



pyrenees

Guide

de

marque



INTRODUCTION

Le mot de John Palacin

Président de l'Agence
des Pyrénées



On résume souvent une marque à un logo. Par ignorance ou caricature. Mais une marque, c'est bien plus que cela. Le logo, c'est ce qui est sur la boîte ; l'important, c'est ce qui est dans la boîte.

Dans la marque Pyrénées, l'important ne se voit pas. Cette marque est avant tout un espace qui va nous permettre de mieux travailler ensemble. De faire converger les énergies. De mélanger les idées. De porter des projets. Les sujets ne manquent pas : l'emploi, la vie des vallées, les cultures et les modes de vie, la transition environnementale, les services à la population...

Cette marque est une ombrelle. Un bien public conçu par les Pyrénéens pour les Pyrénéens. Nous souhaitons qu'elle nous permette de faire évoluer l'image des Pyrénées qui ont tant d'atouts à faire valoir pour les années qui viennent, à commencer par leur qualité de vie et leurs espaces préservés. Les Pyrénées peuvent et doivent incarner une alternative raisonnée aux excès et aux impasses du monde. Un lieu d'équilibre et d'accomplissement individuel et collectif.

Un lieu qui porte des liens et du sens. Du plaisir et de la convivialité. Les Pyrénées ont tout pour y parvenir. En commençant par la volonté de se fédérer autour d'une bannière commune afin de regarder dans la même direction, parler d'une même voix sur toutes les échelles, notamment à l'international, où cette marque nous aidera à être plus visible et plus lisible.

Seul, on va plus vite. A plusieurs, on va plus loin. L'adage est déjà vérifié. La marque Pyrénées a muri pendant plusieurs années. Elle est maintenant prête à avancer pour le bien des Pyrénées. Parce que son lancement n'est pas une fin, mais bien un début. Le début d'une belle histoire que nous allons écrire ensemble. **Rejoignez-nous!**



INTRODUCTION

Le mot de Vincent Fonvieille

Président de l'association
Agora Pyrénées



Cette marque Pyrénées vient de loin, ou plutôt du plus profond, du cœur de la société civile pyrénéenne. Il y a une quinzaine d'années déjà, quelques acteurs du tourisme, mais aussi d'autres secteurs d'activités, manifestaient le besoin de pouvoir faire valoir leur attachement aux Pyrénées, le revendiquer et le mettre en avant dans leurs entreprises, dans leur communication.

Nous avons nommé cela « La Marque Pyrénées », sans savoir précisément quelle forme un tel projet pouvait prendre concrètement. Sous l'impulsion des CCI des Pyrénées, nous avons voulu mieux connaître ce besoin, et confirmer que ce désir était nécessaire, important, et partagé par les acteurs de toutes les Pyrénées. D'où les premières enquêtes, les travaux, les études en sémiologie, qui ont confirmé : oui, les Pyrénées ont besoin d'une marque territoriale unique, partagée par tous les acteurs du massif. L'idée de la marque a donc fait son chemin. La Bretagne avait montré l'exemple. Mais la Bretagne avait l'avantage d'être une région administrative, ce qui facilite les prises de décisions.

Les Pyrénées non. Trois régions à l'époque, six départements, difficile de s'engager et de prendre des décisions collectivement. D'où l'idée en janvier 2018 de créer l'association « Une marque pour les Pyrénées », qui a certes

un peu forcé la main, mais qui a commencé à rassembler, à réfléchir collectivement, à débattre, et à dégager les valeurs communes et l'ambition collective de la Marque. Bref, elle a préparé le terrain.

Le projet a pris définitivement forme avec l'émergence de l'Agence des Pyrénées en 2021. Avec la force, les moyens et la détermination de cette jeune institution, tout est allé très vite. Notre association, devenue Agora Pyrénées et l'Agence des Pyrénées ont mis leurs efforts en commun pour voir aboutir ce projet, en faisant toujours en sorte que cette marque soit l'expression des Pyrénéens eux-mêmes, qu'elle ressemble aux Pyrénéens, pour qu'elle puisse les rassembler.

Car c'est bien le rôle essentiel, le rôle premier de la marque Pyrénées : rassembler, fédérer, faire l'union, dépasser les clivages, et entraîner ainsi collectivement les pyrénéens pour faire face aux défis majeurs qui nous attendent.
Ensemble, pour les Pyrénées.



LA
MARQUE

LA MARQUE PYRÉNÉES, OBJET CLAIREMENT IDENTIFIÉ

La marque Pyrénées est une marque de territoire. Son but est de créer une image homogène et positive des Pyrénées et de porter des projets utiles au massif des Pyrénées.

La marque Pyrénées s'intéresse à toutes les facettes des Pyrénées : la vie quotidienne, la vie culturelle, la vie des entreprises, les produits du terroir, les expériences touristiques, l'hospitalité, les aménagements, les projets... Elle ambitionne de fédérer les Pyrénéens autour d'une représentation partagée de « leurs » montagnes et de déployer une stratégie d'hospitalité pour celles et ceux qui veulent les visiter, s'y installer, y entreprendre.

