

**RÈGLEMENT D'USAGE
DE LA MARQUE COLLECTIVE**

FRANCAISE  **French**
Healthcare **N°4345534**

Version 1 du 21/07/2020

DEMANDEUR :

Le demandeur est l'État français, représenté par le ministre des Affaires Étrangères et du Développement International et situé au 37 quai d'Orsay, 75700, Paris SP 07, titulaire de la marque collective française

semi-figurative  **French Healthcare** n° 4345534, déposée le 14 mars 2017 pour désigner des produits et des services relevant des classes 5, 9, 10, 16, 35, 36, 41, 42 et 44.

PRÉAMBULE :

Le dispositif « French Healthcare » est une initiative gouvernementale de valorisation, à l'international, de l'excellence française en matière de santé, lancée en mars 2017 par le ministre des Affaires étrangères, en lien avec les ministères en charge de l'économie, de la santé et des affaires sociales. Le ministère de l'Europe et des affaires étrangères est le promoteur institutionnel de ce dispositif.

Il réunit dans une démarche collective les acteurs français de la sphère santé, animée par l'Association French Healthcare, qui dispose d'un rôle central en tant que porte d'entrée du dispositif et promoteur d'une approche collective, et accompagnée dans son déploiement par l'opérateur public Business France, à travers la mise en œuvre d'une stratégie de communication autour de la marque et le développement d'outils adaptés aux cibles internationales, permettant d'amplifier son rayonnement à l'international.

Le dispositif « French Healthcare » défend les valeurs d'excellence, d'universalisme, d'efficacité et de progrès fondé sur la science que porte la filière de santé française et veut s'adresser aux autorités et donneurs d'ordres étrangers, aux bailleurs de fonds, aux professionnels de santé, aux autres acteurs de la santé et plus généralement aux patients des autres pays.

Cette initiative est promue sous une bannière commune, la marque  **French Healthcare** que l'État français, représenté par le ministre des Affaires Étrangères et du Développement International, qui est titulaire des droits d'auteur portant sur le logotype, a déposé, le 14 mars 2017, en tant que marque

collective  **French Healthcare** n° 4345534 pour désigner des produits et des services relevant des classes 5, 9, 10, 16, 35, 36, 41, 42 et 44.

La marque  **French Healthcare** se décline sous trois formes pour renforcer le déploiement et la visibilité du dispositif « French Healthcare »:

- **French Healthcare Association** : réservée à l'Association French Healthcare pour identifier les actions relatives à son fonctionnement propre, c'est-à-dire l'animation de ses membres ou le recrutement de futurs adhérents ;
- **French Healthcare Association Member** : réservée aux membres de l'Association French Healthcare, pour signaler leur appartenance à celle-ci et valoriser ainsi leur engagement dans la démarche de mobilisation collective, impulsée par l'État français et portée par l'Association French Healthcare au service du dispositif « French Healthcare » ;
- **French Healthcare Club** : réservée aux Clubs santé répertoriés dans le cadre du groupe international du Comité stratégique de filière (CSF) des industriels et technologies de santé.

L'autorisation d'usage de la marque est donnée à l'Exploitant dès lors qu'il satisfait tout au long de son usage de la Marque aux dispositions du Règlement d'usage et alors qu'il est pleinement informé que l'usage de cette Marque peut lui être retiré dans les conditions fixées au Règlement d'usage.

La première édition du Règlement d'usage a été élaborée le 21 juillet 2020 par l'État représenté par le ministre en charge des affaires étrangères qui s'assurera de sa pertinence au regard de l'évolution de l'activité concernée, de telle sorte que le Règlement d'usage pourra être révisé.

Le Règlement d'usage est accessible en ligne sur le site www.frenchhealthcare.fr.

ARTICLE 1 : DÉFINITIONS



1. 1 - Par « **Marque** », on entend la marque collective semi-figurative telle que représentée en annexe (Annexe 1), déposée à l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI), le 14 mars 2017 sous le numéro 4345534 au nom de l'État français, représenté par le ministre des Affaires Étrangères et du Développement International pour désigner des produits et des services relevant des classes 5, 9, 10, 16, 35, 36, 41, 42 et 44.

1. 2 - Par « **Règlement d'usage** », on entend le présent règlement d'usage de la Marque, ainsi que ses annexes.

1. 3 - Par « **État français** », on entend l'État français représenté par le ministre des Affaires Étrangères et du Développement International, titulaire exclusif de la Marque.

1. 4 - Par « **Comité de marque** », on entend le comité qui réunit l'État français, l'Association French Healthcare et Business France, et qui a pour objet de piloter le déploiement de la Marque et les autorisations d'usage.

1. 5 - Par « **Exploitant** », on entend toute personne physique ou morale habilitée à utiliser la Marque en application du Règlement d'usage, à l'exclusion de l'État français.

1. 6 - Par « **Charte graphique** », on entend la charte graphique formalisant les modalités graphiques d'usage de la Marque, figurant en annexe 2 ainsi que sur le site www.frenchhealthcare.fr.

1. 7 - Par « **Charte d'usage** », on entend la charte rappelant les conditions et les limites d'usage de la Marque, figurant en annexe 3 ainsi que [sur le site www.frenchhealthcare.fr](http://www.frenchhealthcare.fr).

ARTICLE 2 : OBJET

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

Tout usage de la Marque vaut acceptation formelle des dispositions du Règlement d'usage.

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

ARTICLE 3 : TITULARITE DE LA MARQUE

L'Exploitant reconnaît que l'État français est pleinement titulaire 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 : BÉNÉFICIAIRE D'UN DROIT D'USAGE DE LA MARQUE

4.1 - Personnes éligibles

Dans les conditions définies au sein du Règlement d'usage, l'usage de la Marque est réservé :

- à l'État français ;
- à l'Association French Healthcare ;
- à Business France.

Par exception, une autorisation d'usage de la Marque peut également être accordée, dans des cas particuliers définis au sein du règlement d'usage :

- aux membres de l'Association French Healthcare ;
- aux autres acteurs français de la santé.

Dans les conditions définies au sein du Règlement d'usage, l'usage des déclinaisons suivantes de la Marque est réservé :

- pour « French Healthcare Association », à l'Association French Healthcare ;
- pour « French Healthcare Association Member », aux membres de l'Association French Healthcare ;
- pour « French Healthcare Club », aux Clubs santé.

4.2 - Procédure d'obtention du droit d'usage de la Marque

4.2.1. Pour l'État français

L'État français est autorisé de plein droit à faire usage de la Marque, en tant que propriétaire de la Marque et initiateur du dispositif « French Healthcare ».

4.2.2. Pour l'Association French Healthcare

En tant que porte d'entrée du dispositif « French Healthcare » et promoteur d'une approche collective, l'Association French Healthcare est autorisée de plein droit à faire usage de la Marque, dans les conditions définies au sein du Règlement d'usage.

Pour identifier les actions relatives à son fonctionnement propre, à destination exclusive de ses membres ou destinées à susciter l'adhésion de nouveaux membres, l'Association French Healthcare est autorisée de plein droit à utiliser la Marque en lui associant systématiquement la mention « Association », conformément à la Charte d'usage et à la Charte graphique.

4.2.3. Pour Business France

Business France, en tant qu'agence nationale au service de l'internationalisation de l'économie française, est autorisé de plein droit à faire usage de la Marque, dans les conditions définies au sein du Règlement d'usage.

4.2.4. Pour les membres de l'Association French Healthcare

Les membres de l'Association French Healthcare sont autorisés à faire usage de la Marque, dans les conditions strictement définies à l'article 5.1.4, sous réserve d'en avoir informé préalablement le bureau exécutif de l'Association French Healthcare, par courriel adressé à la ou au délégué.e général.e de l'Association French Healthcare à contact@frenchhealthcare.fr.

Cette information préalable vaut acceptation formelle des dispositions du Règlement d'usage.

En l'absence de réponse du bureau exécutif de l'Association French Healthcare, dans un délai de 15 jours, l'accord pour l'usage de la Marque est réputé obtenu.

Il est interdit aux membres de l'Association French Healthcare d'utiliser la Marque avant l'expiration du délai précité.

Les membres de l'Association French Healthcare, pour signaler leur appartenance à celle-ci et valoriser ainsi leur engagement dans la démarche de mobilisation collective, impulsée par l'État français et portée par l'Association French Healthcare au service du dispositif « French Healthcare », sont autorisés de plein droit à utiliser la Marque en lui associant systématiquement la mention « Association member », conformément à la Charte d'usage et à la Charte graphique.

4.2.5. Pour les autres acteurs français de la santé

Les autres acteurs français de la santé, tels que les collectivités, les institutions, les opérateurs publics, sociétés savantes, fédérations professionnelles, pôles de compétitivité, clusters, chambres de commerce en France ou à l'étranger, etc., qui souhaitent faire usage de la Marque, dans les conditions strictement définies à l'article 5.1.5, doivent en faire la demande auprès du Comité de marque en téléchargeant le formulaire disponible sur le site www.frenchhealthcare.fr, et en l'adressant dûment complété par courriel à l'adresse suivante contact@frenchhealthcare.fr.

