



Communication UV-2503-f

Parcs d'importance nationale: Manuel de la marque

Communication de l'OFEV, autorité d'exécution,
aux utilisateurs de la marque PARCS SUISSES

État : 03/2025
Versions précédentes : Partie 1 : 10/2010
Partie 2 : 10/2012

Bases légales : LPN art. 23j et 23/
OParcs art. 29

Thématiques spécialisées concernées

Accidents majeurs	Air	Biodiversité	Biotechnologie	Bruit	Climat	Dangers naturels	Déchets	Droit	Eaux	EIE	Electrosmog et lumière	Forêts et bois	Paysage	Produits chimiques	Sites contaminés	Sols
-------------------	-----	--------------	----------------	-------	--------	------------------	---------	-------	------	-----	------------------------	----------------	----------------	--------------------	------------------	------

Impressum

Valeur juridique

La présente publication est une communication de l'OFEV en sa qualité d'autorité d'exécution. Destinée aux requérants de décisions, elle concrétise la pratique de l'OFEV, aussi bien formellement (documents indispensables à fournir dans le cadre d'une demande) que matériellement (preuves indispensables pour remplir les exigences juridiques matérielles). Le requérant qui se conforme aux informations contenues dans cette communication peut considérer que sa demande est complète.

Éditeur

Office fédéral de l'environnement (OFEV)

L'OFEV est un office du Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC).

Contributeurs

Conseil de la marque PARCS SUISSES

Mise en page

Funke Lettershop AG

Graphisme

Atelier Bruggisser Partner

Téléchargement au format PDF

www.bafu.admin.ch > Publications, médias > Aides à l'exécution > Paysage

Il n'est pas possible de commander une version imprimée.

Cette publication est également disponible en allemand et en italien. La langue originale est l'allemand.

© OFEV 2025

Table des matières

Abstracts	4
Avant-propos	5
1 Introduction	6
1.1 Marque PARCS SUISSSES et positionnement	7
1.2 Délimitation de l'utilisation de la marque	8
1.3 Destinataires	8
1.4 But et valeur juridique	8
1.5 Forme	8
1.6 Autres publications	9
2 Identité de marque et positionnement	10
2.1 L'identité de marque des parcs suisses	10
2.2 Les parties prenantes de la marque PARCS SUISSSES	11
2.3 Les groupes cibles de la communication de marque	14
2.4 Le profil de la marque PARCS SUISSSES	16
3 Gestion de la marque	18
3.1 Label Parc	18
3.2 Aides financières	18
3.3 Label Produit des parcs suisses	18
3.4 Communication de marque	18
3.5 Pilotage et contrôle	19
4 Identité graphique	20
4.1 Marque PARCS SUISSSES	20
4.2 Label Parc	22
4.3 Label Produit des parcs suisses	24
4.4 Définition des couleurs	25
4.5 Définition de la police de caractères	28
4.6 Design de la signalétique	29

Abstracts

The Swiss Parks are renowned for their beautiful landscapes, the variety of flora and fauna and their outstanding cultural assets. If a region fulfils the requirements set out in the Nature and Cultural Heritage Act, the federal government awards it the 'Park of National Importance' label. The SWISS PARKS brand, the park label and the Swiss Parks Product label are protected by trademark law. As the brand owner, the FOEN uses this brand handbook to define the basic features of the brand identity and positioning, the brand management and corporate design for all users of the SWISS PARKS brand and the signage design.

Die Schweizer Pärke zeichnen sich durch schöne Landschaften, vielfältige Natur und hochwertige Kulturgüter aus. Erfüllt eine Region die im Bundesgesetz über den Natur- und Heimatschutz festgelegten Anforderungen, zeichnet sie der Bund als Park von nationaler Bedeutung mit dem Parklabel aus. Die Marke SCHWEIZER PÄRKE, das Parklabel und das Produktelabel der Schweizer Pärke sind markenrechtlich geschützt. Als Markeneigentümerin legt das BAFU mit vorliegendem Markenhandbuch die Grundzüge der Markenidentität und Positionierung, die Markenführung und das Corporate Design für alle Nutzerinnen und Nutzer der Marke SCHWEIZER PÄRKE und des Signaletik-Designs fest.

Les parcs suisses se distinguent par la beauté de leurs paysages, la diversité de leur nature et la grande valeur de leur patrimoine culturel. Si une région remplit les exigences fixées par la loi fédérale sur la protection de la nature et du paysage, la Confédération peut la reconnaître comme parc d'importance nationale en lui octroyant le label Parc. La marque PARCS SUISSES ainsi que les labels Parc et Produit des parcs suisses sont protégés par le droit sur les marques. Élaboré par l'OFEV en tant que propriétaire de la marque, le présent manuel est destiné à tous ceux qui utilisent la marque PARCS SUISSES et le design de sa signalétique. Il décrit les points fondamentaux constituant l'identité de la marque et son positionnement et définit également le mode de gestion de la marque ainsi que son identité graphique.

I parchi svizzeri si contraddistinguono per i loro splendidi paesaggi, una ricca biodiversità e preziosi beni culturali. Se una regione soddisfa i requisiti stabiliti dalla legge federale sulla protezione della natura e del paesaggio, la Confederazione può riconoscerla come parco d'importanza nazionale conferendole il marchio Parco. I marchi PARCHI SVIZZERI, Parco e Prodotto dei parchi svizzeri sono protetti dal diritto sui marchi. Elaborato dall'U-FAM in qualità di proprietario del marchio, il presente manuale è destinato a tutti coloro che utilizzano il marchio PARCHI SVIZZERI e il loro design della segnaletica. Descrive i tratti fondamentali dell'identità e del posizionamento del marchio definendone anche le modalità di gestione e l'identità grafica.

Keywords:

Parks of national importance, SWISS PARKS brand, park label, Swiss Parks Product label, brand identity and positioning, corporate design, signage.

Stichwörter:

Pärke von nationaler Bedeutung, Marke SCHWEIZER PÄRKE, Parklabel, Produktelabel der Schweizer Pärke, Markenidentität und Positionierung, Corporate Design, Signaletik.

Mots-clés :

Parcs d'importance nationale, marque PARCS SUISSES, label Parc, label Produit des parcs suisses, identité de marque et positionnement, identité graphique, signalétique.

Parole chiave:

parchi d'importanza nazionale, marchio PARCHI SVIZZERI, marchio Parco, marchio Prodotto dei parchi svizzeri, identità e posizionamento del marchio, identità grafica, segnaletica.

Avant-propos

Les parcs d'importance nationale se distinguent par la beauté de leurs paysages, la diversité de leur nature et la grande valeur de leur patrimoine culturel. Les communes, la population et les cantons impliqués s'efforcent de conserver ce patrimoine afin de contribuer au développement économique et social de la région et au développement durable.

Depuis le 1^{er} décembre 2007, les bases légales nécessaires à la création de parcs d'importance nationale sont en vigueur en Suisse. La Confédération soutient la création, le fonctionnement et l'assurance de la qualité des parcs par des aides financières globales. Elle reconnaît les parcs d'importance nationale en octroyant le label Parc aux projets qui en remplissent les conditions.

La marque PARCS SUISSES est désormais bien établie. Elle contribue au développement des parcs suisses dans leur ensemble et sécurise leur existence à long terme. En Suisse et à l'étranger, cette marque est synonyme de qualité pour les parcs d'importance nationale et leurs produits certifiés. Les prestataires comme les visiteurs peuvent s'y fier.

L'orientation stratégique de la marque PARCS SUISSES est utile à plusieurs égards :

- en se présentant sous une marque commune, les parcs suisses obtiennent la reconnaissance nationale et internationale qu'ils méritent ;
- par l'adoption d'un positionnement commun sous la marque PARCS SUISSES, les parcs attirent des sponsors et des partenaires nationaux ;
- l'action commune est nécessaire pour que les parcs puissent réaliser à moindres frais des projets coûteux comme la signalétique ;
- disposer d'une marque reconnue et bien établie est essentiel pour qu'une région et sa population puissent s'identifier au parc et profiter de ses avantages.

Cela présuppose que tous les ayants droit utilisent la marque PARCS SUISSES de manière cohérente et uniforme. Les messages véhiculés par la marque ainsi que les aspects formels concernant son utilisation sont précisés dans le présent manuel.

Katrin Schneeberger, directrice
Office fédéral de l'environnement (OFEV)

1 Introduction

Les parcs d'importance nationale ont pour base légale les articles 23e à 23m de la loi fédérale sur la protection de la nature et du paysage (LPN ; RS 451). L'article 23j LPN fixe les conditions d'attribution des labels Parc et Produit des parcs suisses. Ces deux labels sont réunis légalement sous une seule et même identité : la marque PARCS SUISSES. En tant que service spécialisé de la Confédération en matière de parcs d'importance nationale, l'Office fédéral de l'environnement (OFEV) veille à la protection des labels Parc et Produit des parcs suisses conformément à la loi fédérale sur la protection des marques et des indications de provenance (loi sur la protection des marques LPM ; RS 232.11), au contrôle de leur utilisation et à leur promotion (art. 29, al. 4, de l'ordonnance du sur les parcs [OParcs ; RS 451.36]).

Le présent manuel permet à tous les utilisateurs de la marque PARCS SUISSES d'en faire un usage conforme au droit, correct sur le plan graphique et conforme aux objectifs. Sa publication relève du mandat défini à l'article 29, alinéa 5, OParcs, selon lequel l'OFEV édicte des directives sur les conditions d'attribution et d'utilisation des labels Parc et Produit des parcs suisses. En tant que propriétaire de la marque protégée PARCS SUISSES, l'OFEV fixe les dispositions relatives à son utilisation. Ces droits et devoirs découlent de la loi sur la protection des marques.

1.1 Marque PARCS SUISSES et positionnement

La marque verbale et figurative PARCS SUISSES (cf. fig. 1) et ses applications, les labels Parc (cf. 4.2) et Produit des parcs suisses (cf. 4.3), sont déposées par l'OFEV auprès de l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI) en tant que marque individuelle¹ et sont ainsi protégées par la LPM. Le propriétaire de la marque est l'OFEV.

La forme et la couleur de la marque PARCS SUISSES sont identiques dans toutes les langues. Cela permet de l'identifier rapidement et de la reconnaître facilement.

La marque PARCS SUISSES est la représentante et l'ambassadrice des parcs suisses. C'est grâce à elle qu'il est possible d'identifier, de définir et de reconnaître les parcs d'importance nationale ainsi que les biens et les services certifiés par les parcs.

