

GRAND TOUR

AUVERGNE-RHÔNE-ALPES



Le contexte 3**Le logotype**

Logotype principal	5
Logotype secondaire.....	6
Couleurs du logotype	7
Zone de protection.....	9
Taille minimum.....	10
Interdits	11

Le territoire graphique

Typographies	12
Couleurs secondaires.....	13
Pattern	14
Carte	15
Tirets.....	16
Tampons.....	17
L'iconographie région	18
L'iconographie humains et émotions.....	19

Les applicatifs

Bannières web.....	20
--------------------	----

Le positionnement

L'idée	21
La région en grand. L'émotion en boucle...22	

La ligne éditoriale

Le wording	23
Les expressions phares	24
La région.....	25
La route	26
Le Grand Tour en chiffres.....	27

La tonalité

Sensible et évocatrice	28
Le style	29
La narration	30

CHARTRE GRAND TOUR

Le Grand Tour est un itinéraire touristique jalonné de **43 lieux incontournables (naturels ou culturels)** qui incarnent le meilleur de la région.

Le parcours est structuré en **28 étapes**. Chacune correspond à une journée, avec un ou plusieurs sites à visiter et des offres pour prolonger l'expérience : balades, restaurants, activités locales...

Le Grand Tour emprunte **les plus belles routes et paysages** des 12 départements et offre aux visiteurs, nationaux et internationaux, une découverte globale et approfondie du territoire régional.

LES ENJEUX DE COMMUNICATION DU GRAND TOUR

DONNER À VOIR

attirer grâce à des mots, des images,
qui suscitent l'attention

DONNER ENVIE

séduire en montrant la pluralité de l'expérience,
sa richesse et sa diversité

FAIRE TERRITOIRE

affirmer l'unité du territoire Auvergne-Rhône-Alpes

GRAND TOUR

AUVERGNE-RHÔNE-ALPES 

Le logotype Grand Tour s'inscrit dans l'architecture de marque en reprenant la dynamique du logotype Auvergne-Rhône-Alpes La vie en Relief.

**GRAND
TOUR** 
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

Le logotype secondaire du Grand Tour, est utilisé quand les contraintes de format ne permettent pas l'utilisation du logotype principal.

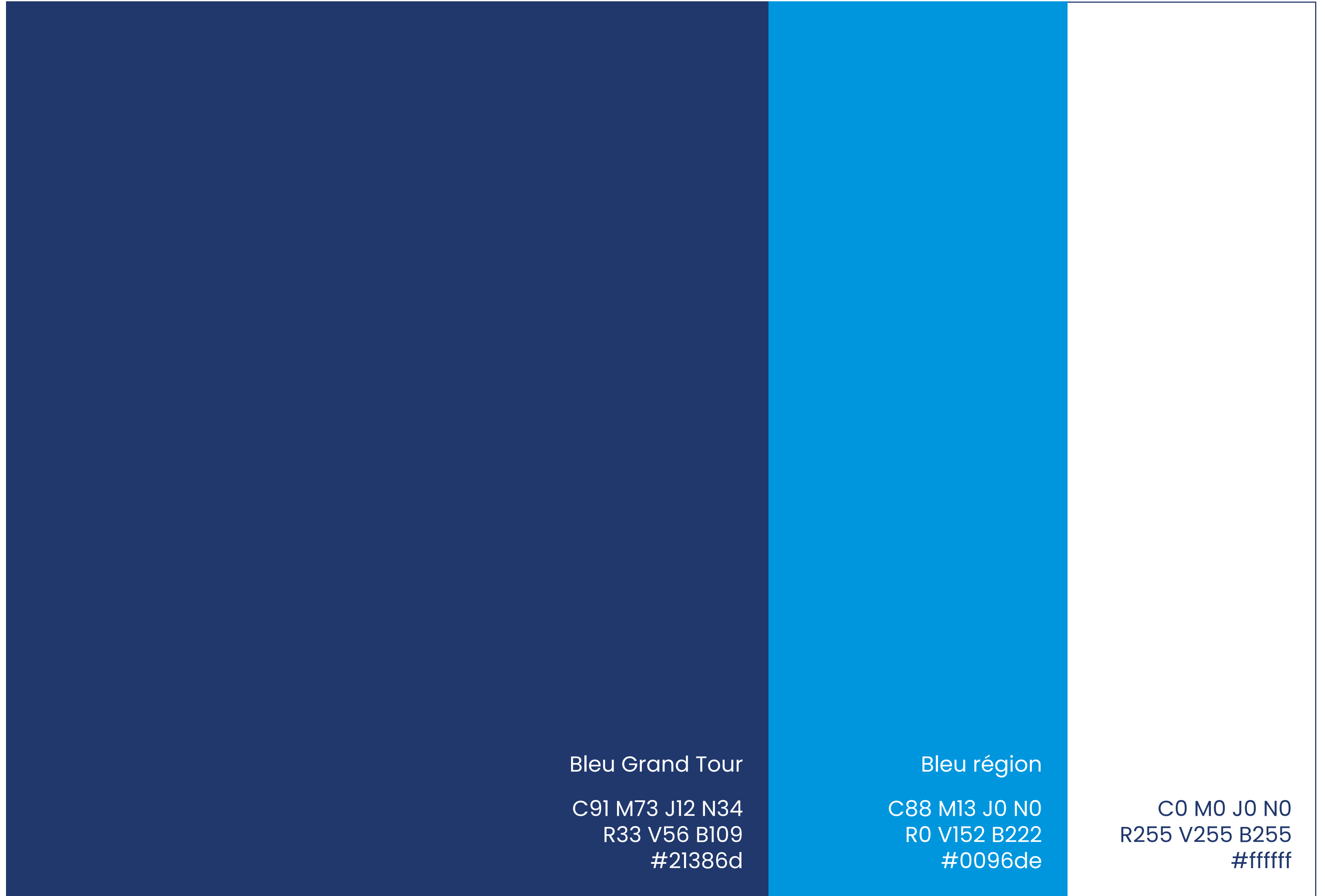
Il est aussi utilisé pour le web et les réseaux sociaux.

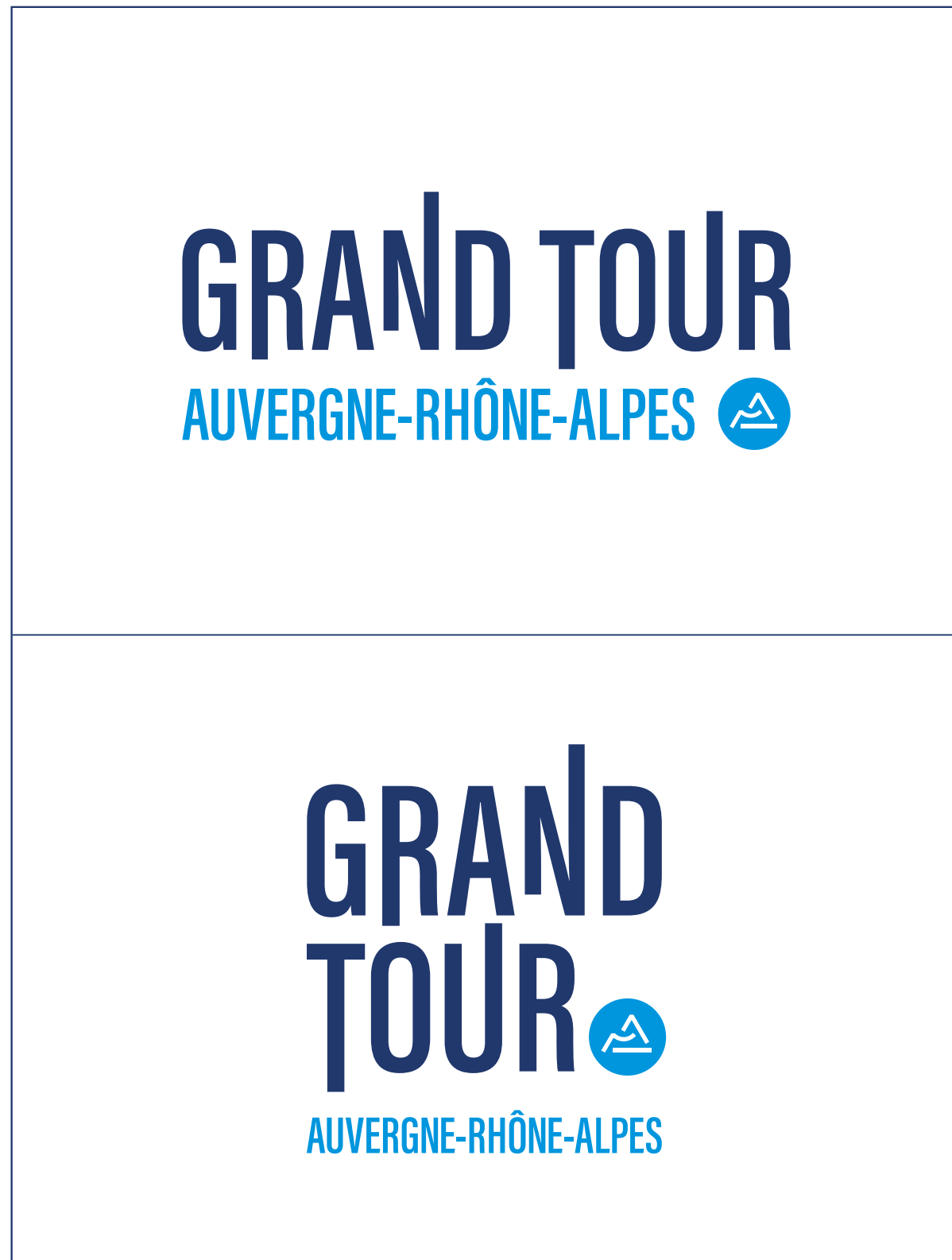
Le nuancier de référence du logo Grand Tour est composé de 2 bleus et de blanc.