La demande d'autorisation d'utilisation de la Marque vaut acceptation formelle des dispositions du Règlement d'usage.

Après instruction de la demande et dans un délai maximum de 15 jours après réception du formulaire de la demande d'usage de la Marque, le Comité de marque, qui reste souverain dans l'appréciation de l'opportunité de délivrer une autorisation notifiée, au demandeur son accord ou son refus.

Il est interdit au demandeur d'utiliser la Marque pendant la procédure d'instruction de son dossier.

4.2.6. Pour les clubs santé

Les Clubs santé sous réserve qu'ils soient répertoriés dans le cadre du groupe international du Comité stratégique de filière (CSF) des industriels et technologies de santé, sont autorisés de plein droit à utiliser la Marque en lui associant systématiquement la mention « Club », conformément à la Charte d'usage et à la Charte graphique.

4.3 - Changement de circonstances affectant l'Exploitant

L'Exploitant s'engage à informer l'État français de toute modification affectant sa qualité ou modifiant une des caractéristiques ayant donné lieu à l'autorisation d'utilisation de la Marque, par voie postale à l'adresse suivante :

Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères
Direction de la Diplomatie économique
Sous-direction des secteurs stratégiques
Pilotage « French Healthcare »

27 rue de la Convention
CS 91533 – 75732 PARIS Cedex 15

Étant entendu que si l'Exploitant ne répond plus aux conditions posées par le Règlement d'usage, l'autorisation d'utiliser la Marque est résiliée conformément à l'article 9.2 du Règlement d'usage.

4.4 - Non exclusivité

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

4.5 - 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.

ARTICLE 5 : MODALITÉS D'UTILISATION DE LA MARQUE

5.1 - Usages autorisés

L'Exploitant s'engage à faire un usage de la Marque qui soit compatible avec l'ensemble des conditions prévues par le Règlement d'usage.

L'Exploitant s'interdit de faire un usage de la Marque susceptible d'induire le public en erreur sur son caractère ou sa signification, notamment lorsqu'elle est susceptible de ne pas apparaître comme une marque collective et notamment en la faisant notamment apparaître comme une marque de garantie.

L'Exploitant est autorisé à utiliser la Marque dans les conditions fixées ci-après et dans la limite des produits et/ou services suivants :

- classe 16 : produits de l'imprimerie ; affiches ; albums ; cartes ; livres ; journaux ; prospectus ; brochures ; calendriers ; almanachs ; bloc-notes ; blocs d'écriture ; cahiers ; carnets ; flyers, tracts ; formulaires, formules ; livrets ; manuels ; publications imprimées ; revues [périodiques] ; lettres d'information, documentations d'affaires, matériels d'enseignement ; tous ces produits étant d'origine française ou fabriqués en France ;
- classe 41 : formation ; publication de livres ; organisation et conduite de colloques, conférences ou congrès ; organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs ; publication électronique de livres et de périodiques en ligne ; publication de documents ; publication de magazines ; publication par voie électronique ; publication de revues spécialisées ; édition de publications électroniques ; publications électroniques non téléchargeables ; publication de revues en ligne ; publication de produits de l'imprimerie ; publication de textes autres que publicitaire ; publication de revues spécialisées ; publication de produits imprimés sous forme électronique ; publication de périodiques et de livres sous forme électronique ; publication en ligne de revues spécialisées et livres électroniques ; publication de journaux, de périodiques, de catalogues et de brochures ; publication de produits imprimés, autres que textes publicitaires, sous forme électronique ; mise à disposition de publications électroniques, non téléchargeables, à partir d'un réseau informatique mondial ou d'Internet ;
- classe 44 : conseils en santé publique ; conseils en matière de santé ; préparation de rapports en matière de soins de santé ; services de conseils professionnels concernant les soins de santé ; fourniture d'informations médicales dans le secteur de la santé ; conseil sur la mise en place et l'organisation de services et d'infrastructures de santé.

5.1.1. Pour l'État français

L'État français fait usage de la Marque pour assurer la promotion institutionnelle du dispositif et est ainsi amené à déployer la Marque dans le cadre des manifestations dédiées à la valorisation du savoir-faire français qu'il est amené à organiser ou des supports éditoriaux qu'il peut publier, à travers notamment le réseau diplomatique français.

5.1.2. Pour l'Association French Healthcare

L'Association French Healthcare est autorisée à faire usage de la Marque exclusivement pour assurer le portage du dispositif et en assurer la promotion dans une démarche collaborative à l'export, à travers le principe d'adhésion à une structure collective, la présence sur les salons internationaux, et les travaux menés au sein de ses groupes de travail thématiques. L'Association French Healthcare déploie la Marque sur les événements de type salons, colloques, ateliers, conférences, qu'elle organise ou auxquels elle participe, ainsi que sur les supports de communication (papier ou numérique) qu'elle publie.

5.1.3. Pour Business France

Business France est autorisée à faire usage de la Marque exclusivement pour assurer la promotion et la valorisation du système et des acteurs de la santé français à l'international sous l'angle attractivité et export. Business France met pour cela en œuvre une stratégie de communication et développe des outils adaptés aux cibles internationales, en relayant le travail de l'Association French Healthcare et contribuant avec cette dernière au rayonnement de la marque et des acteurs de l'écosystème à l'international.

La Marque est ainsi déployée par Business France lors d'opérations collectives organisées dans le cadre du Programme France Export (PFE) (ex : pavillon France lors des salons internationaux d'envergure), lors d'opérations de découverte de l'écosystème « French Healthcare », à l'occasion d'événements collectifs à l'étranger ou de manifestations organisées par la Team France Export (TFE) en région et à l'international, ainsi que sur les publications éditoriales et les divers supports de communication papier ou digitale rédigés par Business France en vue de permettre la visibilité du dispositif « French Healthcare » à l'international.

5.1.4. Pour les membres de l'Association French Healthcare

Sous réserve d'obtenir une autorisation d'utilisation de la Marque conformément à la procédure prévue à l'article 4.2.4, les membres de l'Association French Healthcare sont autorisés à faire usage de la Marque exclusivement dans les deux cas de figure suivants :

- lors de l'organisation, par un membre de l'Association French Healthcare, d'événements collectifs de promotion de l'excellence française dans le domaine de la santé, accueillant d'autres acteurs français de la sphère santé et visant à promouvoir le savoir-faire de la France ;
- lors de la présence d'un membre de l'Association French Healthcare sur un salon international, sous réserve que le stand de ce dernier soit situé à l'extérieur du pavillon France tenu par Business France ou de celui tenu par l'Association French Healthcare.

L'usage de la Marque par les membres de l'Association French Healthcare en dehors des deux cas de figure précités, pour d'autres événements ou sur d'autres supports de communication non liés aux événements pour lesquels ils ont reçu une autorisation d'usage et/ou pour leur bénéfice propre, est strictement interdit.

Les membres de l'Association French Healthcare sont autorisés à utiliser la Marque en lui associant systématiquement la mention « Association member », conformément à la Charte d'usage et à la Charte graphique, et exclusivement pour signaler leur appartenance à l'Association French Healthcare et valoriser ainsi leur engagement dans la démarche de mobilisation collective impulsée par l'État français et portée par l'Association French Healthcare au service du dispositif « French Healthcare ».

5.1.5. Pour les autres acteurs français de la santé

Sous réserve d'obtenir une autorisation d'utilisation de la Marque conformément à la procédure prévue à l'article 4.2.5, les autres acteurs français de la santé sont autorisés à faire usage de la Marque exclusivement lors d'événements de promotion de la filière à l'international, sous réserve que ces événements :

- soient tournés vers l'international ;
- aient une portée jugée suffisante ;
- ne fassent pas concurrence à d'autres événements organisés l'Association French Healthcare ou Business France ;
- correspondent à la stratégie de la Marque définie par l'État français.

L'usage de la Marque par les autres acteurs français de la santé en dehors des cas précités et/ou pour leur bénéfice propre est strictement interdit.

5.1.6. Pour les Clubs santé

Les Clubs santé à l'étranger, répertoriés dans le cadre du groupe international du Comité stratégique de filière (CSF) des industriels et technologies de santé, sont autorisés à utiliser la Marque en lui associant systématiquement la mention « Club », conformément à la Charte d'usage et à la Charte graphique, et exclusivement pour renforcer la cohérence et la visibilité de l'ensemble du dispositif de soutien à l'export.

Les clubs santé qui le souhaitent pourront ainsi manifester leur appartenance au dispositif « French Healthcare » en utilisant la déclinaison de la Marque qui leur est dédiée dans le cadre des événements de promotion de la filière qu'ils organisent sur le territoire où ils sont implantés et des supports de communication (papier ou numérique) qu'ils publient.

5.2 - 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 français ou lui être préjudiciable.

L'Exploitant s'engage à ne pas utiliser la marque pour identifier des produits et/ou des services qu'il commercialise.

5.3 - Représentation de la Marque

L'Exploitant s'engage à reproduire la Marque dans son intégralité, telle que déposée à l'INPI et représentée en annexe 1 du Règlement d'usage et en respectant la Charte graphique reproduite en annexe 2 du présent Règlement d'usage ainsi que sur le site internet www.frenchhealthcare.fr.

