

Charte graphique - Guide d'utilisation





LOGOTYPE

DÉFINITION DU LOGO:

Le logo est un symbole formé de signes graphiques représentant une marque. Il est la première représentation visuelle d'une marque aux yeux de son public.

Il signe ses messages commerciaux et publicitaires.

LOGOTYPE:

Du grec "logos" = discours, et de l'anglais "type" = typographie. Dans sa définition première, "logotype" signifie "typographie qui exprime un discours". Le logo est donc porteur de sens. Il est symbolique du « discours » caractéristique de la marque qu'il représente : valeurs, activité, qualités spécifiques... C'est ce qui fait du logo une image originale, unique. Il participe donc également à différencier une marque de ses concurrents. Un logo vise à retenir l'attention du public et à le séduire. Il se doit donc d'être original, rassurant et valorisant. Il est la première représentation d'une marque aux yeux de son public. Il est la signature des messages commerciaux et publicitaires.

OBJECTIFS DU LOGO:

- Permettre à une marque d'être visuellement et immédiatement identifiée.
- Signer les messages commerciaux et publicitaires.
- Faciliter la visibilité d'une marque sur son marché.
- Offrir à la marque une image valorisante.
- Symboliser les spécificités de la marque : valeurs, histoire, activité etc...
- Distinguer une marque de ses concurrents.

FORME DU LOGO

Sigle & typographie:

Certains logos sont "typographiques": ils se composent simplement du nom de la marque exprimé dans un lettrage plus ou moins personnalisé et original. C'est la forme la plus simple du logo, mais pas forcément la moins pertinente, efficace ou originale: la typographie est un mode d'expression très riche. Un logo peut aussi s'enrichir d'un sigle, d'un symbole plus ou moins figuratif et qui peut renforcer son impact et sa personnalité. En règle générale on devra tout de même intégrer au logo une partie typographique: le nom de la marque doit apparaître.

QUEL STYLE GRAPHIQUE?

Les sigles, ou symboles peuvent être de diverses natures : abstrait, suggestif, figuratif...

Ils peuvent aussi revêtir une infinité de styles graphiques. La typographie est un mode d'expression très riche et peut, elle aussi revêtir une infinité de styles. C'est tout l'art du graphiste professionnel de trouver un style à la fois pertinent, esthétique et original.

Il n'existe pas de règle académique pour choisir un logo "typo", un symbole particulier, ou tel style graphique plutôt que tel autre..

Le choix se fait au cas par cas.

Il est important de bien renseigner votre cahier des charges car il participe fortement à la pertinence des créations qui vous seront proposées.



Etude et recherches de votre signature

Charte graphique - Guide d'utilisation



Signature, Baseline, Tagline, Claim ou Slogan?

Une signature oui, mais pourquoi?

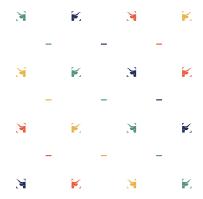
Le slogan - ou claim - est une accroche commerciale : il représente la phrase associée par les consommateurs à la marque. On parle de slogan publicitaire. Il peut être éphémère et redéfini au gré des campagnes, du choix de cœur de cible, etc.

La baseline est plus informative, descriptive.

Cette «ligne de base» apporte des informations complémentaires à un territoire de marque, un logo, un nom. On parle aussi de signature de marque. Elle incarne la personnalité de la marque ou de l'entreprise, son positionnement, sa promesse. Elle tient une place de choix dans la stratégie de communication et participe à construire la notoriété et l'image de marque.

Une signature peut évoquer l'activité, la vision ou encore la mission de l'entité.

Alors que la baseline (ou tagline aux US) est toujours associée à un logo, le slogan peut être utilisé de manière indépendante : pour une campagne publicitaire radio, télé, emailing ou autre.



Quelques recherches de l'existant sur d'autres territoires

Tour d'horizon de l'existant

Voici quelques exemples de signatures utilisées par d'autres Communautés de Communes ou des municipalités pour initier la réflexion.

