



**MINISTÈRE
DE LA TRANSITION
ÉCOLOGIQUE,
DE LA BIODIVERSITÉ,
DE LA FORÊT, DE LA MER
ET DE LA PÊCHE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

CHARTRE DE COMMUNICATION

Sites et Grands Sites de France



Marques, identité, architecture et logos

Auteur :

Bureau des sites et espaces protégés, Ministère de la transition écologique, de la biodiversité, de la forêt, de la mer et de la pêche (Direction générale de l'aménagement, du logement et de la nature / Direction de l'habitat, de l'urbanisme et des paysages / Sous-direction de l'urbanisme réglementaire et des paysages)

Mai 2025

Crédit photo :

Pages de couverture : site classé des gorges du Tarn et de la Jonte, Grand Site de France des Gorges du Tarn, Jonte et Causses

SOMMAIRE

INTRODUCTION	5
LES MARQUES DÉPOSÉES	6
PLATEFORMES DE MARQUE SITE CLASSÉ ET GRAND SITE DE FRANCE	7
ARCHITECTURE DE MARQUE : NOMS, LOGOS ET RÈGLES D'UTILISATION	12
SITE	13
SITE INSCRIT	15
SITE CLASSÉ	15
DÉMARCHE GRAND SITE DE FRANCE	18
1. SITE CLASSÉ ENGAGÉ DANS LA DÉMARCHE GRAND SITE DE FRANCE	18
2. PROJET GRAND SITE DE FRANCE	19
3. GRAND SITE DE FRANCE	21
4. CARTOUCHE TERRITOIRE	24
RÈGLES D'UTILISATION COMMUNES À L'ENSEMBLE DES LOGOTYPES	27
SIGNALISATION ROUTIÈRE	28

INTRODUCTION

Le ministère a souhaité mettre en lumière et valoriser la politique des sites par une refonte de ses outils de communication.

Ce travail a été guidé par plusieurs objectifs :

- Améliorer la visibilité, la lisibilité et la compréhension des sites classés et des démarches Grands Sites de France, auprès des élus et des acteurs des territoires concernés, du grand public, ainsi qu'au sein des services de l'État (au niveau local comme national) ;
- Expliciter le fait que les sites classés et les Grands Sites de France relèvent d'une même politique, tout en ayant leurs spécificités ;
- Clarifier, cadrer et clairement distinguer les différentes étapes d'une démarche Grand Site de France.

Ce chantier, conduit avec l'accompagnement de la mission Appui au patrimoine immatériel de l'État (APIE) et dans le cadre d'ateliers collaboratifs, a débouché en 2024 sur :

- La clarification de l'identité de la politique des sites classés et des Grands Sites de France : plateformes de marque ;
- La définition de l'architecture de la marque Grand Site de France ;
- L'actualisation des logos.

Les ateliers ont mobilisé un groupe de travail composé d'agents du bureau des sites, de la mission d'inspection générale des sites et paysages, de services en charge des sites en DREAL (inspecteurs des sites et chefs de pôle) ainsi que, pour la marque « Grand Site de France », de territoires engagés dans la démarche Grand Site de France (labellisés et non labellisés) et du Réseau des Grands Sites de France.

A la suite de ces actions, les marques Site classé et Grand Site de France ont été déposées (dépôt en cours).

L'objectif de ce document est de présenter les nouveaux outils et les règles de communication aux acteurs de la politique des sites (services de l'État, gestionnaires, partenaires, etc.) pour informer et communiquer de façon cohérente auprès du public.

LES MARQUES DEPOSÉES

Deux marques liées relatives à la politique des Grands Sites de France ont été déposées (**dépôt en cours**) auprès de l'Institut de la Propriété Industrielle (INPI) par l'État et :

- **Site classé (à compléter) : marque collective**
- **Grand Site de France (à compléter) : marque collective**

Ces marques sont la **propriété de l'État**, représenté aujourd'hui par le ministère en charge des sites.

Seul l'État est autorisé à déposer, réserver et enregistrer des marques et noms de domaine incluant les dénominations « Site classé », « Grand Site de France » ou « GSF » et/ou leur identité visuelle, en tant que titulaire des droits sur ces derniers.

Les cartouches territoires peuvent être déposés à l'INPI par les gestionnaires de Projet Grand Site de France et Grand Site de France, sur les classes de produits et services correspondant à celles de la marque collective d'État « Grand Site de France ».

→ Consulter la Base marques de l'INPI : <http://bases-marques.inpi.fr>

PLATEFORMES DE MARQUE

La plateforme de marque synthétise l'identité que l'on souhaite projeter, au travers de quelques points saillants. C'est un outil de référence et de partage. Elle doit constituer le fil conducteur de la communication et de toutes les actions portées par la marque. Elle permet de mobiliser les équipes autour d'une vision et d'un engagement communs.

PLATEFORME DE MARQUE SITE CLASSÉ

VISION

Philosophie, façon propre à la marque de voir le monde

La France est riche de ses paysages remarquables, un patrimoine que nous devons protéger et transmettre aux générations futures.