Il associe le bleu région pour la baseline «AUVERGNE-RHÔNE-ALPES» et pour l'icotype.

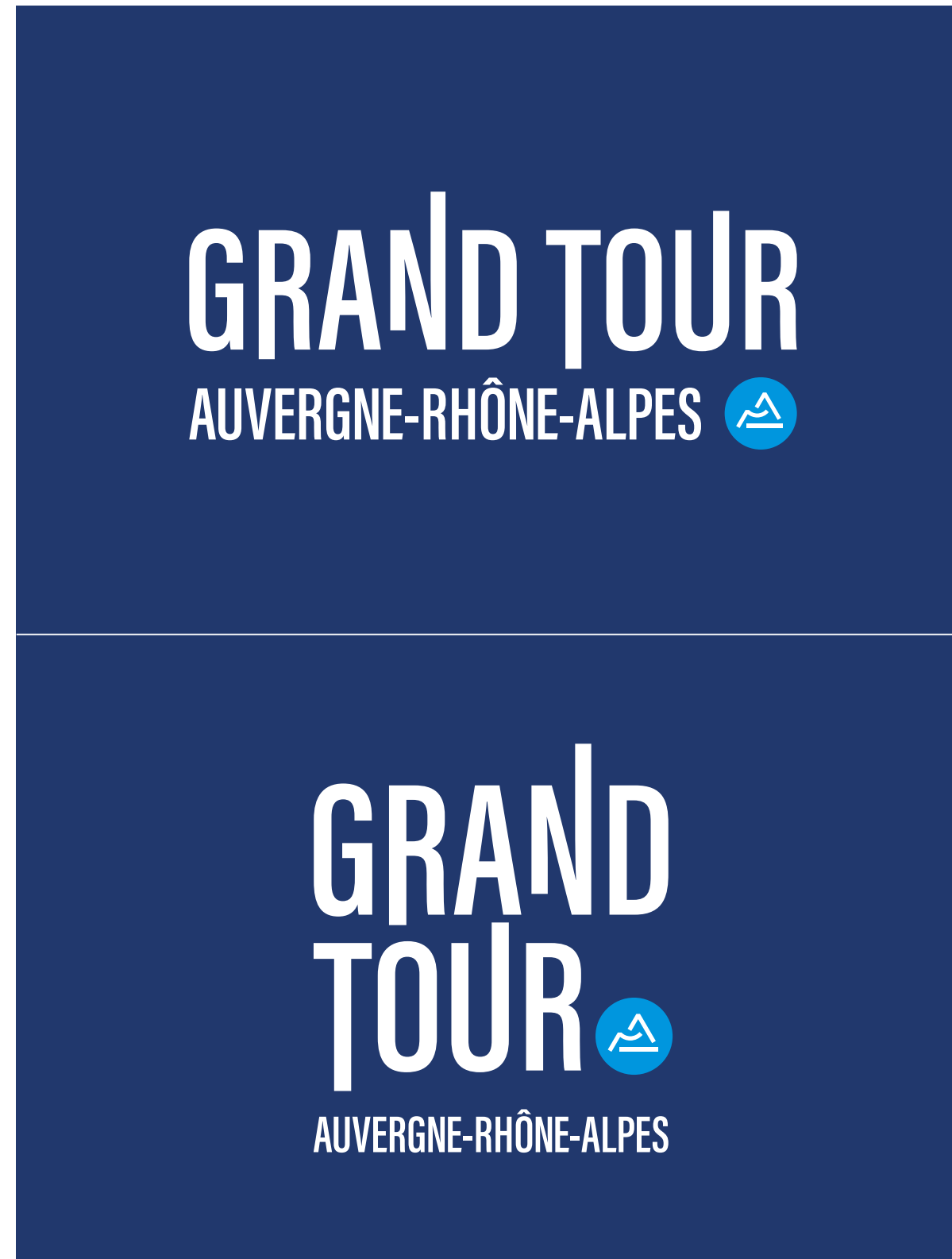
Le bleu Grand Tour est utilisé pour le logo, les textes et les aplats couleurs.

Le noir n'est jamais utilisé.

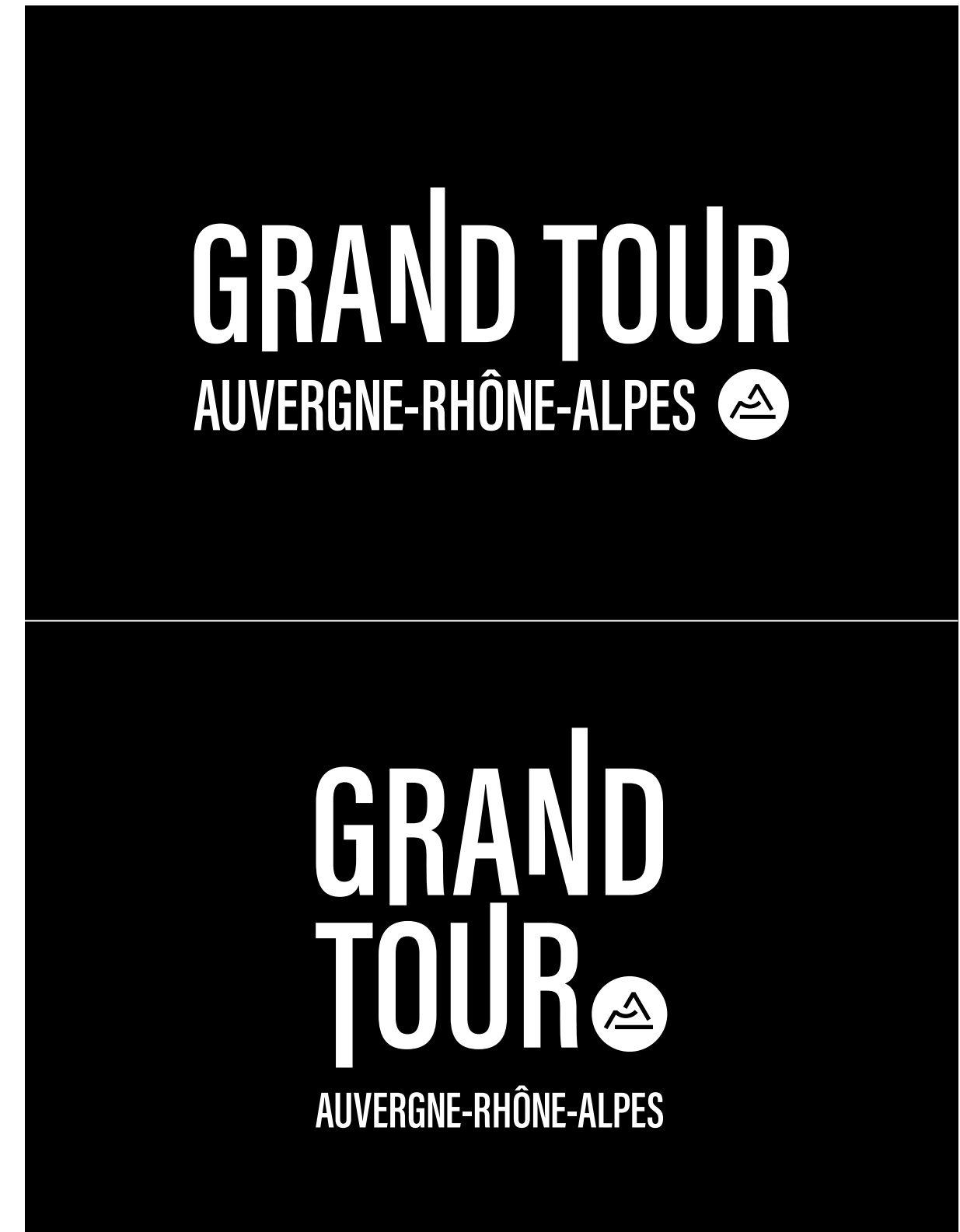




Couleurs principales



Blanc avec icotype bleu



Négatif



Pour protéger le logo Grand Tour et lui assurer une parfaite lisibilité, une zone de réserve correspondant à la hauteur du O de la base ligne du logo est à respecter.