- «Ensemble pour réussir»
- «Qualité de vie et savoir-faire»
- «Donnons du souffle à nos projets»
- «Naturellement inspiré»
- «Le vert, le vrai, la vie»
- «La Sèvre Passionnément»
- «La dynamique rurale»
- «Esprit d'ouverture, terre d'innovation»
- «Attractive par nature»
- «De nature et d'histoire»
- «Rare par excellence»
- «Le plaisir d'être au vert»
- «Plaine de charme et d'avenir»
- «Terre audacieuse»
- «Entre ville et forêts»
- «Regards communs»

Remarques:

- Certaines signatures à la tonalité engagée évoquent plus une campagne politique qu'un territoire.
- Les 27 communes doivent se sentir concernées par la signature, s'identifier à cette dernière. Pour autant, elle ne doit pas être trop générale.
- Idéalement, la signature de doit pas réduire l'engagement de la Communauté de Communes a un seul domaine.
- L'usage du mot «rural», bien que pertinent, manque d'élégance et a tendance à resserrer le discours sur l'agriculture.

Brainstorming pour votre communauté de communes



Afin de trouver une signature pertinente, il faut réfléchir en amont aux points stratégiques à mettre en avant, aux notions fondamentales, constitutives de l'identité de la Communauté de Communes du Pays de Salers.

- Fédérer : L'une des vocations de la Communauté de Communes est de rassembler 27 communes, de les faire avancer ensemble tout en mettant en valeur les spécificités de chacune.
- Dynamiser: La Communauté de Communes a également pour mission de favoriser le développement économique du territoire, d'accompagner des projets innovants, de soutenir des initiatives locales et de promouvoir le tourisme.
- Valoriser : Mettre en avant un territoire et son patrimoine, communiquer et créer de l'attractivité.
- Un patrimoine bâti : belles pierres, héritage, histoire, culture, passé...
- **Des hommes :** savoir-faire, traditions, métiers de la terre, un terroir, authenticité, racines, attachement...
- Des paysages exceptionnels : pleine nature, cadre de vie, grands espaces, air pur, qualité de vie, reliefs volcaniques, terres agricoles, horizons, altitude, massifs, ruralité, un territoire...

Proposition de signatures #1



PAYS DE SALERS

Engagée pour son territoire et ses habitants

Authentique & Nature

Grands Espaces & Savoir-Faire

Un pays de traditions et d'avenir

Construisons demain

(variantes: Imaginons demain, Composons demain)

Réveillons le volcan

(référence aux paysages mais aussi à la volonté d'aller de l'avant, d'être créatif et dynamique)

Exemple:



A définitive : Des signatures plutôt classiques dans leur composition mais qui permettent de faire passer un message très clair.

Proposition de signatures #2



PAYS DE SALERS
VolonTerre & VisionAir

Exemple:



Une composition de deux jeux de mots mettant en avant l'engagement de la Communauté de Communes, sa volonté d'innovation et le patrimoine naturel (grand air, grands espaces, terres agricoles)

Proposition de signatures #3

#3

PAYS DE SALERS

Pierres, Terres & | Caractères

Le marqueur fort de cette signature sera Pierres & terres et un accompagnement de Variables à utiliser en fonction des communications Savoir-faire Grand air Millénaire Atmosphère Partenaire Supporters

Exemple:



Trois mots, trois rimes avec Salers, célébrant les villages et leur patrimoine bâti, les paysages et les hommes. Le mot «Caractère» renvoie aux reliefs, aux spécificités du territoire et aux hommes qui habitent cette terre. On peut imaginer une version animée du logo ou le dernier mot de la signature changerait avant de se figer sur «Caractère». Chaque mot apportant une nuance : savoir-faire parle des métiers (artisanat, agriculture, etc.), Grand air évoque évidemment les grands espaces, Millénaire nous rappelle que le Pays de Salers se situe au cœur du plus grand volcan d'Europe vieux de 13 Millions d'années, etc.

Proposition de signatures #3

PAYS DE SALERS

Fédérer, Dynamiser & Valoriser

Le marqueur fort de cette signature des verbes d'action : et un accompagnement de Variables à utiliser en fonction des communications

Développer Avancer Préserver Communiquer Créer

Exemple:



Même concept ici mais avec des verbes pour mettre l'accent sur l'action, sur les missions de la Communauté de Communes parfois obscures pour le grand public et les habitants de l'ensemble des communes de la CC DU PAYS DE SALERS