L'Exploitant s'engage à ne faire aucune modification, ajout ou suppression dans la Marque, autres que ceux prévus et autorisés par la Charte graphique.

5.4 - Rémunération

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

5.5 - Respect de la Marque en cours d'exploitation

L'Exploitant doit tout au long de son usage de la Marque respecter les exigences définies dans la Charte graphique et dans la Charte d'usage.

5.6 - Respect des droits sur la Marque

L'Exploitant s'engage à ne pas déposer, dans quelque territoire que ce soit, de marque identique ou similaire à la Marque susceptible de lui porter atteinte ou d'être confondue 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, de signe identique ou similaire à la Marque, susceptible de lui porter atteinte ou d'être confondu avec elle.

L'Exploitant s'engage à ne pas réserver de nom de domaine, dans quelque extension que ce soit, identique ou similaire à la Marque ou susceptible de porter atteinte à la Marque ou d'être confondu avec elle.

5. 7 - Contrôle

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

5. 8 - Preuves d'usage

L'Exploitant s'engage à collecter et à conserver des preuves datées de l'exploitation effective et sérieuse de la Marque pour les produits et services listés à l'article 5.1, et ce pendant toute la durée de son autorisation d'utiliser la Marque.

L'Exploitant s'engage à fournir ces éléments à la première demande de l'État français, par voie postale à l'adresse :

Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères
Direction de la Diplomatie économique
Sous-direction des secteurs stratégiques
Pilotage « French Healthcare »

27 rue de la Convention
CS 91533 – 75732 PARIS Cedex 15

ARTICLE 6 : INFORMATION ET PROMOTION

Toute information relative à la Marque et à son usage ainsi que la promotion de la Marque peut être faite 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 français.

ARTICLE 7 : DURÉE ET TERRITOIRE

7. 1 - Durée

L'Exploitant est autorisé à utiliser la Marque conformément au Règlement d'usage pendant la durée de validité de la Marque, sauf les cas de résiliation prévus à l'article 9.

7. 2 - Territoire

L'autorisation d'utiliser la Marque vaut pour le monde entier.

ARTICLE 8 : MODIFICATION

8. 1 - Modification du dispositif

En cas de modification du Règlement d'usage, l'État français en informe l'Exploitant par tous moyens.

Le cas échéant, l'État français fixe un délai à l'Exploitant pour qu'il se mette en conformité avec les nouvelles dispositions du Règlement d'usage.

L'Exploitant est réputé avoir pris connaissance et avoir accepté les nouvelles dispositions, sauf notification contraire de sa part par tous moyens ou cessation de l'utilisation de la Marque dans les 30 jours suivant la notification de la modification par l'État français ou à l'expiration du délai de mise en conformité fixé.

L'Exploitant est autorisé à poursuivre l'utilisation de la Marque, sauf s'il ne répond plus aux nouvelles conditions. En pareil cas, l'autorisation est résiliée conformément à l'article 9.2 du Règlement d'usage.

L'Exploitant ne pourra prétendre à aucune indemnisation du fait de la modification du Règlement d'usage.

8. 2 - Modification de la Charte graphique

En cas de modification de la Charte graphique, l'État français en informe l'Exploitant par tous moyens et fixe un délai pour qu'il se mette en conformité avec la nouvelle Charte graphique.

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

8. 3 - Modification de la Charte d'usage

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

L'Exploitant ne pourra prétendre à aucune indemnisation suite à la modification de la Charte d'usage.

ARTICLE 9 : RÉSILIATION DE L'AUTORISATION D'UTILISATION DE LA MARQUE

9. 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 indemnisation du fait de la résiliation de l'autorisation d'utilisation de la Marque.

9. 2 - Résiliation de l'autorisation du fait de l'Exploitant

9.2.1. Changement de circonstances affectant la validité de l'autorisation

Le droit d'utiliser la Marque s'éteint de plein droit dès lors que l'Exploitant ne répond plus aux conditions d'éligibilité prévues à l'article 4.1 du Règlement d'usage.

L'extinction du droit d'usage de la Marque entraîne l'obligation immédiate pour l'Exploitant cesser tout usage de la Marque et de retirer toute référence à la Marque de l'ensemble de ses produits et supports.

9.2.2. Non-respect du Règlement d'usage par l'Exploitant

En cas de manquement de l'Exploitant aux dispositions du Règlement d'usage, l'État français lui notifie les manquements constatés par tous moyens.

À compter de la réception de la notification, l'Exploitant dispose d'un délai de 15 jours pour se mettre en conformité avec les dispositions du Règlement d'usage et d'en informer l'État français.

À défaut de mise en conformité dans le délai précité, l'autorisation d'usage de la Marque est résiliée de plein droit.

Le retrait du droit d'usage de la Marque entraîne l'obligation immédiate pour l'Exploitant de cesser tout usage de la Marque et de retirer toute référence à la Marque de l'ensemble de ses produits et supports.

9.2.3. Sanctions

L'usage non conforme au Règlement d'usage et/ou la poursuite de l'usage de la Marque malgré une décision de retrait constituent des agissements illicites que l'État français pourra faire sanctionner et dont il pourra obtenir réparation devant les tribunaux compétents.

9.3 - Retrait de l'autorisation du fait de l'État français

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 français d'abandonner la Marque.

L'État français en informe l'Exploitant par tous moyens.

L'Exploitant a l'obligation de cesser tout usage de la Marque et de retirer toute référence à la Marque de l'ensemble de ses produits et supports dans un délai fixé par l'État, à compter de la réception de sa notification du retrait d'autorisation

L'Exploitant ne pourra prétendre à aucune indemnisation du fait de la décision de l'État français d'abandonner la Marque.

ARTICLE 10 : USAGE ABUSIF DE LA MARQUE

Outre les sanctions prévues à l'article 9.2.3, l'usage non autorisé de la Marque par un Exploitant ou par un tiers ouvre le droit à l'État Français d'intenter toute action judiciaire qu'il juge opportune à son encontre et dans le respect de la législation en vigueur.

ARTICLE 11 : DÉFENSE DE LA MARQUE

Pour toute atteinte aux droits sur la Marque dont il aurait connaissance, notamment tout acte de contrefaçon, de concurrence déloyale, ou de parasitisme, l'Exploitant s'engage à signaler immédiatement à l'État français, par voie postale à l'adresse suivante :

Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères
Direction de la Diplomatie économique
Sous-direction des secteurs stratégiques
Pilotage « French Healthcare »

27 rue de la Convention
CS 91533 – 75732 PARIS Cedex 15

L'Exploitant n'est pas autorisé à introduire toute procédure devant les offices de propriété intellectuelle ainsi que toute action civile, pénale ou en contrefaçon relatives à la Marque, même en cas de silence de l'État français valant acceptation à l'issue d'un délai de 2 mois.

Il appartient à l'État français seul 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 français en son nom seront à sa charge ou à son profit exclusif. L'Exploitant ne pourra réclamer aucune indemnité.

ARTICLE 12 : RESPONSABILITÉ 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 français 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 français.

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

L'État Français 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 droit privatif antérieur.

ARTICLE 13 : LOI APPLICABLE

Le Règlement d'usage est soumis à la loi française.

ARTICLE 14 : JURIDICTION COMPÉTENTE

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

LISTE DES ANNEXES

- Annexe 1 : Représentation de la Marque collective
- Annexe 2 : Charte graphique
- Annexe 3 : Charte d'usage

Annexe 1 : Représentation de la Marque collective

Marque française

 Ajouter à ma liste



Marque : French Healthcare

Type : Marque Semi Figurative

Informations complémentaires :