La symbolique de la marque PARCS SUISSES est la suivante :

- le carré de couleur et les mots disposés en croix reprennent les éléments centraux du drapeau helvétique. Ils symbolisent l'importance nationale sur laquelle est fondée la législation sur les parcs (art. 23e ss LPN : « parcs d'importance nationale ») ;
- la combinaison de mots en trois langues symbolise la diversité culturelle des parcs suisses et leur appartenance à l'ensemble du pays ;
- la couleur de base (le vert) est une référence aux grandes valeurs naturelles et paysagères des parcs suisses ;
- le dégradé radial de couleur verte symbolise la dynamique des parcs suisses.

En substance, la marque PARCS SUISSES véhicule le message suivant :

« Les parcs suisses sont gérés et développés dans le respect de la diversité de la nature, des paysages de grande valeur et de la richesse culturelle qui caractérisent ces territoires. »

Le profil de la marque PARCS SUISSES est présenté au point 2.4. L'utilisation correcte de cette dernière sous la forme des labels Parc et Produit des parcs suisses ainsi qu'à des fins de la signalétique est expliquée au chapitre 4.

¹ <https://database.ipi.ch/database-client/search/query/trademarks> ; numéros d'enregistrement de la marque PARCS SUISSES des cinq versions linguistiques : français 630989, allemand 628312, anglais 628313, italien 630990, romanche 630991.

Fig. 1 : Marque PARCS SUISSES

Deutsch	Français	Italiano	Rumantsch	English

1.2 Délimitation de l'utilisation de la marque

La marque PARCS SUISSES est utilisée dans les domaines suivants :

- **Marque** : les utilisateurs autorisés par l'OFEV ne peuvent utiliser la marque que pour faire connaître les parcs. L'utilisation s'effectue sur la base d'un contrat de licence ou d'une autorisation unique (cf. 2.2.6 et 4.1).
- **Label Parc** : l'organe responsable ne peut utiliser le label Parc que pour faire connaître le parc. L'utilisation du label à des fins de publicité pour certains biens ou services n'est pas autorisée (art. 10 OParcs ; cf. 2.2.3 et 4.2).
- **Label Produit des parcs suisses** : il ne peut être utilisé qu'aux fins de distinguer ou de commercialiser les biens ou les services pour lesquels il a été attribué (art. 14 OParcs) (cf. 2.2.5 et 4.3).
- **Signalétique** : la marque ne doit être utilisée à des fins de signalisation, à savoir pour les mesures de communication intégrées dans le système de signalétique des parcs, que dans sa version monochrome vert foncé sur fond vert clair (cf. 4.6).

1.3 Destinataires

Le manuel s'adresse à tous les utilisateurs de la marque PARCS SUISSES ainsi qu'aux services ayant pour obligation d'en surveiller ou contrôler l'utilisation correcte (cf. 2.2).

Les autorités, les organisations et les personnes qui sont autorisées à utiliser la marque PARCS SUISSES sont les suivantes : OFEV, autorités des cantons sur le territoire desquels se trouvent les parcs, organes responsables des parcs, Réseau des parcs suisses, producteurs de biens et prestataires de services certifiés par le label Produit des parcs suisses, titulaires d'une licence.

Les autorités fédérales et cantonales compétentes pour l'exécution de la politique des parcs ainsi que les organes responsables des parcs ont une obligation de surveillance. Les organismes qui certifient les biens et les services en vue de leur distinction au moyen du label Produit des parcs suisses se voient déléguer une obligation de contrôle.

1.4 But et valeur juridique

Le but du présent manuel est que les utilisateurs de la marque PARCS SUISSES en fassent un usage conforme au droit, correct sur le plan graphique et uniforme. Les consignes données dans le manuel permettent de reconnaître facilement la marque, ce qui bénéficie aux utilisateurs eux-mêmes. Pour les parcs labellisés, l'utilisation correcte de la marque est une obligation qui accompagne l'attribution du label Parc et qui est donc contraignante (art. 10 OParcs). En outre, les règles fondamentales énoncées dans le manuel garantissent que les exigences matérielles à remplir pour obtenir les aides financières visées à l'article 2 OParcs sont respectées dans le domaine de la promotion des parcs, en particulier dans la signalétique.

1.5 Forme

La présente directive est fournie seulement sous forme électronique. Les fichiers de la marque PARCS SUISSES peuvent être téléchargés sur le site Internet de l'OFEV sous www.bafu.admin.ch/parcs. Seuls les parcs peuvent utiliser la marque à des fins de signalétique.

Pour compléter le manuel de la marque, l'intranet du Réseau des parcs suisses met à la disposition des parcs l'aide pratique « Utilisation de la marque PARCS SUISSES ». Cette aide présente de bons exemples d'utilisation des labels Parc et Produit des parcs suisses et de la marque à des fins de signalisation et contient les modèles numériques utiles à la planification et à la production de la signalétique.

1.6 Autres publications

D'autres documents sont également importants pour la mise en œuvre de la politique des parcs :

- OFEV (éd.) 2025 : Parcs d'importance nationale : Label Produit. Directives sur les conditions d'attribution et d'utilisation du label Produit des parcs suisses. Office fédéral de l'environnement, Berne. L'environnement pratique n° 2504 : 26 p.
- OFEV (éd.) 2023 : Manuel sur les conventions-programmes 2025-2028 dans le domaine de l'environnement. Communication de l'OFEV en tant qu'autorité d'exécution. Office fédéral de l'environnement, Berne. L'environnement pratique n° 2315 : 249 p.
- OFEV (éd.) 2014 : Manuel de création et de gestion de parcs d'importance nationale. Communication de l'OFEV, autorité d'exécution, aux requérants. Office fédéral de l'environnement, Berne. L'environnement pratique n° 1414 : 176 p. Actualisé en 2018 et en 2019.

2 Identité de marque et positionnement

2.1 L'identité de marque des parcs suisses

Les parcs d'importance nationale et les services qu'ils fournissent sont définis aux articles 23e à 23i LPN². L'OParcs et le Manuel de création et de gestion de parcs d'importance nationale formulent les exigences légales à remplir par les parcs suisses. Les aspects importants liés à l'identité de marque des parcs suisses sont décrits ci-après.

2.1.1 Territoire du parc

Les parcs d'importance nationale sont des territoires à forte valeur naturelle et paysagère. Ils se distinguent par la beauté de leurs paysages, la diversité de leur nature et la grande valeur de leurs biens culturels. Ils se caractérisent également par le fait que les infrastructures ne causent que peu d'atteintes paysagères. Chacune des trois catégories de parc (parcs nationaux, parcs naturels régionaux et parcs naturels périurbains) comprennent des exigences spécifiques pour la taille minimale et les délimitations du territoire du parc ainsi que pour les prestations à fournir. Chaque parc, avec son périmètre, est inscrit au plan directeur cantonal.

2.1.2 Gestion et participation

La création d'un parc est toujours le fruit d'une initiative régionale. Cette initiative répond en premier lieu au besoin de la population de bâtir collectivement l'avenir économique et social de la région selon les principes du développement durable. Les communes situées dans le périmètre du parc doivent être représentées de manière déterminante au sein de l'organe responsable. Ce dernier est l'entité stratégique en charge de la gestion et du pilotage. Il définit les objectifs dans le contrat de parc. Le contrat de parc et le plan de gestion servent d'instruments de pilotage et d'assurance de la qualité. Grâce à une démarche démocratique et participative, l'organe responsable du parc veille à ce que la population et les groupes d'intérêts issus de la société civile, du secteur économique et des milieux politiques puissent s'impliquer dans les activités et le développement du parc.

² Le Parc national suisse dispose d'une base juridique autonome et d'un positionnement propre du fait qu'il est régi par la loi sur le Parc national (RS 454). L'article 23m LPN en fait mention.

2.1.3 Objectifs et prestations

Dans le contrat de parc, les communes du parc s'engagent à respecter à long terme les exigences légales à remplir par le parc, à conserver et à valoriser le patrimoine existant et à en faire une utilisation durable afin de contribuer au développement économique et social de leur région. La préservation et la promotion de la biodiversité et de la qualité du paysage relèvent de la mission principale des parcs. Les objectifs par catégorie de parc, tels qu'ils sont définis dans la LPN et dans l'OParcs, sont rassemblés dans le tableau ci-après (tab. 1).

2.1.4 Gage de qualité

Par l'attribution du label Parc, la Confédération reconnaît qu'une région satisfait aux exigences légales que doit remplir un parc d'importance nationale. Ce label atteste du fait que le parc conserve et valorise le patrimoine existant, qu'il est géré avec professionnalisme et qu'il jouit d'une légitimité démocratique ainsi que d'une garantie financière et territoriale à long terme.

2.2 Les parties prenantes de la marque PARCS SUISES

Les parties prenantes de la marque PARCS SUISES sont les organisations, les groupes de personnes ou les individus qui ont un intérêt propre dans la marque et/ou qui jouent un rôle spécifique. Elles sont donc également les groupes cibles du présent manuel. La marque PARCS SUISES est utilisée :

- pour la promotion des labels Parc et Produit des parcs suisses par l'OFEV (propriétaire de la marque), le Réseau des parcs suisses ou les titulaires d'une licence ;
- sous la forme du label Parc pour les parcs reconnus ;
- sous la forme du label Produit des parcs suisses pour distinguer les biens et services certifiés ;
- sur les éléments de signalétique, pour la visibilité et la reconnaissance des parcs suisses sur le terrain.

Les parties prenantes et leurs rôles respectifs concernant l'utilisation et le contrôle de la marque PARCS SUISES sont illustrés sur la figure suivante (cf. fig. 2).

Tab. 1 : Objectifs par catégorie de parc

Parcs nationaux	Parcs naturels régionaux	Parcs naturels périurbains
Biodiversité et paysage • zone centrale : garantie de la libre évolution des processus naturels • zone périphérique : protection contre les interventions préjudiciables	Biodiversité et paysage • conservation et valorisation	Biodiversité et paysage • zone centrale : garantie de la libre évolution des processus naturels • zone de transition : fonction de tampon pour la zone centrale
Promotion de l'utilisation durable des ressources naturelles	Renforcement du développement économique durable	
Sensibilisation et éducation à l'environnement	Sensibilisation et éducation à l'environnement	Sensibilisation, éducation à l'environnement et activités de découverte
Recherche	Recherche (facultatif) ¹	Recherche (facultatif)
Gestion, communication et garantie territoriale	Gestion, communication et garantie territoriale	Gestion, communication et garantie territoriale

¹ La recherche est obligatoire dans le cas des réserves de biosphère.

Il existe un intérêt commun à disposer d'une marque forte et crédible jouissant d'une image positive et d'une grande notoriété. En tant qu'ambassadeurs, les utilisateurs de la marque contribuent à en accroître la notoriété et à construire son image (en associant la marque à des valeurs). En retour, ils peuvent s'attendre à une contrepartie immatérielle et/ou commerciale.