- NOS PRECONISATIONS-















Version A



Orange Coquelicot



Vert Sauge



Jaune Ambré





Marron Noisette





Version B



Orange Coquelicot



Vert Sauge



Jaune Ambré



Bleu Profond



Marron Noisette





Cartouche mono A





Cartouche mono B























- Polices -

accompagnement

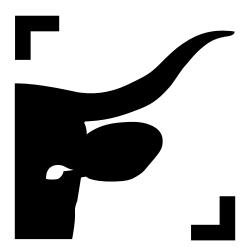
PAYS DE SALERS

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES

Uni Sans	Uni Sans	Uni Sans
Heavy	Bold	Semi Bold
abcdefghijklm	abcdefghijklm	abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz	nopqrstuvwxyz	nopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLM	ABCDEFGHIJKLM	ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ	NOPQRSTUVWXYZ	NOPQRSTUVWXYZ
Uni Sans	Uni Sans	Uni Sans
Regular	Light	Thin
abcdefghijklm	abcdefghijklm	abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz	nopqrstuvwxyz	nopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLM	ABCDEFGHIJKLM	ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ	NOPQRSTUVWXYZ	NOPQRSTUVWXYZ
Uni Sans	Uni Sans	Uni Sans
Bold Italic	Regular Italic	Light Italic
abcdefghijklm	abcdefghijklm	abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz	nopqrstuvwxyz	nopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLM	ABCDEFGHIJKLM	ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ	NOPQRSTUVWXYZ	NOPQRSTUVWXYZ