UNE MARQUE CRÉÉE PAR LES PYRÉNÉENS POUR LES PYRÉNÉENS

C'est une initiative des Pyrénéens eux-mêmes. La marque Pyrénées est issue conjointement de la société civile et des acteurs publics. Un cas unique en France. Toutes les autres marques de territoire ont été créées à l'initiative de collectivités territoriales. Elle a été imaginée initialement par l'association « Une marque pour les Pyrénées », devenue depuis « Agora Pyrénées », puis rendue possible par l'émergence de l'Agence des Pyrénées, qui est l'agence de développement créée par les deux Régions, les six Départements du massif, l'Etat et les stations de montagne pour développer, promouvoir, fédérer et préserver les Pyrénées.

Elle est le fruit d'une réflexion collective qui s'est appuyée sur des rencontres, des études, des documents qui ont permis d'associer de nombreux pyrénéens à la démarche. La marque Pyrénées est aujourd'hui portée par L'Agence des Pyrénées et l'association Agora Pyrénées entourés de nombreux acteurs publics et privés du territoire.



LES JALONS QUI ONT GUIDÉ LA MARQUE

La marque Pyrénées a avancé progressivement en suivant un long chemin. Ce chemin a mis en lumière des données qui ont guidé et inspiré sa conception. Le résultat est une marque mûrement réfléchie, profondément ancrée, à la solidité durable. Dès le début, la volonté de faire et de faire ensemble a suscité un vif intérêt. De nombreux Pyrénéens, engagés dans la démarche, ont participé à la réflexion.

Une première étape a permis d'identifier 3 questions clés :

- Les Pyrénées peuvent-elles incarner une modernité alternative et raisonnée au brouhaha du monde ?
- Quelles qualités des Pyrénées lui permettent de revendiquer et de justifier qu'elles sont, plus qu'ailleurs, un lieu qui facilite l'accomplissement personnel et collectif ?
- Comment peut-on définir l'hospitalité pyrénéenne ? Quelles sont ses caractéristiques et ses originalités ?

Ce travail sur nous-mêmes à été confronté au regard des visiteurs, des habitants, des chefs d'entreprise et des élus interrogés par enquêtes. Ils ont été plusieurs milliers à répondre, nous permettant de bénéficier d'un bon état des lieux. Celui-ci a mis en évidence plusieurs points importants :

- Les Pyrénées sont la bonne échelle pour travailler ensemble autour d'une marque.
- Les Pyrénées suscitent un très fort attachement de ses habitants comme de ses visiteurs.
- Ce qui fonde cet attachement, c'est la qualité de vie des Pyrénées. Elle repose sur les beautés de la nature et des milieux mieux préservés.
- Une grande homogénéité de regards : visiteurs et habitants se retrouvent sur l'identité des Pyrénées, ses différences, ses symboles, ses valeurs, son attractivité, ses points forts et ses points faibles.

Pour 73% des visiteurs et 72% des habitants, l'authenticité est la valeur qui définit le mieux les Pyrénées.



92% des visiteurs ayant répondu à l'enquête estiment que la réputation touristique du massif des Pyrénées est bonne ou très bonne.



Nature et montagne sont les 2 mots clés qui viennent spontanément à l'esprit des visiteurs et des habitants quand ils pensent aux Pyrénées.



93% des habitants ayant répondu à l'enquête sont satisfaits ou très satisfaits de vivre dans les Pyrénées.

COMME EN MÊLÉE, LA MARQUE S'APPUIE SUR DES PILIERS FORTS

La marque s'appuie sur les traits marquants et inspirants des Pyrénées. Ces traits marquants ont été développés dans sa plate-forme de marque.

- **La jeunesse**
Les Pyrénées sont jeunes : plus de 130 sommets dépassent les 3 000m
- **La vie**
Les Pyrénées sont vivantes. Une constellation de petites villes et de villages animent ses vallées.
- **Le lien**
Les Pyrénées relient. La Méditerranée à l'Atlantique ; la France à l'Espagne ; les Basques aux Catalans...
- **La rencontre**
Les Pyrénées rapprochent les gens plutôt qu'elles ne les séparent.
- **L'abri**
Les Pyrénées agissent comme un refuge, un cocon protecteur malgré leur caractère sauvage et difficile.
- **La diversité**
Les Pyrénées se distinguent des autres montagnes par leur étonnante diversité géophysique et culturelle.
- **La convivialité**
Les Pyrénéens ont l'esprit Sud-Ouest. Ils sont authentiques, simples, festifs et accueillants.
- **L'attachement**
Les Pyrénéens sont profondément attachés à « leurs » Pyrénées et à sa qualité de vie. Ils ne transigeront pas sur cet atout majeur.
- **Les paradoxes**
Les Pyrénées portent des paradoxes : développement / environnement
pastoralisme / ours
économie touristique / changement climatique
unité / diversité
accessibilité / éloignement

UNE MARQUE AVEC UNE VISION CLAIRE

Les Pyrénées permettent un accomplissement personnel et collectif.

