

# REGLEMENT D'USAGE DE LA MARQUE COLLECTIVE



Offices de  
Tourisme  
de France

# SOMMAIRE

|  |    |
|--|----|
| PREAMBULE.....   | 3  |
| ARTICLE 1 : DEFINITIONS .....  | 3  |
| ARTICLE 2 : OBJET .....  | 4  |
| ARTICLE 3 : PROPRIETE DE LA MARQUE.....  | 4  |
| ARTICLE 4 : BENEFICIAIRES D’UN DROIT D’USAGE DE LA MARQUE.....                     | 4  |
| ARTICLE 5 : MODALITES D’UTILISATION DE LA MARQUE.....                              | 5  |
| 5.1 – Usages autorisés.....  | 5  |
| 5.2 – Limites .....  | 5  |
| 5.3 – Charte graphique.....  | 5  |
| 5.4 – Gratuité.....  | 6  |
| 5.5 – Respect des droits sur la Marque collective.....                             | 6  |
| 5.6 – Contrôle.....  | 6  |
| ARTICLE 6 : INFORMATION ET PROMOTION .....   | 6  |
| ARTICLE 7 : DUREE ET TERRITOIRE .....  | 6  |
| 7.1 – Durée .....  | 6  |
| 7.2 – Territoire.....  | 7  |
| ARTICLE 8 : MODIFICATION .....   | 7  |
| 8.1 – Modification du Règlement d’usage .....                                      | 7  |
| 8.2 – Modification de la Marque collective ou de la Charte graphique.....          | 7  |
| ARTICLE 9 : RESILIATION DE L’AUTORISATION D’UTILISATION DE LA MARQUE .....         | 7  |
| 9.1 – Dispositions communes.....   | 7  |
| 9.2 – Résiliation de l’autorisation du fait de l’Adhérent .....                    | 8  |
| 9.2.1 – Changements de circonstances affectant la validité de l’autorisation ..... | 8  |
| 9.2.2 – Non-respect du Règlement d’usage par l’Adhérent.....                       | 8  |
| 9.2.3 – Sanctions.....   | 8  |
| 9.3 – Retrait de l’autorisation du fait de l’Association .....                     | 8  |
| ARTICLE 10 : USAGE ABUSIF DE LA MARQUE.....  | 9  |
| ARTICLE 11 : DEFENSE DE LA MARQUE .....  | 9  |
| ARTICLE 12 : RESPONSABILITE ET GARANTIES.....                                      | 9  |
| ARTICLE 13 : LOI APPLICABLE .....  | 9  |
| ARTICLE 14 : JURIDICTION COMPETENTE.....   | 9  |
| ANNEXE 1 : LES PRODUITS ET SERVICES VISES PAR LA MARQUE.....                       | 10 |
| ANNEXE 2 : LA CHARTE GRAPHIQUE .....   | 12 |

## PREAMBULE

La marque collective « OFFICES DE TOURISME DE FRANCE » est la marque d'identification des organismes de tourisme adhérents à l'association ADN Tourisme Fédération nationale des organismes institutionnels de tourisme (ci-après : « **ADN Tourisme** » ou l' « **Association** »).

ADN Tourisme est titulaire de la marque collective « **OFFICES DE TOURISME DE FRANCE** » déposée en classes 12 ; 14 ; 16 ; 18 ; 20 ; 21 ; 22 ; 24 ; 25 ; 28 ; 35 ; 39 et 41 de produits et services (Annexe 1) (ci-après la « **Marque collective** ») :



L'Association est née de la fusion création des trois fédérations historiques des acteurs institutionnels du tourisme en 2020 : Offices de Tourisme de France, Tourisme & Territoires et Destination Régions. Elle regroupe ainsi les structures des trois échelons territoriaux métropolitaines et ultramarins : offices de tourisme, syndicats d'initiative et leurs fédérations départementales ou régionales, comités départementaux et régionaux du tourisme.

L'Association a pour objet de représenter ses adhérents au niveau national, animer le réseau des organismes de tourisme dans toutes leurs dimensions territoriales et humaines, accompagner les transformations, projets et évolutions du secteur touristique, défendre les intérêts collectifs des structures adhérentes, notamment leur représentation en qualité de syndicat d'employeurs, tels que défini par le code du travail, et innover pour préparer l'avenir.

Les organismes de tourisme membres de l'Association (excepté les comités départementaux et régionaux de tourisme) ont vocation à utiliser la Marque collective de celle-ci. Afin de permettre une utilisation du signe conforme et uniformisée sur l'ensemble du territoire, la mise en place d'un règlement d'usage est apparue indispensable.

