

Caractéristiques générales

Ce document a pour objectif de définir les bons usages des entités et des logos de GB Group et des marques Grégoire Besson, Rabe, Agriway qui s'y associent.

Afin de faire bénéficier ses collaborateurs et ses partenaires économiques de la notoriété de ses marques, GB Group les autorise à utiliser certaines de ses marques et logos, mais considère que cette utilisation doit être encadrée afin d'éviter toute banalisation et tout risque de confusion entre les différentes marques et logos.

GB Group

- L'entité GB Group :

GB Group est l'entité qui réunit les collaborateurs des marques Grégoire Besson, Rabe et Agriway.

Elle et son logo sont utilisés uniquement par les personnes du groupe assurant une fonction transverse aux marques, aux usines, au fonctionnement de l'entreprise : Production, Recherche et Développement, Bureau d'Etudes, Méthodes, Achats, Administration des Ventes, Ressources Humaines, Marketing, Services, Ventes, Qualité, Direction.

- Le logo GB Group :

Le logo « GB Group » est la signature institutionnelle du groupe et son utilisation lui est exclusive.

Il ne peut être utilisé que par les collaborateurs du groupe et dans le cadre de la charte qui lui est associée.

Seul, il est utilisé sur les vêtements professionnels des employés du groupe et sur l'ensemble des supports d'information interne.

Seul, en externe, il sera utilisé par les fonctions support aux marques : Production, R&D, BE, Méthodes, Achats, ADV, RH, Marketing, Services, Direction.

En externe, il sera associé à un logo marque pour les usages.

- Quelques exemples d'usages du logo GB Group en externe :

Stand : uniquement au côté d'un ou plusieurs logos de marque et si le stand est piloté par une filiale du groupe.

Documentation : toujours associé à un logo marque positionné avant .

Promotion et publicité : toujours associé à un logo marque positionné avant.

- GB Group ne peut pas être utilisé :

Par les personnes externes au groupe.

Seul sur un support de promotion d'un produit.

Seul sur un stand.

Associé à une marque ne faisant pas partie du groupe.

- GB Group n'est pas :

Une marque commerciale.

Un produit.

Une entité juridique.

Marques commerciales

- Qu'est-ce que des marques, à quoi ça sert ? :

Les marques sont des signes utilisés dans le commerce pour identifier des produits, des services. La marque est le symbole qui permet aux clients de reconnaître. Elle différencie des concurrents.

Une marque répond à une stratégie de positionnement marché.

Une marque existe par son « image de marque ». L'image de marque s'appuie sur des critères objectifs et subjectifs : les « valeurs », « produits », « services », « fonctionnement ». Et tout cela est consolidé dans l'ensemble des supports faisant la charte.

- Grégoire Besson ; Rabe ; Agriway : pourquoi plusieurs marques ?

GB Group se compose de 3 marques commerciales majeures. Cette dernière a pour but d'ouvrir des perspectives sur les différents marchés en utilisant différents angles d'approche.

Utilisation des marques commerciales

Seuls les concessionnaires adhérents et référencés dans le système commercial de la marque peuvent utiliser la marque dénominative. Possible, uniquement en association avec des produits ou promotion de cette marque. Tous les concessionnaires non adhérents ne peuvent en aucun cas utiliser la marque et le logo de cette marque sans autorisation préalable.

- L'utilisation de la marque et du logo

Nous nommerons dans les paragraphes ci-dessous les marques Grégoire Besson, Rabe et Agriway par MARQUE.

- Documentation et publicité sur lieu de vente :

L'utilisation du logo à usage commercial est autorisée pour les types de supports suivants :

- documents institutionnels de la société présentant la marque et/ou l'appartenance à un partenariat de la marque ;
- documents commerciaux présentant des produits de la marque ;
- publicité sur lieu de vente liée aux produits de la marque ;
- à proximité de la dénomination commerciale et/ou de la raison sociale du client, et/ou le cas échéant de sa marque et/ou son logo.
- Interne. L'utilisation du logo « MARQUE » sur des sites internet est soumise à autorisation et à des conditions particulières.
- Les marques font l'objet des très forts investissements depuis plus de 25 ans (Presse, Internet ...), elles représentent le capital de notre Entreprise et aussi une vitrine pour notre activité. GB Group souhaite garder le contrôle sur l'intégralité de ses utilisations afin d'en assurer la cohérence.
- Les règles d'utilisation d'un logo MARQUE :

Le logo « MARQUE » ne doit pas être dénaturé lors de son utilisation.

Taille du logo : la taille minimum du logo « MARQUE » est défini dans la charte. Au-delà de 50 cm, une autorisation est requise.

Couleurs - Pantone et CMJN : Le logo « MARQUE » a des couleurs définies. Il peut être utilisé en version monochrome noir sur un fond blanc, ou en réserve blanche sur un fond de couleur. Se référer à la charte.

Zone de protection du logo : pour une utilisation classique en impression, il est conseillé d'utiliser une image en 300 DPI. Pour une utilisation sur un support numérique (internet, word, mail, powerpoint) la définition 72 DPI est suffisante. Où le trouver ? Téléchargement possible sur marketing.gb-group.co

Applications sur un fond : utiliser de préférence le logo « MARQUE » sur un fond blanc ou noir. Sur tout autre fond (aplat ou visuel), veiller à la lisibilité du logo.

- Charte graphique logos MARQUE

Pour garantir un impact optimal du logo et des marques dénominatives de GB Group, il est recommandé de ne pas les afficher avec tout autre logo et marque à l'exception de la raison sociale du concessionnaire, la dénomination commerciale ou le logo du client. Si toutefois il n'était pas possible d'isoler les marques dénominatives et/ou logos de GB Group, n'hésitez pas à demander conseil auprès du service Marketing de GB Group.

- Le non-respect de la charte :

La contrefaçon : tout usage d'une marque ou logo, sans autorisation de son titulaire, est une contrefaçon de marque. Le fait de ne pas respecter la charte et le graphisme prévu par le titulaire est également un acte de contrefaçon. Dans le cas de contrefaçon, le titulaire de la marque peut résilier un contrat, demander des indemnités (dommages et intérêts), ou encore engager une action pénale devant le Tribunal Correctionnel. Article L716-1 et L335-3 du Code de la Propriété Intellectuelle.

L'usage abusif tout usage d'une marque ou logo dans le but d'attirer des clients pour leur vendre des produits d'une autre marque, est une pratique d'usage abusif de marque et peut être constitutive d'une pratique commerciale déloyale. Dans le cas d'usage abusif ou d'une pratique commerciale déloyale, le titulaire de la marque peut demander des indemnités (dommages et intérêts), et engager une action pénale devant le Tribunal Correctionnel. Article L120-1 et suivants du Code de la Consommation.

Tout usage d'une marque ou d'un logo dans le but de faire croire à des clients que l'on dispose d'une qualification particulière (revendeur, réparateur, distributeur de pièces), est constitutive d'une pratique trompeuse. Dans ce cas, le titulaire de la marque peut rompre les relations commerciales, demander des indemnités (dommages et intérêts), et engager une action pénale devant le Tribunal Correctionnel pour pratique trompeuse. Article L121-1 du Code de la Consommation. Pour toute autre question ou conseil, n'hésitez pas à contacter le service Marketing de GB Group.