CIBLES ET ATTENTES / BESOINS

Profil et attentes de ceux à qui la marque s'adresse

- Elus de sites classés et de sites à classer, et services (gestionnaires, administrations, etc.)
 - Connaître les différents labels / dispositifs pour valoriser les sites remarquables du territoire et préserver le cadre de vie de leurs citoyens
 - Un accompagnement et des outils pour piloter ces sites
- Habitants / propriétaires
 - Savoir ce qu'ils peuvent / doivent faire pour respecter la réglementation et préserver ainsi leur cadre de vie
- Socio-professionnels (entreprises, agriculteurs, etc.) en site classé
 - Savoir ce qu'ils peuvent / doivent faire pour exercer leur activité dans le respect de la réglementation
- Associations (défense du patrimoine, de l'environnement)
- Grand public, dont les visiteurs de sites classés
 - Connaître et fréquenter un site remarquable préservé

MISSION

Rôle de la marque dans la société

Incarner la politique publique nationale de protection des paysages remarquables pour faire connaître et reconnaître leur valeur patrimoniale, ainsi que le bien-fondé et l'intérêt de cette protection auprès des acteurs du territoire et du grand public.

POSITIONNEMENT / ATOUTS

- Une politique publique nationale
- Au service de l'intérêt général
- Pérenne : naissance en 1906, stabilité, vision long terme
- De grande ampleur : 2700 sites classés sur tout le territoire
- Un classement qui reconnaît et explicite le caractère remarquable du paysage ou du monument naturel (critères sur les caractères pittoresque, artistique, historique, scientifique, légendaire) : beauté, identité, mémoire
- Qui apporte une garantie de protection
- Reposant sur une réglementation forte (servitude d'utilité publique) et une protection adaptée aux caractéristiques du site, dans le respect de ce qui fait sa valeur patrimoniale (sur-mesure)
- Un accompagnement des acteurs du territoire par des agents de l'État engagés

VALEURS

Valeurs défendues par la marque et partagées par les personnes qui la portent

- Bien commun
- Patrimoine paysager national
- Respect de l'esprit des lieux
- Environnement, qualité du cadre de vie

PERSONNALITÉ

Manière d'être partagée par les personnes qui portent la marque et inspire le style de communication

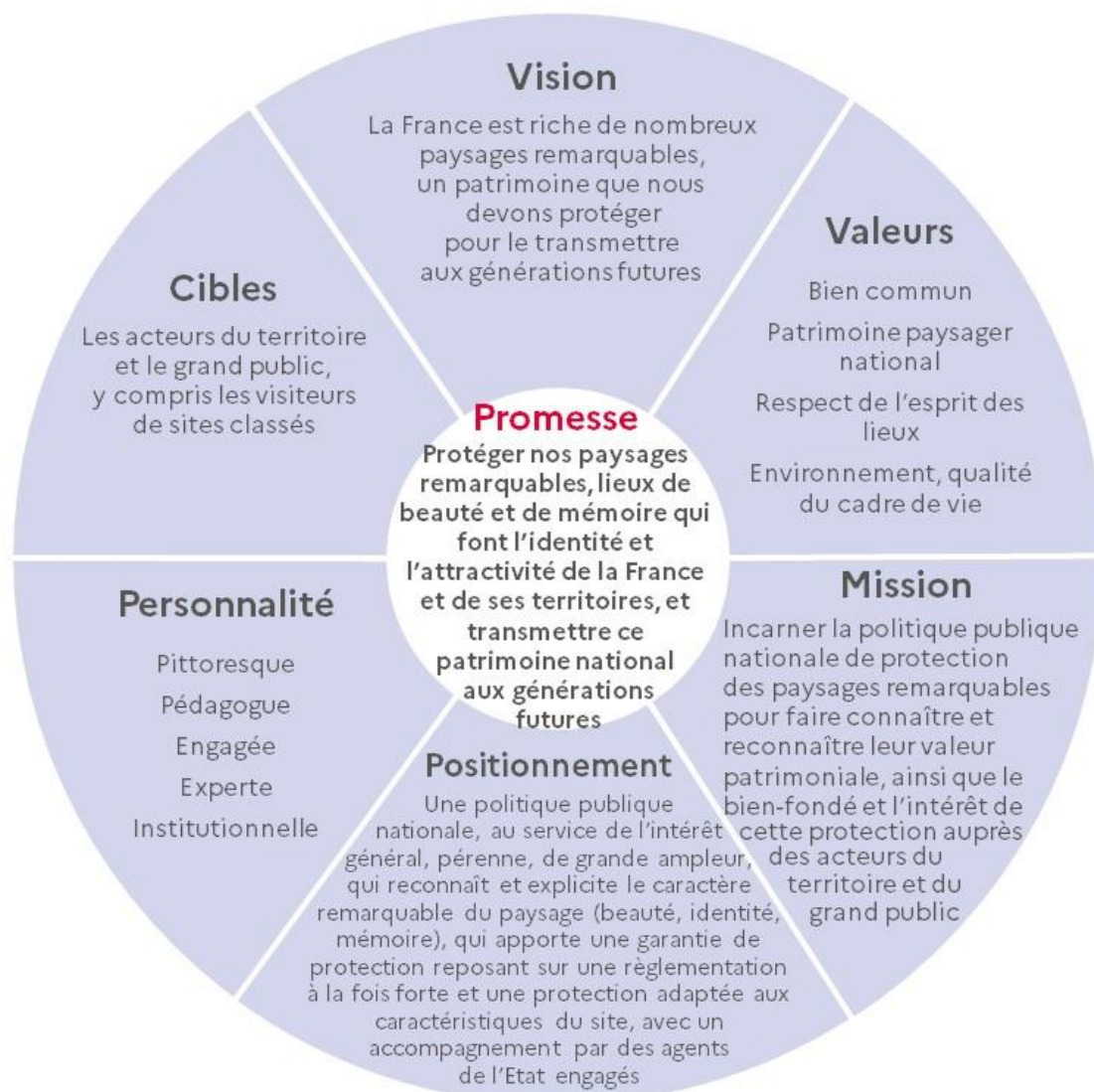
- Pittoresque
- Pédagogue
- Engagée
- Experte
- Institutionnelle