GRAND TOUR
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES 

36 mm de large

GRAND
TOUR 
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

20 mm de large

En dessous de 36 mm de large, on privilégie l'utilisation du logotype sur deux lignes pour maximiser la lisibilité.

Il est interdit d'altérer l'aspect du logo Grand Tour.



Ne pas modifier les lettres du logo.



Ne pas changer la couleur du logo.
N'ajouter aucun effet.



Ne pas déformer le logo.



Ne pas augmenter ou diminuer l'icotype de la région.



Ne pas changer la typographie du logo.



Ne pas utiliser le logo sur fond de photo.



Veiller à la lisibilité du logo.

POPPINS

La typographie POPPINS est une typographie Google font libre de droit.

Avec ses formes géométriques et ses lignes nettes, elle assure une excellente lisibilité sur tous les supports. Elle est disponible en plusieurs graisses et offre une grande polyvalence pour hiérarchiser l'information.

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 / : @# ,?!

Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

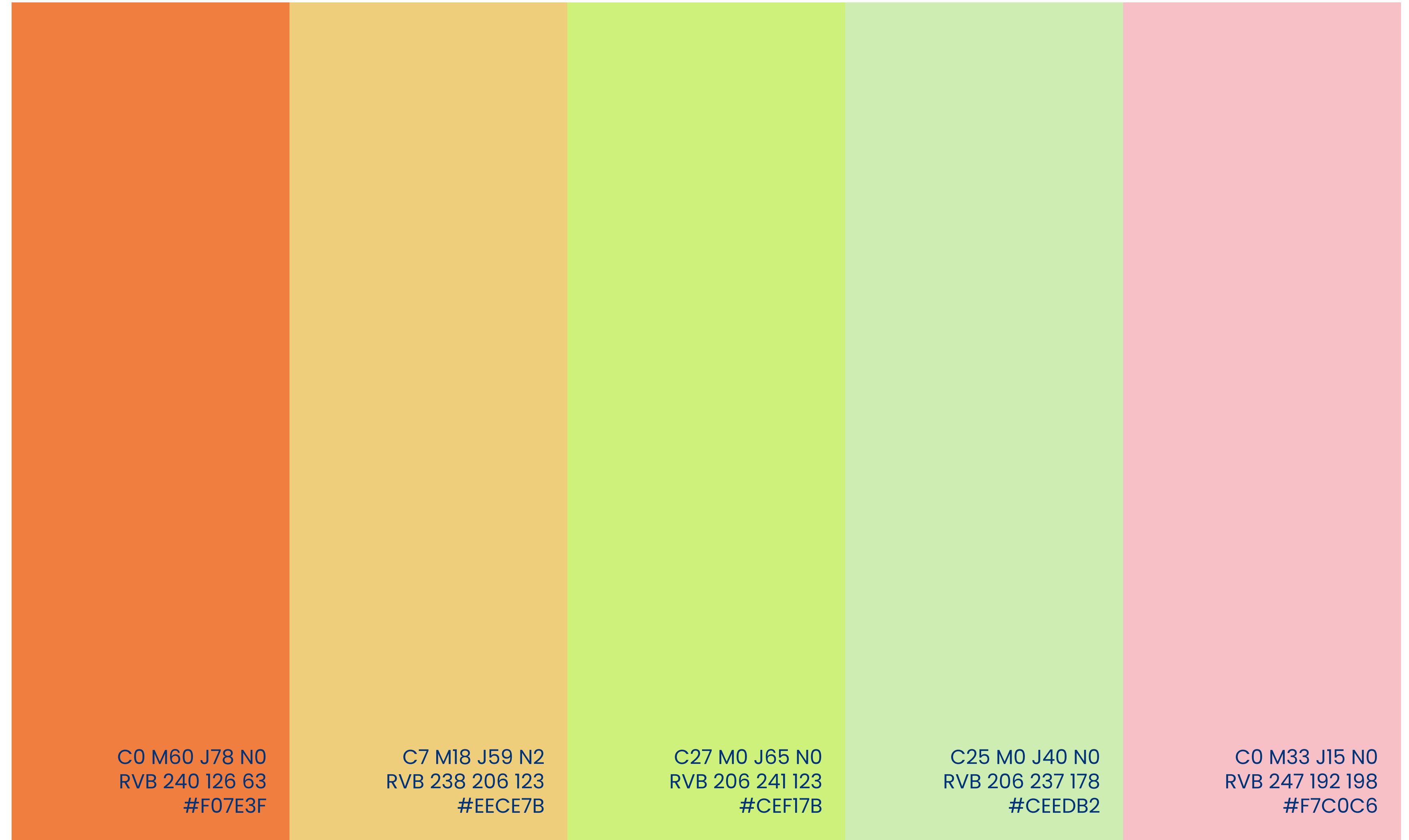
0123456789 / : @# ,?!

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

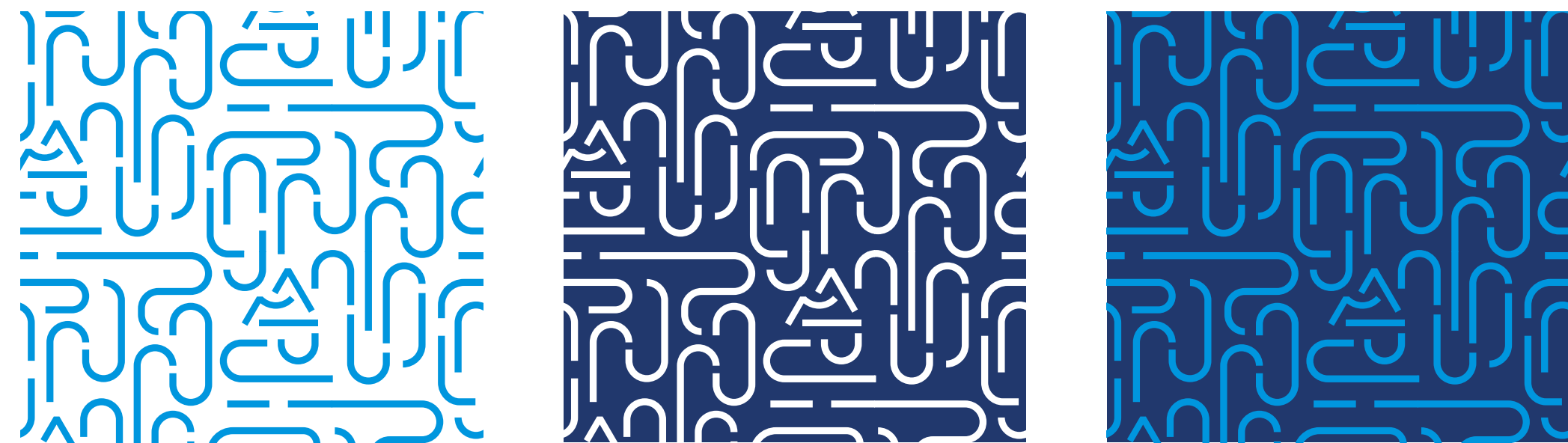
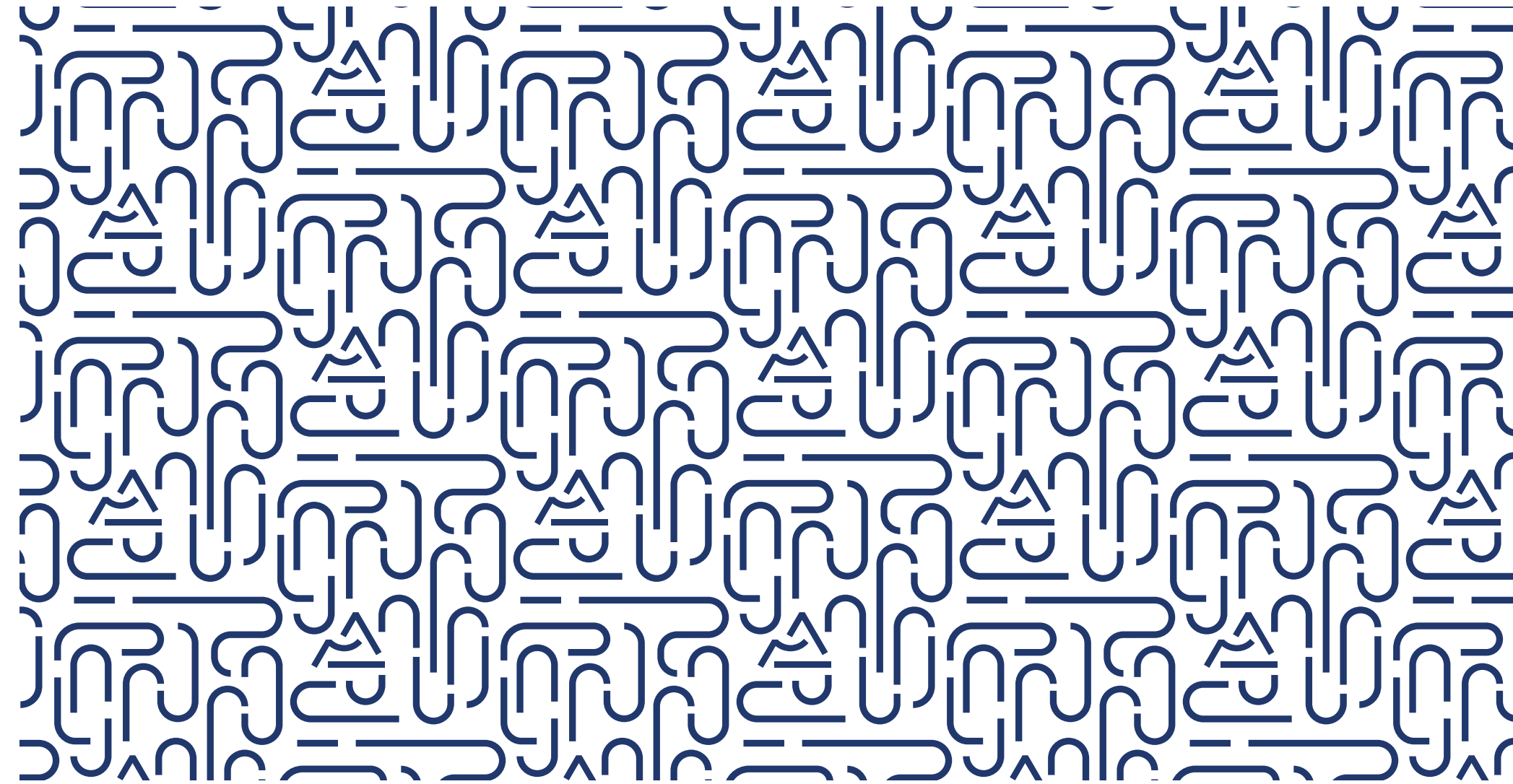
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 / : @# ,?!