- Symbole -

Recherches Vache: corne, oeil et oreille







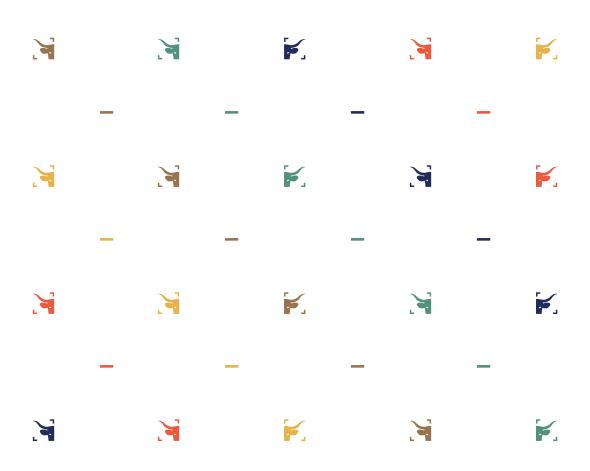






- Eléments graphiques -

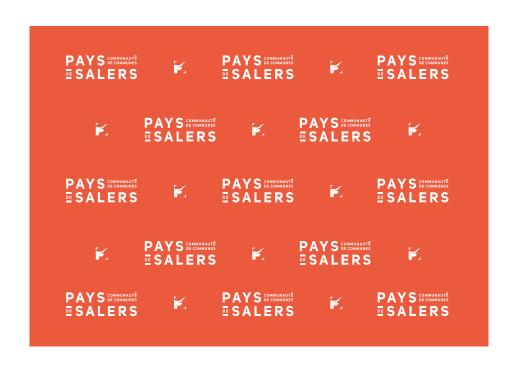
Univers Graphique Complémentaire



Exemple de motif

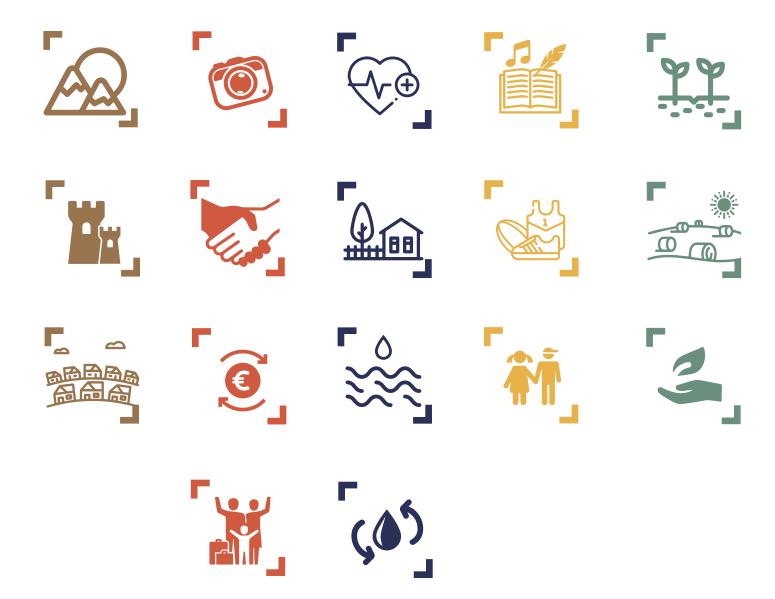


Exemples de motifs



- Iconographie -

Couleurs



- Palette -

Couleurs











Bleu Profond L'eau, les lacs, les rivières

CMJN: 100.90.31.27 RVB: 0.19.128 PANTONE: 280 C #47b46d RAL 5002



CMJN: 70.24.54.7 RVB: 71.180.109 PANTONE: 2249 C #47b46d RAL 6033

Orange Coquelicot L'économie, Urbanisme

CMJN: 0.76.76.0 RVB: 255.61.61 PANTONE: 2027 C #ff3d3d RAL 2004

Jaune Ambré Le Patrimoine

CMJN: 9.32.78.1 RVB: 230.172.56 PANTONE: 142 C #e6ac38 RAL 1021

Marron Moisette La terre, l'élevage

CMJN: 0.33.55.50 RVB: 128.85.57 PANTONE: 140 C #805539 RAL 1011







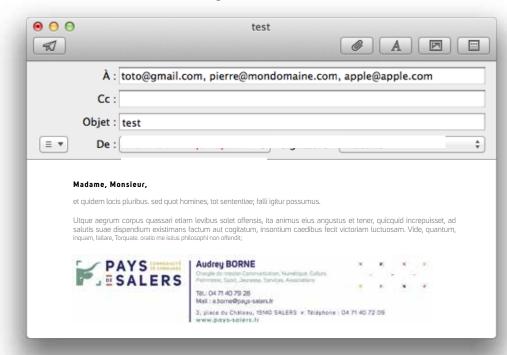




Tête de lettre



Signature mail





Carte de visite (55X85mm)