Cet accomplissement repose sur la qualité de vie et la richesse de la nature.

Les Pyrénées doivent devenir le symbole d'une modernité raisonnée : une alternative aux impasses écologiques, économiques et sociales du monde incarnée par l'hospitalité pyrénéenne.

UNE MARQUE QUI MONTE AUX COMBATS

1. Démontrer qu'un autre modèle de développement est aussi nécessaire que possible : plus doux, plus respectueux, plus durable, plus local, plus équilibrant.
2. Défendre le vivant et préserver la qualité de vie des Pyrénéens, pierre angulaire de leur attachement au territoire, en arbitrant les projets au regard de cette exigence.
3. Distinguer les Pyrénées des autres montagnes françaises, en particulier des Alpes et leurs excès en valorisant les atouts des Pyrénées : diversité, montagne du Sud, espaces préservés, montagne habitée, authenticité des habitants, simplicité, convivialité, hospitalité, bi-nationalité...
4. Soutenir le développement des services réclamés par les habitants : emploi, santé, maintien des services publics, développement des réseaux de communication ...





SON
LANGAGE

LE BLOC-MARQUE

Le logo dans sa version générique.
Le mot Pyrénées, allégé de sa majuscule,
coiffé d'un horizon de montagnes.



pyrenees



pyrenees

**LES VARIANTES
DU BLOC-MARQUE**

Utilisation par les
Français de Catalogne



pyrenees

Utilisation par les
Français du Pays Basque



pyrenees

Utilisation
par les Espagnols



pirineos

Utilisation
par les Catalans



pirineus

Utilisation
par les Basques



pirinioak

ZONE DE PROTECTION

Afin de garantir la lisibilité du bloc-marque, une zone de protection doit être respectée dans tous ses usages, quel que soit le support. Cette zone de protection doit rester totalement vierge de tout élément textuel ou graphique. Au-dessus et au-dessous du bloc marque, comme sur les côtés, la bande de protection doit être au minimum équivalente à la hauteur des « montagnes ».



INTERDITS

Quels que soient les usages et les supports, il est strictement interdit de modifier le bloc marque. Aucun changement dans son graphisme, ses couleurs et ses proportions n'est autorisé.



Ne jamais placer le bloc marque dans un cadre ou un cartouche.



Ne jamais déformer le bloc marque ou modifier son design.



Ne jamais changer la couleur du bloc marque, il n'est utilisé qu'en **rouge**, **blanc** ou **noir**.



Ne jamais disposer le bloc marque à la verticale ou en diagonal.



Ne jamais utiliser le bloc marque sur un fond qui n'est pas lisible.



Ne jamais appliquer d'effet sur le bloc marque.

LA COULEUR

Le rouge, partagé par tous ses territoires, marque l'identité et l'unité des Pyrénées. Il est accompagné de 4 couleurs complémentaires inspirées des principaux éléments naturels. Le tout compose le code couleur de la marque Pyrénées.

Rouge Pyrénées

Pantone P 45-8 C
R 230 **V** 48 **B** 32
C 0 **M** 92 **J** 100 **N** 0

Ciel

Pantone P 118-2 C
R 198 **V** 220 **B** 249
C 26 **M** 2 **J** 0 **N** 0

Roche

Pantone P 178-2 C
R 199 **V** 198 **B** 178
C 27 **M** 18 **J** 33 **N** 0

Végétation

Pantone P 157-12 C
R 194 **V** 217 **B** 137
C 31 **M** 2 **J** 58 **N** 0

Terre

Pantone P 51-16 C
R 73 **V** 53 **B** 51
C 89 **M** 96 **J** 96 **N** 0

LA TYPOGRAPHIE

La GT Haptik est une typographie ronde, douce et fluide. C'est une typographie simple, lisible, intemporelle et modeste parce que dénuée d'artifices inutiles. Elle est disponible dans de nombreuses graisses, de l'ultra fin à l'ultra noir, pour se prêter à tous les usages : titrages, sous-titrages, textes courants, légendes, exergues... Cette typographie, utilisable aussi pour les usages numériques, est soumise à droits d'auteur. Elle doit être achetée pour pouvoir être utilisée.