PROMESSE

Synthèse de l'engagement de la marque auprès de ses publics

Protéger nos paysages remarquables, lieux de beauté et de mémoire qui font l'identité et l'attractivité de la France et de ses territoires, et transmettre ce patrimoine national aux générations futures.

Plateforme de marque « Site classé »



PLATEFORME DE MARQUE GRAND SITE DE FRANCE

VISION

Philosophie, façon propre à la marque de voir le monde

Certains sites classés emblématiques, fragiles et très fréquentés, requièrent une gestion adaptée de leur territoire pour préserver et mettre en valeur leur patrimoine paysager et naturel

CIBLES ET ATTENTES / BESOINS

Profil et attentes de ceux à qui la marque s'adresse

- Les parties prenantes : élus et acteurs institutionnels ; habitants ; acteurs socio-économiques
 - Reconnaissance de leur engagement et du territoire
 - Equilibre/conciliation entre des intérêts divergents (protections, qualité du cadre de vie, développement économique...)
- Les cibles externes : visiteurs ; grand public ; services de l'État
 - Connaître et comprendre les enjeux
 - Expérience de visite qualitative

MISSION

Rôle de la marque dans la société

Garantir et reconnaître l'excellence de la gestion et de la mise en valeur d'un territoire incluant un site classé de grande notoriété et très fréquenté, grâce à un engagement des collectivités territoriales et de l'État autour d'un projet concerté répondant aux principes du développement durable

POSITIONNEMENT / ATOUTS

- Un label d'État adossé à la politique de protection des sites classés portée par le ministère de la transition écologique, et répondant aux principes du développement durable
- Garantissant la préservation du patrimoine paysager et naturel en même temps qu'un accueil adapté et soutenable du public, dans le respect de la vie locale
- Respectant et valorisant la singularité de chaque Grand Site de France

- Représentant la reconnaissance d'un projet de territoire pour une gestion exigeante, sur le long terme
- Grâce à l'engagement de tous les acteurs (collectivités territoriales, État, acteurs socio-professionnels, habitants...) dans une démarche concertée
- Dans une dynamique de progrès permanente, appuyée par l'expérimentation, l'innovation
- Sur un ensemble de sites dans toute la France, organisés au sein d'un réseau actif

VALEURS

Valeurs défendues par la marque et partagées par les personnes qui la portent

- Respect de l'esprit des lieux
- Recherche d'excellence
- Engagement pour un développement responsable (environnement, qualité du cadre de vie)
- Partage et équilibre

PERSONNALITÉ

Manière d'être partagée par les personnes qui portent la marque et inspire le style de communication

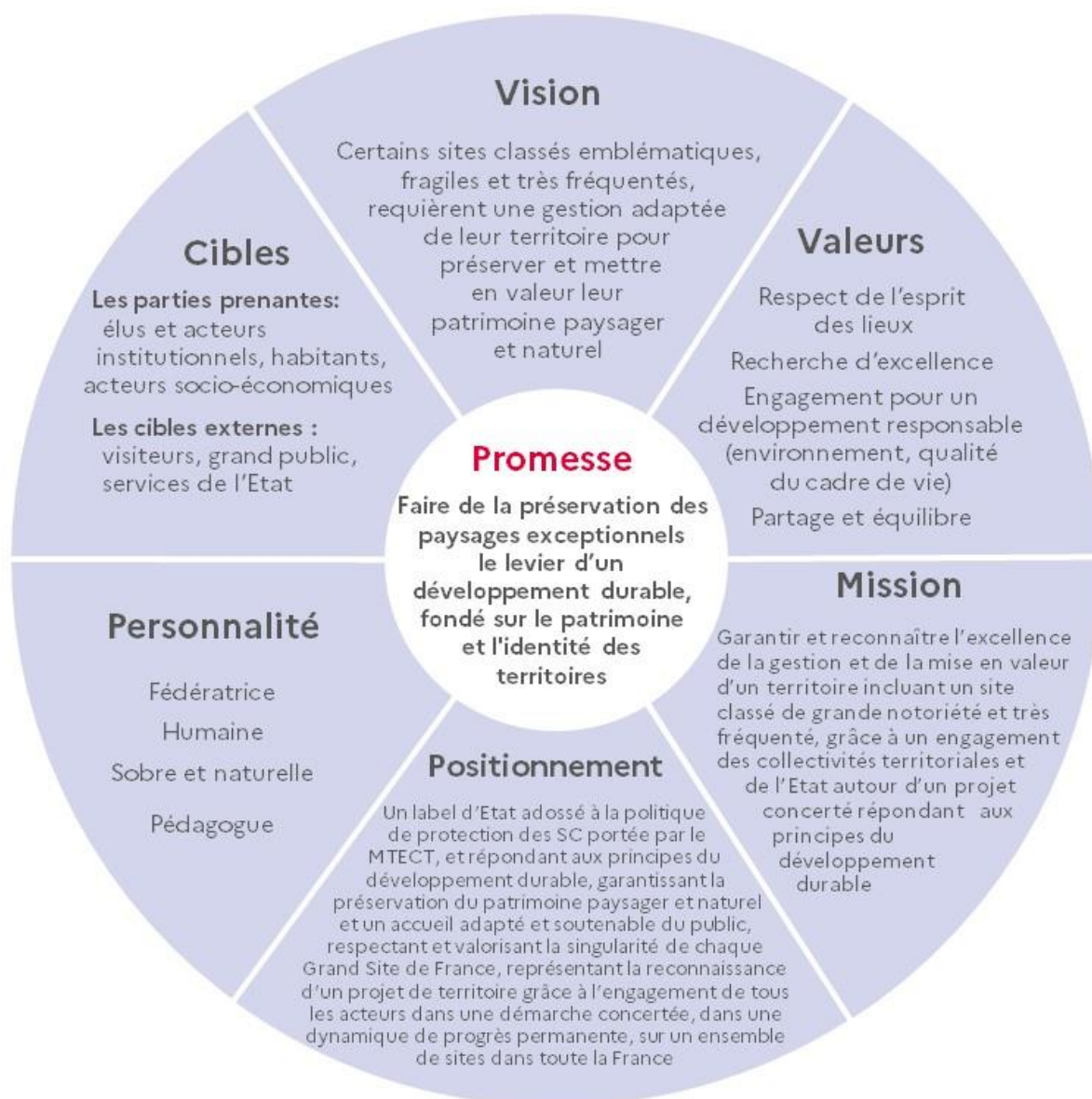
- Fédératrice
- Humaine
- Sobre et naturelle
- Pédagogue