Les droits et les devoirs inhérents aux rôles des parties prenantes diffèrent selon que ces dernières agissent comme utilisatrices, comme instances de contrôle ou dans le domaine de la communication. Ces rôles sont décrits ci-après.

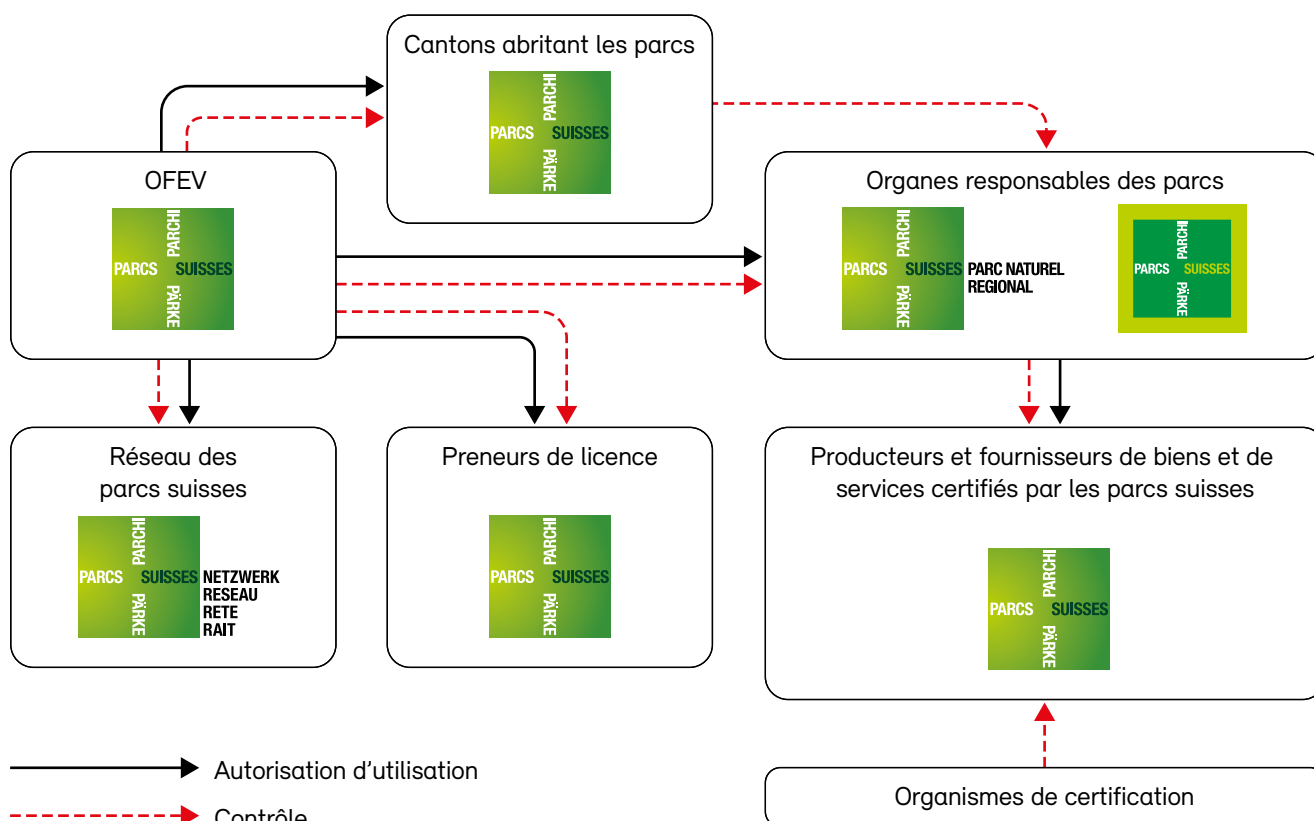
2.2.1 Office fédéral de l'environnement

En tant que service spécialisé de la Confédération en matière de parcs d'importance nationale, l'OFEV dispose de nombreux droits et devoirs. Ainsi, l'OFEV

- est propriétaire de la marque PARCS SUISSES,
- attribue le label Parc,

- protège la marque PARCS SUISSES, les labels Parc et Produit des parcs suisses ainsi que le design de la signalétique en les déposant auprès de l'IPI,
- prend des mesures de protection contre toute utilisation abusive et préserve les droits de la propriété en cas d'infraction,
- édicte des directives sur les conditions d'utilisation de la marque PARCS SUISSES,
- surveille la bonne utilisation des labels Parc et Produit des parcs suisses et de la marque PARCS SUISSES,
- octroie des licences à des tiers pour l'utilisation de la marque PARCS SUISSES aux fins de faire connaître les parcs,
- veille à faire connaître les labels Parc et Produit des parcs suisses,
- fournit des conseils d'utilisation au Réseau des parcs suisses, aux parcs et aux preneurs de licence de la marque, et
- accorde sur demande des dérogations pour des utilisations exceptionnelles de la marque.

Fig. 2 : Parties prenantes de la marque PARCS SUISSES



2.2.2 Cantons

En tant que fournisseurs de prestations agissant dans le cadre des conventions-programmes dans le domaine de l'environnement, les cantons :

- soutiennent la création et la gestion de leurs parcs sur les plans institutionnel et financier,
- déposent auprès de l'OFEV les demandes visant à obtenir des aides financières et l'attribution du label Parc, et
- décident, en cas de besoin, d'exigences cantonales spécifiques en matière de label Parc et Produit des parcs suisses avec leurs parcs respectifs.

2.2.3 Organe responsable du parc

En tant qu'organe stratégique du parc et autorité opérationnelle supérieure, l'organe responsable du parc (autrement dit, le parc) :

- est responsable de la gestion stratégique du parc et du respect des exigences à remplir pour l'obtention et l'utilisation du label Parc,
- utilise toujours et uniquement le label Parc pour faire connaître le parc,
- attribue le label Produit des parcs suisses pour des biens et des services certifiés,
- garantit que les labels Parc et Produit des parcs suisses sont utilisés conformément au droit au moyen d'un manuel décrivant la charte graphique et incluant les co-brandings avec d'autres labels ou sigles,
- veille à la bonne utilisation du design des éléments de signalétique soutenus par des aides financières de la Confédération, et
- rend compte de l'utilisation des labels Parc et Produit des parcs suisses aux cantons (en charge) et à l'OFEV (cf. 3.2 et 3.5.4).

2.2.4 Réseau des parcs suisses

En tant qu'organisation faîtière des parcs suisses, le Réseau des parcs suisses :

- est un preneur de licence de la marque PARCS SUISSSES,
- utilise la marque PARCS SUISSSES toujours associée à la mention « NETZWERK RESEAU RETE RAIT » pour les mesures de communication servant à faire connaître le preneur de licence lui-même,
- utilise la marque PARCS SUISSSES pour faire connaître les parcs au sens de l'article 29, alinéa 4, OParks, et
- fournit aux parcs des conseils généraux sur l'utilisation des labels Parc et Produit des parcs suisses, met à leur

disposition des informations et des outils pour l'utilisation de la marque PARCS SUISSSES et assure l'échange des connaissances entre l'OFEV, les parcs et les producteurs de biens et prestataires de services certifiés par les parcs.

2.2.5 Producteurs de biens et prestataires de services certifiés

Les producteurs de biens et les prestataires de services certifiés par les parcs :

- distinguent lesdits biens et services en leur apposant le label Produit des parcs suisses et garantissent l'utilisation correcte du label dans leur domaine de responsabilité, et
- n'utilisent le label Produit des parcs suisses à des fins de marketing que pour les biens et les services certifiés.

2.2.6 Preneurs de licence de la marque

Les preneurs de licence sont des entreprises et des organisations qui, dans le cadre de leur partenariat avec l'OFEV, souhaitent soutenir et promouvoir les parcs suisses par leur engagement propre. Les preneurs de licence :

- utilisent la marque PARCS SUISSSES uniquement pour faire connaître les parcs et pour promouvoir la notoriété et l'image de la marque elle-même, conformément aux dispositions du contrat de licence (cf. 3.5.9).

2.2.7 Services de certification

Les organisations qui certifient les biens et les services :

- vérifient l'utilisation correcte du label Produit des parcs suisses.

2.2.8 Office fédéral de l'agriculture et Secrétariat d'État à l'économie

L'Office fédéral de l'agriculture (OFAG) et le Secrétariat d'État à l'économie (SECO) :

- participent à l'élaboration des directives sur l'attribution et l'utilisation du label Produit des parcs suisses, que l'OFEV édicte en accord avec eux, et
- ont le droit de siéger au Conseil de la marque PARCS SUISSSES.

2.3 Les groupes cibles de la communication de marque

La marque PARCS SUISSES s'adresse à quatre groupes cibles :

- le public au sens large du terme, c'est-à-dire la population suisse,
- les visiteurs des parcs suisses,
- les acquéreurs de biens et de services certifiés, et
- les habitants des communes sur le territoire desquelles se trouve un parc.

Les caractéristiques de ces groupes et leurs besoins sont décrits ci-après.

2.3.1 Public

Le premier groupe visé est le public au sens large, c'est-à-dire la population suisse. Il comprend aussi bien les habitants des villes et des agglomérations que la population rurale. À l'intérieur de ce groupe, certains segments ont avec les parcs une affinité plus grande que la moyenne ; il s'agit des jeunes adultes, des familles avec enfants et des personnes de plus de 50 ans.

Ce groupe cible a pour intérêt commun les régions de Suisse qui se distinguent par la fascination qu'exercent leurs paysages, par leurs valeurs naturelles remarquables ainsi que par leur diversité historique et culturelle. Indépendamment du fait que les individus connaissent ou non les parcs, ils sont réceptifs aux informations sur les diverses prestations fournies et proposées par les parcs.

Pour le public, les parcs sont des occasions de plus en plus importantes de s'immerger, physiquement ou par média interposé, dans un environnement exceptionnel, éloigné du quotidien et d'y trouver l'inspiration. C'est ce qui rend les parcs précieux et importants pour le grand public.

2.3.2 Visiteurs des parcs

La population qui se rend dans un parc pour des loisirs de proximité, un court séjour ou des vacances aspire à se laisser séduire par la beauté fascinante de la nature, les paysages uniques et la diversité culturelle. La visite du parc représente un changement par rapport au quotidien, ainsi qu'une source de détente et d'inspiration. Les visiteurs assouviennent leurs besoins d'activité physique ou de contemplation en pleine nature ; ils découvrent, s'étonnent, apprennent, savourent, profitent de l'offre culturelle et se réjouissent de rencontrer d'autres personnes.

Les visiteurs n'ont pas toujours conscience de se trouver sur le territoire d'un parc ; cela suppose de connaître déjà le concept de parc d'importance nationale et, idéalement, le label Parc.