Plus d'informations : <https://www.grillitype.com/gt-haptik>

Pyrénées

Black/Oblique

Pyrénées

Pyrénées

Bold/Oblique

Pyrénées

Pyrénées

Medium/Oblique

Pyrénées

Pyrénées

Regular/Oblique

Pyrénées

Pyrénées

Light/Oblique

Pyrénées

Pyrénées

Thin/Oblique

Pyrénées

Pyrénées

Lazer/Oblique

Pyrénées

L'ICONOGRAPHIE

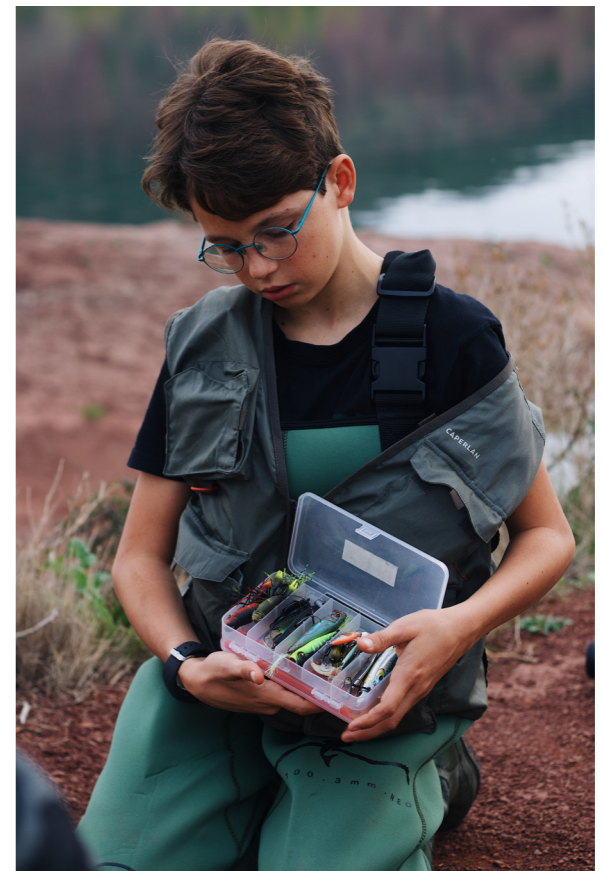
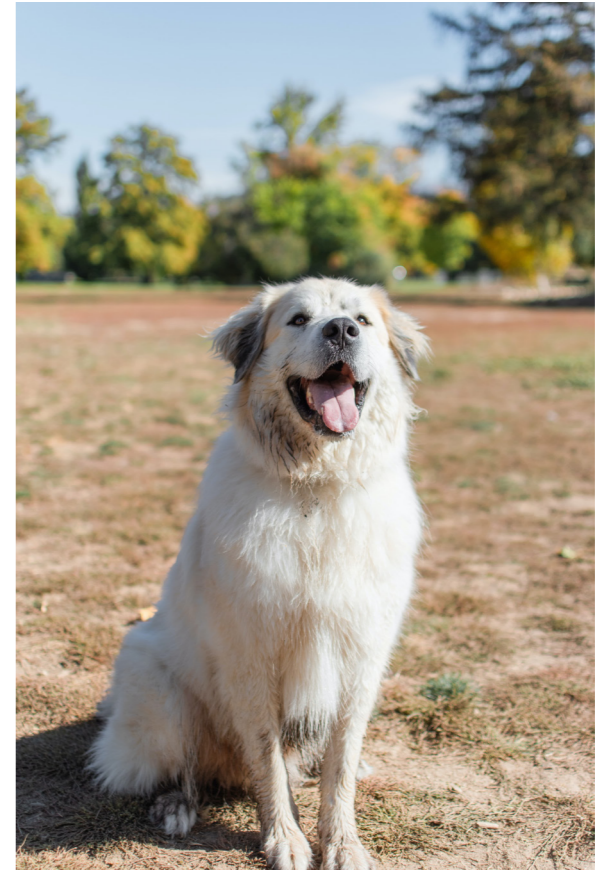
Des photos authentiques, simples et lisibles, prises en lumières naturelles avec de vrais Pyrénéens, pas des mannequins, des paysages forts et puissants, des gestes et des matières.

L'iconographie donne la priorité à l'humain.

Les portraits sont authentiques et sensibles. Ils représentent les Pyrénéens dans leur diversité. Les expressions sont naturelles, sincères et vraies. Les instants photographiés s'intéressent particulièrement aux situations d'échange, de rencontre, de partage, d'hospitalité. Les moments de fêtes, de réjouissances, de célébrations collectives sont recherchés pour traduire la convivialité pyrénéenne. Les images doivent communiquer un sentiment de bien-être, d'épanouissement, d'équilibre, de force tranquille.



Portraits de Pyrénéens



Paysages et activités de pleine nature



Métiers emblématiques et savoir faire



LES PICTOGRAMMES

Une collection originale et identitaire, inspirée du bloc-marque, et couvrant de multiples domaines est disponible. Elle permet de résumer un champ d'activité, une idée et se prête bien aux temps de lecture très brefs des réseaux sociaux, aux sujets difficile à illustrer par la photographie et aux communications sur les combats portés par la marque. Cette collection sera appelée à s'enrichir au fur et à mesure des usages.



LES MOTS

La marque s'est dotée d'un vocabulaire jouant sur les contrastes, les paradoxes ou les compléments propres aux Pyrénées. La mécanique de construction est toujours la même : Aussi **XXX** que **XXX**.