PROMESSE

Synthèse de l'engagement de la marque auprès de ses publics

Faire de la préservation des paysages exceptionnels le levier d'un développement durable, fondé sur le patrimoine et l'identité des territoires

Plateforme de marque « Grand Site de France »



ARCHITECTURE DE MARQUE : NOMS, LOGOS ET REGLES D'UTILISATION

Les logotypes ne peuvent être utilisés sans autorisation préalable de leur propriétaire.

Les personnes morales ou physiques qui en ont le droit d'usage doivent en respecter intégralement les caractéristiques graphiques, sans modification de forme ni de couleur.

Les règles communes à l'ensemble des logos sont précisées dans un paragraphe dédié.

SITE

NOM

« Sites » : les sites classés et sites inscrits, en application des lois relatives à la protection des monuments naturels et des sites de 1906 et 1930, désormais codifiée aux articles L. 341-1 à 22 du code de l'environnement.

LOGOTYPE



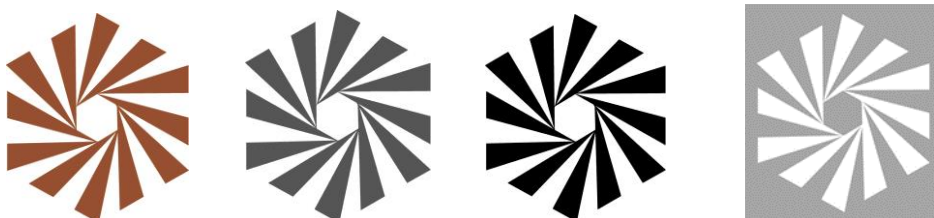
Le logotype « site », parfois appelé « diaphragme », est l'emblème de la politique nationale relative à la protection des sites, qui concerne les sites inscrits, les sites classés et la démarche Grand Site de France.

Son dessin est intégré aux logotypes « site classé », « Projet Grand Site de France » et « Grand Site de France », afin de mettre en évidence le fait qu'ils relèvent d'une même politique.

Le dessin représente un objectif d'appareil photographique (diaphragme) inclus dans un hexagone symbolisant la France.

VERSIONS DU LOGOTYPE

Couleur (CMNJ-RVB) – Niveaux de gris – Noir – Blanc



Les versions en niveaux de gris et en noir sont prévues pour des documents ne bénéficiant pas d'une impression couleur. La version en blanc s'utilise sur les fonds colorés et photographies (*le fond gris ci-dessus ne fait pas partie du logo, il a été ajouté pour la visualisation de cette déclinaison sur fond blanc*).

CHARTRE D'UTILISATION DU LOGOTYPE

Propriété et utilisateurs

Le logotype « site » (« diaphragme » seul) est la propriété de l'État (ministère en charge des sites).

Il ne peut être utilisé que par les services de l'État en charge de cette politique (DGALN, DREAL, DEAL, UDAP/ABF, préfetures).

Modalités d'usage

Le logotype « site » peut être utilisé par les services de l'État à des fins d'information ou de communication sur la politique des sites dans sa dimension générale. Il peut, par exemple, être utilisé pour des guides, brochures, sites internet, panneaux ou affiches présentant la politique de protection des sites.

Si la communication porte spécifiquement sur les sites classés ou la démarche Grand Site de France, le logo « Site classé », « Projet Grand Site de France » ou « Grand Site de France » sera préféré.