Les personnes qui visitent des parcs à plusieurs reprises vont non seulement étendre et approfondir leurs connaissances mais également développer un lien émotionnel. Les expériences, les sources d'inspiration et les souvenirs sont les valeurs qui demeurent lorsque les visiteurs du parc retournent à leur vie quotidienne.

2.3.3 Acquéreurs de biens et de services certifiés

Les biens et les services certifiés par le label Produit des parcs suisses sont appréciés parce qu'ils sont régionaux, durables et authentiques.

Les acheteurs sont sensibles au fait que ces biens et services :

- proviennent du territoire d'un parc d'importance nationale,
- sont pour l'essentiel produits ou fournis à partir des ressources du territoire du parc, par des entreprises locales qui travaillent en circuit court,
- encouragent l'économie régionale,
- respectent les principes du développement durable à maints égards (nature et paysage, économie circulaire régionale, dimension éthique et sociale et engagement en faveur des objectifs du parc), et
- sont des produits premium offrant saveur et expérience unique.

Chaque bien ou service certifié a son histoire et sa propre identité. Parce qu'ils apprécient les produits labellisés par les parcs, les consommateurs sont plus enclins à s'acquitter d'un prix qui couvre les frais d'une production restreinte, artisanale et durable.

2.3.4 Habitants des communes des parcs

Dans les communes concernées, les habitants intéressés par le parc sont conscients de vivre dans une région particulière et ils sont fiers de ses fortes valeurs paysagères, naturelles et culturelles. C'est pourquoi ils saisissent l'opportunité de développer collectivement et durablement le territoire de leurs communes en tant que parc d'importance nationale et/ou de garantir la libre évolution des processus naturels dans certaines zones.

La population des communes des parcs trouve dans la politique fédérale des parcs un outil lui permettant de façonner la région et son avenir de manière active. Ainsi, le parc est un espace qui élargit les rayons d'action et garantit une participation dans laquelle les gens peuvent s'impliquer. Cet engagement collectif renforce le sentiment d'appartenance à une communauté et l'identification avec la région.

La motivation à soutenir le parc repose sur le triptyque « perspective, identification et engagement » :

- la perspective, c'est l'opportunité d'un développement économique régionale en harmonie avec la nature ;
- l'identification, c'est à la fois un sentiment d'appartenance nourri par des activités communes et un attachement au site et à la région abritant le parc ;
- l'engagement, c'est l'opportunité de s'investir de manière utile et constructive.

Les parcs ont développé sept valeurs pour définir leur collaboration partenariale³ :

- Nous plaçons la nature et le paysage au cœur de nos priorités.
- Nous soutenons l'économie de proximité.
- Nous apprenons les uns des autres.
- Nous offrons des produits et des services innovants et de qualité.
- Nous cultivons l'identité de notre région.
- Nous travaillons avec éthique et bienveillance.
- Nous transmettons les valeurs de nos parcs.

Grâce à leur engagement, les parcs et leur population fournissent des prestations qui sont importantes pour la population suisse et qui sont également utilisées et appréciées par celle-ci.

3 Voir le site Internet du Réseau des parcs suisses www.parks.swiss/valeurs

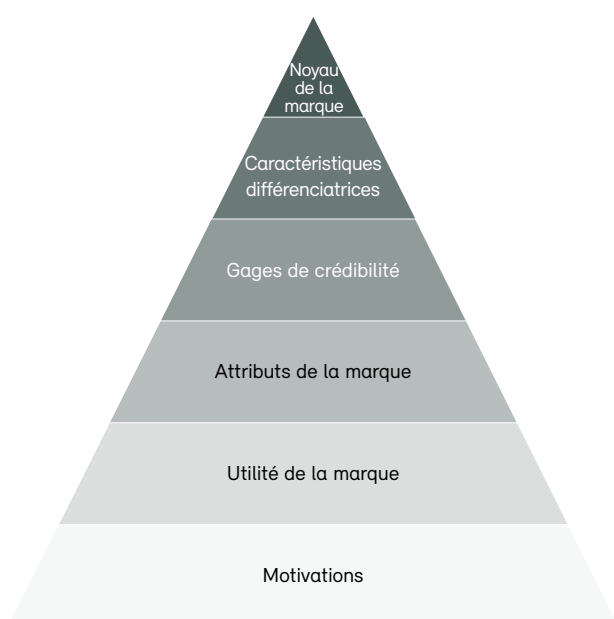
2.4 Le profil de la marque PARCS SUISSES

Le profil de la marque PARCS SUISSES repose sur le modèle de la pyramide de marque (cf. fig. 3)⁴. Il est défini par six blocs thématiques partant de la base de la pyramide, relative aux motivations des groupes cibles, pour aller jusqu'au sommet de cette dernière, consacré à l'essence ou noyau de la marque.

La marque PARCS SUISSES a plusieurs fonctions :

- elle sert à faire connaître le label Parc et le label Produit des parcs suisses ;
- au moyen du label Parc, elle témoigne de la reconnaissance de la Confédération, constitue un élément d'identification pour la population des communes situées dans le parc, et fait office d'ambassadrice auprès du grand public ;
- au moyen du label Produit des parcs suisses, elle représente un sigle de qualité et un instrument de marketing pour les biens et services liés au parc, ainsi qu'une ambassadrice auprès des consommateurs ;
- dans le cadre de la signalétique, elle est un outil d'information et d'orientation.

Fig. 3 : Modèle de la pyramide de marque



⁴ Voir p. ex. : Feige, S., Tomczak, T., Wälty, H. F. (2008) : Ich bin auch eine Marke. Absatzwirtschaft, Sonderheft 2008, pp. 54-58

2.4.1 Motivations

Les quatre principaux groupes cibles ont des motivations différentes lorsqu'ils entrent en contact avec la marque PARCS SUISSES :

- en Suisse, nombreux sont ceux qui apprécient les paysages attrayants, à valeur écologique et culturelle élevée. Ils trouvent les parcs suisses précieux et importants, car ceux-ci favorisent la conservation et la promotion de tels paysages ;
- les visiteurs des parcs suisses souhaitent explorer et découvrir le monde des parcs, voire contribuer par leur engagement personnel à soutenir les parcs et les valeurs qu'ils véhiculent ;
- les consommateurs apprécient les biens authentiques fabriqués de manière artisanale et durable par des producteurs locaux. Les biens et les services issus des parcs présentent non seulement des caractéristiques spécifiques et des qualités particulières, mais portent aussi en eux une histoire ;
- la population des communes sur le territoire desquelles se trouve le parc est fière de la valeur élevée de ce dernier sur les plans paysager, écologique et culturel. L'instrument « parc d'importance nationale » lui donne la possibilité de prendre en main le développement durable de la région. La communauté organisée autour du parc s'ouvre des perspectives économiques et sociales tout en contribuant à préserver de précieux milieux naturels.

2.4.2 Utilité de la marque

L'utilité de la marque PARCS SUISSES s'articule autour des dimensions suivantes :

- les parcs sont des régions qui se distinguent par la beauté de leurs paysages, la diversité de leur nature et la grande valeur de leur patrimoine culturel. La population locale en prend soin et s'en voit valorisée ;
- les parcs invitent à l'immersion et au ressourcement. Ils peuvent servir de source d'inspiration personnelle ou donner envie d'en devenir partie prenante et de s'investir pour leur bien ;
- pour le consommateur, les biens et services certifiés du parc sont garantis régionaux et durables et il peut les apprécier pleinement tout en découvrant l'univers du parc de manière authentique ;
- les parcs apportent une plus-value pour la nature, la société et l'économie dans leur région.

2.4.3 Attributs de la marque

La spécificité de la marque est définie par les attributs suivants :

- grandes qualités naturelles, paysagères et culturelles ;
- engagement commun à l'échelon régional ;
- coexistence de l'humain et de la nature ;
- diversité et authenticité ;
- autodétermination et responsabilité.

2.4.4 Gages de crédibilité

L'utilité de la marque et ses attributs sont crédibles, car :

- les prestations fournies par les parcs en tant que régions modèles sont visibles, concrètes et tangibles pour le grand public, les visiteurs, les acquéreurs de produits (consommateurs) et les habitants des communes des parcs ;
- les prestataires des parcs fondent leur action sur les ressources naturelles et culturelles existantes et renoncent aux activités qui ne sont pas adaptées au parc considéré ;
- l'organe responsable agit de manière transparente et participative ;
- dans les parcs suisses, la population et les communes s'engagent pour la conservation et la valorisation de la nature et du paysage. En contrepartie, elles profitent du label décerné par la Confédération pour distinguer les parcs d'importance nationale.

2.4.5 Caractéristiques différenciatrices

Les parcs suisses sont certifiés d'importance nationale et revêtent un caractère unique du fait de la combinaison des caractéristiques suivantes :

- chaque région abritant un parc recèle une nature très diverse de précieux paysages et une culture riche ;
- les communes des parcs et leur population s'investissent pour préserver et développer les valeurs existantes ;
- chaque direction de parc dispose de lignes directrices et d'instruments pour promouvoir la coexistence entre l'humain et la nature.

2.4.6 Noyau de la marque PARCS SUISSES

« Les parcs suisses sont gérées et développées dans le respect de la diversité de la nature, des paysages de grande valeur et de la richesse culturelle qui caractérisent ces territoires. »

3 Gestion de la marque

Pour réussir, la mise en œuvre de la stratégie de la marque doit s'appuyer sur la différenciation, le positionnement et la communication, et utiliser des instruments pour l'assurance de la qualité, la protection de la marque et le pilotage.

La gestion de la marque s'articule autour des cinq éléments suivants :

- le label Parc,
- les aides financières,
- le label Produit des parcs suisses,
- la communication de marque, et
- le pilotage.

3.1 Label Parc

C'est à l'OFEV qu'il revient d'examiner si les parcs suisses satisfont aux exigences légales à remplir par un parc d'importance nationale. Les exigences qui conditionnent l'attribution du label Parc et l'obtention d'aides financières sont définies concrètement dans le Manuel de création et de gestion de parcs d'importance nationale⁵. Si un parc remplit ces exigences, l'OFEV lui attribue le label Parc pour une durée de dix ans. Sur demande et à la suite d'un contrôle favorable, le label peut être renouvelé pour dix années supplémentaires. Les parcs labellisés sont tenus d'utiliser la marque PARCS SUISSES conformément au présent manuel. L'OFEV surveille la bonne utilisation des labels Parc et Produit des parcs suisses.

3.2 Aides financières

Dans le cadre des conventions-programmes dans le domaine de l'environnement⁶, la Confédération et les cantons conviennent d'aides financières pour les parcs d'importance

nationale. L'OFEV contrôle l'engagement des moyens financiers par les cantons sur la base de rapports et de contrôles ponctuels. À cette occasion, il vérifie également l'utilisation de la marque en tant que label Parc et dans la signalétique. Il contrôle également l'obligation faite aux parcs de surveiller l'utilisation du label Produit des parcs suisses par les producteurs de biens et les fournisseurs de services.