Ce code sémantique s'applique aux prises de parole majeures de la marque : publicité TV, papier ou digitale, relations avec les médias, PLV... ou sur les niveaux de lecture de premier rang : couvertures d'éditions...

Quelques exemples

Aussi plurielles
que singulières

Aussi belles
que rebelles

Aussi uniques
que solidaires

Aussi fragiles
que vitales

Aussi accueillantes
que sauvages

Aussi intenses
qu'apaisantes

Aussi intimes
qu'absolues

Aussi Atlantique
que Méditerranée

Aussi espagnoles
que françaises

Aussi catalanes
que basques

EXEMPLES DE PRISES DE PAROLE



3

SON

UTILISATION

QUELQUES PRINCIPES SIMPLES

La marque Pyrénées est une marque collective. Elle peut être utilisée par tous les Valeureux Influenceurs Pyrénéens (voir page 44) qui ont à cœur de revendiquer leur attachement aux Pyrénées dans leur propre communication. Afin de donner un minimum de cohérence à la communication, cette utilisation est soumise au respect d'un certain nombre de règles d'usage : respect du bloc marque, des couleurs, des pictogrammes, de l'esprit iconographique.

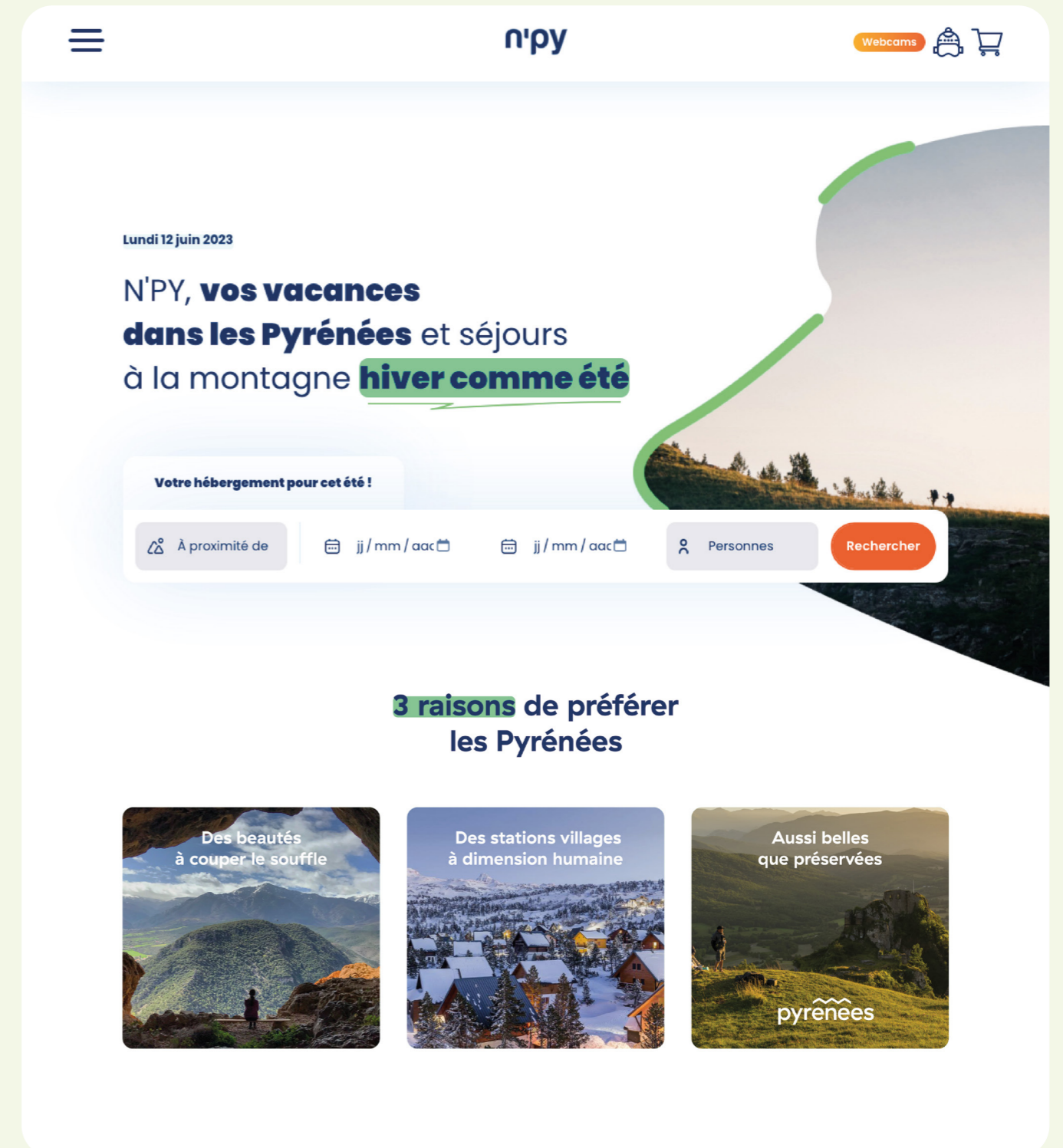
La marque permet la cohabitation du bloc marque Pyrénées avec les blocs marques d'entreprises, de labels, de stations, de collectivités, d'associations qui souhaitent s'inscrire dans la démarche.