Le logotype ne peut être utilisé à des fins commerciales.

Le logotype contribue à la reconnaissance de la politique nationale en matière de sites et son utilisation est donc encouragée.

SITE INSCRIT

NOM

Site inscrit : un site inscrit, en application de la loi de 1930, codifiée aux articles L. 341-1 à 22 du code de l'environnement.

LOGOTYPE

Il n'existe pas de logotype spécifique aux sites inscrits.

SITE CLASSÉ

NOM

Site classé : un site classé, en application des lois de 1906 et 1930, codifiée aux articles L. 341-1 à 22 du code de l'environnement.

LOGOTYPE



Le logo « site classé » associe le logo « sites », emblème de la politique nationale, le nom « Site classé » et la signature « Paysages remarquables, patrimoine national ».

La signature accompagne le terme « site classé », afin de renforcer le positionnement de la marque, en rendant plus immédiatement compréhensible l'objet de la protection.

Un format horizontal du logotype existe : il est destiné aux supports pour lesquels ce type de format est plus adapté que celui du logo principal.



VERSIONS DU LOGOTYPE



Les versions en niveaux de gris et en noir sont prévues pour des documents ne bénéficiant pas d'une impression couleur. La version en blanc s'utilise sur les fonds colorés et photographies (*le fond gris ci-dessus ne fait pas partie du logo, il a été ajouté pour la visualisation de cette déclinaison sur fond blanc*).

Pour le format horizontal, les mêmes déclinaisons de couleurs existent (couleur, niveaux de gris, noir, blanc).

CHARTRE D'UTILISATION DU LOGOTYPE

Propriété et utilisateurs

Le logotype « site classé » est la propriété de l'État (ministère en charge des sites). Ce logotype a fait l'objet d'un dépôt à l'INPI par l'Etat sous la forme d'une marque collective associée à un règlement d'usage.

Il peut être utilisé par les services de l'État en charge de cette politique (DGALN, DREAL, DEAL, UDAP/ABF, préfectures).

Il peut être utilisé par les gestionnaires des espaces concernés lorsque le périmètre du site classé inclut pour partie ou en totalité des terrains situés dans un territoire protégé (parc national, réserve naturelle nationale, parc naturel régional, terrains du Conservatoire du littoral, de l'Office national des forêts, Projet Grand Site de France, Grand Site de France, espace naturel sensible du département, site Natura 2000, etc.).

Il peut être utilisé par les communes, départements, régions et propriétaires concernés, en lien avec les services de l'État (service des sites de la DREAL).

Modalités d'usage

Les conditions et modalités d'utilisation de la marque « Site classé » sont détaillées au sein du règlement d'usage de la marque collective.

Le logotype « site classé » contribue à la reconnaissance de la politique nationale en matière de sites classés et son utilisation est donc encouragée. Il peut être utilisé à des fins d'information ou de communication sur la politique des sites classés ou sur un site classé en particulier.

Il peut, par exemple, être utilisé sur des panneaux (apposé sur un panneau de présentation d'un site, *in situ*), affiches, guides, brochures, sites internet, rapports de présentation et autres documents réalisés dans le cadre du classement d'un site. Les supports de communication concernant un site classé doivent le mentionner et apposer le logotype site classé.

Il ne peut être utilisé à des fins commerciales.

Il ne peut pas être utilisé pour la signalisation routière, qui fait l'objet de règles spécifiques au titre du code de la route (voir chapitre dédié).

DÉMARCHE GRAND SITE DE FRANCE

La refonte de la communication sur les différents volets de la politique des sites a permis d'actualiser l'architecture de la marque « Grand Site de France », pour :

- Clarifier les désignations et les visuels des trois étapes d'une démarche Grand Site de France ;
- Mettre en lumière les territoires non encore labellisés dont les projet et programme d'actions ont été validés en commission supérieure des sites, perspectives et paysages ;
- Valoriser les territoires labellisés.

Les trois étapes sont les suivantes :

- Les territoires qui ont reçu l'accord du ministre en charge des sites pour engager une démarche Grand Site de France, et qui sont en phase d'élaboration de leur projet et programme d'actions ;
- Les territoires qui sont engagés dans une démarche Grand Site de France, non encore labellisés, et dont les projet et programme d'actions ont été validés en commission supérieure des sites, perspectives et paysages ;
- Les territoires dont la labellisation a fait l'objet d'une décision du ministre en charge des sites, après avis de la commission supérieure des sites, perspectives et paysages.

1. SITE CLASSÉ ENGAGÉ DANS LA DÉMARCHE GRAND SITE DE FRANCE

NOM

« Site(s) classé(s) « XXX » engagé(s) dans la démarche Grand Site de France » :

Cette dénomination désigne les territoires qui ont reçu l'accord du ministre en charge des sites pour engager une démarche Grand Site de France sur le(s) site(s) classé(s) « XXX », et qui sont en phase d'élaboration de leur projet et programme d'actions.

Il n'existe pas de logotype spécifique pour cette étape.

2. PROJET GRAND SITE DE FRANCE

NOM

« Projet Grand Site de France XXX »

Cette dénomination désigne les sites engagés dans une démarche Grand Site de France, non labellisés, qui disposent d'un projet et programme d'actions validé en commission supérieure des sites, perspectives et paysages.