- Demande d'extension : Polynésie française

Classification des éléments figuratifs : 02.09.01

Classification de Nice : 5 ; 9 ; 10 ; 16 ; 35 ; 36 ; 41 ; 42 ; 44

Produits et services

- 5 Produits pharmaceutiques ; médicaments ; produits hygiéniques pour la médecine ; produits chimiques pour l'hygiène à usage médical ; aliments diététiques à usage médical ; substances diététiques à usage médical ; aliments diététiques pour la nutrition clinique ; aliments pour bébés ; compléments alimentaires ; emplâtres ; matériel pour pansements ; matières pour plomber les dents ; matières pour empreintes dentaires ; désinfectants ; désinfectants à usage domestique ; désinfectants à usage médical ; fongicides ; préparations pour le bain à usage médical ; préparations chimiques à usage médical ; préparations chimiques à usage pharmaceutique ; herbes médicinales ; tisanes ; parasitocides ; préparations de diagnostic ; agents de diagnostic à usage médical ; réactifs de diagnostic clinique ; réactifs médicaux cliniques ; alcools médicinaux ; antiseptiques ; bactéricides ; coton antiseptique ; germicides ; produits antibiotiques pour le lavage des mains ; préparations pour la stérilisation ; préparations assainissantes à usage hospitalier ; nettoyants antiseptiques ; lingettes à usage médical ; savon antibactérien ; produits pour la stérilisation ; sprays antibactériens ; anesthésiques pour la chirurgie ; anesthésiques autres que pour la chirurgie ; préparations et articles d'hygiène ; tous ces produits étant d'origine française ou fabriqués en France.
- 9 Appareils et instruments scientifiques ; appareils et instruments nautiques ; appareils et instruments géodésiques ; appareils et instruments photographiques ; appareils et instruments optiques ; appareils et instruments de pesage ; instruments et appareils de mesure ; appareils et instruments de vérification (contrôle) ; appareils et instruments pour l'enseignement ; appareils pour l'enregistrement du son ; appareils pour la transmission du son ; appareils pour la reproduction du son ; appareils d'enregistrement d'images ; appareils de transmission d'images ; appareils de reproduction d'images ; disques compacts (CD) ; DVD ; supports d'enregistrement numériques ; équipements de traitement de données ; logiciels (programmes enregistrés) ; publications téléchargeables ; publications électroniques téléchargeables sous forme de revues ; livres électroniques téléchargeables ; journaux électroniques téléchargeables ; vêtements de protection contre les accidents, les radiations et le feu ; dispositifs de protection personnelle contre les accidents ; lunettes (optique) ; lunettes 3D ; articles de lunetterie ; tous ces produits étant d'origine française ou fabriqués en France.
- 10 Appareils et instruments chirurgicaux ; appareils et instruments médicaux ; appareils et instruments dentaires ; membres artificiels ; yeux artificiels ; dents artificielles ; articles orthopédiques ; matériel de suture ; biberons ; tétines de biberons ; vêtements spéciaux pour salles d'opération ; prothèses ; implants artificiels ; fauteuils à usage médical ou dentaire ; draps chirurgicaux ; bassins à usage médical ; mobilier spécial à usage médical ; coutellerie chirurgicale ; chaussures orthopédiques ; déambulateurs pour personnes handicapées ; analyseurs automatiques pour diagnostics médicaux ; appareils d'analyse à usage médical ; appareils de télémétrie à usage médical ; appareils d'imagerie médicale ; appareils de détection à usage médical ; appareils médicaux de diagnostic à usage médical ; dispositifs de mesure à usage médical ; tous ces produits étant d'origine française ou fabriqués en France.
- 16 Produits de l'imprimerie ; affiches ; albums ; cartes ; livres ; journaux ; prospectus ; brochures ; calendriers ; almanachs ; bloc-notes ; blocs d'écriture ; cahiers ; carnets ; flyers, tracts ; formulaires, formules ; livrets ; manuels ; publications imprimées ; revues [périodiques] ; lettres d'information, documentations d'affaires, matériels d'enseignement ; tous ces produits étant d'origine française ou fabriqués en France.
- 35 Publicité ; diffusion d'annonces publicitaires ; relations publiques ; développement de campagnes de promotion ; promotion de manifestations spéciales ; promotion d'entreprises (publicité) ; gestion des affaires commerciales ; administration commerciale ; analyse commerciale de marchés ; analyse d'affaires commerciales ; études économiques à des fins commerciales ; diffusion d'informations commerciales ; conduite d'enquêtes de marché ; expertises et rapports d'experts liés à des questions commerciales ; analyse de données commerciales ; analyse de statistiques commerciales ; collecte et classement de données d'affaires ; informations commerciales assistées par ordinateur ; mise à disposition d'informations commerciales ; prévisions et analyses économiques ; préparation d'enquêtes commerciales ; mise à disposition de données informatisées en matière d'affaires ; service d'informations commerciales pour entreprises ; audits d'entreprises (analyses commerciales) ; administration et gestion d'entreprises ; aide à la direction des affaires ; aide à la gestion d'activités commerciales ; aide à la gestion d'affaires ; enseignements d'affaires ; organisation de rencontres d'affaires ; services de consultation et de conseil relatifs aux affaires ; services de réseautage d'affaires ; diffusion de matériel publicitaire (tracts, prospectus, imprimés, échantillons) ; services d'abonnement à des journaux (pour des tiers) ; présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail ; conseils en organisation et direction des affaires ; gestion managériale hospitalière ; organisation de services de santé ; conseil en organisation et en gestion d'établissements de soins ; comptabilité ; gestion de fichiers informatiques ; optimisation du trafic pour des sites Web ; 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 ; publication de textes publicitaires ; location d'espaces publicitaires ; promotion commerciale ; services de promotion de commerce ; services de revues de presse ;

- 36 Assurances ; services bancaires ; services de caisses de prévoyance ; gestion financière ; services de financement ; analyse financière ; service de conseil et de courtage en matière d'assurance santé ; consultation en matière financière ; estimations financières (assurances, banques, immobilier) ; conseil sur la mise en place d'un système de remboursement de frais de santé ; services de financement de frais médicaux ; administration de régimes de remboursement des frais médicaux ; services d'assurance pour le remboursement des frais médicaux ;
- 41 Éducation ; formation ; divertissement ; recyclage professionnel ; publication de livres ; prêt de livres ; production et location de films cinématographiques ; montage de bandes vidéo ; organisation et conduite de colloques, conférences ou congrès ; organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs ; publication électronique de livres et de périodiques en ligne ; publication de documents ; publication de magazines ; publication par voie électronique ; publication de revues spécialisées ; édition de publications électroniques ; publications électroniques non téléchargeables ; publication de revues en ligne ; publication de produits de l'imprimerie ; publication de textes autres que publicitaires ; publication de revues spécialisées ; publication de produits imprimés sous forme électronique ; publication de périodiques et de livres sous forme électronique ; publication en ligne de revues spécialisées et livres électroniques ; publication de journaux, de périodiques, de catalogues et de brochures ; publication de produits imprimés, autres que textes publicitaires, sous forme électronique ; mise à disposition de publications électroniques, non téléchargeables, à partir d'un réseau informatique mondial ou d'Internet ; services de micro-édition ;
- 42 Évaluations techniques concernant la conception (travaux d'ingénieurs) ; recherches scientifiques ; recherches techniques ; conception de logiciels ; développement de logiciels ; recherche et développement de nouveaux produits pour des tiers ; services d'études de projets techniques ; élaboration (conception) de logiciels ; évaluation de services de santé ; évaluation et contrôle qualité de structures de santé et d'organismes de soin ; évaluation des procédures en milieu hospitalier ; contrôle qualité de médicaments ; conseil en matière de contrôle de médicaments ; conseils en matière de technologies de l'information destinés aux industries pharmaceutiques et de la santé ; consultation en matière de recherches en bactériologie ; consultation en matière de recherche et développement pharmaceutiques ; consultation en matière de recherches dans le domaine de la pharmacogénétique ; développement de préparations et de médicaments pharmaceutiques ; essais cliniques ; fourniture d'informations en recherche médicale et scientifique dans le domaine des produits pharmaceutiques et des essais cliniques ; inspection des produits pharmaceutiques ; recherche clinique ; recherches biologiques, cliniques et médicales ; recherche et développement pharmaceutiques ; recherche et développement scientifique ; services de laboratoires médicaux ; services de recherche biomédicale ; analyse pour la recherche médicale ; conseil en matière de pharmacologie ;
- 44 Services de santé ; soins médicaux ; soins palliatifs ; soins infirmiers ; conseils en santé publique ; conseils en matière de santé ; administration de soins de santé ; préparation de rapports en matière de soins de santé ; services de conseils professionnels concernant les soins de santé ; fourniture d'informations médicales dans le secteur de la santé ; services d'analyses et de soins médicaux en matière de traitement de patients ; conseil sur la mise en place et l'organisation de services et d'infrastructures de santé.

Déposant : Etat français, représenté par le Ministre des Affaires Étrangères et du Développement International, Etat français, 37 quai d'Orsay, 75700, PARIS SP 07, FR

Mandataire / destinataire de la correspondance : APIE (Agence du Patrimoine immatériel de l'Etat), Mme BOURLANGE Danielle, 5, place des vins-de-France, 75012, PARIS, FR

Numéro : 4345534

Statut : Marque enregistrée

Date de dépôt / Enregistrement : 2017-03-14

Lieu de dépôt : 92 INPI - DÉPÔT ÉLECTRONIQUE

Historique

- Publication 2017-04-07 (BOPI 2017-14)
- Enregistrement avec modification 2017-08-25 (BOPI 2017-34)

Annexe 2 : Charte graphique



Charte graphique de la marque French Healthcare

Vision de la marque

La santé, outil et condition du progrès social, de l'émancipation de l'individu, fruit d'un effort collectif, **doit être améliorée pour tous partout dans le monde.**



La marque French Healthcare porte cette vision. Elle promeut à cet effet une approche collective destinée à valoriser l'excellence des savoir-faire français en santé auprès des pouvoirs publics et autorités sanitaires, établissements de santé, professionnels de santé, investisseurs, et autres décideurs étrangers.



La marque French Healthcare et ses marques-filles

3 marques-filles sont dérivées de la marque French Healthcare, destinées à renforcer son déploiement et sa visibilité :

French Healthcare Association, French Healthcare Association Member et French Healthcare Club.

Chacune est réservée à une catégorie d'acteurs spécifique qui est décrite, ainsi que les règles d'usages associées, dans le document « charte d'usages ». Ces règles d'usage sont appliquées dans le respect des règles graphiques du présent document.