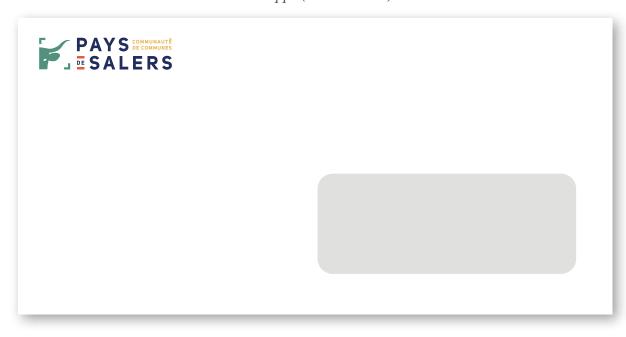


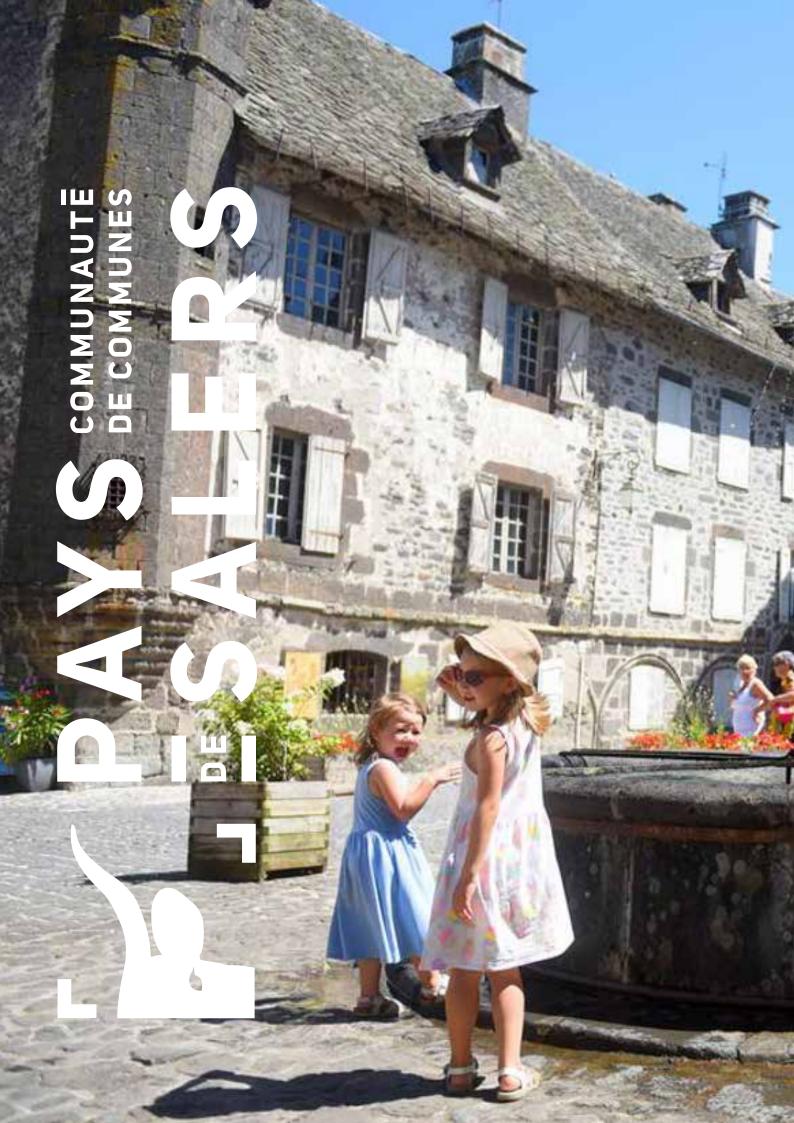


Carte de correspondance



Enveloppe (220X110mm)