Le présent règlement d'usage est la première édition.

## ARTICLE 1 : DEFINITIONS

**1.1** – Par « **Marque collective** », on entend la marque OFFICES DE TOURISME DE FRANCE, déposée à l'INPI, par ADN Tourisme pour les classes de produits et services de la classification internationale suivantes : 12 ; 14 ; 16 ; 18 ; 20 ; 21 ; 22 ; 24 ; 25 ; 28 ; 35 ; 39 et 41.

**1.2** – Par « **Règlement d'usage** », on entend le présent règlement d'usage de la Marque collective, ainsi que ses annexes.

**1.3** – Par « **Association** », on entend l'association ADN Tourisme Fédération nationale des organismes institutionnels de tourisme, dont le siège social est situé à Paris au 15 avenue Carnot, déclarée le 4 juin 2020 sous le numéro W751256811.

**1.4** – Par « **Adhérent(s)** », on entend les membres de l'Association habilités à utiliser la Marque collective en application du Règlement d'usage.

1.5 – Par « **Conseil d'Administration** », on entend l'organe qui administre l'Association, composé de membres « actifs ». Il est investi des pouvoirs les plus étendus pour la gestion et la direction des affaires de l'Association.

1.6 – Par « **Charte graphique** », on entend la charte graphique formalisant les modalités graphiques d'usage de la Marque collective figurant en Annexe 2.

## ARTICLE 2 : OBJET

Le présent Règlement d'usage a pour objet de définir les conditions et les modalités d'utilisation de la Marque collective par les Adhérents.

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

Seul un Adhérent peut apposer la Marque collective conformément aux modalités d'utilisation définies ci-après.

## ARTICLE 3 : PROPRIETE DE LA MARQUE

L'Adhérent reconnaît qu'ADN Tourisme est pleinement propriétaire de la Marque collective.

L'autorisation d'usage de la Marque collective en vertu du Règlement d'usage n'opère aucun transfert des droits de propriété sur la Marque collective.

## ARTICLE 4 : BENEFICIAIRES D'UN DROIT D'USAGE DE LA MARQUE

L'usage de la Marque est réservé aux Adhérents de l'Association ADN Tourisme.

Pour devenir Adhérent de l'Association, il faut adhérer aux statuts de l'Association, à son règlement intérieur, ainsi qu'aux valeurs et principes définis dans le préambule des statuts. Il faut également payer la cotisation et accepter la communication de ses coordonnées à tout autre Adhérent de l'Association qui en fait la demande écrite (papier ou voie électronique), dès lors que celui-ci s'engage à ne pas en faire un usage étranger à l'objet de l'Association.

La qualité d'Adhérent de l'Association se perd (i) par non-renouvellement ou non-paiement de la cotisation, (ii) par cessation totale et définitive d'activités ou dissolution de la personne morale et enfin, (iii) par radiation prononcée par le Conseil d'Administration pour motifs graves ou infractions aux statuts ou au règlement intérieur de l'Association.

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

L'autorisation d'utiliser la Marque collective est strictement personnelle à l'Adhérent. Elle ne peut en aucun cas être cédée, ou concédée par quelque moyen que ce soit.

## ARTICLE 5 : MODALITES D'UTILISATION DE LA MARQUE

### 5.1 – Usages autorisés

L'Adhérent est autorisé à utiliser la Marque collective sur tout support promotionnel ou institutionnel, papier ou numérique, notamment brochures, plans et plaquettes, site Internet et réseaux sociaux, ainsi que dans les lieux accueillant les publics et tout type de véhicule, objet et outil de communication permettant d'identifier l'appartenance au réseau des Offices de Tourisme de France, et plus généralement pour tous produits et services visés dans l'enregistrement de la Marque collective.

Toute utilisation de la Marque collective sur un autre support est prohibée.

### 5.2 – Limites

L'Adhérent s'engage à ne pas utiliser la Marque collective à des fins politiques, idéologiques, religieuses, 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 collective à des actions ou activités susceptibles de porter atteinte à l'image et/ou aux intérêts d'ADN Tourisme ou lui être préjudiciable.

### 5.3 – Charte graphique

L'Adhérent s'engage à reproduire la Marque collective en respectant la Charte graphique selon la déclinaison qui lui est propre.

L'Adhérent veillera à toujours reproduire la Marque collective en respectant les majuscules des termes « Offices de Tourisme de France ».