Le logo de la marque

vindissociables. Il ne doit, en aucun cas, être redessiné ou modifié. Il est souhaitable d'utiliser en priorité cette version couleur.



Zone de protection

La lettre F détermine la zone de protection du logo, qui doit être respectée pour préserver sa lisibilité.



Taille minimale

La taille minimale du logo est de 15 mm. Elle est déterminée selon la lisibilité du mot « Healthcare ».

15 mm



Logo des marques-filles

Chaque marque-fille reprend le logo French Healthcare, auquel est ajouté le nom de l'entité en signature. Celle-ci est formée par un trait courbé dont la courbure est identique à celle de la barre du F dans le coeur.



La même règle de construction de la zone de protection s'applique sur ces trois logos.



Version avec signature

Il existe une version du logo French Healthcare avec signature, en version française et en versions anglaise. Son utilisation suit les mêmes règles que la version sans signature du logo French Healthcare.



L'EXCELLENCE FRANÇAISE EN SANTÉ



FRENCH EXCELLENCE IN HEALTH



Zone de protection

Le même principe que pour le logo sans signature s'applique sur chaque version avec signature. Il faut veiller à ce qu'elle soit respectée en toute circonstance.

Versions monochromes



Les versions monochromes noires s'utilisent sur un fond blanc uniquement.



Les versions monochromes blanches remplacent la version couleur sur des arrière-plans sombres ou sur une photo à condition de garantir la bonne lecture du logo.

Interdits

1. Ne pas inverser les couleurs
2. Ne pas modifier l'opacité
3. Ne pas faire de rotation
4. Ne pas modifier la typographie
5. Ne pas utiliser la version monochrome rouge
6. Ne pas ajouter d'ombre portée
7. Ne pas déformer le logo
8. Ne pas utiliser la typographie seule
9. Ne pas déplacer ou modifier le pictogramme
10. Ne pas utiliser la version couleur sur un fond sombre
11. Ne pas utiliser le logo sur fond multicolore
12. Ne pas insérer d'élément, logo, ou toute autre signature dans la zone de protection

1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



10.



11.



12.



Co-signature et partenariats

Les logos de marques co-signataires ou partenaires doivent respecter une marge et un alignement lorsqu'ils sont apposés à côté du logo French Healthcare.

La même règle s'applique pour les entités Association, Association Member et Club.



Cas particulier de la marque France

Lors d'une prise de parole
de la marque France (*se référer à la
Charte Marque France pour les détails*),
la taille des logos est définie selon un
alignement avec l'étiquette de la marque
France qui se situe toujours en haut à
droite du support.





Couleurs principales

Ce sont les couleurs tricolores que l'on retrouve sur le logo French Healthcare. Leur utilisation est à privilégier, en association avec la palette de couleur French Healthcare (voir par ailleurs).



CMJN 97 68 21 5
RVB 7 80 135
#085188
PANTONE 7462 C

CMJN 100 76 36 22
RVB 16 61 100
#103d64
PANTONE 7694 C

CMJN 11 100 71 3
RVB 208 17 57
#d01139
PANTONE 200 C

Palette de couleurs

Une gamme élargie de camaïeux de bleus et de rouges donne à la marque French Healthcare toute une profondeur d'expression. Les tons tricolores (avec évidemment la présence du blanc) dominant l'ensemble du style de marque.

Les tons plus froids de bleu cohabitent avec des touches chaudes de rouges, ainsi que deux nuances de jaunes (ocre et sable).



CMJN 100 81 44 45	CMJN 100 76 36 22	CMJN 97 68 21 5	CMJN 25 3 3 0
RVB 0 43 73	RVB 16 61 100	RVB 16 61 100	RVB 202 228 244
#002b49	#103d64	#085188	#cae4f4
PANTONE 7463 C	PANTONE 7694 C	PANTONE 7462 C	PANTONE 545 C



CMJN 35 94 51 53	CMJN 11 100 71 3	CMJN 2 71 66 0	CMJN 0 17 7 0
RVB 105 28 50	RVB 208 17 57	RVB 234 104 82	RVB 255 225 227
#691c32	#d01139	#ea6852	#ffe1e3
PANTONE 7421 C	PANTONE 200 C	PANTONE 7416 C	PANTONE 705 C



CMJN 28 43 68 19	CMJN 7 17 57 0	CMJN 0 0 0 0	CMJN 0 0 0 100
RVB 169 131 84	RVB 240 210 131	RVB 255 255 255	RVB 0 0 0
#a98354	#f0d283	#ffffff	#000000
PANTONE 729 C	PANTONE 7403 C		

Proportions et utilisation des couleurs

Il est indispensable de respecter des proportions dans l'usage de la gamme colorielle afin de préserver une harmonie visuelle.

De manière générale, le tricolore (bleu, blanc, rouge) doit dominer.

Les couleurs ne peuvent pas être utilisées dans tous les cas.



Textes, filets, aplats



Aplats de couleur et filets



Textes et filets



Typographie

Cette police robuste et statuaire est en harmonie avec le logo French Healthcare. Elle doit être utilisée sur l'ensemble des supports French Healthcare et de ses marques filles.

Elle est téléchargeable gratuitement sur Google Font et compatible avec tous les outils.

Note : Dans le cas où les utilisateurs ne pourraient pas l'avoir à disposition, elle sera remplacée par de l'Arial.

Roboto

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

01234567890@&é»'§!?!()=%€

Versions disponibles

Regular

Italic

Medium

Light

Hiérarchie typographique

À titre indicatif, voici un exemple de proportions à respecter entre les différents niveaux de texte.

Ceci est un titre

Roboto Regular 36 pt

Ceci est un sous-titre

Roboto Medium 12 pt

Nam, culland aeperes nonseque nobis
aspit ut aut ella volupta tiorupt atemporro
omniam volum que re conessunt
voluptassita num repelessit dolum volent
laut aspe nihitem consed ulparchicius

Roboto Regular 10 pt
Interlignage 14 pt

Visuels et photographies

L'illustration de la santé « à la française » passe par une iconographie qui reflète des valeurs et des notions propres à la marque French Healthcare, parmi lesquelles :

- La représentation de l'humain (médecins et patients) ;
- L'importance du geste de soin ;
- La santé pour tous ;
- La précision et l'exigence ;
- L'innovation ;
- L'écoute ;
- La diversité des expertises et le travail en équipes pluridisciplinaires.

Note : La sélection iconographique doit, autant que possible, jouer sur la lumière et les contrastes. Le traitement graphique des images (filtres) est libre mais doit permettre de conserver une harmonie colorielle avec les teintes de la gamme de couleur (camaïeux de bleus et de rouges).



Masques

Pour amener du mouvement, il est possible de créer des aplats ou d'insérer des images dans un masque aux courbures issues de celles du logo French Healthcare.

Note : Ce principe graphique est entièrement libre et aléatoire. Il cohabite avec un ensemble plus rectiligne qui témoigne de la rigueur et de l'excellence.

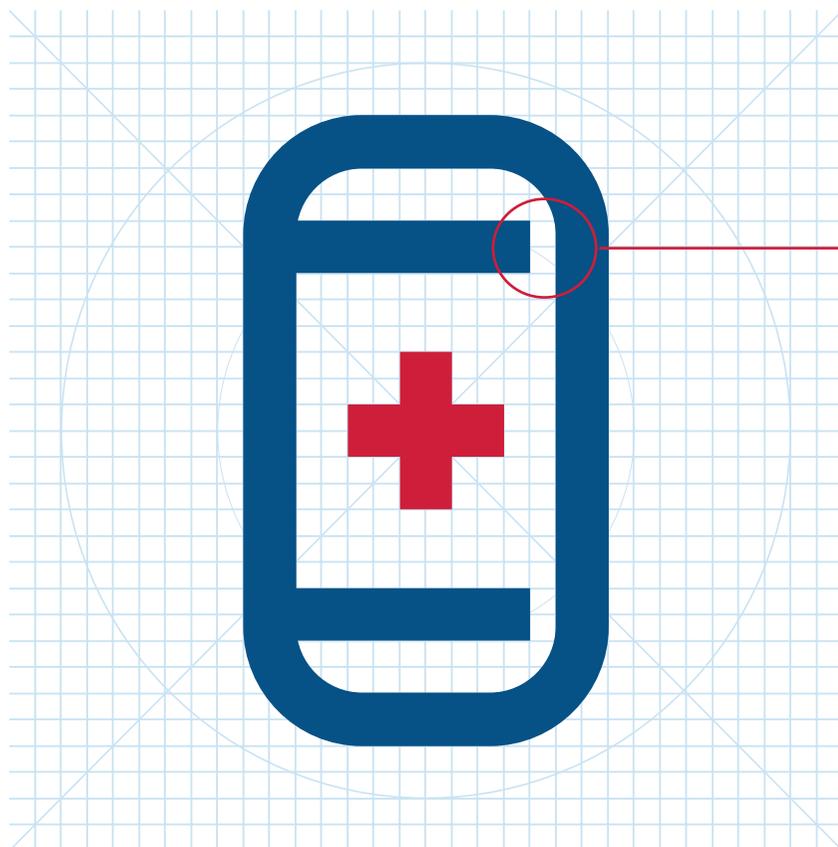


Pictogrammes

L'introduction d'un langage visuel est indispensable à l'univers graphique de French Healthcare. La grille de construction ci-contre permet la réalisation de pictogrammes homogènes. Leur traité filaire et tricolore rappelle le logo de la marque.

