'usage fait l'objet de droits privatifs antérieurs.

#### **ARTICLE 14 : LOI APPLICABLE**

Le Règlement d'usage est soumis à la loi française, quel que soit le lieu d'utilisation de la Marque par l'Exploitant.

#### **ARTICLE 15 : JURIDICTION COMPETENTE**

Tout litige résultant de l'interprétation ou de l'exécution du Règlement d'usage sera porté devant tout tribunal compétent.

## ANNEXE 1 : Représentation de la Marque



Marque collective de certification française no. 3326504, déposée le 29 novembre 2004 par l'État français, représenté par le ministre de l'Économie des Finances et de la Relance, pour désigner les produits et services suivants en classes 9, 16, 21, 24, 25, 35, 38, 39, 41, 43 :

Appareils et instruments scientifiques (autres qu'à usage médical), nautiques, géodésiques, photographiques, cinématographiques, optiques, de pesage, de mesurage, de signalisation, de contrôle (inspection), de secours (sauvetage) et d'enseignement ; appareils et instruments pour la conduite, la distribution, la transformation, l'accumulation, le réglage ou la commande du courant électrique ; appareils pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction ou le traitement du son ou des images ; supports d'enregistrement magnétiques, cassettes, disques acoustiques ou optiques, cdroms, dvds ; distributeurs automatiques et mécanismes pour appareils à prépaiement ; caisses enregistreuses ; machines à calculer ; équipement pour le traitement de l'information et les ordinateurs ; extincteurs ; logiciels de jeux, logiciels (programmes enregistrés) ; lunettes (optique), articles de lunetterie, étuis à lunettes. 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, cartes postales, autocollants, crayons, stylos, livres, photographies, cubes photos, agendas, calendriers, papier à lettres, enveloppes, porte-blocs, coupe-papier ; livres, journaux, prospectus, brochures, calendriers ; instruments d'écriture ; objets d'art gravés ou lithographiés ; tableaux (peintures) encadrés ou non ; aquariums d'appartement ; aquarelles ; patrons pour la couture ; dessins ; instruments de dessin ; mouchoirs de poche en papier ; linge de table en papier ; sacs et sachets (enveloppes, pochettes) pour l'emballage (en papier ou en matières

plastiques). Ustensiles et récipients non électriques pour le ménage ou la cuisine (ni en métaux précieux, ni en plaqué) ; ouvre-bouteilles, tire-bouchons ; peignes et éponges, brosses (à l'exception des pinceaux), brosses à dents ; matériaux pour la brosse ; instruments de nettoyage actionnés manuellement ; paille de fer ; verre brut ou mi ouvré (à l'exception du verre de construction) ; porcelaine ; faïence ; bouteilles ; objets d'art en porcelaine, en terre cuite ou en verre ; statues ou figurines (statuettes) en porcelaine, en terre cuite ou en verre ; ustensiles ou nécessaires de toilette, verres (récipients) ; vaisselle non en métaux précieux. Tissus ; couvertures de lit et de table ; 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) ; serviettes ; draps de bain ; peignoirs ; fanions. Vêtements (habillement) ; chaussures (à l'exception des chaussures orthopédiques et des chaussures de protection contre les accidents, les irradiations et le feu) ; chapellerie ; chemise, tee-shirt, bandeau, blouson, coupe-vent, casquette, visière, bob, caleçon, ceinture, chemise, cravate, foulard, nœud papillon, polo, sweat shirt, survêtement ; 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. Publicité ; gestion des affaires commerciales ; administration commerciale ; travaux de bureau ; diffusion de matériel publicitaire (tract, prospectus, imprimés, échantillons) ; services d'abonnement à des journaux (pour des tiers) ; conseils en organisation et direction des affaires ; comptabilité ; reproduction de documents ; bureaux de placement ; gestion de fichiers informatiques ; organisation d'expositions à buts commerciaux ou de publicité ; publicité en ligne sur un réseau informatique ; location de temps publicitaire sur tout moyen de communication ; publications de textes publicitaires ; location d'espaces publicitaires ; diffusion d'annonces publicitaires ; relations publiques. Télécommunications ; informations en matière de télécommunications ; communications par terminaux d'ordinateurs ou par réseau de fibres optiques ; communications radiophoniques ou téléphoniques ; services de radiotéléphonie mobile ; fourniture d'accès à un réseau informatique mondial ; services d'affichage électronique (télécommunications) ; raccordement par télécommunications à un réseau informatique mondial ; agences de presse ou d'informations (nouvelles) ; location d'appareils de télécommunication ; émissions radiophoniques ou télévisées ; services de téléconférences ; services de messagerie électronique. Transport, emballage et entreposage de marchandises ; organisation de voyages ; informations en matière de transport ; distribution de journaux ; distribution des eaux ou d'énergie ; remorquage ; location de garages ou de places de stationnement ; location de véhicules, de bateaux ou de chevaux ; services de taxis ; réservation pour les voyages ; agences de tourisme (à l'exception de la réservation d'hôtels, de pensions) ; entreposage de supports de données ou de documents stockés électroniquement. Éducation, formation, divertissement ; activités sportives et culturelles ; informations en matière de divertissement ou d'éducation ; services de loisirs ; publication de livres ; prêt de livres ; production de films sur bandes vidéos ; location de films cinématographiques ; location d'enregistrements sonores ; location de magnétoscopes ou de postes de radio et 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 jeux proposés en ligne (à partir d'un réseau informatique) ; services de jeux d'argent ; publication électronique de livres et de périodiques en ligne ; micro édition. Services de restauration (alimentation) ; hébergement temporaire ; services hôteliers ; services de motels ; pensions, maisons de vacances ; restaurants, cafés, cafés-restaurants, cafétérias, restaurants libre service, restaurants à service rapide et permanent, services de bars ; services de traiteurs ; réservation d'hôtels, de logements temporaires, de pensions ; location de logements temporaires, de tentes ; exploitation de terrains de camping ; services de camps de vacances.