L'Adhérent s'engage à ne faire aucune modification, ajout ou suppression dans la Marque collective, en dehors des déclinaisons proposées dans la Charte Graphique.

En particulier, l'Adhérent s'engage à :

- ne pas reproduire séparément une partie de la Marque collective, notamment ne pas reproduire les éléments graphiques seuls ou la dénomination seule, lorsqu'il en fait un usage à titre de marque ;
- ne pas modifier les caractéristiques graphiques de la Marque collective, tant en ce qui concerne la forme que la couleur, ne pas modifier la position des éléments figuratifs les uns par rapport aux autres, ne pas modifier la typographie de la Marque collective, en dehors de ce que permet la Charte Graphique ;
- ne pas faire d'ajout dans ou sous la Marque collective, notamment ne pas faire figurer de légende, de texte ou toute autre indication ne faisant pas partie de la Marque collective, en dehors des déclinaisons proposées dans la Charte graphique. L'Adhérent a la possibilité de faire figurer la dénomination de son office en légende de la marque collective.

ADN Tourisme met à la disposition de l'Adhérent l'ensemble des supports, documents, fichiers nécessaires à l'usage de la Marque collective. L'Adhérent s'engage à n'utiliser que ces seuls supports dans le cadre de la reproduction de l'usage de la Marque collective.

## 5.4 – Gratuité

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

## 5.5 – Respect des droits sur la Marque collective

L'Adhérent s'engage à ne pas déposer, dans quelque territoire que ce soit, des marques identiques ou similaires à la Marque collective, susceptibles de lui porter atteinte ou d'être confondues avec elle. En particulier, l'Adhérent s'interdit de déposer ou d'utiliser toute marque reprenant, en tout ou partie, la Marque au sein d'un signe plus complexe.

L'Adhérent s'engage à ne pas développer, utiliser ou exploiter, dans quelque territoire que ce soit, des signes identiques ou similaires à la Marque collective, susceptibles de lui porter atteinte ou d'être confondues avec elle.

L'Adhérent s'engage à ne pas réserver de noms de domaine, dans quelque extension que ce soit, identiques ou similaires à la Marque collective ou susceptibles de porter atteinte à la Marque collective ou d'être confondus avec elle.

## 5.6 – Contrôle

ADN Tourisme est habilité à prendre toutes mesures destinées à contrôler le respect par les Adhérents des conditions et obligations fixées par le présent Règlement d'usage.

## ARTICLE 6 : INFORMATION ET PROMOTION

Toute information et/ou promotion relative à la Marque collective et à son usage peut être faite par l'Adhérent sous réserve que ces informations et actes de promotion soient conformes au présent Règlement d'usage, aux lois et règlements en vigueur et qu'ils ne portent atteinte ni à la Marque collective, ni à l'image et/ou aux intérêts de l'Association.

## ARTICLE 7 : DUREE ET TERRITOIRE

### 7.1 – Durée

Sous réserve des cas de résiliation prévus à l'article 9, l'Adhérent est autorisé à utiliser la Marque collective conformément au présent Règlement d'usage pendant toute la durée de son adhésion à l'Association.

## 7.2 – Territoire

L'autorisation d'utiliser la Marque collective vaut pour la France métropolitaine et d'outre-mer.

## ARTICLE 8 : MODIFICATION

### 8.1 – Modification du Règlement d'usage

En cas de modification du Règlement d'usage, ADN Tourisme en informera l'Adhérent par tous moyens.

L'Adhérent est réputé avoir pris connaissance et avoir accepté les nouvelles dispositions, sauf notification contraire de sa part par tous moyens et/ou cessation de l'utilisation de la Marque collective dans les 4 semaines suivant la notification d'ADN Tourisme.

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

À la date d'expiration de ce délai, l'Adhérent notifie à ADN Tourisme qu'il a adapté l'usage de la Marque collective afin de se conformer au Règlement d'usage modifié. ADN Tourisme confirme à l'Adhérent par tous moyens la bonne réception de cette notification et l'autorise à poursuivre l'usage de la Marque collective conformément au Règlement d'usage modifié.

L'Adhérent est autorisé à poursuivre l'utilisation de la Marque collective, sauf s'il ne répond plus aux nouvelles conditions. En pareil cas, l'autorisation est résiliée conformément à l'article 9.1.1 du Règlement d'usage.

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

### 8.2 – Modification de la Marque collective ou de la Charte graphique

En cas de modification de la Marque collective ou de la Charte graphique, ADN Tourisme en informe l'Adhérent par tous moyens.