LOGOTYPE



Le logo « Projet Grand Site de France » associe le logo « site », emblème de la politique nationale, avec le nom de l'étape « Projet Grand Site de France ».

VERSIONS



La version couleur est déclinée par chaque Projet Grand Site de France. Les versions en niveaux de gris (noir tramé à 65 %) et en noir sont prévues pour des documents ne bénéficiant pas d'une impression couleur. La version en blanc s'utilise sur les fonds colorés et photographies (*le fond gris ci-dessus ne fait pas partie du logo, il a été ajouté pour la visualisation de cette déclinaison sur fond blanc*).

Taille minimum du logotype seul : 10 mm (hauteur) x 7mm (largeur)

CHARTRE D'UTILISATION

Propriété et utilisateurs

Le logotype « Projet Grand Site de France » est la propriété de l'État (ministère en charge des sites). Il peut être utilisé par les services de l'État en charge de cette politique (DGALN, DREAL, DEAL, UDAP/ABF, préfectures).

Le logotype « Projet Grand Site de France » peut être utilisé par les gestionnaires des territoires engagés dans la démarche Grand Site de France qui sont à l'étape « Projet Grand Site de France ».

Modalités d'usage

Le logotype « Projet Grand Site de France » peut être utilisé :

- Soit seul : dans les documents de communication expliquant les différentes étapes de la démarche
- Soit accolé à un cartouche d'identification du territoire, qui doit être en trait de couleur sur fond blanc (les couleurs de ce cartouche seront inversées au moment de l'attribution du label).

Il ne peut être utilisé à des fins commerciales.

Il ne peut pas être utilisé pour la signalisation routière, qui fait l'objet de règles spécifiques au titre du code de la route (voir chapitre dédié).

Exemple d'utilisation du logotype accolé au cartouche territoire



Le logotype « Projet Grand Site de France » avec son cartouche territoire est utilisé pour communiquer sur un Projet Grand de France en particulier. Il peut, par exemple, être utilisé sur des panneaux (apposé sur un panneau de présentation d'un Projet Grand Site de France, *in situ*, en veillant à ne pas multiplier les dispositifs d'information), affiches, guides, brochures, sites internet, et autres documents relatifs au PGSF. Il est recommandé que la taille du logo soit en proportion avec le texte qu'il vient illustrer et ne l'écrase pas.

- *Voir la partie « Cartouche territoire » pour l'élaboration du cartouche d'identification du territoire*

3. GRAND SITE DE FRANCE

NOM

L'appellation « Grand Site de France » est réservée aux sites labellisés, conformément au code de l'environnement (article L. 341-15-1), par la loi Grenelle 2 du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement, pour la durée de la labellisation indiquée dans la décision ministre.

LOGOTYPE



VERSIONS



Les versions en niveaux de gris (noir tramé à 65 %) et en noir sont prévues pour des documents ne bénéficiant pas d'une impression couleur. La version en blanc s'utilise sur les fonds colorés et photographies (*le fond gris ci-dessus ne fait pas partie du logo, il a été ajouté pour la visualisation de cette déclinaison sur fond blanc*).

Taille minimum du logotype seul : 10 mm (hauteur) x 7mm (largeur)

CHARTRE D'UTILISATION

Propriété et utilisateurs

Le logotype « Grand Site de France » est la propriété de l'État (ministère en charge des sites). Il peut être utilisé par les services de l'État en charge de cette politique (DGALN, DREAL, DEAL, UDAP/ABF, préfectures). Ce logotype a fait l'objet d'un dépôt à l'INPI par l'État sous la forme d'une marque collective associée à un règlement d'usage.

Le logotype « Grand Site de France » peut être utilisé par le gestionnaire attributaire du label « Grand Site de France ». Il est confié par l'État au gestionnaire, qui peut seul l'utiliser pour désigner le site et son projet.

Le logotype « Grand Site de France » peut exceptionnellement être utilisé par les Grands Sites non labellisés, dans les documents de communication expliquant la démarche dans laquelle ils sont engagés (logotype seul, sans cartouche territoire accolé). Cette utilisation ne doit pas prêter à confusion sur le fait qu'ils ne sont pas encore détenteurs du label.

Modalités d'usage

Le logotype Grand Site de France est le signe graphique qui incarne le label Grand Site de France.

Les conditions et modalités d'utilisation de la marque « Grand Site de France » sont détaillées au sein du règlement d'usage de la marque collective.

Le logotype « Grand Site de France » peut être utilisé :

- Soit seul : dans les documents de communication expliquant la démarche,
- Soit accolé à un cartouche d'identification du territoire, qui doit être en trait blanc sur fond de couleur.

Il ne peut être utilisé à des fins commerciales.

Il ne peut pas être utilisé pour la signalisation routière, qui fait l'objet de règles spécifiques au titre du code de la route (voir chapitre dédié).

Exemple d'utilisation du logotype Grand Site de France et du cartouche territoire



Le logotype « Grand Site de France » avec son cartouche territoire est utilisé pour communiquer sur un Grand de France en particulier. Il peut, par exemple, être utilisé sur des panneaux (apposé sur un panneau de présentation d'un Grand Site de France, *in situ*, en veillant à ne pas multiplier les dispositifs d'information), affiches, guides, brochures, sites internet, et autres documents relatifs au GSF. Il est recommandé que la taille du logo soit en proportion avec le texte qu'il vient illustrer et ne l'écrase pas.