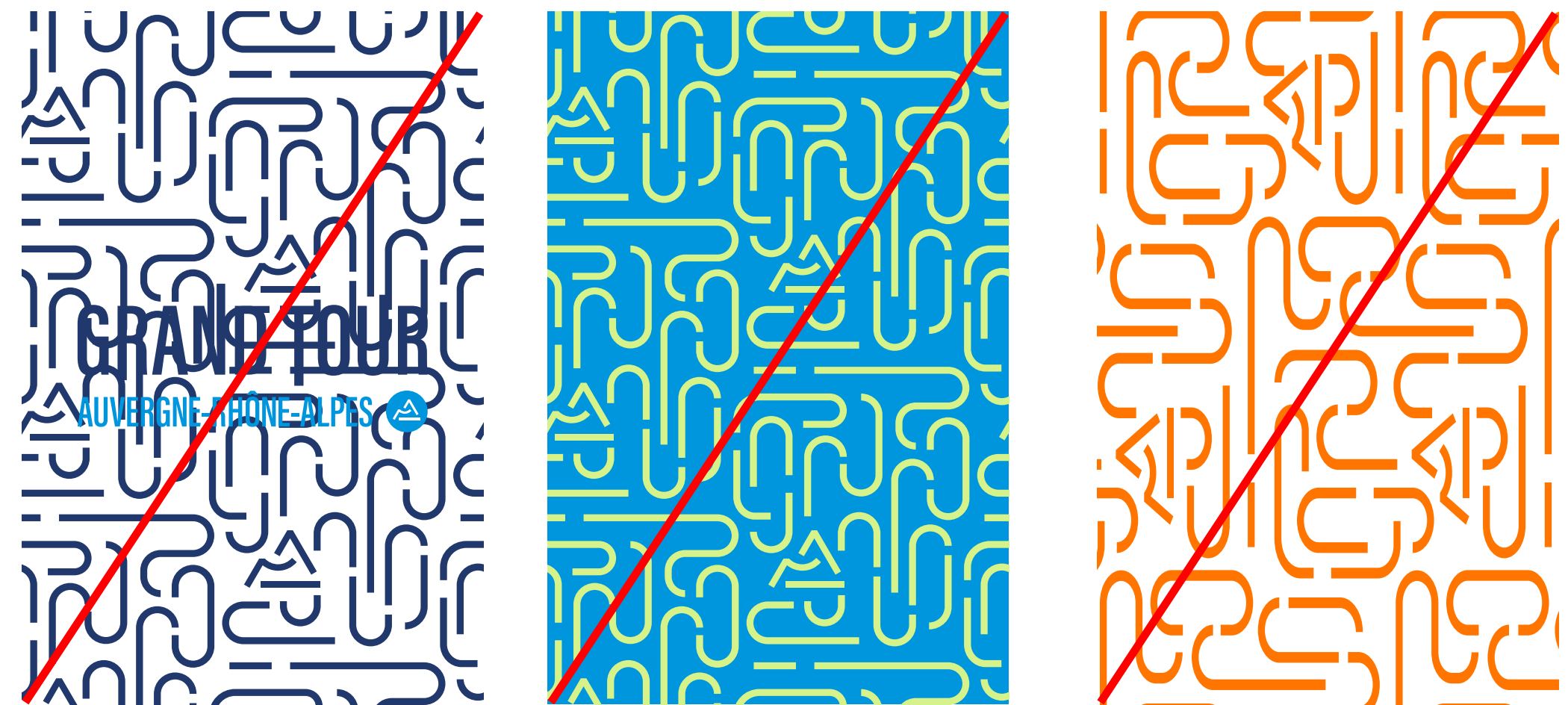
Chaque teinte est pensée pour rythmer les supports, offrant ainsi une identité dynamique.

Le critère de choix est basé sur l'ambiance colorimétrique de l'image.