L'Adhérent dispose d'un délai minimum de 6 mois pour se mettre en conformité avec la nouvelle Charte graphique ou pour remplacer la Marque collective sur tous supports.

L'Adhérent ne pourra prétendre à aucune indemnisation suite à la modification de la Marque ou de la Charte graphique.

## ARTICLE 9 : RESILIATION DE L'AUTORISATION D'UTILISATION DE LA MARQUE

### 9.1 – Dispositions communes

L'Adhérent ne bénéficie d'aucun droit acquis au maintien de son autorisation d'utilisation de la Marque collective.

L'Adhérent ne pourra prétendre à aucune indemnité du fait de la résiliation de l'autorisation d'utilisation de la Marque collective.

## 9.2 – Résiliation de l'autorisation du fait de l'Adhérent

### 9.2.1 – Changements de circonstances affectant la validité de l'autorisation

Le droit d'utiliser la Marque collective s'éteint de plein droit dès lors que l'Adhérent ne répond plus aux conditions d'éligibilité prévues à l'article 4 du Règlement d'usage permettant d'adhérer à l'Association.

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

### 9.2.2 – Non-respect du Règlement d'usage par l'Adhérent

En cas de manquement de l'Adhérent aux dispositions du présent Règlement d'usage, ADN Tourisme lui notifie les manquements constatés par tous moyens.

À compter de la réception de la notification, l'Adhérent dispose de 4 semaines pour se mettre en conformité avec les dispositions du Règlement d'usage et en informer ADN Tourisme.

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

Le retrait du droit d'usage de la Marque collective entraîne pour l'Adhérent l'obligation dans le délai imparti ci-dessus de cesser tout usage de la Marque collective et de retirer toute référence à la Marque collective de l'ensemble de ses produits et services.

### 9.2.3 – Sanctions

L'usage non conforme au présent Règlement d'usage et/ou la poursuite de l'usage de la Marque collective malgré une décision de retrait constituent des agissements illicites qu'ADN Tourisme pourra faire sanctionner et dont elle pourra obtenir réparation devant les tribunaux compétents.

## 9.3 – Retrait de l'autorisation du fait de l'Association

L'autorisation d'utiliser la Marque collective en vertu du Règlement d'usage tombe de plein droit en cas de cession de la Marque collective à un tiers ou de décision d'ADN Tourisme d'abandonner la Marque collective.

ADN Tourisme en informe l'Adhérent par tous moyens.

L'Adhérent a l'obligation de cesser tout usage de la Marque collective et de retirer toute référence à la Marque collective de l'ensemble de ses produits et services dans un délai de 6 mois à compter de la réception de sa notification du retrait d'autorisation.

## ARTICLE 10 : USAGE ABUSIF DE LA MARQUE

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

## ARTICLE 11 : DEFENSE DE LA MARQUE

L'Adhérent s'engage à signaler immédiatement à ADN Tourisme toute atteinte aux droits sur la Marque collective dont il aurait connaissance, notamment tout acte de contrefaçon, de concurrence déloyale, ou de parasitisme.

Il appartient à ADN Tourisme de prendre la décision d'engager (ou non) à ses frais toute action civile ou pénale.

En conséquence, les dommages et intérêts qui résulteront de l'action engagée par ADN Tourisme en son nom seront à sa charge ou à son profit exclusif. L'Adhérent ne pourra réclamer aucune indemnité.

## ARTICLE 12 : RESPONSABILITE ET GARANTIES

L'Adhérent est seul responsable des conséquences directes ou indirectes qui pourraient résulter de son exploitation de la Marque collective.

En cas de mise en jeu de la responsabilité d'ADN Tourisme par un tiers, du fait de l'utilisation non conforme de la Marque collective par l'Adhérent, ce dernier s'engage à supporter tous les frais et charges en lieu et place d'ADN Tourisme.

L'Adhérent 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 sur lequel la Marque collective est apposée.

ADN Tourisme garantit être titulaire des droits de propriété sur la Marque collective. Elle ne donne pas d'autre garantie que celle résultant de son fait personnel.

## ARTICLE 13 : LOI APPLICABLE

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

## ARTICLE 14 : JURIDICTION COMPETENTE

Tout litige résultant de l'interprétation ou de l'exécution du présent Règlement d'usage sera porté devant les juridictions françaises compétentes.