Note : La couleur bleue doit rester dominante sur la couleur rouge.

Exemples :



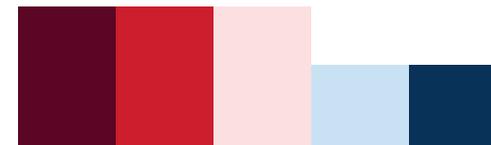
Espace entre les traits qui rappelle les lignes du logo

Association French Healthcare

Pour la réalisation de ses supports, l'entité dispose de tous les outils de cette charte graphique. Néanmoins, il existe – outre le logo – deux éléments qui permettent de la différencier subtilement de la marque mère :

- Dès que possible, le trait signature dans un ton de rouge vient souligner le mot clé qui est toujours écrit en italique ;
- La dominante rouge à 60% minimum.

 *Adhéz*
à l'excellence
française en santé



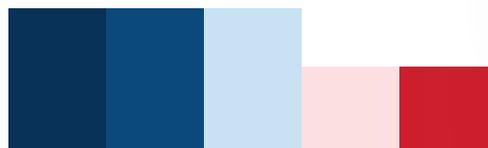
Exemple d'application du bloc d'appel sur le site web

Club French Healthcare

Sur le même principe que l'Association, le Club dispose d'outils semblables pour se distinguer subtilement :

- Dès que possible, le trait signature dans un ton de bleu vient souligner le mot clé qui est toujours écrit en italique,
- La dominante bleue à 60% minimum.

 *Rejoignez*
l'excellence
française en santé

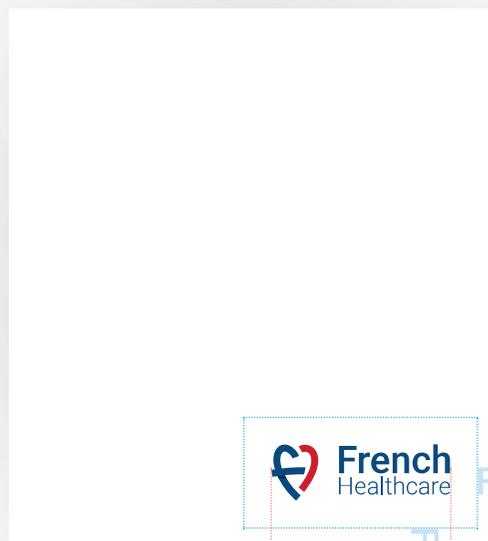


Exemple d'application

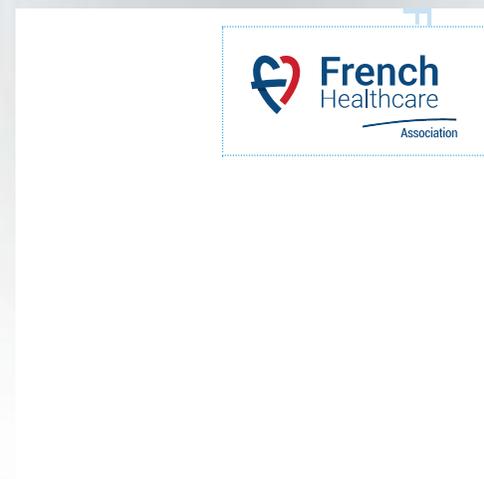
3)

Position des logos

Le logo French Healthcare et ceux des entités peuvent être positionnés en haut ou en bas à droite des supports.
La marge du document correspond à la largeur de la lettre F



La largeur du logo
ne doit pas dépasser
la moitié de la largeur
du document





- 1 La taille du titre est variable et dépend de sa longueur et/ou de la hauteur du visuel
- 2 La body est facultative, de taille variable mais au moins deux fois plus petite que le titre



- 3 Lorsque le visuel prend tout le document, le titrage s'inscrit dans un bandeau qui respecte les mêmes espaces.
Attention à l'utilisation du logo selon le visuel (version couleur ou monochrome blanche).



Co-existence de l'iconographie et du langage visuel (pictogramme) avec une opacité produit.



Dominante iconographie avec création d'un motif tricolore.



Exemple d'application sur un support de l'Association French Healthcare



Exemple d'application avec le visuel inscrit dans un masque courbé.



Exemple d'application avec masque courbé et logo Choose France.

Kakémonos

Ils suivent la même règle de construction que les brochures et couvertures (voir p.25).

Pour une meilleure visibilité en situation événementielle, on privilégiera cependant le logo French Healthcare et ceux des entités en position haute.

En présence du logo Choose France, le logo French Healthcare se positionne en haut à gauche dans le bandeau blanc.





Stands

La signalétique des stands respecte les mêmes règles de construction que les kakémonos.
Dans un souci de visibilité, le logo French Healthcare est placé en haut à droite dès que possible.



En format paysage, l'espace peut être divisé à la verticale pour placer un visuel à gauche du texte.

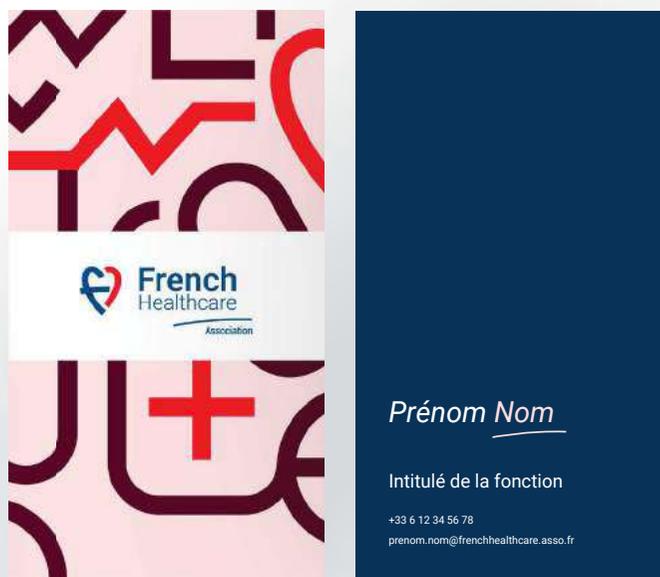
En présence du logo Choose France, le logo French Healthcare se place en haut à gauche dans le bandeau blanc.

Marque-mère



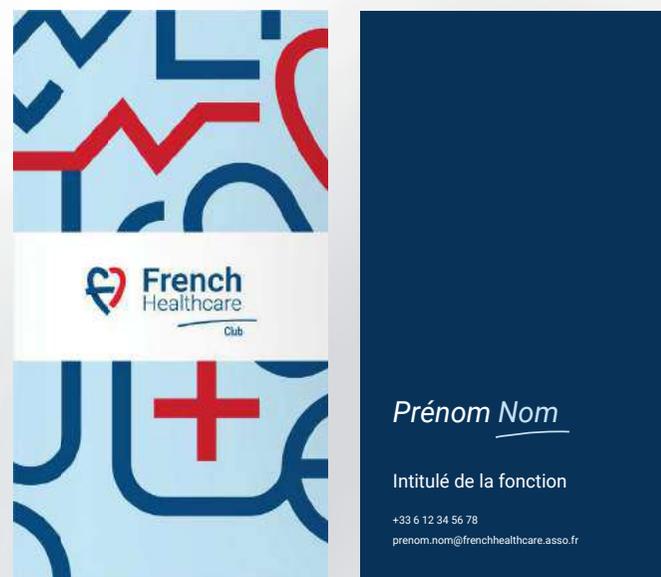
Exemple de carte de visite corporate reprenant le motif illustré.