3.3 Label Produit des parcs suisses

La reconnaissance comme parc d'importance nationale confère à l'organe responsable le droit d'attribuer le label Produit des parcs suisses à des biens et des services. Ce label distingue des biens et des services issus des parcs suisses qui sont produits et fournis dans la région de ces derniers, au moyen de ressources locales et de manière durable. Les exigences sont définies à l'article 11 OPArcs et sont concrétisées dans les directives sur les conditions d'attribution et d'utilisation du label Produit des parcs suisses⁷. Dans le cadre de ses tâches relatives au label Parc et aux aides financières, l'OFEV assure la haute surveillance du label Produit des parcs suisses.

3.4 Communication de marque

La communication de marque comprend différents champs d'activité, qui peuvent être portés par différents acteurs. Chaque utilisateur de la marque contribue de fait à sa notoriété et à la construction de son image. Les principaux contributeurs sont les parcs eux-mêmes, les biens et les services certifiés, le Réseau des parcs suisses ainsi que les titulaires d'une licence de la marque PARCS SUISSES. L'OFEV veille à cette promotion en vertu de l'article 29, alinéa 4, OPArcs. À cette fin, il peut soutenir les acteurs en leur accordant des

5 OFEV (éd.) 2014 : Manuel de création et de gestion de parcs d'importance nationale. Communication de l'OFEV, autorité d'exécution, aux requérants. Office fédéral de l'environnement, Berne. L'environnement pratique n° 1414. (mises à jour en 2018 et 2019)

6 OFEV (éd.) 2023 : Manuel sur les conventions-programmes 2025-2028 dans le domaine de l'environnement. Communication de l'OFEV en tant qu'autorité d'exécution. Office fédéral de l'environnement, Berne. L'environnement pratique n° 2315. (éditions avec actualisations périodiques)

7 OFEV (éd.) 2025 : Parcs d'importance nationale : Label Produit des parcs suisses. Directives sur les conditions d'attribution et d'utilisation du label Produit des parcs suisses. L'environnement pratique n° 2504.

aides financières, mettre en œuvre ses propres mesures ou conclure des contrats de licence avec des partenaires chargés de faire connaître les parcs, les autorisant ainsi à utiliser la marque PARCS SUISSES. Il peut également accorder des aides financières aux parcs qui utilisent la marque dans leur signalétique à des fins de promotion.

3.5 Pilotage et contrôle

3.5.1 Conseil de la marque

Le Conseil de la marque est chargé de conseiller l'OFEV dans la gestion stratégique de la marque PARCS SUISSES. L'OFEV en assure la présidence. Le conseil est composé de représentants du Réseau des parcs suisses, des organes responsables des parcs, des cantons et de la Confédération, ainsi que de spécialistes des marques.

3.5.2 Manuel de la marque

Le présent manuel sert de base à la gestion stratégique de la marque. Il est contraignant pour tous les utilisateurs de la marque dès l'octroi du label Parc. L'utilisation correcte de la marque PARCS SUISSES est une condition nécessaire à la présentation uniforme des parcs ; elle garantit que les parcs soient reconnus facilement par la population.

3.5.3 Coaching

En cas de besoin, l'OFEV, en collaboration avec le Réseau des parcs suisses, aide les cantons et les organes responsables à utiliser correctement la marque PARCS SUISSES.

3.5.4 Contrôle

En tant que propriétaire de la marque PARCS SUISSES, l'OFEV surveille l'utilisation qui en est faite. S'agissant des parcs, la surveillance se fait généralement à l'occasion des contrôles par sondage réalisés dans le cadre des conventions-programmes conclues avec les cantons, auxquels les parcs sont souvent conviés en leur qualité de fournisseurs de prestations. S'agissant des autres utilisateurs de la marque, l'OFEV définit des mesures appropriées.

3.5.5 Soutien des compétences clés

Afin de promouvoir des compétences clés dans le domaine de la communication de marque, l'OFEV apporte son soutien au Réseau des parcs suisses pour les échanges d'expériences et de connaissances ainsi que pour la collaboration entre les parcs.

3.5.6 Sondages sur l'image et la notoriété

L'OFEV fait réaliser périodiquement des enquêtes représentatives au niveau national qui portent sur la notoriété et l'image de la marque et sur la perception et l'efficacité des mesures de communication. Les résultats sont présentés aux utilisateurs de la marque PARCS SUISSES et sont utilisés pour le pilotage de la marque.

3.5.7 Protection de la marque et de son design

L'OFEV protège durablement la marque PARCS SUISSES, les labels Parc et Produit des parcs suisses ainsi que le design de la signalétique en veillant à leur enregistrement continu auprès de l'IPI. La marque et ses applications ont été déposées initialement le 29 novembre 2010 ; à chaque fois, la durée de protection est de dix ans. Le design de la signalétique a été déposé initialement le 4 janvier 2013⁸ ; à chaque fois, la durée de protection est de cinq ans. L'OFEV surveille l'enregistrement auprès de l'IPI des nouvelles marques susceptibles de porter atteinte aux droits de protection de la marque PARCS SUISSES.

3.5.8 Gestion des risques

L'OFEV prend des mesures appropriées pour réduire autant que possible et de façon proactive les risques d'utilisation abusive de la marque PARCS SUISSES et du design de la signalétique et pour agir de manière adéquate en cas de dommage.

3.5.9 Contrats de licence

L'OFEV peut conclure des contrats de licence afin d'autoriser l'utilisation de la marque PARCS SUISSES à des organisations et des entreprises qui souhaitent soutenir et faire connaître les parcs suisses par leur engagement personnel.

8 Numéro d'enregistrement de la marque PARCS SUISSES : cf. 1.1 ; www.swissreg.ch/database-client/search/query/designs numéro du design de la signalétique : 139567

4 Identité graphique

Ce chapitre définit l'identité graphique de la marque PARCS SUISSES et du design de la signalétique. L'utilisation de cette identité graphique est contraignante pour tous les utilisateurs de la marque. La marque ne doit être modifiée en aucune façon. Chaque élément graphique propre à la marque PARCS SUISSES doit être téléchargé dans sa version originale sur la page Internet www.bafu.admin.ch/parcs.

4.1 Marque PARCS SUISSES

4.1.1 Forme visuelle

La forme visuelle de la marque PARCS SUISSES (cf. fig. 4) est un carré vert contenant des inscriptions disposées en

croix. Le carré vert présente un dégradé radial ; le centre du dégradé (vert clair) est centré sur le côté gauche du carré et la couleur s'assombrit vers l'extérieur en direction du côté droit. La branche horizontale de la croix est formée par les mots « PARCS SUISSES », dans la version linguistique choisie. Le mot « SUISSES » est écrit en noir, et le mot « PARCS » en blanc. La branche verticale de la croix est formée par deux autres versions linguistiques du mot « PARCS », écrit en blanc. Les couleurs et les polices de caractères sont définies aux points 4.4 et 4.5.

Si le procédé d'affichage ou d'impression l'exige, la marque PARCS SUISSES peut différer de la représentation avec le dégradé vert (cf. fig. 5 et 4.4).

Fig. 4 : Forme visuelle de la marque PARCS SUISSES

Deutsch	Français	Italiano	Rumantsch	English
				

Fig. 5 : Variantes de couleur autorisées pour la marque PARCS SUISSES

Utilisation de la marque dans la signalétique : carré uni vert foncé sur fond vert clair	Marque : carré noir et blanc avec dégradé (niveaux de gris)	Marque : carré monochrome noir et blanc sans dégradé (linéaire et plein)
		

4.1.2 Taille standard et zone de protection

Dans sa taille standard, la marque PARCS SUISSSES est un carré de 16 mm de côté, entouré par une zone de protection de 0,5 mm de largeur (cf. fig. 6). Rien ne figure dans la zone de protection, sauf le fond. Si le contraste entre la marque et le fond est peu marqué, la zone de protection doit être de couleur blanche.

La largeur de la zone de protection correspond toujours à 3,125 % de la longueur de côté du carré de la marque PARCS SUISSSES. À partir de la taille minimale du carré, fixée à 12 mm de côté, la marque peut être agrandie librement mais en conservant les mêmes proportions (cf. tab. 2).

4.1.3 Variantes par rapport à la forme et à la taille minimale

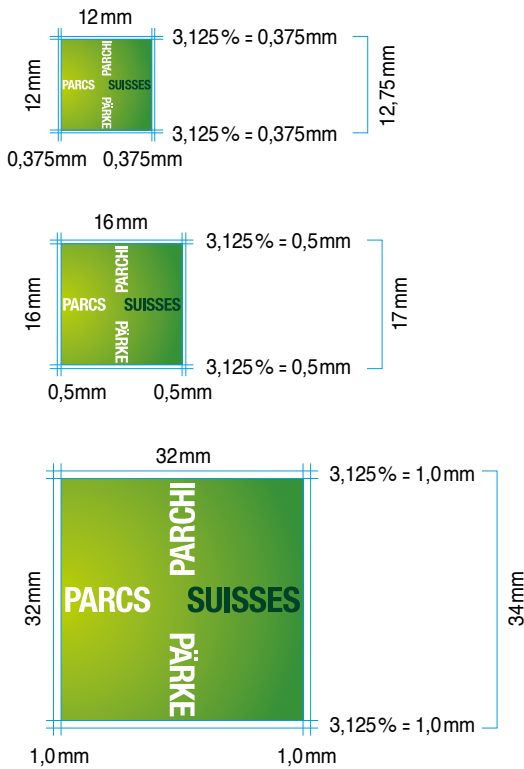
Il peut arriver qu'un canal de communication utilisé pour faire connaître les parcs ne soit pas en mesure

de reproduire la forme carrée ou la taille minimale de la marque de base PARCS SUISSSES. C'est le cas, par exemple, sur les réseaux sociaux qui affichent le logo de l'expéditeur à l'intérieur d'un cercle ou sur de petits appareils comme les téléphones portables. Face à une telle contrainte, sur laquelle il est impossible d'agir, il est permis de ne pas respecter la forme carrée de la marque ou la taille minimale.

Il est possible de déroger à la taille minimale de 12 × 12 mm si la surface du design est inférieure à 50 cm² (p. ex. carte de visite, étiquette de produit et application Internet adaptative). Dans ce cas, la taille minimale est de 9 × 9 mm (cf. 4.3.2).

L'OFEV doit être informé de ces dérogations aux règles relatives à la forme et à la taille de la marque.