## ANNEXE 1 : LES PRODUITS ET SERVICES VISES PAR LA MARQUE

**Classe N° 12** : appareils de locomotion aériens ; appareils de locomotion maritimes ; appareils de locomotion terrestres ; cadres de cycles ; caravanes ; carrosseries ; chariots de manutention ; cycles ; guidons de cycles ; pédales de cycles ; poussettes ; roues de cycles ; selles de cycles ; stores (pare-soleil) conçus pour véhicules terrestres à moteur ; tracteurs ; Véhicules ; véhicules électriques ; vélomoteurs ;

**Classe N° 14** : bijouterie ; boîtes en métaux précieux ; boîtiers de montres ; bracelets de montres ; chaînes de montres ; coffrets à bijoux ; écrins pour l'horlogerie ; étuis pour l'horlogerie ; figurines (statuettes) en métaux précieux ; horlogerie et instruments chronométriques ; Joaillerie ; médailles ; métaux précieux et leurs alliages ; objets d'art en métaux précieux ; pierres précieuses ; porte-clés (anneaux brisés avec breloque ou colifichet) ; statues en métaux précieux ;

**Classe N° 16** : adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage ; affiches ; albums ; articles de bureau (à l'exception des meubles) ; articles de papeterie ; articles pour reliures ; boîtes en papier ou en carton ; brochures ; calendrier ; caractères d'imprimerie ; cartes ; cartons ; dessins ; instruments d'écriture ; instruments de dessin ; journaux ; linge de table en papier ; livres ; matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils) ; matériel pour artistes ; mouchoirs de poche en papier ; objets d'art gravés ; objets d'art lithographiés ; papier ; papier hygiénique ; patrons pour la couture ; photographies ; pinceaux ; Produits de l'imprimerie ; prospectus ; sacs à ordures en papier ou en matières plastiques ; sacs (enveloppes, pochettes) en papier ou en matières plastiques pour l'emballage ; serviettes de toilette en papier ; tableaux (peintures) encadrés ou non ;

**Classe N° 18** : cannes ; coffrets destinés à contenir des articles de toilette dits «vanity cases» ; colliers pour animaux ; cuir brut ou mi-ouvré ; habits pour animaux de compagnie ; malles et valises ; parapluies et parasols ; porte-cartes de crédit [portefeuilles] ; portefeuilles ; porte-monnaie ; sacs ; sellerie ; peaux d'animaux ;

**Classe N° 20** : boîtes en bois ou en matières plastiques ; cadres (encadrements) ; coussins ; objets d'art en bois, cire, plâtre ou en matières plastiques ; récipients d'emballage en matières plastiques ; Meubles ;

**Classe N° 21** : bouteilles ; brosses (à l'exception des pinceaux) ; éponges ; faïence ; figurines (statuettes) en porcelaine, en céramique, en faïence ou en verre ; instruments de nettoyage actionnés manuellement ; matériaux pour la brosse ; nécessaires de toilette ; objets d'art en porcelaine, en céramique, en faïence ou en verre ; paille de fer ; peignes ; porcelaines ; poubelles ; récipients à usage ménager ; récipients pour la cuisine ; statues en porcelaine, en céramique, en faïence ou en verre ; ustensiles de cuisine ; Ustensiles de ménage ; vaisselle ; verre brut ou mi-ouvré à l'exception du verre de construction ; verres (récipients) ;

**Classe N° 22** : bâches ; câbles non métalliques ; Cordes ; fibres textiles ; ficelles ; matières d'emballage (rembourrage) autres qu'en caoutchouc ou en matières plastiques ; matières de rembourrage (à l'exception du caoutchouc ou des matières plastiques) ; matières textiles fibreuses brutes ; sacs de grande contenance pour le transport et l'entreposage de matériaux en vrac ; sacs (enveloppes, pochettes) en matières textiles pour l'emballage ; tentes ; voiles (gréement) ;

**Classe N° 24** : couvertures de lit ; linge de bain à l'exception de l'habillement ; linge de lit ; linge de maison ; linge de table non en papier ; sacs de couchage ; Tissus ; tissus à usage textile ; tissus élastiques ; velours ;

**Classe N° 25** : articles chaussants ; bonneterie ; ceintures (habillement) ; chapellerie ; chaussettes ; chaussons ; chaussures de plage ; chaussures de ski ; chaussures de sport ; chemises ; cravates ; foulards ; fourrures (vêtements) ; gants (habillement) ; sous-vêtements ; Vêtements ; vêtements en cuir ;