La marque peut être intégrée dans vos propres communications grâce à la présence d'un ou plusieurs de ses signes graphiques comme vous le montrent les exemples qui suivent.

EXEMPLES D'UTILISATION DE LA MARQUE

Pour le regroupement des stations des Pyrénées

Création sur la page d'accueil N'PY de contenus transversaux à toutes les Pyrénées pour mettre en avant les atouts différenciants marquants et partagés des stations. Contenus accompagnés du bloc-marque Pyrénées.



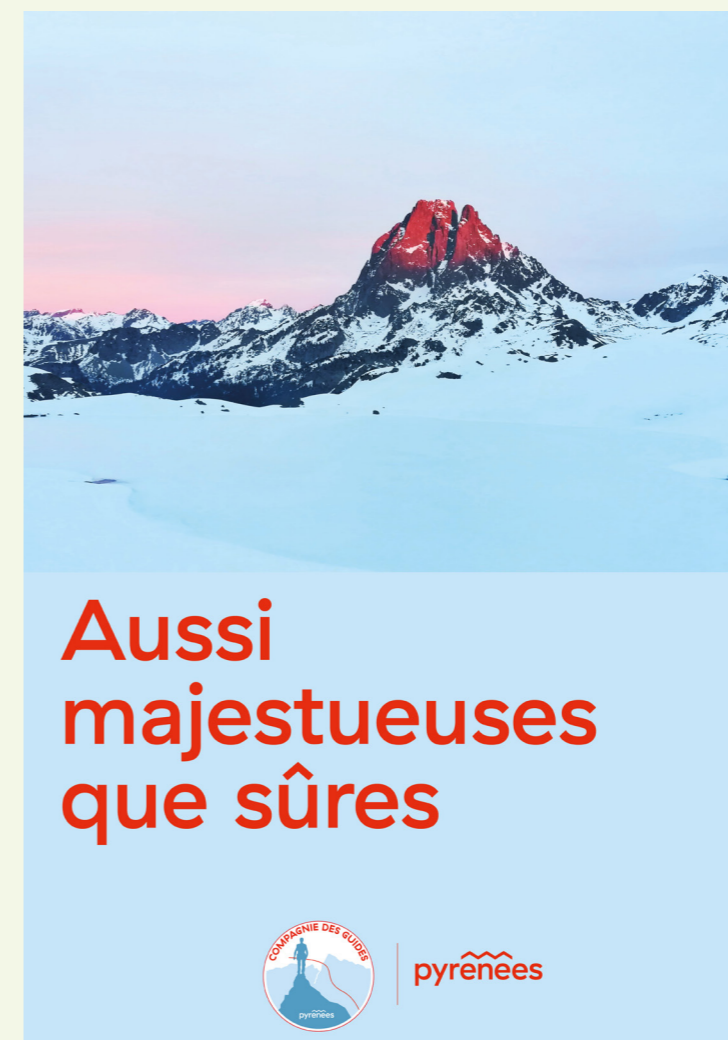
Pour les stations des Pyrénées

- Création d'affiches personnalisées appliquant le langage de la marque.
- Code éditorial « Aussi ... que ... », code typographique, code couleur.
- Rapprochement bloc-marque station et bloc-marque Pyrénées.
- Affiches destinées à être apposées dans les lieux d'accueil du public : OT, hébergeurs, restaurants...



Pour la Compagnie des Guides des Pyrénées

- Création d'un logo original dans l'esprit de la marque.
- Typographie, couleurs, design épuré, bloc-marque Pyrénées.



Pour un hôtel

- Création d'un panneau d'accueil pour valoriser l'hospitalité pyrénéenne.
- Création d'une affiche personnalisée appliquant le langage de la marque.
- Revendication de l'attachement aux Pyrénées sur la page d'accueil de l'hôtel.



**Aussi
charmant
qu'accueillant**

Pour une entreprise

- Création d'un panneau d'accueil pour valoriser l'esprit de l'entreprise.
- Création d'une affiche personnalisée appliquant le langage de la marque.
- Revendication de l'attachement aux Pyrénées sur la page d'accueil de l'entreprise.



**Aussi
éthique
que chic**

Pour un réseau d'artisans

- Création d'un sticker reprenant le langage de la marque.
- Création d'un flyer valorisant l'origine, la qualité, le plaisir.



Pour des aménagements

- Création d'une signalétique spécifique pour la Route des Colles emblématiques des Pyrénées.





