

Branding - Identité

# Gaillon Renaissance



## 1 Le contexte

Dominant le val de Seine, au cœur du territoire Seine-Eure, le **château de Gaillon** est le tout premier témoin français de la Renaissance. Propriété de l'État pour le bâti, et des communes de Gaillon et Val d'Hazey pour les jardins, classé Monument Historique depuis 1862, c'est l'un des joyaux du patrimoine normand, de « l'axe Seine », aux portes de la Normandie.

Acquis par l'État en 1975 suite à une procédure d'expropriation, le château a fait l'objet d'importants travaux de sauvegarde menés par l'État pendant plus de 40 ans. Grâce à l'engagement de la ville de Gaillon, le château a pu être partiellement ouvert à la visite du public depuis 2011.

Cependant, les vastes bâtiments du château restent entièrement à restaurer, et demeurent sans affectation. Ses jardins sont entièrement à reconquérir.

L'Agglomération Seine-Eure, dont la maîtrise d'ouvrage lui a été déléguée par l'Etat, s'est alors investie dans un projet à long terme de revitalisation de ce château. Est alors né le Projet « **Gaillon Renaissance** ».

Sa revitalisation et sa mise en valeur doivent permettre d'en faire une « locomotive » de développement et de rayonnement.

L'édifice va devenir un lieu de rencontres fait pour et par ses habitants, un lieu où l'art et l'évènementiel s'installent au cœur même de son patrimoine. Le château va pouvoir, après sa rénovation, accueillir les artisans d'art, le conservatoire de musique, des expositions et visites sur le thème de la culture, mais aussi des congrès et réceptions privées, et un hébergement touristique. Les jardins seront également exploités pour de l'agriculture responsable et de l'éco-pâturage.

Au vue de ce projet d'ampleur et de l'ouverture au public en juin dernier, il était nécessaire de créer une nouvelle image à ce château et à son écosystème. Une identité visuelle a donc été conçue par les équipes graphiques de l'Agglomération Seine-Eure, à partir d'une stratégie et d'un positionnement marketing différenciant.

Des supports de communication ont ensuite été déclinés : site internet, plaquettes, kakémonos, etc.

## 2 Le concept / l'idée



### Une identité forte pour répondre au positionnement marketing différenciant

« **Gaillon Renaissance** : un écosystème au service de son territoire et de son patrimoine » ; tel est le positionnement retenu pour faire émerger et parler du Projet. Ce positionnement évoque un château singulier qui reprend vie, des événements et rencontres, des produits et savoir-faire locaux, un lieu d'émulation, de curiosité et de créativité, créateur de valeur pour son territoire et ses habitants. L'identité doit répondre à toutes ces ambitions.



GAILLON  
Renaissances



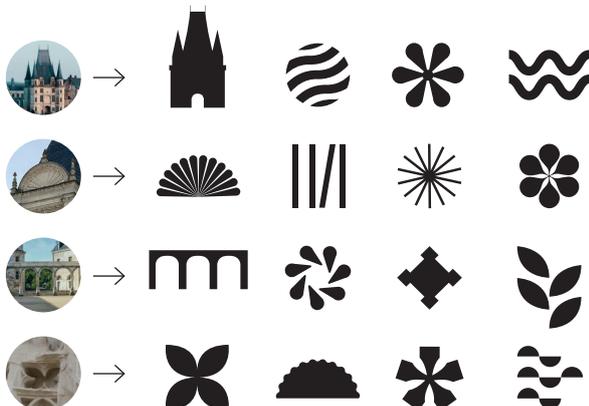
### Une identité plurielle et singulière

L'identité « **Gaillon Renaissance** » doit donc offrir une image de marque globale pour ce projet d'envergure mais également proposer une identité pour chacune des entités qui composent cet écosystème du château de Gaillon (les jardins, le conservatoire, le lieu de réception, etc).

## 3 Principe graphique

### Le blason comme marqueur identitaire

L'identité visuelle du projet « **Gaillon Renaissance** » repose sur une représentation plus actuelle du blason. La fonction identitaire de cet élément historique nous a mené à concevoir une identité basée sur une association de signes graphiques singuliers permettant au château de se distinguer.



### Création d'un langage visuel

Pour concevoir ce blason, notre équipe créative a constitué un langage visuel issu d'une analyse formelle des éléments significatifs du château, de la ville de Gaillon et plus largement de son territoire. On retrouve différents types de signes dans ce répertoire allant de l'architecture aux végétaux, mais aussi des éléments plus abstraits qui illustrent la notion d'écosystème et de rayonnement.

Ce langage visuel fonctionne comme une boîte à outils graphique qui permet de construire un ensemble de signes et de multiplier les combinaisons. Nous avons dans un premier temps développé l'identité du projet « **Gaillon Renaissance** », puis décliné le principe pour concevoir l'image de marque de chacun des lieux qui compose cet écosystème : le château, les jardins, le conservatoire etc. Le répertoire n'étant pas figé, et voué à être enrichi, il sera tout à fait possible de composer de nouvelles associations qui permettront d'identifier les futurs lieux qui vont (re)naître autour de ce projet.



## Les choix typographiques

Les éléments visuels sont couplés à un duo de typographies. Cette association est en adéquation avec la renaissance du site puisque nous avons d'un côté un caractère géométrique et volontairement contemporain qui dispose de coupes bien marquées et de l'autre une typographie renaissance qui apporte de l'élégance à l'ensemble.

On retrouve subtilement la notion d'écosystème au sein même de la typographie, avec la lettre O qui en son centre laisse apparaître le signe distinctif de la maison du jardinier.

ON Aventa

Ab PP Eiko

## Gamme colorée

Toujours dans cet objectif de modernisation en s'affranchissant des codes graphiques liés au patrimoine historique, la palette de couleur se veut dynamique, permettant de rendre plus accessible l'offre que propose le château afin de rassembler le plus grand nombre.



## Les différents supports

Le principe de modularité permet d'adapter et de décliner l'identité sur différents supports print (affiches, plaquette, flyer) et digitaux (compte Facebook, site internet, etc) mais aussi dans l'espace : vitrophanie, panneaux directionnels, bannières, kakémonos...



## Le site internet

Le site internet du château de Gaillon a également été pensé et développé par notre équipe et est en cours de construction. Le design reprend les éléments graphiques qui permettent de ponctuer les différentes pages et d'organiser les différentes rubriques.

<https://chateaugaillon.fr>