**Classe N° 28** : appareils de culture physique ; appareils de gymnastique ; arbres de Noël en matières synthétiques ; attirail de pêche ; balles et ballons de jeux ; billes de billard ; commandes pour consoles de jeu ; décorations pour arbres de Noël excepté les articles d'éclairage et les sucreries ; figurines [jouets] ; Jeux ; jeux de cartes ; jeux de table ; jouets ; jouets pour animaux de compagnie ; maquettes [jouets] ; patins à glace ; patins à roulettes ; planches à voile ; planches pour le surf ; queues de billard ; raquettes ; raquettes à neige ; rembourrages de protection (parties d'habillement de sport). ; robots en tant que jouets ; skis ; tables de billard ; tapis d'éveil ; trottinettes [jouets] ;

**Classe N° 35** : administration commerciale ; audits d'entreprises (analyses commerciales) ; comptabilité ; conseils en communication (publicité) ; conseils en communication (relations publiques) ; conseils en organisation et direction des affaires ; diffusion de matériel publicitaire ; gestion des affaires commerciales ; location d'espaces publicitaires ; location de temps publicitaire sur tout moyen de communication ; optimisation du trafic pour sites internet ; organisation d'expositions à buts commerciaux ou de publicité ; portage salarial ; publication de textes publicitaires ; Publicité ; publicité en ligne sur un réseau informatique ; relations publiques ; services d'abonnement à des journaux (pour des tiers) ; services d'abonnement à des services de télécommunications pour des tiers ; services de bureaux de placement ; services de gestion informatisée de fichiers ; services de photocopie ; services d'intermédiation commerciale ;

**Classe N° 39** : distribution de journaux ; distribution d'électricité ; distribution (livraison de produits) ; emballage et entreposage de marchandises ; entreposage de supports de données ou de documents stockés électroniquement ; location de garages ; location de places de garages pour le stationnement ; location de véhicules ; mise à disposition d'informations en matière de transport ; organisation de voyages ; remorquage ; réservation de places de voyage ; services de logistique en matière de transport ; services d'expédition de fret ; Transport ; transport en taxi ;

**Classe N° 41** : activités sportives et culturelles ; divertissement ; Éducation ; formation ; location de décors de spectacles ; mise à disposition de films, non téléchargeables, par le biais de services de vidéo à la demande ; mise à disposition d'informations en matière de divertissement ; mise à disposition d'informations en matière d'éducation ; mise à disposition d'installations de loisirs ; organisation de concours (éducation ou divertissement) ; organisation d'expositions à buts culturels ou éducatifs ; organisation et conduite de colloques ; organisation et conduite de conférences ; organisation et conduite de congrès ; prêt de livres ; production de films cinématographiques ; publication de livres ; publication électronique de livres et de périodiques en ligne ; recyclage professionnel ; réservation de places de spectacles ; services de jeu proposés en ligne à partir d'un réseau informatique ; services de jeux d'argent ; services de photographie.

## ANNEXE 2 : LA CHARTE GRAPHIQUE

# CHARTRE GRAPHIQUE

Offices de Tourisme de France®

Une marque appartenant à

**ADN**  
**Tourisme**

Mise à jour : Octobre 2023



Offices de  
Tourisme  
de France

## 1. Univers graphique

|   |    |
|---|----|
| Préambule .....                             | 4  |
| Le logo national.....                       | 5  |
| Utilisation générale du logo national ..... | 6  |
| L'univers coloriel .....                    | 7  |
| Les typographies.....                       | 10 |

## 2. Les déclinaisons du logo national

|  |    |
|--|----|
| Utilisation spécifique du "i" :.....                 | 12 |
| Les déclinaisons régionales et départementales ..... | 13 |
| Les déclinaisons locales .....                       | 14 |
| Déclinaison supplémentaire.....                      | 15 |



Offices de  
Tourisme  
de France

# 1. UNIVERS GRAPHIQUE

### Le marque Offices de Tourisme de France ®

« Offices de Tourisme de France ® », une marque appartenant à ADN Tourisme, la Fédération Nationale des Organismes Institutionnels de Tourisme.

Elle est utilisable exclusivement par les organismes communaux et intercommunaux adhérents à ADN Tourisme. *"Offices de tourisme de France" déposée le 9 février 2023 à l'INPI (n°4935720)*

Outre l'appellation « Offices de Tourisme de France », elle est composée du « i », symbole de l'accueil et de l'information touristiques auprès des visiteurs



Offices de  
Tourisme  
de France

### Description du logo national

Le logo doit être accompagné d'un blanc tournant ou zone de protection (B), qui est égal à 1/4 de la largeur totale du logo (A). Ce logo doit être utilisé sur un fond uni clair, un dégradé léger ou un fond peu perturbé.