Fig. 6 : Taille standard et zone de protection de la marque PARCS SUISSSES



Tab. 2 : Dimensions courantes de la marque PARCS SUISSSES

Côté du carré	Zone de protection (= 3,125 % du côté)	Surface, y c. la zone de protection
12 mm	0,375 mm	12,75 × 12,75 mm
16 mm	0,5 mm	17 × 17 mm
32 mm	1,0 mm	34 × 34 mm

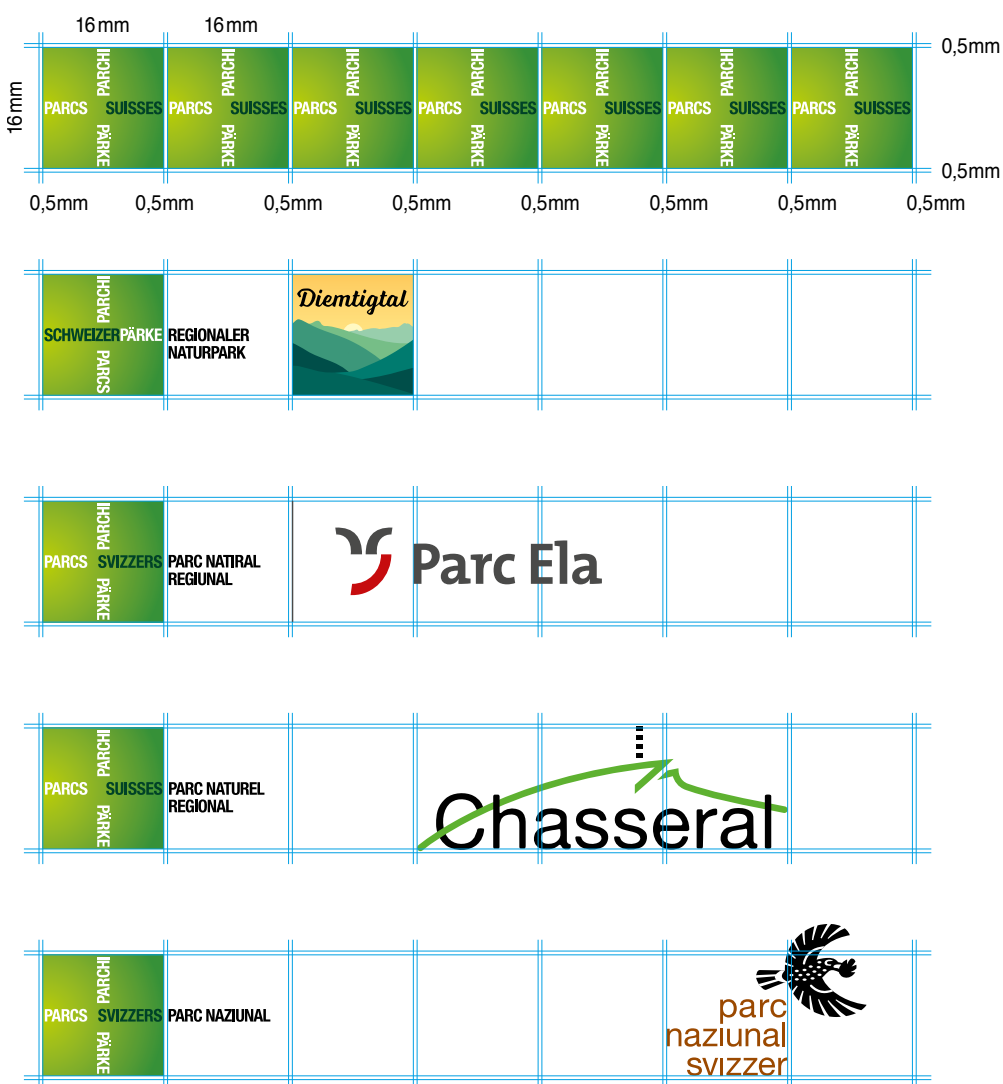
4.2.3 Label Parc individuel

Aux fins de se distinguer individuellement, chaque parc d'importance nationale a le droit de compléter le label Parc attribué par l'OFEV en y ajoutant son propre logo. Le système des trames carrées (cf. fig. 10) doit alors être respecté : la longueur de côté de chaque carré doit être égale à celle de la marque PARCS SUISSES, et la distance entre deux carrés doit correspondre à la largeur de la zone de protection (soit 3,125 % de la longueur de côté du carré de la marque).

Les règles à appliquer pour placer correctement le logo individuel du parc dans le système de trames sont les suivantes :

- la hauteur du logo du parc est égale à la hauteur du label Parc ;
- le logo du parc est placé à droite du label Parc et il est aligné à gauche dans un carré quelconque ;
- les éléments décoratifs du logo du parc peuvent déborder au-dessus de la trame à condition que l'impression optique de la disposition en trames soit préservée.

Fig. 10 : Système de trames pour la construction du label Parc individuel



4.3 Label Produit des parcs suisses

4.3.1 Forme visuelle du label Produit des parcs suisses

La forme visuelle du label Produit des parcs suisses est identique à celle de la marque PARCS SUISSSES (cf. fig. 11).

4.3.2 Utilisation du label Produit des parcs suisses

La longueur de côté minimale dépend de la surface de l'étiquette sur laquelle le label Produit des parcs suisses est imprimé (cf. tab. 3). La largeur de la zone de protection est la même que sur la marque PARCS SUISSSES.

L'OFEV recommande aux organes responsables des parcs de définir dans un règlement que les utilisateurs du label Produit des parcs suisses doivent toujours utiliser celui-ci en conjonction avec le logo du parc ou son nom.

4.3.3 Co-branding

Les producteurs et les fournisseurs de biens et de services certifiés sont libres de choisir les autres labels qu'ils souhaitent apposer sur ces produits. En cas de co-branding, les labels doivent être disposés de manière à satisfaire les exigences de toutes les marques. Les exigences à respecter obligatoirement pour l'impression du label Produit des parcs suisses sur l'étiquette sont la taille minimale (conditionnée par la surface imprimable) et la zone de protection.

Tab. 3 : Taille minimale du label Produit des parcs suisses en fonction de la surface d'impression

Surface imprimable de l'étiquette	Surface minimale du label Produit des parcs suisses	Zone de protection (= 3,125 % du côté)
< 50 cm ²	9 × 9 mm	0,28 mm
50-200 cm ²	12 × 12 mm	0,375 mm
> 200 cm ²	16 × 16 mm	0,5 mm

Fig. 11 : Forme visuelle du label Produit des parcs suisses dans les cinq versions linguistiques

Deutsch	Français	Italiano	Rumantsch	English

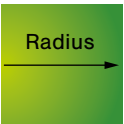
4.4 Définition des couleurs

4.4.1 Couleurs standard

La marque PARCS SUISSES avec son dégradé radial du vert clair au vert foncé doit être utilisée pour tous les procédés d’affichage ou d’impression qui sont capables de produire un tel dégradé à l’exception des éléments signalétiques. Le rayon du dégradé équivaut à la ligne de base du carré (cf. fig. 12).

Les couleurs et les niveaux de gris à utiliser pour la marque PARCS SUISSES et pour le label Parc sont définis ci-après (cf. tab. 4).

Fig. 12 (à droite) : Dégradé radial du vert clair au vert foncé



Tab. 4 : Couleurs pour la marque de base PARCS SUISSES et pour le label Parc

	Label Parc en couleur		Label Parc en noir et blanc (niveaux de gris)	
Espace colorimétrique	CMYK	RGB	CMYK	RGB
Valeur de référence pour le vert clair				
Valeur de référence pour le vert foncé				
Mots « SCHWEIZER », « SUISSES », « SVIZZERI », « SVIZZERS », « SWISS »				
Mots « PÄRKE », « PARCS », « PARCHI », « PARCS », « PARKS »				
Dénomination de la catégorie de parc				

4.4.2 Couleurs des éléments signalétiques

La marque doit toujours être utilisée dans sa variante monochrome vert foncé sur fond vert clair (cf. fig. 13).

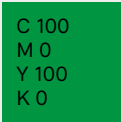
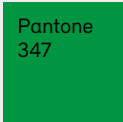
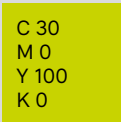
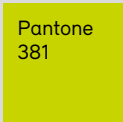
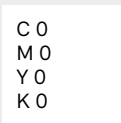
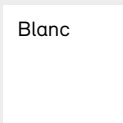
Les valeurs suivantes s'appliquent à l'utilisation de la marque sur les éléments signalétiques (cf. tab. 5).

Cette variante de la marque PARCS SUISSES doit être appliquée à la signalétique.

Fig. 13 : Utilisation de la marque sur les éléments signalétiques

Deutsch	Français	Italiano	Rumantsch	English
				

Tab. 5 : Couleurs applicables à l'utilisation de la marque sur les éléments signalétiques

Espace colorimétrique	NCS (teinte originale)	CMYK (correspondance)	Pantone (correspondance)
Couleur vert foncé	S 3060-G20Y		
Couleur vert clair Mots « SCHWEIZER », « SUISSES », « SVIZZERI », « SVIZZERS », « SWISS »	S 1075-G50Y		
Couleur blanche Mots « PÄRKE », « PARCS », « PARCHI », « PARCS », « PARKS »	Blanc 100 % opaque		

Tab. 6 : Variantes du label Parc sur un fond peu contrasté

Variante	Variante A : zone de protection blanche tout autour du label Parc	Variante B : zone de protection blanche autour de la marque PARCS SUISSES, et dénomination de la catégorie de parc en caractères blancs
Représentation graphique		
Spécifications	Zone de protection : selon système de trames (fig. 10) ; dénomination de la catégorie de parc : noir 100 K ou R0 G0 B0	Zone de protection : selon système de trames (fig. 10) ; dénomination de la catégorie de parc : blanc 0 K ou R 255 G 255 B 255

4.4.3 Variantes autorisées par rapport aux couleurs standard du label Parc

La marque PARCS SUISSSES est entourée par une zone de protection (cf. 4.1.2). Si le contraste entre la marque de base et le fond est peu marqué, la zone de protection doit être de couleur blanche. Dans le cas du label Parc, il peut arriver que la catégorie de parc écrite en caractères noirs se détache difficilement du fond ; les variantes suivantes sont alors autorisées (cf. tab. 6) :

4.4.4 Variantes autorisées par rapport aux couleurs standard du label Produit des parcs suisses

Il est parfois nécessaire de se limiter à une seule couleur, par exemple dans le cas d'une impression monochrome

sur une surface qui a elle-même une couleur (comme un matériau d'emballage). Cette application monochrome est autorisée en principe, dans la mesure où toute la conception de l'étiquette ou de l'emballage reste monochrome.