Association

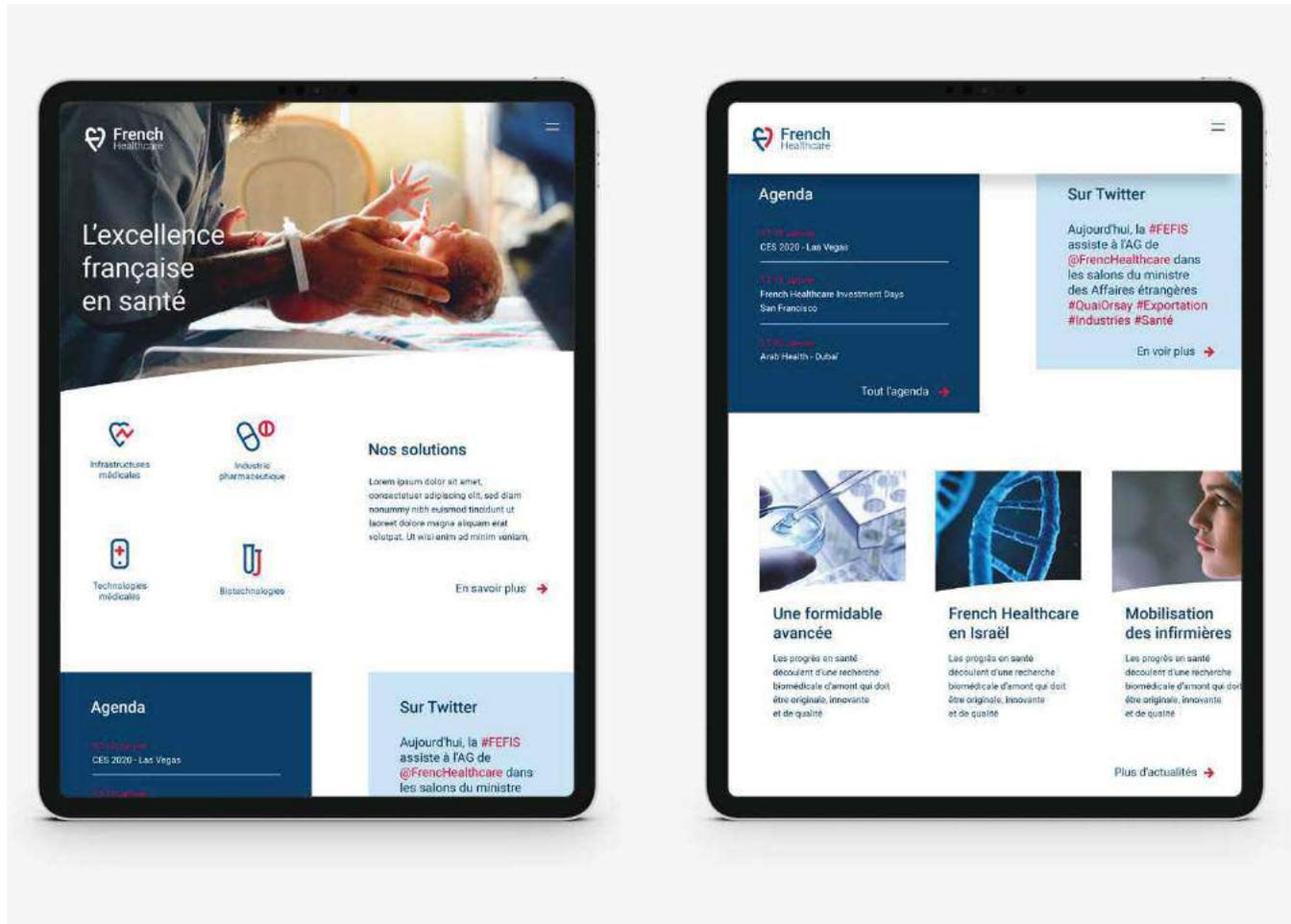


NB : Pour l'association, les cartes de visite en nom propre sont réservées aux membres du bureau (ex : président, délégué général...). Les entités membres en revanche peuvent intégrer le logo de la marque-fille « French Healthcare Association member » dans la carte de visite de leur entreprise/organisation.

Club



NB : Pour le club, Les cartes en nom propre sont réservées aux membres du bureau (ex : Président). Les entités membres en revanche intègrent le logo de la marque-fille « French Healthcare Club » dans la carte de visite de leur entreprise/organisation.



NB : Les headers réseaux sociaux, bannières et vignettes sont construits sur les mêmes principes que le placement sur support imprimé.

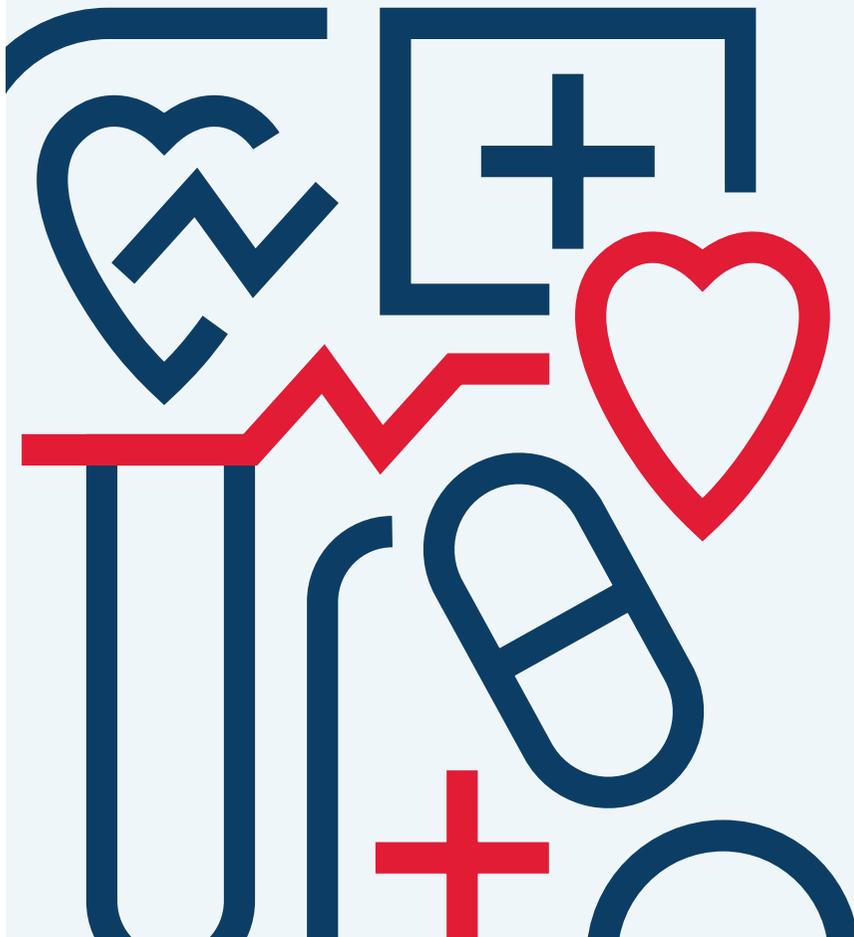


Annexe 3 : Charte d'usage



MINISTÈRE
DE L'EUROPE
ET DES AFFAIRES
ÉTRANGÈRES

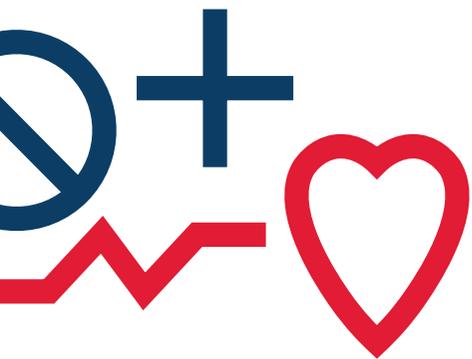
*Liberté
Égalité
Fraternité*



Charte d'usage de la marque French Healthcare

et de ses marques filles





La charte d'usage détaillée ici s'adresse aux acteurs français de la filière santé, publics et privés, dans le cadre de leur activité à l'international. Elle indique les principes d'usages de la marque French Healthcare et de ses marques filles.

Elle s'inscrit dans le cadre du règlement d'usage de la marque et en complément de la charte graphique qui est mise à disposition des utilisateurs de la marque French Healthcare.

Sommaire

- 4** Qu'est-ce que le dispositif French Healthcare ?

- 5** Trois utilisateurs principaux au cœur de la gouvernance de la marque

- 6** Une marque mère et trois marques filles

- 8** L'écosystème French Healthcare

- 9** Principes d'usages de la marque mère French Healthcare

- 12** Principes d'usages de French Healthcare Association

- 13** Principes d'usages de French Healthcare Association Member

- 14** Principes d'usages de French Healthcare Club

Qu'est-ce que le dispositif French Healthcare ?

French Healthcare est une initiative gouvernementale de valorisation à l'international de l'excellence française en matière de santé, lancée en mars 2017 par le Ministère des Affaires étrangères en lien avec les ministères en charge de l'économie, de la santé et des affaires sociales.

- Il réunit dans une démarche collective les acteurs français de la sphère santé, animée par l'Association French Healthcare et accompagnée dans son déploiement par l'opérateur public Business France.
- French Healthcare défend les valeurs d'excellence, d'universalisme, d'efficacité et de progrès fondé sur la science que porte la filière de santé française.
- Il veut s'adresser aux autorités et donneurs d'ordres étrangers, aux bailleurs de fonds, aux professionnels de santé, aux autres acteurs de la santé et plus généralement aux patients des autres pays.
- Cette initiative est promue sous une bannière commune, la marque French Healthcare, qui est une marque déposée par l'Etat, représenté par le Ministre de l'Europe et des Affaires Étrangères. Tout dépôt de marque reprenant tout ou partie de la marque French Healthcare est interdit et fera l'objet d'une opposition systématique, sauf autorisation exceptionnelle.

Trois utilisateurs principaux au cœur de la gouvernance de la marque

Ces trois acteurs principaux sont réunis au sein d'un comité de marque qui pilote son déploiement et délivre les autorisations d'usage.



Le Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères, titulaire de la marque, est le promoteur institutionnel de French Healthcare.



L'association French Healthcare dispose d'un rôle central en tant que porte d'entrée du dispositif et promoteur d'une approche collective.



L'opérateur de l'Etat Business France, qui accompagne le déploiement de French Healthcare à travers la mise en œuvre d'une stratégie de communication autour de la marque et le développement d'outils adaptés aux cibles internationales, permet d'amplifier son rayonnement à l'international.