Dans le cas contraire (fond foncé ou perturbé), le logo doit être accompagné d'un fond blanc égal au blanc tournant (B).



#### UTILISATION :

La taille minimum du logo est de 13 mm de largeur.

La marque « Offices de Tourisme de France » est une **propriété de la Fédération nationale ADN Tourisme**.

**Seuls les organismes communaux ou intercommunaux adhérents à ADN Tourisme sont autorisés à utiliser la marque** dans leur communication, suivant en cela la présente **charte graphique**, ainsi que le **règlement d'usage** de la marque.

Le logo national doit être utilisé tel quel, comme **signe d'appartenance au réseau national des Offices de Tourisme de France**.

La présente charte graphique présente plusieurs déclinaisons possibles de ce logotype national afin de répondre à des demandes spécifiques de mise en valeur de la marque.

**Toutefois, la Fédération recommande autant que possible à ses adhérents d'utiliser le logotype dans sa version bleue et rouge comprenant le « i » et l'appellation « Offices de Tourisme de France ».**

Le logo « Offices de tourisme de France » peut être personnalisé (selon les modèles précisés ci-après) par une destination qui ne disposerait pas d'un logo spécifique.

En cas contraire, il peut être utilisé dans toute communication aux côtés du logo de la destination. En revanche, aucun des éléments qui le compose (« i », couleurs, typo...) ne peut être employé dans la création d'un logo propre à la destination.



## Couleurs majeures

Les couleurs qui composent le logo forment la gamme principale.



### Bleu OTF

|               |                |
|---------------|----------------|
| Cyan : 100%   | R : 0%         |
| Magenta : 59% | V : 93%        |
| Jaune : 0%    | B : 185%       |
| Noir : 0%     | HTML : #005DB9 |



### Rouge OTF

|               |                |
|---------------|----------------|
| Cyan : 0%     | R : 235%       |
| Magenta : 97% | V : 0%         |
| Jaune : 61%   | B : 69%        |
| Noir : 0%     | HTML : #EB0045 |

Pour les titres et textes courants, on utilise les teintes suivantes :



### Bleu OTF

**CMJN** : Cyan : 100% - Magenta : 59% - Jaune : 0% - Noir : 0%  
**RVB** : R : 0% - V : 93% - B : 185% - HTML : #005DB9



### Rouge OTF

**CMJN** : Cyan : 0% - Magenta : 97% - Jaune : 61% - Noir : 0%  
**RVB** : R : 235% - V : 0% - B : 69% - HTML : #EB0045



### Noir OTF

**CMJN** : Cyan : 0% - Magenta : 100% - Jaune : 70% - Noir : 0%  
**RVB** : R : 0% - V : 0% - B : 0% - HTML : #000000

## Le logo officiel

Le logo se décline en trois versions colorielles :

- sa version originale bleue/rouge
- une version monochrome blanche
- une version monochrome noire
- une version ocre, recommandée pour les monuments historiques

**Dans ses versions bleue/rouge, noire et ocre, le logo ne peut être utilisé que sur fond blanc.  
En revanche, dans sa version blanche, le logo peut être utilisé sur tout type de fond coloré.**

### VERSION QUADRI



Offices de  
Tourisme  
de France



#### Bleu OTF

Cyan : 100%      R : 0%  
Magenta : 59%    V : 93%  
Jaune : 0%        B : 185%  
Noir : 0%         HTML : #005DB9



#### Rouge OTF

Cyan : 0%         R : 235%  
Magenta : 97%    V : 0%  
Jaune : 61%       B : 69%  
Noir : 0%         HTML : #EB0045

### VERSION PANTONE



Offices de  
Tourisme  
de France



Pantone 300C



Pantone 192C

## VERSION MONOCHROME NOIRE



Offices de  
Tourisme  
de France



### Noir OTF

CMJN : Cyan : 0% - Magenta : 100% - Jaune : 70% - Noir : 0%

RVB : R : 0% - V : 0% - B : 0% - HTML : #000000

## VERSION MONOCHROME BLANCHE



### RAPPEL

La version monochrome blanche  
peut être utilisée sur  
tout type de fond coloré, le noir  
et l'ocre sont présentés ci-contre  
comme exemple

## VERSIONS RECOMMANDÉES POUR LES MONUMENTS HISTORIQUES



Offices de  
Tourisme  
de France



### Ocre OTF

Cyan : 31%

Magenta : 51%

Jaune : 100%

Noir : 13%

Pantone 132C

R : 166%

V : 119%

B : 51%

HTML : #A67733



## Utilisation des typographies Offices de Tourisme de France® pour l'impression

Faciliter la lecture est une priorité : n'utilisez pas plus de 3 styles typographiques à la fois.