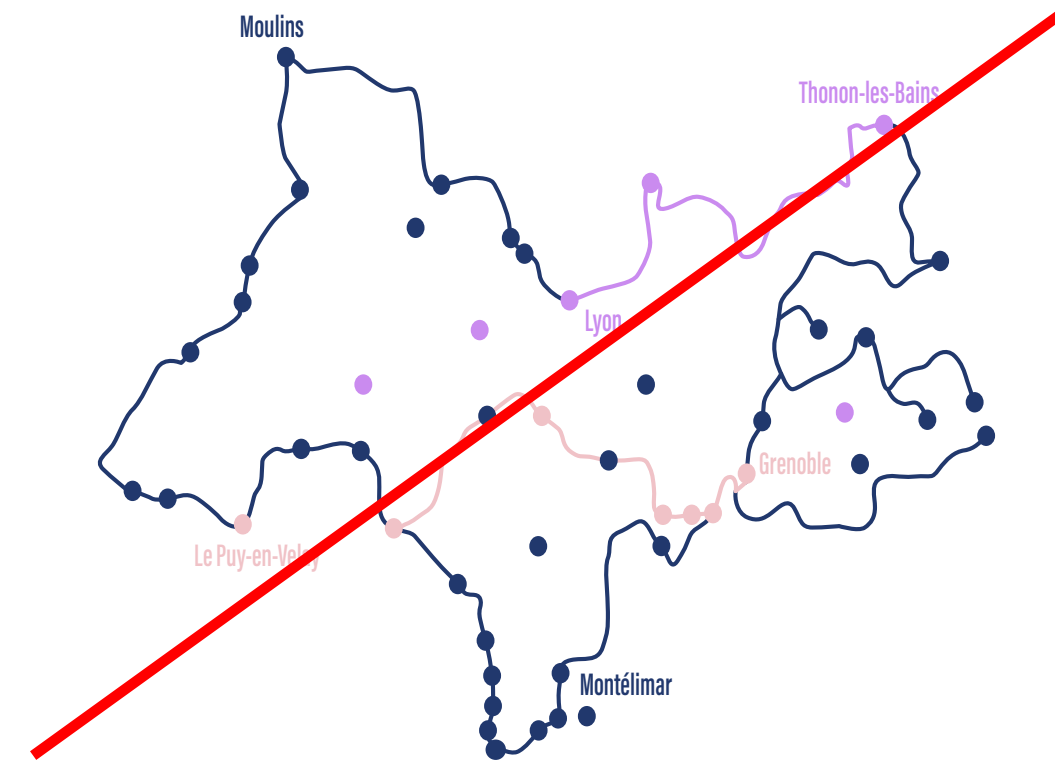
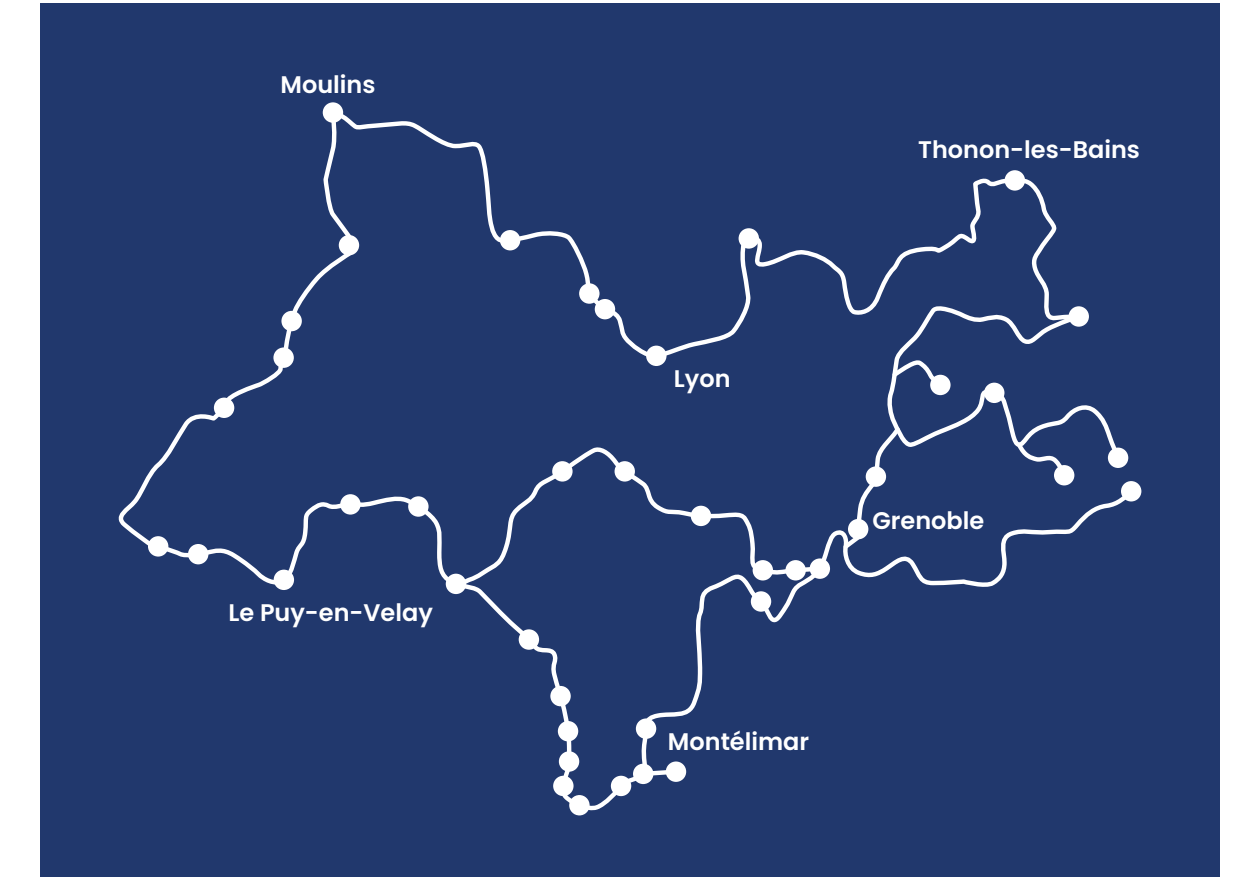
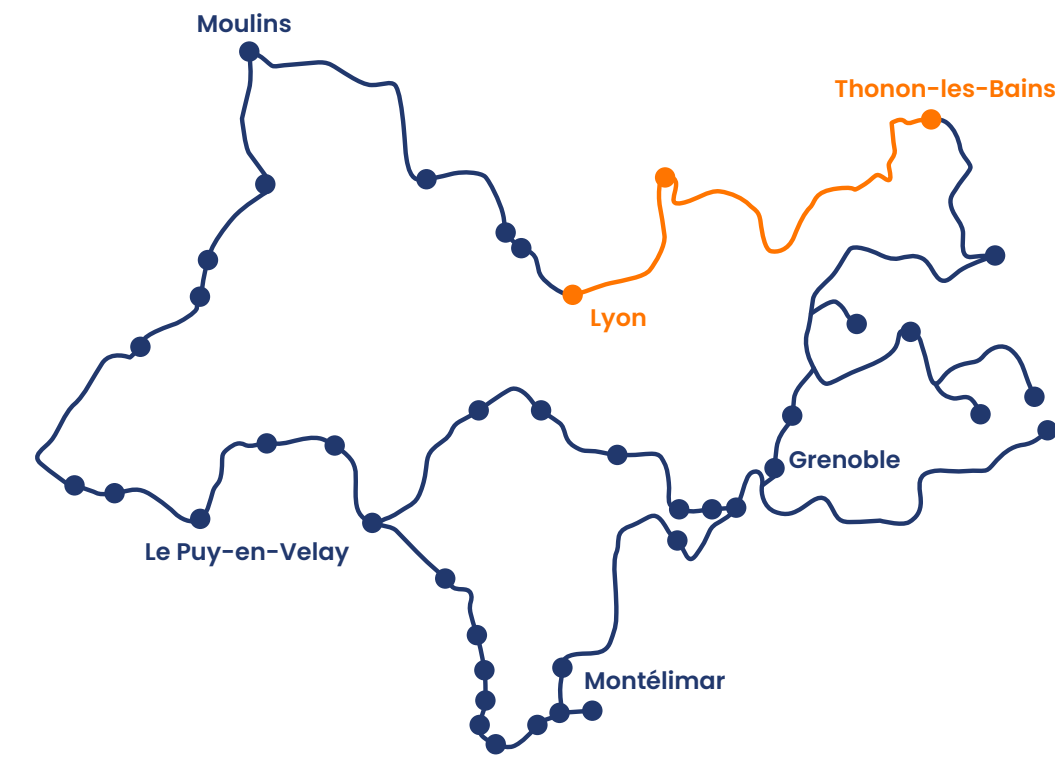
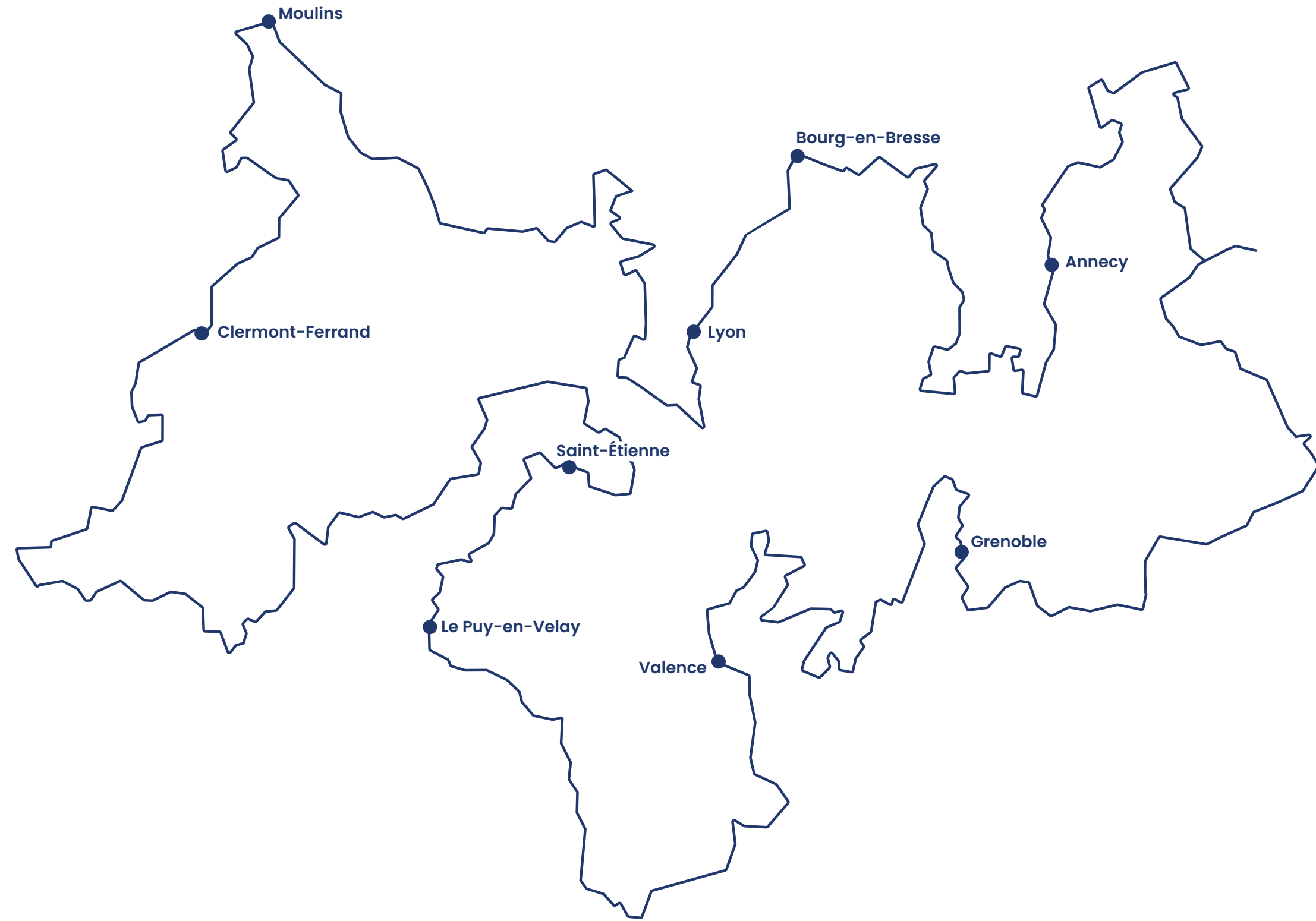
En complément du logo, l'identité graphique du Grand Tour Auvergne-Rhône-Alpes est renforcée par un pattern : une version «destructurée» du logo répétable à l'infini.