Dans le cas d'une application monochrome, les mots disposés en croix et le pourtour du carré sont imprimés dans la même couleur. Si le fond est foncé, la couleur d'impression est soit le blanc soit une autre couleur claire contrastant fortement avec le fond. Si le fond est clair, la couleur d'impression est soit le noir soit une autre couleur foncée contrastant fortement avec le fond. Le choix d'une autre couleur que le blanc ou le noir doit respecter les principes d'une bonne conception graphique.

Tab. 7: Exemples d'application monochrome du label Produit des parcs suisses

Label Produit monochrome plein Support clair Couleur de la marque noire/ foncée			
Label Produit monochrome, plein et inversé Support foncé Couleur de la marque blanche/ claire			
Label Produit monochrome linéaire Support clair Couleur de la marque noire/ foncée			
Label Produit monochrome, linéaire et inversé Support foncé Couleur de la marque blanche/ claire			

4.5 Définition de la police de caractères

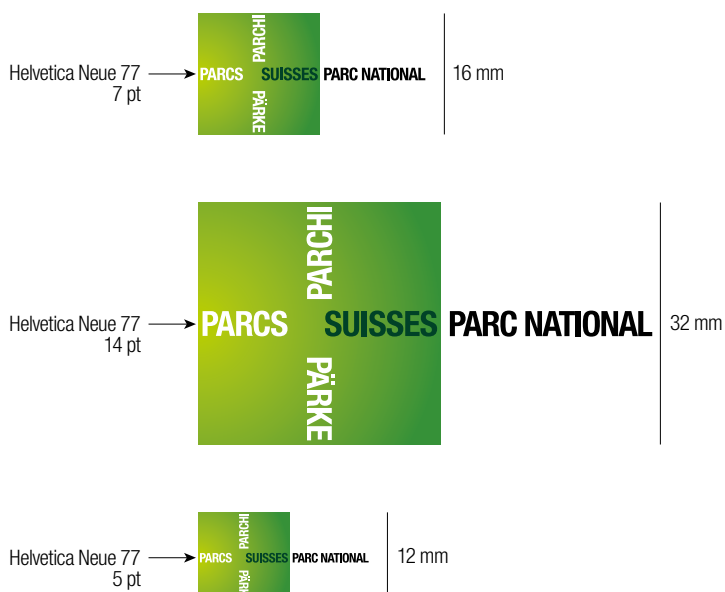
Les mots disposés en croix sont écrits avec la police de caractères Neue Helvetica 77 Bold Condensed. La taille de police est fixée à 7 pt pour la taille standard de la marque PARCS SUISSSES (16 × 16 mm), à 14 pt pour la taille 32 × 32 mm et à 5 pt pour la taille 12 × 12 mm (cf. fig. 14). Dans la croix, certaines lettres ont été adaptées pour des raisons de place. C'est pourquoi il faut toujours utiliser les fichiers de la marque qui sont mis à disposition par l'OFEV.

La catégorie de parc est écrite avec la police de caractères Neue Helvetica 47 Light Condensed.

Fig. 14 : Polices de caractères de la marque PARCS SUISSSES et du label Parc

Helvetica Neue 77

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v z () & ? !
Ä ä É é Ë ë Ü ü Ì Ì Ò Ò
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ; - ' /



4.6 Design de la signalétique

Ce chapitre définit l'utilisation correcte des éléments signalétiques. Le respect des règles de base énoncées ici est important pour deux raisons :

- il donne l'assurance que les exigences matérielles à remplir pour l'obtention d'aides financières selon l'article 2 OParcs sont respectées dans le domaine de la signalétique ;
- le design de la signalétique, avec les caractéristiques de conception décrites ci-dessous, est déposé par l'OFEV auprès de l'IPI. Il est donc protégé. Pour l'utilisation de ce design, l'OFEV conclut une convention avec chacun des parcs concernés.

La signalétique assure la visibilité et la reconnaissance des parcs suisses sur le terrain. La fonction et la mission du système signalétique sont les suivantes :

- marquer/signaler les lieux de destination ;
- baliser les sentiers et les voies de circulation ;
- communiquer des informations.

4.6.1 Relation entre la signalétique des parcs suisses et les autres systèmes de signalisation et d'information

La signalétique des parcs suisses est un système complet de signalisation, de canalisation et d'information dans l'espace public. Les responsables de sa mise en œuvre sont d'une part les organes responsables des parcs, et donc les communes abritant ces parcs, et d'autre part, les cantons, via l'engagement des moyens octroyés au titre des aides financières. La planification de la signalétique doit donc respecter les directives que la Confédération et les cantons édictent en tant que propriétaires des routes et en tant qu'autorités d'autorisation et d'exécution pour d'autres systèmes de signalisation et d'information. De même, les prescriptions cantonales et communales régissant les constructions ainsi que les prétentions de droit civil des propriétaires fonciers privés doivent être prises en compte.

Signalisation touristique sur les autoroutes et les semi-autoroutes

La mise en œuvre de la signalisation touristique est du ressort des cantons. Elle leur permet d'indiquer aux usagers de la route des lieux ou des régions d'importance touristique. Les instructions qui s'appliquent dans ce domaine sont les « Instructions concernant la signalisation touristique sur les autoroutes et les semi-autoroutes »⁹ de l'Office fédéral des routes (OFROU). Le système comprend des panneaux d'annonce et des panneaux d'accueil. En raison de leur importance majeure pour la Suisse, les parcs d'importance nationale doivent être signalés à l'aide d'un panneau individuel, dans la mesure où ils sont accessibles dans un rayon de 30 km à partir de la prochaine sortie. Le seul logo autorisé est la marque PARCS SUISSES. Cette signalisation touristique ne fait pas partie du système signalétique des parcs et, par conséquent, ne permet pas l'obtention d'aides financières dans le cadre des conventions-programmes dans le domaine de l'environnement.

Panneaux indicateurs

Pour pouvoir atteindre leurs lieux de destination au sein des parcs, autrement dit pour que la fonction de balisage des sentiers et voies de circulation soit remplie, les usagers doivent impérativement retrouver à chaque bifurcation l'indication à la fois de leur objectif et de la direction qu'ils doivent suivre pour y parvenir. Souvent, cette continuité de l'information est déjà assurée par les systèmes signalétiques existants, comme la signalisation routière (selon l'ordonnance sur la signalisation routière ; RS 741.21) ou les systèmes de Suisse Rando et de SuisseMobile.

Les panneaux indicateurs du système signalétique des parcs suisses ne doivent donc être utilisés qu'en complément, si un lieu de destination à l'intérieur d'un parc n'est pas couvert par la signalétique en place ou si la continuité de l'information n'est pas assurée. Pour cette raison, l'analyse des besoins doit toujours prévoir la réalisation d'un inventaire dans ce domaine.

9 www.astra.admin.ch > Public professionnel > Exécution du droit de la circulation routière > Documents > Instructions > Instructions concernant la signalisation touristique sur les autoroutes et les semi-autoroutes (PDF, 158 kB, 14.5.2012)

Signalisation des aires protégées suisses

Pour la signalisation des aires protégées de l'infrastructure écologique et pour la gestion des visiteurs qui peut y être liée, il existe au niveau national un système uniforme de signalisation des aires protégées suisses¹⁰. Tous les parcs d'importance nationale comportent de telles aires. La signalisation des périmètres des aires protégées, avec l'indication des règles de comportement et des bases légales, ne doit jamais se faire au moyen du système signalétique des parcs suisses.

Pour l'information et la gestion des visiteurs dans les aires protégées, il est possible d'utiliser au choix les panneaux d'information aux visiteurs relevant de la signalisation des aires protégées ou bien les éléments de signalétique des parcs suisses. Comme les cantons sont compétents et perçoivent des aides financières de l'OFEV pour les deux systèmes, c'est le canton qui décide du système d'information applicable aux visiteurs, en concertation avec les parties concernées.

4.6.2 Critères de conception pour la signalétique des parcs suisses

L'identité visuelle commune des éléments signalétiques est garantie par trois critères de conception, qui doivent tous être respectés :

- a. les proportions** de l'installation sur pied, basées sur le nombre d'or ;
- b. les couleurs** du support et du panneau ;
- c. le graphisme** (grille, mise en page, typographie).

Sur demande, il est possible de déroger à certaines directives de conception si des directives plus contraignantes l'exigent. Tel est le cas, notamment, lorsque des éléments signalétiques sont placés à des endroits où la Confédération ou le canton est le propriétaire des routes ou le propriétaire foncier. Tout écart par rapport aux critères de conception nécessite l'approbation de l'OFEV en tant que propriétaire du design de la signalétique, y compris pour l'octroi d'aides financières.

¹⁰ OFEV (éd.) 2016 : Aires protégées suisses, Manuel de signalisation. Communication de l'OFEV en tant qu'autorité d'exécution. Office fédéral de l'environnement, Berne. L'environnement pratique n° 1614 : 85 p.

a. Proportions

Les proportions horizontales de l'élément signalétique sur pied sont basées sur le nombre d'or, représenté par le symbole mathématique Φ = Phi (cf. fig. 15).

Le nombre d'or est très présent dans la nature (botanique, zoologie, proportions des membres et du visage chez l'être humain). Ce rapport de proportions est considéré depuis la Grèce antique comme un gage d'esthétique et d'harmonie.

La hauteur du panneau et donc les proportions verticales sont dictées par le format de panneau choisi pour des raisons d'économie (afin d'éviter les déchets de découpe). Le rapport entre la largeur et la hauteur du panneau doit être compris entre 0,5 et 0,55 pour les panneaux étroits et entre 0,65 et 0,70 pour les panneaux de largeur normale.

b. Couleurs

Le design de la signalétique applique les couleurs définies dans le tableau 8 (cf. aussi la fig. 16) pour le support, le panneau et l'utilisation de la marque à des fins de signalisation (cf. 4.4.2).

Il est interdit d'utiliser la marque PARCS SUISSES avec son dégradé radial à des fins de signalétique.