- Chemise à rabats -



Chemise à rabats impression quadri recto 2 volets - double rainage



- Brochure -



Exemple de couverture de magazine

- Panneau -





Exemple de communication sur main-courante de stade

- Roll-up -



- Banderole -





- Voile -











- Goodies -

Clé USB





Stylo



Porte clé





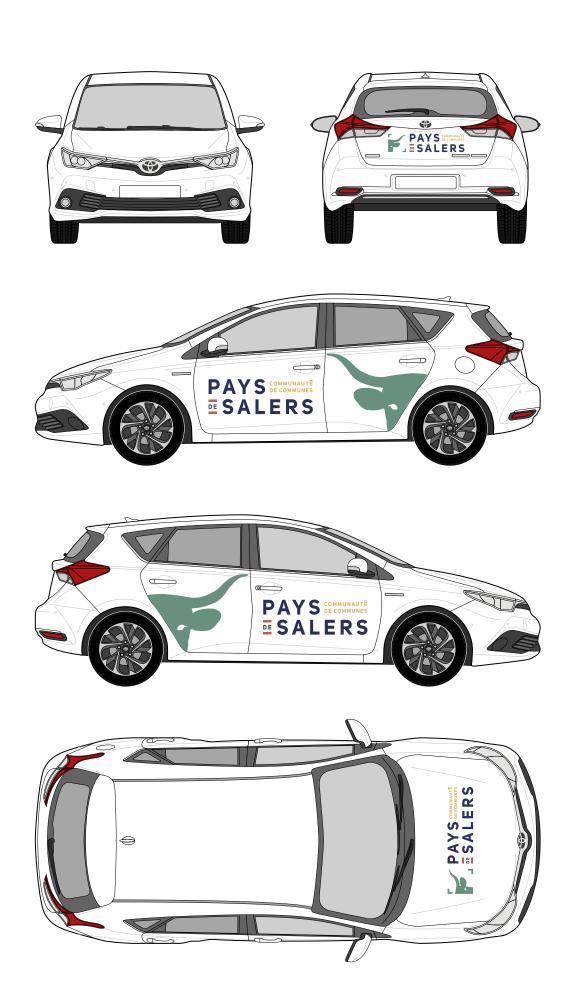
T-Shirt

- Véhicules -

DECOR 1

Impression vinyle polymère + découpe

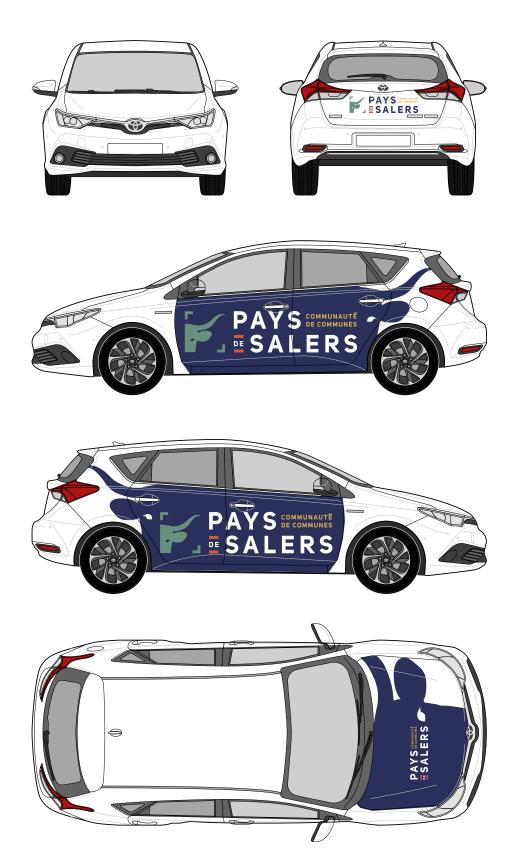




- Véhicules -

DECOR 2

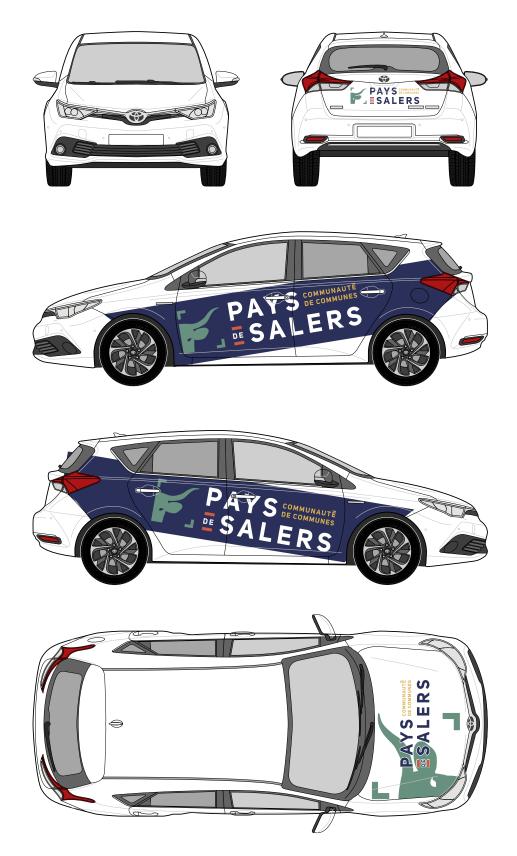
Impression vinyle polymère + découpe

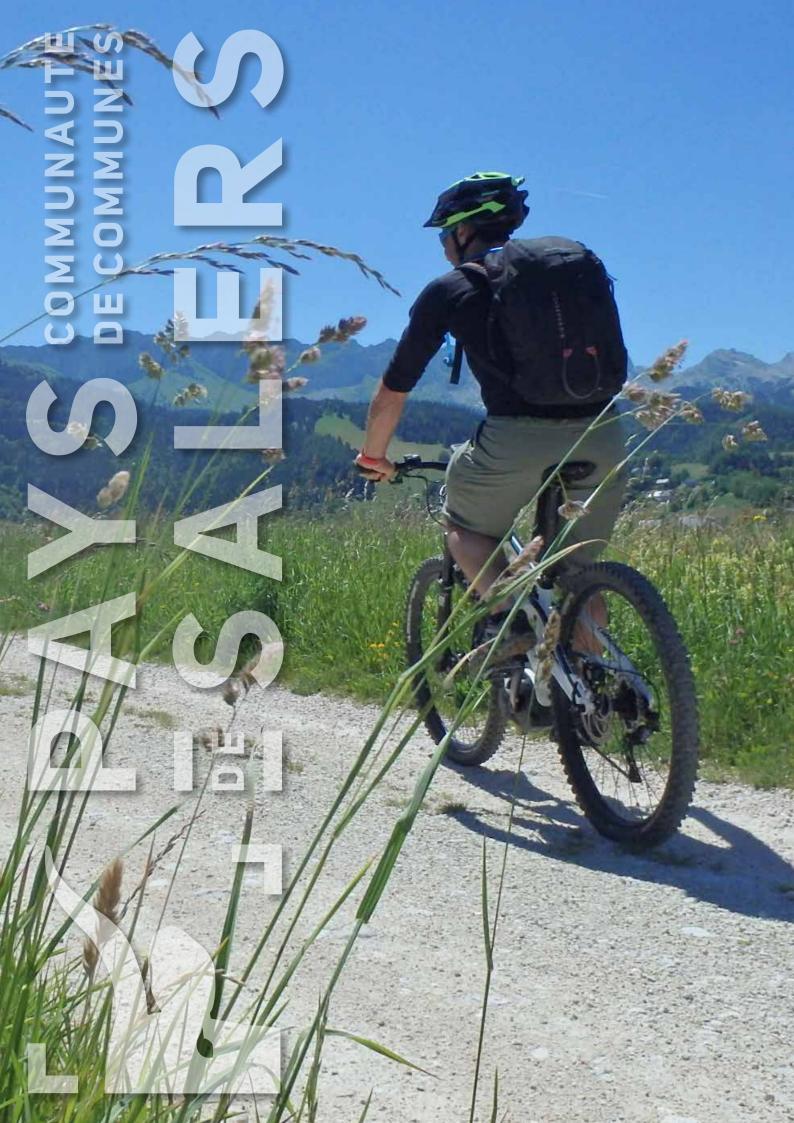