Le pattern est toujours associé en complément du logo Grand Tour et de couleur uni.



Interdits

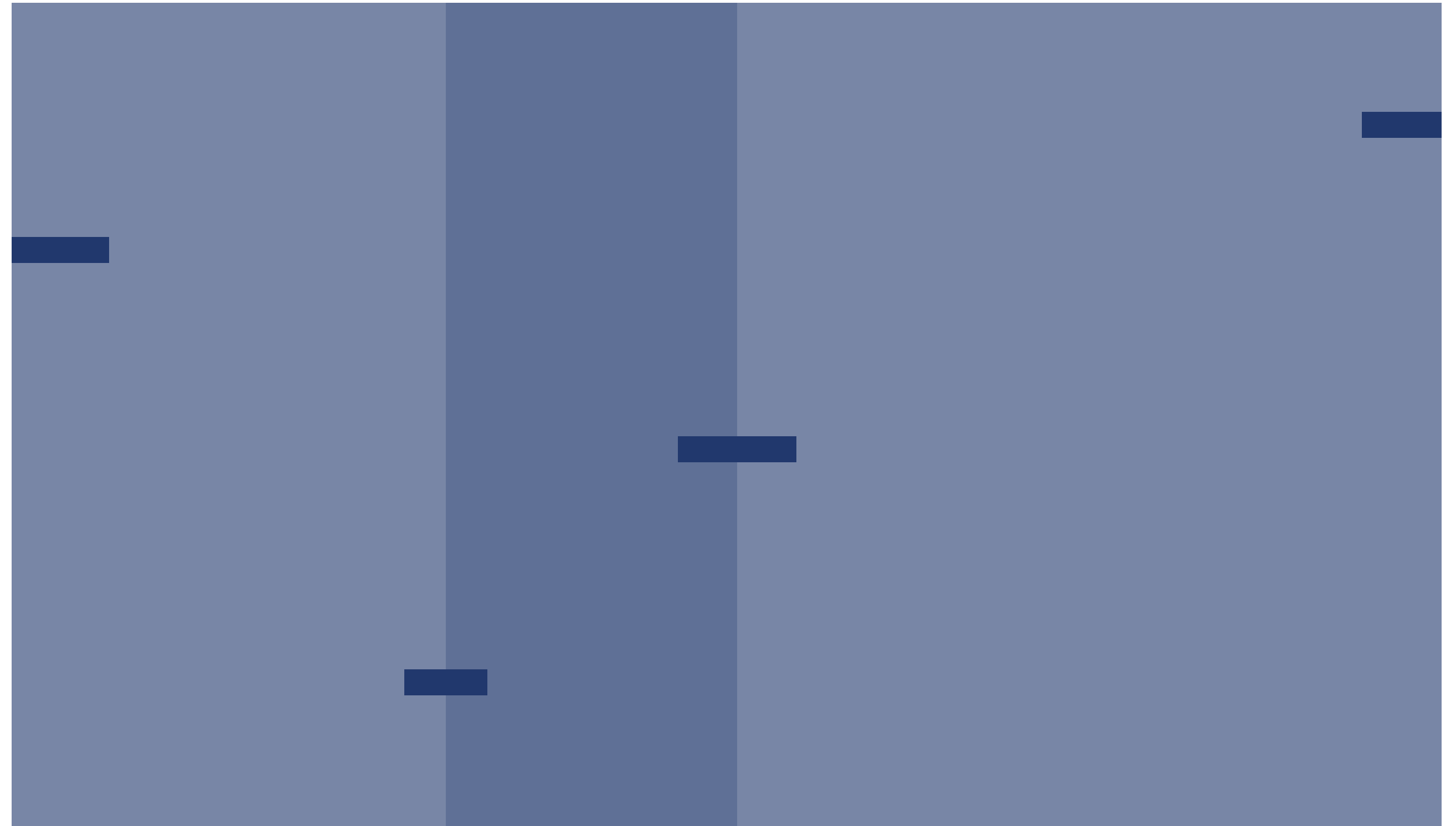
Ne pas superposer le logo et le pattern, ne pas changer les couleurs, ne pas modifier son orientation, ne pas le déformer.



La carte est une représentation simplifiée au trait du tracé du Grand Tour. Elle servira de repaire pour les campagnes de communication.

Interdits

Ne pas changer ni ajouter des couleurs, ne pas la déformer, ne pas rajouter de points en dehors du tracé, ne pas retirer de points, ne pas changer la typographie des villes, ne pas mettre 3 couleurs sur la carte.

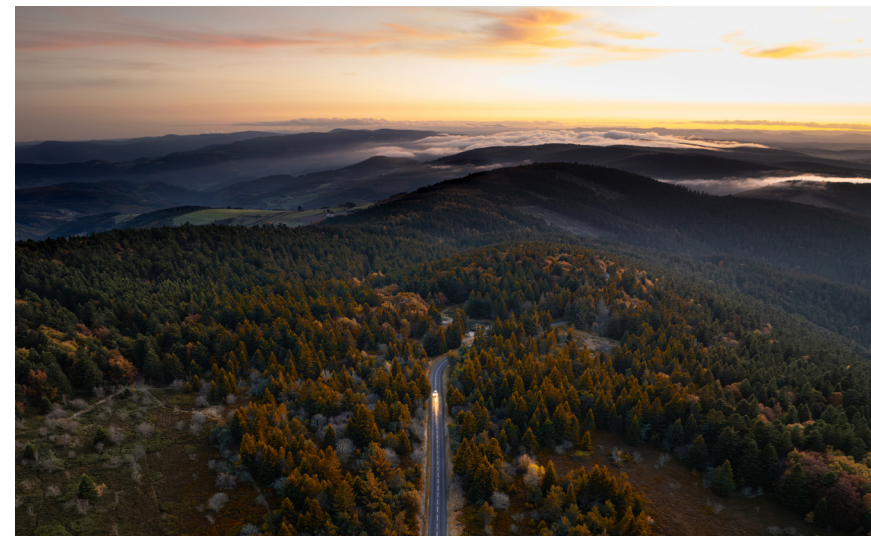
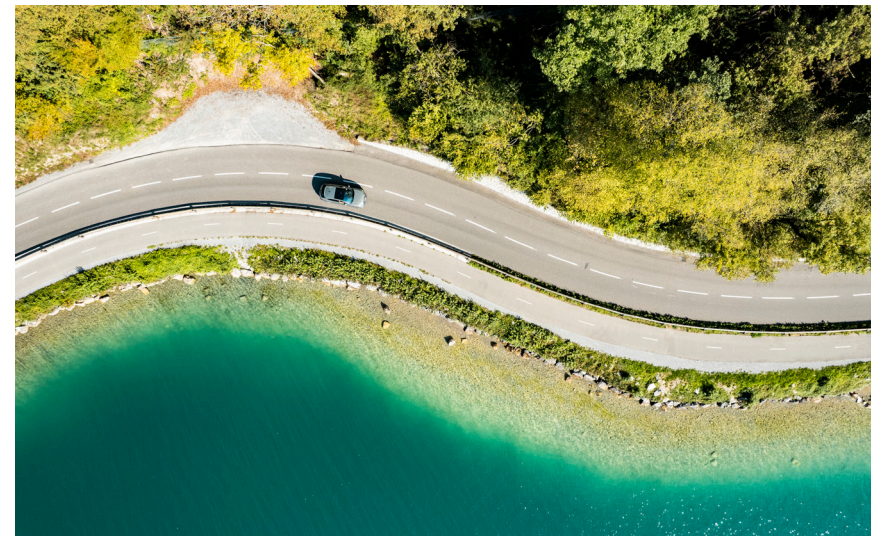


Les tirets sont l'expression graphique du Grand Tour. Ils permettent de lier les visuels entre eux et de créer une symbolique de chemin.



Inspirés des tampons eki japonais,
il existe un tampon par étape du Grand Tour.
Les tampons ne peuvent pas être modifiés
et se déclinent uniquement en noir :
C74 M60 J43 N72 - RVB 35 40 50 - #232832

Présenter la région dans toute sa diversité et ses contrastes.



Les paysages, volcans, lacs, vallées, vignobles, sommets... toujours dans leur grandeur et leur diversité. Privilégier les points de vue faciles d'accès, panoramas, belvédères en bord de route ou au détour d'un chemin.

La route, fil conducteur du voyage, élément d'expérience, elle traverse les plus beaux panoramas et invite aux détours.