SA COMMUNAUTÉ

SYMPATHISANTS ET VALEUREUX INFLUENCEURS PYRÉNÉENS

On distingue les Valeureux Influenceurs Pyrénéens (VIP) des sympathisants des Pyrénées. Ces derniers marquent leur attachement aux Pyrénées en publiant des contenus sur les Pyrénées dans les réseaux sociaux (photos, vidéos, récits...), en partageant des publications émises par d'autres, en utilisant les # liés aux Pyrénées. Les Valeureux Influenceurs Pyrénéens ont, pour leur part, un engagement plus profond dans la marque.

QUEL RÔLE LES VIP JOUENT DANS LA MARQUE ?

- Ils influencent positivement l'image des Pyrénées en racontant et en partageant les belles histoires des Pyrénées sur Internet, les réseaux sociaux et dans les médias.
- Ils portent tout ou partie des signes graphiques de la marque et les intègrent à leur propre communication pour renforcer la visibilité et la cohérence de l'image des Pyrénées.
- Ils participent à la vie de la marque par leur engagement, leurs réflexions et leurs idées.

QUEL EST LE PROFIL TYPE D'UN VALEUREUX INFLUENCEUR PYRÉNÉEN ?

- **C'est un (une) passionné(e) des Pyrénées**
Qu'il y vive ou pas, il est déjà fortement engagé en faveur des Pyrénées par ses actions personnelles, professionnelles ou associatives.
- **C'est une personne influente**
Lorsqu'il prend la parole en faveur des Pyrénées dans la vie ou sur Internet, sa famille, ses amis et son entourage professionnel réagissent.
- **C'est un créateur de contenus**
Il crée des contenus sur la dynamique des Pyrénées et relaie les publications des autres Valeureux Influenceurs Pyrénéens.
- **Il porte la marque**
Dans ses actions et ses outils, il comprend l'intérêt d'utiliser la marque Pyrénées pour faire connaître et valoriser le territoire.
- **Il est engagé dans la vie de la marque**
Il en partage les valeurs et participe aux actions mises en place. Il participe au recrutement de nouveaux VIP.
- **Il s'implique durablement**
Il s'investit durablement dans la vie du réseau. Ses actions en faveur des Pyrénées montent en compétence et en efficacité.
- **Il génère de l'attractivité**
Par son implication et ses actions, il permet d'attirer dans les Pyrénées de nouveaux projets d'investissement, des événements, des entreprises, des talents.
- **Il dynamise le réseau**
Il n'hésite pas à partager ses retours d'expérience ou ceux dont il a connaissance.
- **C'est une personne non rémunérée et positive**
Il n'appartient pas aux instances de la marque et agit de manière désintéressée. Ses prises de parole vont dans le sens de l'intérêt des Pyrénées.

Naturellement, un Valeureux Influenceur Pyrénéen n'est pas obligé de s'engager dans toutes ses actions. Son engagement est libre en fonction de sa disponibilité, de son profil, de ses motivations, de ses moyens.



QUELS AVANTAGES EN RETIRE T-ON ?

Les avantages à devenir un Valeureux Influenceur Pyrénéen sont nombreux. Nous citerons par exemple :

- Développer son réseau personnel et professionnel
- Mieux faire connaître son entreprise, son association, ses projets
- S'ouvrir à de nouvelles opportunités professionnelles
- S'épanouir et s'accomplir dans un collectif au service des Pyrénées
- Être invité à des événements, des manifestations, des soirées
- Avoir accès à la boîte à outils de la marque
- Avoir accès avant les autres à des informations intéressantes sur les Pyrénées

COMMENT DEVENIR VIP ?

C'est très simple. Il suffit de vous rendre sur le site marque-pyrenees.fr et de signer le manifeste des Valeureux Influenceurs Pyrénéens qui se trouve dans la rubrique **Devenir VIP**.

Vous devrez, en quelques mots, vous présenter et nous dire pourquoi vous souhaitez devenir VIP. Cela nous permettra de vous connaître et de vous compter dans les animations de la communauté des VIP.

Vous pourrez, sur cette même page, nous proposer un Valeureux Influenceur Pyrénéen.

LE MANIFESTE

NOUS SOMMES LES VALEUREUX INFLUENCEURS PYRÉNÉENS !



Nous avons les Pyrénées dans la peau !

Cet amour inconditionnel nous oblige à nous unir et à agir. Les combats s'annoncent passionnants.

Préparons nos vallées pour nos enfants !

Une vie meilleure, plus saine, plus simple et plus heureuse peut et doit s'inventer ici.

Ouvrons nos portes à la vie !

Les Pyrénées sont et resteront une frontière refuge, riche de solidarités et d'hospitalités. Un antidote apaisant aux fureurs du monde.

Relevons les défis qui nous attendent !

La préservation du vivant, l'atténuation et l'adaptation au changement climatique, le développement d'une économie juste et durable, les liens à tisser avec l'Espagne exigent toutes nos énergies. Restons unis : une même langue, différents accents !