Une marque-mère, 3 marques-filles

Les marques-filles French Healthcare Association, French Healthcare Association Member et French Healthcare Club sont destinées à renforcer le déploiement de French Healthcare.



Marque	Utilisateurs	Intérêt / Objectif	Univers graphique d'usage de la marque
	Etat, Association French Healthcare, Business France, membres de l'association French Healthcare dans un but collectif et autres acteurs de la sphère santé sous certaines conditions (voir p. 10-11)	Permettre une identification commune de l'excellence des différents acteurs français de la filière de santé à l'international et mener à bien des projets et actions d'exportation collaboratifs	Univers de la marque tel qu'exposé dans la charte graphique
	Association French Healthcare	Identifier et mettre en valeur le rôle de l'association dans le dispositif	Univers graphique de la marque avec quelques outils spécifiques indiqués dans la charte graphique
	Acteurs de la sphère santé membres de l'association French Healthcare	Signaler son appartenance à l'association et valoriser par ce biais son engagement au sein d'un collectif, en faveur de la promotion de l'excellence de la filière française à l'international	Le logo s'insère dans l'univers graphique du membre
	Clubs santé répertoriés dans le cadre du groupe international du CSF Industries et technologies de santé	Revendiquer son appartenance à un réseau international et valoriser son action locale en faveur de l'animation et de la promotion de l'excellence française en santé	Le logo s'insère dans l'univers graphique du club

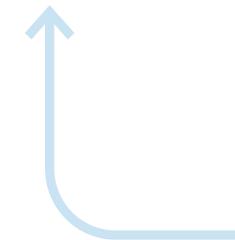
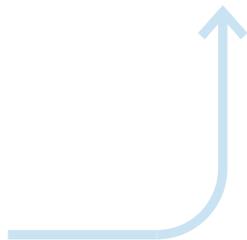
L'usage de la marque French Healthcare et de toutes ses marques-filles pour la commercialisation de produits et/ou de services, notamment dans une optique de garantie de qualité, est proscrite.

L'écosystème French Healthcare

Déploiement de French Healthcare à l'international



Amplification
du rayonnement
à l'international



Clubs santé à l'étranger

Acteurs de l'écosystème français de la santé

Établissements de santé publics et privés
Pôles de compétitivité en santé
Secteur sanitaire et médico-social
Filière académique et universitaire



Fédérations et syndicats professionnels
Entreprises en lien avec la santé
Institutions et organismes publics
(notamment recherche)



L'État, représenté par le Ministre
de l'Europe et des Affaires Étrangères

Principes d'usages de la marque French Healthcare

La marque French Healthcare est destinée aux opérations et supports associés visant à assurer la promotion de l'écosystème français de santé auprès de cibles internationales.

Se référer à la charte graphique de la marque présentant l'ensemble des règles graphiques de la marque French Healthcare.



- Elle est déployée par l'association French Healthcare et par Business France.
- Une priorité est donnée aux opérations qui se déroulent dans le cadre de la mise en œuvre du **Programme France Export (PFE)**.
- De manière plus spécifique, **les membres de l'association French Healthcare**, de par leur engagement au service d'une démarche collective, peuvent aussi **jouer le rôle d'ambassadeur de marque et disposer à ce titre d'un droit d'usage spécifique de la marque**.
- D'autres acteurs français de la santé ont l'opportunité de contribuer au dispositif French Healthcare sur autorisation du comité de marque dans le cadre d'**événements collectifs dédiés à la promotion de la filière à l'international**.

Usages de la marque-mère : Cas particulier n°1

Les membres de l'association French Healthcare, de par leur engagement au service d'une approche collective, sont amenés à jouer le rôle d'ambassadeur de la marque. Il disposent à ce titre d'un droit d'usage spécifique de la marque qui s'exerce dans deux cas de figure encadrés par le règlement d'usage :

1 L'organisation d'évènements collectifs de promotion de l'excellence française dans le domaine de la santé. Exemples : symposium, table-ronde, expositions, webinar, etc.



- Ces usages doivent faire l'objet d'une **information préalable** auprès du bureau exécutif de l'association French Healthcare.
- L'usage de la marque-mère French Healthcare avec son logo par les membres de l'association pour leur bénéfice propre **n'est en revanche pas autorisé.**

2 Salons internationaux, avec stands tenus par des membres de l'association à l'extérieur du pavillon France tenu par Business France ou de celui tenu par l'association French Healthcare.



Usages de la marque-mère : Cas particulier n°2

Des entités tierces agissant au sein de l'écosystème de santé ou en synergie avec lui peuvent également se voir autoriser l'utilisation de la marque-mère avec son logo sur des événements particuliers destinés à des cibles internationales, après examen du Comité de marque.

Quels acteurs sont concernés ?

Collectivités, institutions, opérateurs publics, sociétés savantes, fédérations professionnelles, pôles de compétitivité, clusters, chambres de commerce en France ou à l'étranger, etc.

Quel type d'événements ?

L'organisation d'événements de promotion de la filière à l'international

- Le bénéficiaire dispose ainsi de la possibilité de **donner une visibilité supplémentaire à son évènement en s'inscrivant dans la démarche French Healthcare**, de valorisation à l'export de l'excellence française en santé.
- Ces évènements doivent être **tournés vers l'international, avoir une portée jugée suffisante et ne peuvent faire concurrence à d'autres évènements organisés par l'association French Healthcare ou Business France**. Ils doivent correspondre en outre à la stratégie de marque définie par son propriétaire.
- **La demande est accordée après examen par un comité de marque**, composé du ministère de l'Europe et des affaires étrangères, de l'association French Healthcare et de Business France, sur la base d'un formulaire à télécharger sur le site frenchhealthcare.fr
- Le comité de marque reste souverain dans l'appréciation de l'opportunité de délivrer une autorisation.

Principes d'usages de l'association French Healthcare

“

Mettre en valeur le rôle de l'association au service du collectif.

Réservée à l'association French Healthcare, cette marque-fille est utilisée pour identifier les actions relatives à son fonctionnement propre, c'est-à-dire à l'animation de ses membres ou au recrutement de futurs adhérents.



— Elle peut être utilisée sur tous types de support de communication :

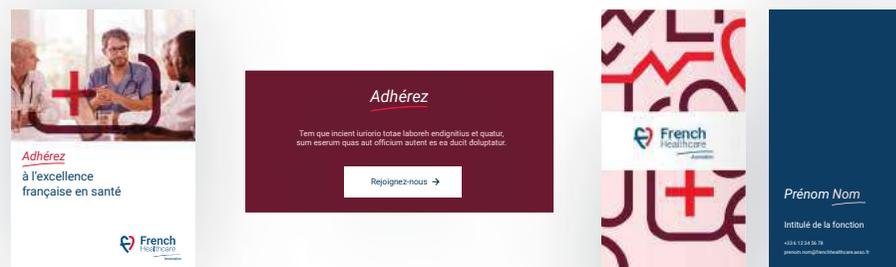
Sites d'événements

Productions éditoriales

Pages web propres à l'association

Papeterie institutionnelle

Présentations etc.



— Elle renforce la présence de l'association, en l'identifiant au quotidien en tant qu'émanation de French Healthcare, lorsque la marque mère n'est pas utilisée.

Principes d'usages de French Healthcare Association member

“

Signaler son engagement
au sein du dispositif.

Réservée aux membres de l'association French Healthcare, cette marque fille vise à signaler leur appartenance à celle-ci et valoriser ainsi leur engagement dans la démarche de mobilisation collective, impulsée par l'Etat et portée par l'association au service de French Healthcare.



French
Healthcare

Association member

— Elle est autorisée sur des supports variés propres aux membres :

Signatures

Cartes de visite

Site web

Brochure entreprise

Présentations

Papier en-tête

Invitations

etc.

— Le logo French Healthcare Association member peut figurer avec celui de l'entité membre **mais ne peut être apposé sur le produit ou l'emballage du produit fabriqué par l'entité membre.**

Principes d'usages de French Healthcare Club

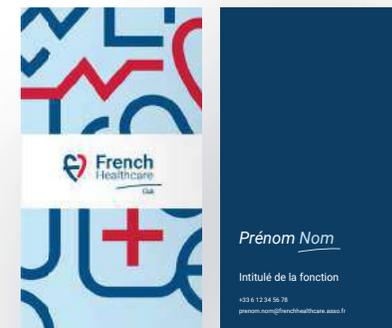
“

Afficher en cohérence
les outils à l'export.

Réservée aux Clubs santé répertoriés dans le cadre du groupe international du Comité stratégique de filière (CSF) des industries et technologies de santé.



- Un club santé est implanté dans les géographies à fort enjeu sectoriel pour la France et pour ses entreprises du secteur de la santé. Il facilite l'implantation locale et la fédération de l'offre française.
- French Healthcare club est destinée à être déployée lors d'évènements de promotion de la filière que les Clubs santé organisent sur le territoire où ils sont implantés et sur les supports de communication (papier ou numérique) qu'ils publient.





**MINISTÈRE
DE L'EUROPE
ET DES AFFAIRES
ÉTRANGÈRES**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Contact / Renseignements

contact@frenchhealthcare.fr

www.frenchhealthcare.fr