### Netto Office Pro Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

### *Netto Office Pro Italique*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

### Netto Office Pro Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

### *Netto Office Pro Italique*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

### Netto Office Pro Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

### *Netto Office Pro Bold Italic*

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

### Netto Office Pro Black

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

### *Netto OT Black Italique*

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

# 2. LES DÉCLINAISONS DU LOGO

## Utilisation spécifique du "i"

Le « i » symbolise l'accueil et l'information touristiques auprès du grand public en présentiel. Il ne peut être utilisé seul que dans les cas suivants :

- **Topographie** (carte ou plan numérique/papier)
- **Signalétique directionnelle** (panneaux routiers/piétons)
- **Véhicules** (voiture, gyropode, etc.)

**Si le « i » est utilisé comme signe d'identification en vitrine d'un lieu d'accueil d'Office de Tourisme, le logo complet « Offices de Tourisme de France » doit être clairement visible à l'extérieur ou à l'intérieur de ce lieu d'accueil**

**La Fédération recommande d'utiliser le « i » autant que possible dans sa version originale rouge et bleue.**

•

Le « i » doit être accompagné de la mention du nom commercial de la destination ou de l'appellation « Offices de Tourisme de France » dans les cas suivants :

- **accueils hors les murs** (beach flags, bureaux éphémères, etc.)
- **partenaires/ambassadeurs, relais d'informations et d'accueil de l'Office de Tourisme**



Une déclinaison spécifique du logotype national est disponible pour les fédérations départementales et régionales adhérentes à la Fédération.



Offices de  
Tourisme  
de France

FÉDÉRATION RÉGIONALE

Ullamco-Laboris-Nisi-Aliquip



Offices de  
Tourisme  
de France

FÉDÉRATION DÉPARTEMENTALE

Perro-labore-et-doloreus

## UTILISATION

La deuxième ligne est destinée à être remplacée par le nom de votre région ou de votre département.

## Les déclinaisons locales du logo national :

Le logo « Offices de Tourisme de France » doit être utilisé tel quel comme signe d'appartenance au réseau national des Offices de Tourisme de France, c'est-à-dire en regard du logo propre de la structure adhérentes.

Toutefois, pour les adhérents dépourvus de logo propre, deux déclinaisons sont possibles :

- Une **première déclinaison** comprenant le « i », l'appellation « Offices de Tourisme de France » et l'appellation commerciale de la structure ;
- Une **seconde déclinaison** comprenant le « i » et l'appellation commerciale de la structure.

La Fédération recommande de privilégier l'utilisation de la première déclinaison, favorisant l'appartenance de la structure, auprès du grand public, au réseau Offices de Tourisme de France.

### 1ère déclinaison



Lorem-Ipsum-le-Dolor  
 Labore Magna

### 2ème déclinaison



Lorem-Ipsum-le-Dolor  
 Labore Magna

### UTILISATION

La ligne "Territoire touristique" est destinée à être remplacée par le nom de votre Office de Tourisme. Si le nom de votre Office de Tourisme est très long, vous pouvez l'écrire sur plusieurs lignes.

Les syndicats d'initiative peuvent utiliser la première déclinaison en remplaçant « Territoire touristique » par « Syndicat d'initiative » suivi de l'appellation de la destination.

- Une **déclinaison horizontale** est possible. Il s'agit du logo national adapté pour une utilisation horizontale, où l'appellation "Offices de Tourisme de France" est positionnée à droite du symbole "i".

### Déclinaison horizontale



#### UTILISATION

Pour cette déclinaison horizontale, il est impossible d'ajouter cette déclinaison horizontale avec l'appellation commerciale de la structure. Cette déclinaison doit être utilisée uniquement dans cette forme unique.

Toutefois, la Fédération recommande d'utiliser le logo national dans sa version initiale, c'est-à-dire dans sa version verticale.

# ADN Tourisme

15 avenue Carnot  
75017 Paris  
01.44.11.10.30  
[contact@adn-tourisme.fr](mailto:contact@adn-tourisme.fr)



Offices de  
Tourisme  
de France