Les lieux à visiter, monuments emblématiques et secrets bien gardés en lien avec l'itinéraire du Grand Tour et ses sites sélectionnés.

Les contrastes d'expériences, sport et contemplation, nature et ville, patrimoine et modernité.

Le voyage, le déplacement, le Grand Tour est une itinérance (auto ou moto). Le déplacement fait partie de l'univers iconographique et doit être suggéré de différentes manières (véhicules, route, signalisation, bagages, carte routière ou application mobile, etc.)

**Mettre en avant l'humain et les émotions.
Des émotions authentiques et naturelles.**



Le dénivelé émotionnel est central, chaque image doit traduire une émotion qui contraste avec la précédente.

Le rythme des sensations alterner l'intensité et la sérénité, la vitesse et la lenteur.

De la vie couples CSP+, familles, amis, montrés dans l'action, en découverte, de face et jamais figés.

Les différents CTA

Découvrir nos 28 étapes

Découvrir nos destinations

Découvrir nos destinations

Découvrir nos destinations

Découvrir nos destinations

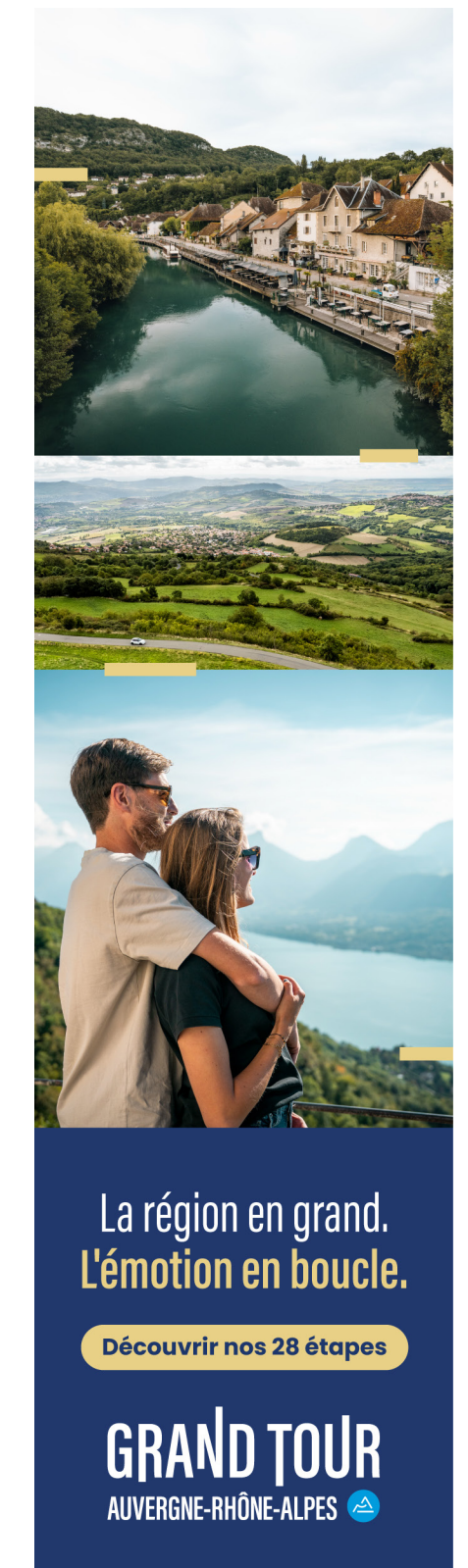
729x90px



300x600px



160x600px



600x160px



300x300px



Le positionnement, l'idée :

La vie en relief en un GRAND TOUR

Si la vie en relief est le nouveau positionnement communication de la destination Auvergne-Rhône-Alpes et la promesse qu'elle adresse à ses visiteurs, **le Grand Tour quant à lui est l'expérience parfaite pour vivre concrètement la Vie en Relief !**



L'angle éditorial du Grand Tour, sa signature :

La région en grand. L'émotion en boucle.

Le Grand Tour

Le Grand Tour Auvergne-Rhône-Alpes, c'est **3 000 km de road trip** pour vivre, en **28 étapes**, le meilleur et le plus vibrant des **12 départements**.

En chemin, 43 espaces naturels, paysages, lieux d'histoire, d'art et de terroirs. Autant de sites incontournables qui font l'âme et l'authenticité du territoire. Des grands classiques à (re)découvrir aux petits secrets bien gardés. Des volcans d'Auvergne aux lacs de Savoie, des théâtres antiques aux cathédrales historiques... Autant de visages, d'ambiances, de contrastes qui invitent à vivre la région en grand, à son rythme : lentement ou plus intensément.

Et entre les lieux ? Il y a l'entre-deux : la route. Là où chaque kilomètre compte double, en paysages et en émotions. Choisie pour traverser les plus beaux panoramas, elle donne envie d'un coup d'œil en plus. Ou deux. Ou trois...

L'expérience

Le Grand Tour est une boucle.
Mais ici, vous ne tournez jamais en rond.
Rien ne se répète.
Rien n'est plat.

Le dénivelé n'est pas seulement géographique, il est émotionnel.



Sortez du plat, du linéaire, du prévisible.

Mettez du relief dans votre vie.

Faites le Grand Tour Auvergne-Rhône-Alpes.

Nom

Le Grand Tour Auvergne-Rhône-Alpes

Nom du tour

Grand Tour
Road trip
Boucle
Itinéraire

Nom d'une étape

Étapes

Nom d'un site naturel et culturel

Lieu incontournable

#hashtag

#GrandTour #EmotionEnBoucle #LaVieEnRelief

interdits

Nom

Le Grand Tour d'Auvergne-Rhône-Alpes

Nom du tour

Petits Tour
Détours
Crochets

Nom d'un site naturel et culturel

Pépites
Trésors
Secrêts

Signature

La région en grand.
L'émotion en boucle.

CLAIM DE CAMPAGNE

Sortez du plat, du linéaire, du prévisible.

Mettez du relief dans votre vie.

Faites le Grand Tour Auvergne-Rhône-Alpes.

PHRASES D'ACCROCHE

Le dénivelé n'est pas seulement géographique, il est émotionnel.

Partout où la route monte et descend, ce que l'on découvre, on le ressent.

Chaque kilomètre compte double, en paysages et en émotions.

Présenter la région en exprimant La Vie en Relief :

Utiliser des phrases construites en opposition : faire ressentir les contrastes par le rythme du texte.

Varié les registres émotionnels en alternant intensité et douceur, vitesse et lenteur, agitation et sérénité :

Ex. : Un sommet qui saisit Vs. un lac qui apaise,
une place animée Vs. un silence qui retient...

Exprimer la diversité des expériences : du plus sportif au plus contemplatif, du féru d'histoire au fin gastronome.



Le dénivelé n'est pas seulement géographique, il est émotionnel.

Un sommet vous saisit un lac vous ralentit,
une place animée vous traverse, un silence
soudain vous retient, un château vous murmure
son histoire et une table partagée vous reste
en mémoire.

La route doit être décrite comme un élément central de l'expérience, elle fait partie du voyage

Le Grand Tour est un prétexte pour une immersion en région Auvergne-Rhône-Alpes. La route ne se contente pas de relier les sites incontournables, elle invite à s'imprégner de l'âme et l'authenticité du territoire.

Ne pas la réduire la route à un trajet fonctionnel entre deux étapes.

Rappeler qu'elle n'est pas choisie par hasard : elle traverse les plus beaux panoramas.

La présenter comme un moment à part entière du voyage, qui « compte double » : à la fois en paysages et en émotions.