Le logo Grand Site de France et le cartouche associé (*cf § suivant*) peuvent être utilisés par le gestionnaire pour qualifier :

- le territoire du Grand Site de France ;
- le projet dans son intégralité ou son programme d'actions, ou une partie des actions.

Les services de l'État en charge de la politique des sites peuvent également utiliser le logo Grand Site de France et le cartouche associé pour valoriser un Grand Site de France ou son projet.

4. CARTOUCHE TERRITOIRE

Un cartouche territoire est un logotype propre à chaque site. Il est créé au stade « Projet Grand Site de France » ou « Grand Site de France », et permet au gestionnaire d'associer son nom au logotype État correspondant à l'étape d'avancement.

Nota : Ce modèle de cartouche est réservé au stade Projet et aux sites labellisés, et ne peut en aucun cas être accolé au logo site classé pour les sites qui sont à d'autres stades d'avancement (sans projet et programme d'actions validé en commission supérieure des sites, perspectives et paysage).

Le cartouche est apposé à droite du logotype PGSF ou GSF. Les modalités d'usage du cartouche sont les mêmes que celles du logo Grand Site de France.

ETAPES D'ÉLABORATION DU CARTOUCHE

Le cartouche Grand Site de France est élaboré par le gestionnaire du site, soit à l'étape « Projet Grand Site de France », ou dès le moment de sa candidature au label.

La création du cartouche territoire est soumise à l'approbation formelle du Réseau des Grands Sites de France (RGSF) et du ministère en charge des sites. Sa création est le fruit d'un processus itératif d'élaboration entre le gestionnaire, le ministère et le RGSF qui fait le lien.

Cette création suit plusieurs étapes :

- Elaboration d'un projet initial par le gestionnaire, en lien avec le RGSF et la DREAL ;
- Transmission pour validation au Ministère en charge des Sites et au Réseau des Grands Sites de France qui vérifient sa conformité au modèle commun et à l'esprit de la collection et s'assurent que la couleur choisie pour le fond n'est pas déjà utilisée pour un autre cartouche ou le logo du RGSF ;
- Accord de principe du ministère et du RGSF ;
- Adoption formelle par les instances décisionnaires du site ;
- Validation officielle par un courrier du RGSF.

Il est recommandé au gestionnaire du site de déposer le cartouche territoire à l'INPI. Pour un dépôt à l'INPI, **seul le cartouche sera à déposer, c'est à dire le cartouche propre au territoire, sans le logotype « Projet Grand Site de France » ou « Grand Site de France ».**

Les cartouches territoires peuvent être déposés à l'INPI par les gestionnaires de Projet Grand Site de France et Grand Site de France, sur les classes de produits et services correspondant à celles de la marque collective d'État « Grand Site de France ».

→ Consulter la Base marques de l'INPI : <http://bases-marques.inpi.fr>

CHARTRE GRAPHIQUE DU CARTOUCHE

La création du cartouche territoire suit impérativement un modèle précis pour former une collection avec les autres Grands Sites de France. Le cartouche est composé du nom du site (et pas de la structure gestionnaire), placé à droite sans la mention de l'étape (déjà présente dans le logotype PGSF/GSF à gauche), et d'un dessin.

Format et taille du cartouche

- format rectangle : la longueur totale du cartouche est de 3 fois la largeur du logotype PGSF / GSF ;
- le cartouche se construit à taille minimale : 10 x 28 mm, avec les filets blancs de 0,25 points d'épaisseur, en contour centré. Il est agrandi proportionnellement aux besoins, y compris l'épaisseur du filet qui doit être proportionnelle ;
- la dimension minimale sur internet est celle qui donne un filet entre le cartouche et le logotype GS de 1px ;
- pour une utilisation sur internet, la compression en PNG ou GIF est recommandée afin que le blanc reste "pur".

Composition du cartouche

- une seule couleur de fond uniforme sur tout le cartouche, sans dégradé ni tramé ;
- un dessin représentant le paysage du site. Ce dessin sera pour le Projet Grand Site de France, en couleur sur fond blanc, et pour le Grand Site de France, en blanc sur fond de couleur. Le paysage est stylisé au trait avec sobriété. Si le besoin se justifie impérativement, un second élément du paysage et du site peut apparaître ;
- un filet entoure le cartouche et sépare le logo PGSF/GSF et l'élément graphique à droite : le filet est en couleur pour le PGSF, et blanc pour le GSF, avec un filet de 0,25 pts ;

- le nom du site, en couleur pour le PGSF, en blanc pour le GSF, est situé en bas du cartouche et centré ; l'encombrement maximum idéal du nom est 1/3 du cartouche (mais variable en fonction de la contrainte) ;
- le nom du site occupe de préférence une ligne, ou deux si nécessaire selon sa longueur. Le nom du site doit être stabilisé et validé par la structure de gestion et les services de l'État au moment de la candidature au label.
- la police est la même que pour PGSF et GSF : police « Clear sans medium ». Pour les cartouches qui préexistaient (avec la police « Gill sans MT ») : la police a vocation à être changée, en particulier à l'occasion du renouvellement du dépôt à l'INPI de la marque du site ;
- en minuscules, avec les majuscules appropriées au nom choisi.