Fig. 15 : Couleurs des éléments de signalétique

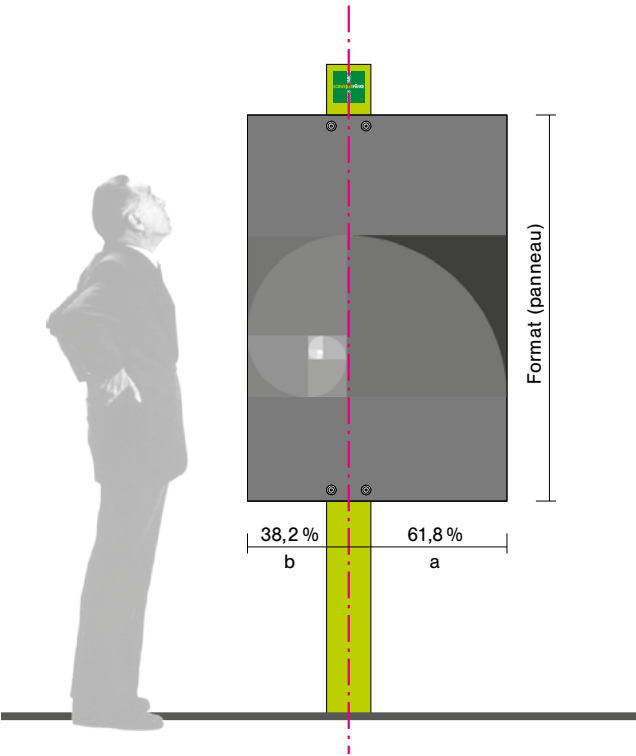
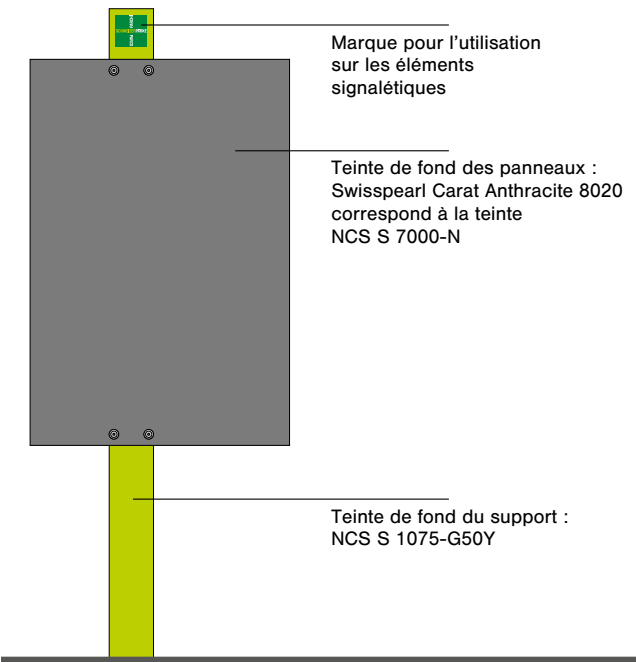


Fig. 16 : Couleurs des éléments de signalétique



Tab. 8 : Couleurs des éléments signalétiques

Support vert	NCS S 1075-G50Y
Teinte de fond du panneau	NCS S7000-N
Utilisation de la marque sur les éléments signalétiques	

c. Graphisme

Le graphisme revêt une importance essentielle, tant pour la fonctionnalité que pour l'esthétique. Son impact est produit par les trois vecteurs suivants (cf. fig. 17) :

- la hiérarchie des marques ;
- la grille de mise en page ;
- la typographie.

Hiérarchie des marques

La marque utilisée à des fins de signalisation doit toujours être apposée sur l'élément de support de couleur verte. S'il s'agit d'un support sur pied, la marque doit se trouver au-dessus du panneau (cf. fig. 17). S'il s'agit d'un support mural, elle doit se trouver sur l'élément vert à gauche du panneau (cf. fig. 18).

Grille de mise en page

La conception graphique du panneau (mise en page) est d'une importance capitale pour conférer une identité visuelle de qualité à l'installation dans son ensemble. Son armature est une grille de mise en page structurée comme suit (cf. fig. 18) :

- structure horizontale : série de lignes de base espacées de 50 pt (= 17,64 mm) ;
- structure verticale : alternance de colonnes de 40 mm et de gouttières de 20 mm ; une colonne délimite l'alignement à gauche et à droite ;
- des modèles numériques de mise en page sont disponibles pour les formats de panneau courants.

Fig. 17 : Les trois vecteurs du graphisme

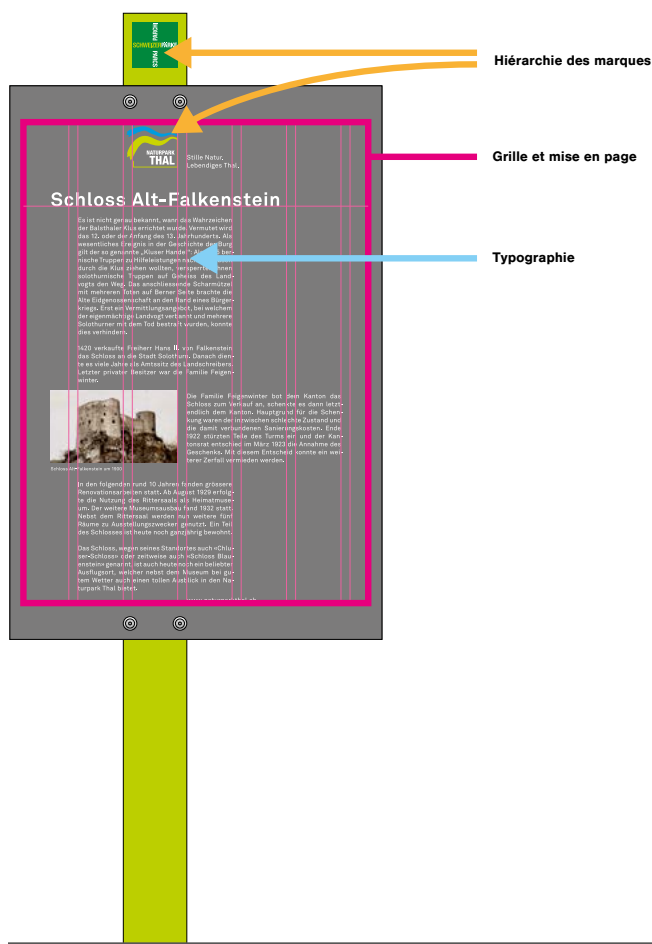
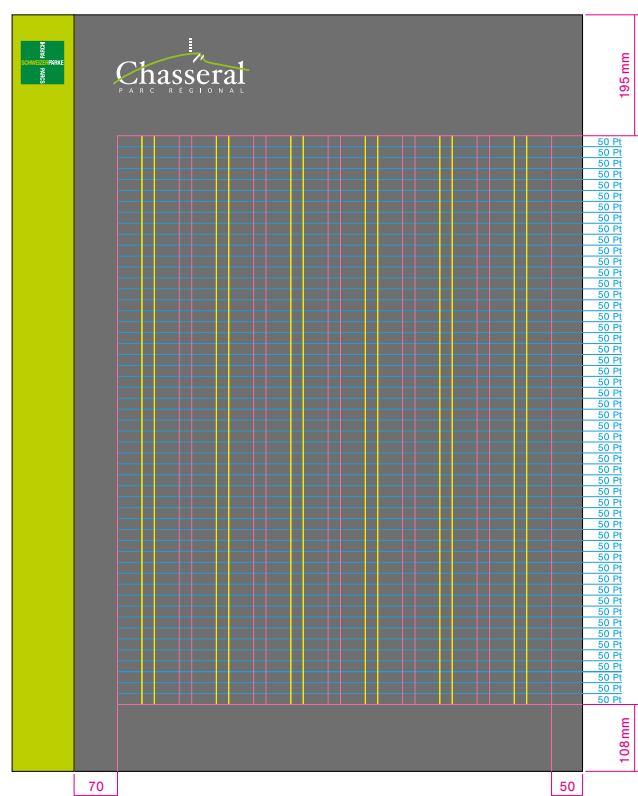


Fig. 18 : Grille de mise en page pour un exemple de panneau mural



Typographie

La famille de polices utilisée est la famille Akkurat. Pour garantir la bonne lisibilité des caractères, la typographie se limite aux styles Normal et Gras et aux tailles 120 pt pour les titres, 40 pt pour le texte principal et 28 pt pour le texte secondaire et les légendes (applicable pour le modèle « panneau d'information »). Le style Italique est utilisé exclusivement pour le texte rédigé dans une seconde langue.

Tous les textes sont écrits en blanc.

4.6.3 Matériaux de fabrication

Pour sa fabrication, la signalétique des parcs suisses utilise de l'acier pour les éléments porteurs et de l'Eternit pour les panneaux (plaques de balustrade de balcon Swisspearl Carat Anthracite 8020, 12 mm). Ces matériaux ont été choisis sur la base de tests exhaustifs en vue d'optimiser la durée d'utilisation du système. Tous les plans de construction élaborés pour la signalétique ont été conçus spécialement pour ces deux matériaux principaux ; seule leur mise en application conforme garantit la résistance des éléments signalétiques. Les modifications apportées à la construction et les erreurs de montage augmentent considérablement le risque d'endommagement des panneaux.

Il est possible, à ses propres risques, d'opter pour d'autres matériaux. Dans ce cas, les matériaux choisis doivent avoir les propriétés suivantes :

- capacité à s'intégrer aussi bien dans un environnement naturel que dans un environnement urbain ;
- matériaux respectueux de l'environnement, avec une résistance équivalente au vent, aux intempéries et au vieillissement ;
- capacité à préserver durablement les couleurs de la signalétique (pas d'écaillage, pas de décoloration).

L'octroi d'aides financières peut être refusé si les éléments signalétiques n'offrent pas de telles propriétés.

4.6.4 Tableau des prescriptions et des recommandations pour la signalétique

Le tableau 9 regroupe les consignes obligatoires (prescriptions), les recommandations et les alternatives possibles pour la mise en œuvre de la signalétique.

4.6.5 Exemples de bonnes pratiques pour la signalétique

En complément du manuel de la marque, le Réseau des parcs suisses fournit sur son intranet l'aide pratique « Utilisation de la marque PARCS SUISSES » à disposition des parcs. Cette aide pratique montre des bons exemples de mise en œuvre de la signalétique et contient les modèles pour la planification et la production.

Tab. 9 : Prescriptions et recommandations pour la signalétique

Caractéristique	Élément	Prescription	Recommandation	Alternatives possibles
Proportions	Panneau sur pied Formats pour panneaux sur pied et panneaux muraux	Format portrait, proportions horizontales basées sur le nombre d'or Portrait	– Conformément à la typologie et aux plans de conception et de construction	– Format portrait avec un rapport L : H de 0,5-0,55 pour les panneaux étroits et de 0,65-0,70 pour les panneaux de largeur normale
Couleurs	Support Panneau Utilisation de la marque sur les éléments signalétiques	NCS S 1075-G50Y NCS S7000-N 	– – –	– – –
Graphisme	Présentation du panneau	Hiérarchie des marques, grille de mise en page, typographie	–	–
Matériaux de fabrication	Support	Qualité d'intégration, respect de l'environnement, résistance des matériaux et des couleurs	Selon le type de panneau : profilé creux en acier, poutrelle à ailes larges ou tube en fer galvanisé	Bois
Matériaux de fabrication	Panneau	Qualité d'intégration, respect de l'environnement, résistance des matériaux et des couleurs	Plaques de balustrade de balcon en fibrociment Eternit, coloris Swisspearl Carat Anthracite 7020	Bois, métal