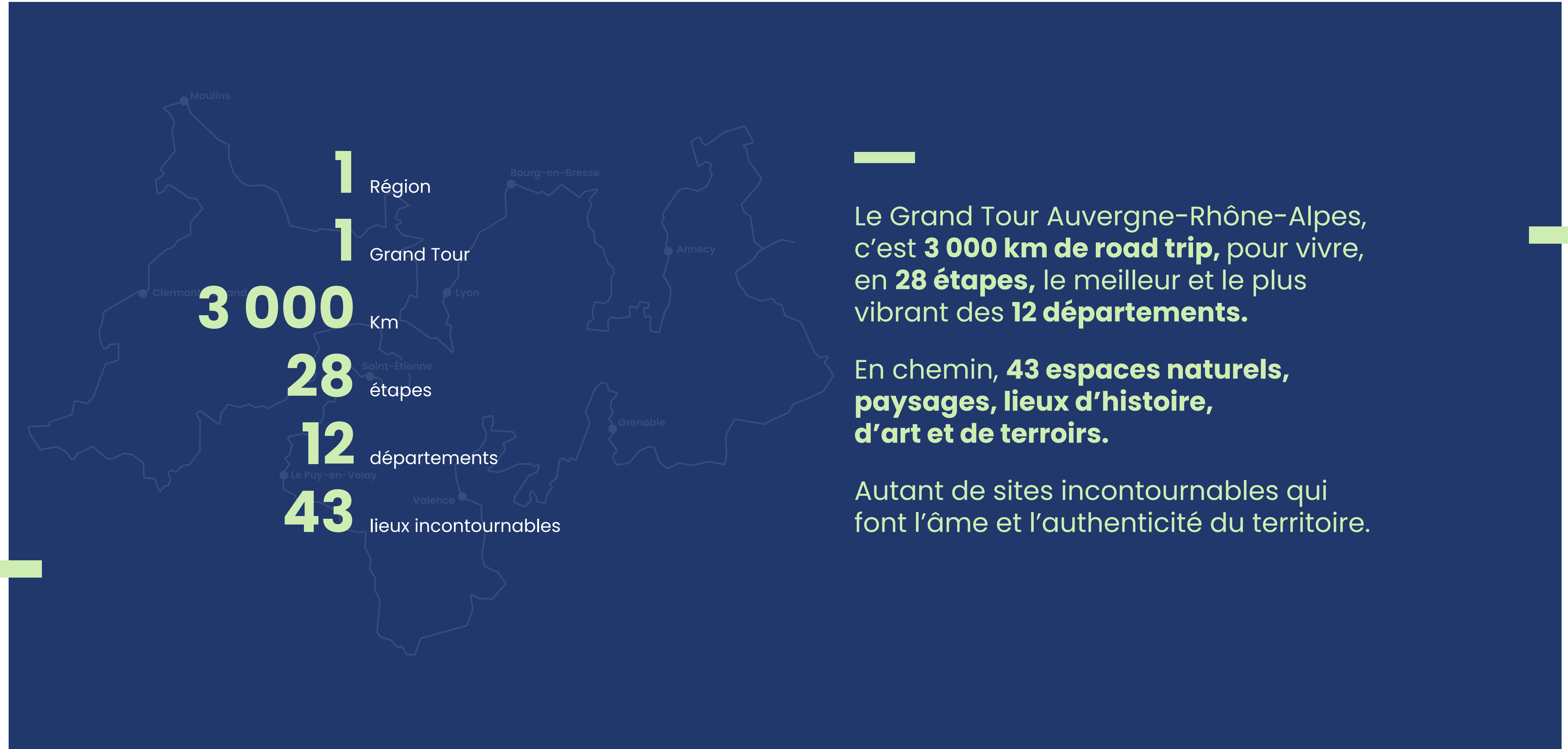
Et surtout : la route donne envie de ralentir, de lever les yeux, de s'arrêter, de poursuivre pour une étape de plus...

Et entre les lieux ? il y a l'entre-deux : la route. Là où chaque kilomètre compte double, en paysages et en émotions. Choisie pour traverser les plus beaux panoramas, elle donne envie d'un coup d'œil en plus. Ou deux. Ou trois...

Le Grand Tour vous fait découvrir les sites incontournables de la région Auvergne-Rhône-Alpes, mais autrement : en prenant le temps, en explorant aussi l'alentour et les environs.

Le Grand Tour vous entraîne sur des routes moins connues. Celles qui donnent envie d'aller jusqu'au bout du chemin... Et peut-être même une étape plus loin. S'arrêter là où rien n'était prévu. Prolonger l'aventure, simplement parce que le paysage vous parle, parce que l'instant vous appelle.

Vous suivez le tracé... puis soudain, vous vous arrêtez. Devant vous, un panorama vous saisit. Ce stop n'était pas prévu. Ce souvenir non plus.



Le Grand Tour Auvergne-Rhône-Alpes, c'est **3 000 km de road trip**, pour vivre, en **28 étapes**, le meilleur et le plus vibrant des **12 départements**.

En chemin, **43 espaces naturels, paysages, lieux d'histoire, d'art et de terroirs**.

Autant de sites incontournables qui font l'âme et l'authenticité du territoire.

TONALITÉ SENSIBLE ET ÉVOCATRICE

Faire ressentir des émotions

Utiliser un langage qui transmet des ressentis, plutôt que des faits bruts.

Créer des images mentales fortes

Donner à voir à travers des métaphores, comparaisons, scènes faciles à se représenter mentalement

Mobiliser les sens

Employer un vocabulaire sensoriel en décrivant par la vue, les sons, les odeurs, les sensations physiques...

Extrait du manifeste La Vie en Relief

*Un frisson dans l'air pur des sommets.
Une contemplation à l'ombre d'un sentier forestier.
Le crépitement des pierres volcaniques sous les pas.
L'éclat d'un village illuminé au détour d'une vallée.
Les reflets magiques de lacs séculaires.
La féérie culturelle et gourmande de villes vibrantes.*

Le Grand Tour vous entraîne sur une route suspendue entre ciel et vignes, là où les villages s'accrochent à la pente et les clochers résonnent au loin... Au coucher du soleil, la lumière se reflète sur les pierres dorées. Les villages s'illuminent. Restez encore un peu.

Exemples de verbes

S'émerveiller	Contempler
S'enthousiasmer	Observer
Vibrer	Apercevoir
Savourer	Dévoiler
Apprécier	Se laisser bercer
Se laisser surprendre	Murmurer
S'imprégner	Résonner
S'échapper	Vibrer
S'étonner	Retentir
S'évader	Respirer
S'enchanter	Effleurer
Se ressourcer	Frôler
Admirer	S'envelopper
	Ressentir

L'expérience

Jouer sur les contrastes

utiliser les oppositions comme moteur d'écriture pour refléter la diversité des émotions ressenties

Extrait du manifeste La Vie en Relief

L'intensité des cimes et la douceur des plaines, la majesté des fleuves millénaires et l'intimité des ruelles médiévales, l'effervescence des festivals et le silence des cathédrales, la chaleur d'un repas étoilé et la fraîcheur d'une cascade dissimulée, l'exaltation des passions sportives et la langueur des vignobles chatoyants.

Accroches La Vie en Relief exprimant les contrastes

Avoir un grain de **folie** et chérir les temps **calmes**.

Rire aux éclats et pleurer de **joie**.

Aimer **fort** et fabriquer des moments **doux**.

Vibrer **haut** et (surtout) ne pas regarder en **bas**.

Enflammer les **sportifs** et combler les **gourmands**.

Déborder d'**énergie** et gagner en **sérénité**.

Plonger dans le grand bain et **gravir** les sommets.

Goûter au **caractère** des fromages, à la **douceur** du nougat, au **raffinement** de la truffe et à l'**élégance** du vin.

Raffoler des plats typiques d'un **bouchon**, aiguïser ses papilles à la table d'un **chef étoilé** et partager un casse-croûte convivial en **refuge**.

Le rythme

Privilégier les phrases brèves, qui marquent et rythment le texte.

Varié entre les rythmes : énumérations, oppositions, contrastes.

Exemples de phrases brèves

*Le Grand Tour est une boucle.
Mais ici, vous ne tournez jamais en rond.
Rien ne se répète.
Rien n'est plat.*

Exemples d'énumérations

*Un sommet vous saisit
un lac vous ralentit,
une place animée vous traverse,
un silence soudain vous retient,
un château vous murmure son histoire
et une table partagée vous reste en mémoire.*

Le Lexique

Éviter les mots vagues ou trop plats comme « beau », « intéressant », « sympa ».

Préférer des adjectifs plus forts et évocateurs : « vertigineux », « apaisant », « vibrant »....

Beau = grandiose, vertigineux, spectaculaire, saisissant, majestueux, pittoresque

Joli = raffiné, délicat, charmant

Sympa = accueillant, chaleureux, inspirant

Intéressant = captivant, fascinant, passionnant, surprenant

Bien = inoubliable, exceptionnel, unique

Cool = palpitant, exaltant, immersif

Calme = apaisant, serein

Tranquille = paisible, douillet, réconfortant

Un dialogue direct avec le voyageur : « vous »

On s'adresse au voyageur par le « vous » pour l'inviter à se projeter et le placer au cœur de l'expérience.

Ce « **vous** » crée un lien direct, chaleureux, complice. Pour cela, on intègre des phrases qui s'adressent directement à lui, qui l'interpellent, le surprennent.

« **Vous** entrez dans... »

« **Vous** ressentez... »

« Et si **vous** laissez le temps filer, juste pour profiter de l'instant ? »

« Et si **vous** faisiez une pause ici ? »

« **Prêts** à prendre la route ? »

« **Prêts** à plonger dans cette aventure ? »

« **Vous** n'avez pas prévu de vous arrêter. Et pourtant, **vous** le faites. »

« Et si **vous** quittiez la route principale pour suivre notre tracé ? »

Le Grand Tour personnifié comme un compagnon de voyage

Pour présenter **une étape ou une journée de manière plus immersive et précise**, le Grand Tour peut être évoqué à la 3^e personne comme un guide, un compagnon de voyage qui vous prend par la main et vous emmène.

« **Le Grand Tour vous emmène** aujourd'hui sur les routes suspendues du Vercors. »

« **Le Grand Tour a choisi** cette étape pour sa lumière du matin. »

« Le Grand Tour ralentit ici. **Il vous invite** à faire de même. »

GRAND TOUR

AUVERGNE-RHÔNE-ALPES 