Le site propose, en suivant précisément la charte graphique :

- le choix de la couleur de fond du cartouche ; elle doit toutefois être en lien avec le paysage et/ou l'identité du site, et distincte de celle des cartouches des autres sites et de celle du logo du Réseau des Grands Sites de France.
- la réalisation du dessin du paysage stylisé.

Versions couleurs du cartouche

Ce sont les mêmes que celles des logotypes « Projet Grand Site de France » et « Grand Site de France ».

REGLES D'UTILISATION COMMUNES A L'ENSEMBLE DES LOGOTYPES

POLICE

Police Clear sans medium

AZERTYUIOPQSDF
GHJKLMWXCVBN

azertyuiopqsdf
ghijklmwxcvbn

1234567890
&é»'(§è!çà)-

La police Clear sans medium est téléchargeable gratuitement sur ce site :

<https://www.1001fonts.com/clear-sans-font.html>

COULEUR



Pantone 181

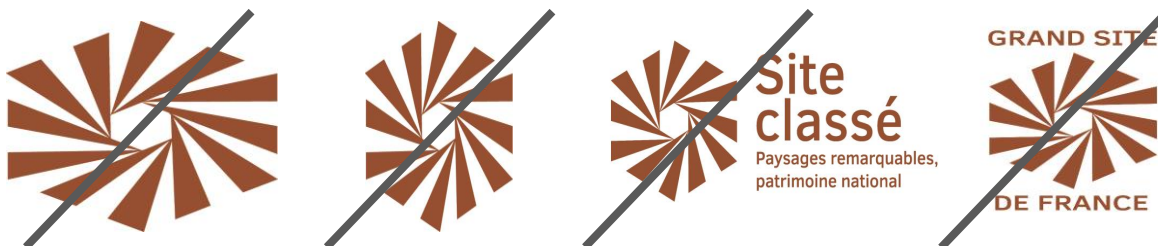
CMJN : 33 – 76 – 93 – 14

RVB : 163 – 77 – 38

: A24D26

UTILISATION

Respecter intégralement les caractéristiques graphiques, sans modification de forme ni de couleur. Ne pas déformer les logos (agrandissement proportionnel), ne pas ajouter d'encadrement ni de mention.



Les logotypes doivent être apposé en priorité sur des supports existants. De manière générale, leur usage doit rester sobre, dans le respect de l'esprit des lieux.

SIGNALISATION ROUTIERE

Les logotypes « site », « site classé », « Projet Grand Site de France » et « Grand Site de France » ne doivent pas être confondus avec l'idéogramme ID16b désignant un site classé, ou avec l'idéogramme ID15f désignant un Grand Site de France, utilisés exclusivement pour la signalisation routière

Pour plus de détails : <http://www.securite-routiere.gouv.fr/connaître-les-regles/la-route-la-rue/la-signalisation-routiere>

SIGNALISATION D'UN SITE CLASSÉ

La signalisation d'un site classé est prévue par la signalisation routière. Il existe à cet effet un **idéogramme officiel** « site classé » numéroté **ID16b** : c'est un pictogramme blanc sur fond marron avec liseré blanc.

Attention, ce n'est pas le logo « site classé », même s'il lui ressemble. Il est blanc sur fond marron (et non l'inverse) et placé dans un carré. Le couleur marron n'est pas la même que celle du logo « site classé », car il s'agit du coloris utilisé par la signalisation routière.



ID16b

L'idéogramme de signalisation routière « site classé » joue un rôle essentiel dans la reconnaissance des sites sur le territoire national et son utilisation est donc encouragée.

Le Guide de signalisation touristique précise que, pour faire l'objet d'une signalisation routière, les sites classés doivent faire l'objet d'une liste établie en liaison avec la DREAL (en fait avec son représentant sur le terrain : l'inspecteur des sites). Il y a lieu d'être « sélectif », et de ne signaler, avec des panneaux de signalisation directionnelle et des panneaux d'information culturelle et touristique, que les lieux visitables par le public.

Lorsqu'un site classé est traversé par la route, un panneau de localisation **E31a** peut être apposé.



E31a exemple

SIGNALISATION D'UN GRAND SITE DE FRANCE

L'arrêté du 31 juillet 2015 relatif à la signalisation des Grands Sites de France et des sites inscrits sur la liste du patrimoine mondial introduit officiellement l'idéogramme « Grand Site de France » dans la signalisation routière. Cet idéogramme, numéroté **ID15f**, reprend le logo des Grands Sites de France sans toutefois les mentions écrites de part et d'autre du logo, avec un encadré et le marron spécifique à la signalisation routière.



ID15f

Cet arrêté introduit aussi la possibilité d'installer des panneaux de localisation E33a pour les Grands Sites de France. Cette possibilité est réservée aux seuls Grands Sites de France labellisés. Ces panneaux comportent l'idéogramme ID15f et la mention « Grand Site de France » en dessous du nom du site.

Leur usage est réservé aux portes d'entrée dans le Grand Site de France, en veillant à ne pas multiplier les dispositifs d'information. Le choix du placement de ces panneaux sera à étudier en lien avec l'inspection des sites de la DREAL.



E33a exemple



Mise en page : www.laboiteaverbe.fr