Inventons la cordillère des possibles !

Réalisons nos utopies, questionnons nos idéaux, réinventons nos traditions, développons nos projets, étonnons-nous ! Ecrivons ensemble le grand projet pyrénéen.

Préservons l'héritage unique des Pyrénées !

Défendons son incroyable diversité, ses cultures vivantes, ses beautés naturelles. Transmettons ces trésors aux générations présentes et futures.

AUX VALEUREUX INFLUENCEURS UNIS DES PYRÉNÉES, RIEN D'IMPOSSIBLE !

VOTRE BOITE À OUTILS

Une fois votre demande acceptée, vous aurez accès à la boîte à outils de la marque. Elle comporte :

- le bloc-marque et ses variantes
- Le code couleur
- La typographie
- Les pictogrammes
- Des photos



LES PREMIERS VIP DE LA MARQUE

Merci à toutes celles et ceux qui ont décidé de s'engager à nos côtés dans la marque. Vous aussi, rejoignez-nous !





RÈGLEMENT D'USAGE DE LA MARQUE PYRÉNÉES

La marque Pyrénées est une marque d'appartenance, un signe de ralliement qui offre une bannière commune à l'ensemble des acteurs du territoire et à tous les pyrénéens qui souhaitent participer au rayonnement du massif.

Libre de droits et gratuite, elle peut être apposée sur tous supports de communication (brochure, flyer, site Internet, affiche, etc) sous réserve de respecter les conditions d'utilisation énoncées ci-après.

Prochainement déposée à l'INPI (Institut National de la Propriété Industrielle), il s'agit d'une marque collective qui se compose d'un logo, d'un règlement d'usage et d'un code de marque (guide technique qui réunit des conseils et des exemples de communication).

La Marque Pyrénées est propriété de l'Agence des Pyrénées, elle est régie par un Comité de marque composé de l'Agence des Pyrénées et de l'association Agora Pyrénées.

Conditions d'autorisation d'utilisation de la marque

L'utilisation de la marque Pyrénées est soumise, pour les acteurs privés, ici dénommés les usagers de la marque, au fait

- d'adhérer au « manifeste des Pyrénées » (annexe n°1 au présent règlement d'usage) qui rassemble un certain nombre de valeurs et de combats dans lesquels l'utilisateur s'engage et qui entrent en cohérence avec sa pratique professionnelle.
- d'être reconnu, après cette signature, en qualité de Valeureux Influenceur Pyrénéen (VIP) par le comité de marque.

L'utilisateur qui souhaite être reconnu en qualité de VIP et ainsi accéder à la boîte à outils de la marque en fait la demande via le site marque-pyrenees.fr. Les demandes d'autorisation sont validées par le comité de marque (composé de l'Agence des Pyrénées et d'Agora Pyrénées) dans un délai de un mois maximum. Si la demande est refusée, le demandeur ne pourra pas utiliser la marque.

Conditions d'utilisation de la marque

L'utilisateur n'est autorisé à utiliser la marque que dans le cadre de la promotion de son activité, de son entreprise ou de son organisation. L'utilisateur n'a pas le droit d'utiliser et d'apposer la marque directement sur des produits dont il assure la commercialisation. La marque pourra uniquement être apposée par l'utilisateur sur des produits et/ou objets que ce dernier propose gracieusement (goodies, objets publicitaires...) à ses membres, adhérents, clients, ou partenaires.

L'utilisateur s'engage à respecter les valeurs et codes de la marque et à ne l'utiliser que conformément à la charte graphique disponible sur le site internet : www.marques-pyrenees.fr

L'utilisateur s'engage à participer à la synergie collective développée autour de la marque et à favoriser, dans la mesure de ses possibilités, la promotion des Pyrénées.

Dans le cadre de la promotion de la marque, l'utilisateur autorise le propriétaire de la marque à le citer en qualité d'utilisateur de la marque et à donner des exemples d'utilisation de la marque par celui-ci.

Le manquement à l'une des obligations de l'utilisateur lui incombant au titre du règlement d'usage entraînera la perte du droit d'usage de la marque à défaut pour l'utilisateur d'avoir remédié aux manquements qui lui auront été signalés.



CONTACT

Vous pouvez nous adresser un email à :
contact@marque-pyrenees.fr

pyrénées

Crédits

bandeapart.fr – Photos : D. Abdullah, A. Bachmann, M. Balland, D. Belanogova, G. Betanov, G. Burns, L. Castellino, J. Costa, C. Courtenvert, Cottonbro Studio, P. Franchini, B. Garcia, D. Greyowl, D. Klimova, R. Leeper, V. Lopes, A. Lusina, P. Meyer, T. Oun, G. Pfeiffer, O. Schmid, A. Shvets, N. Vaitkevich, T. Verdoot, Salette Création Métal

La marque Pyrénées est soutenue par l'ensemble des partenaires de l'Agence des Pyrénées