- Véhicules -

DECOR 3

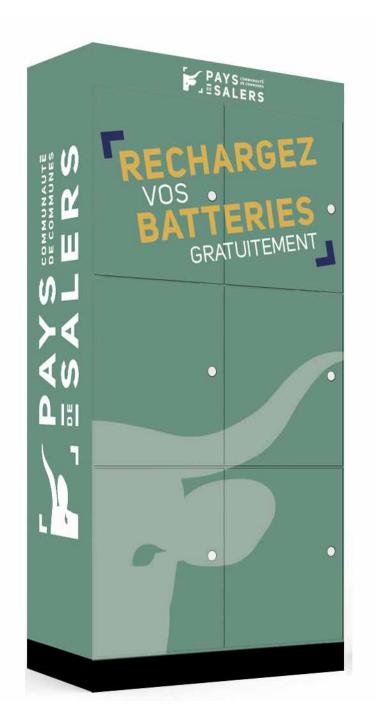
Impression vinyle polymère + découpe





- Borne de recharge -

Impression vinyle polymère









- Logo -

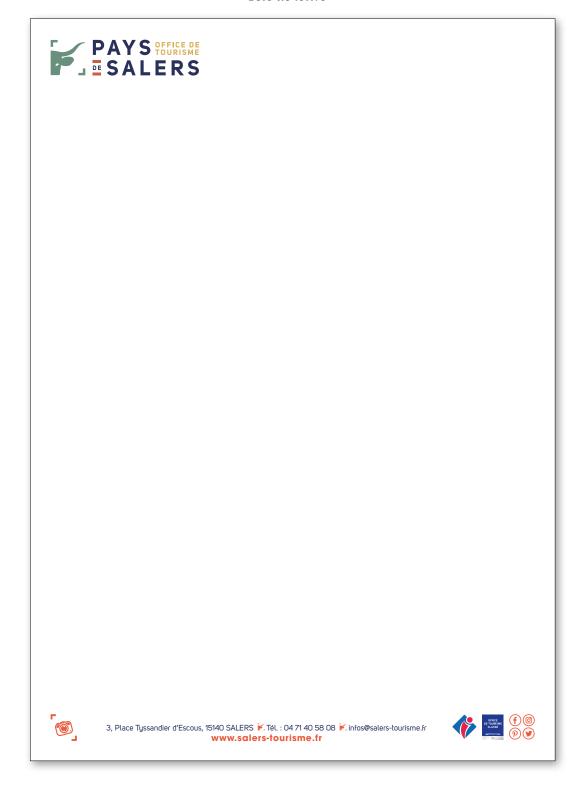
Office de Tourisme



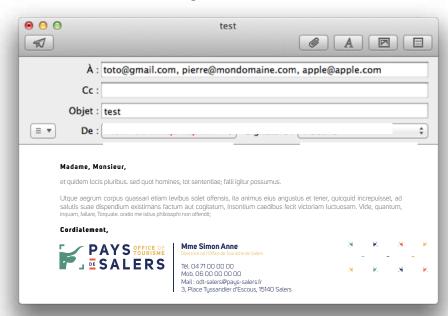
Logo de l'Office de Tourisme en jaune ambré

Pour le Patrimoine, l'accueil, la découverte, la culture....

Tête de lettre



Signature mail





Carte de visite (55X85mm)



3, Place Tyssandier d'Escous, 15140 SALERS

F. Tél.: 04 71 40 58 08 - F. infos@salers-tourisme.fr

www.salers-tourisme.fr

f ⊚

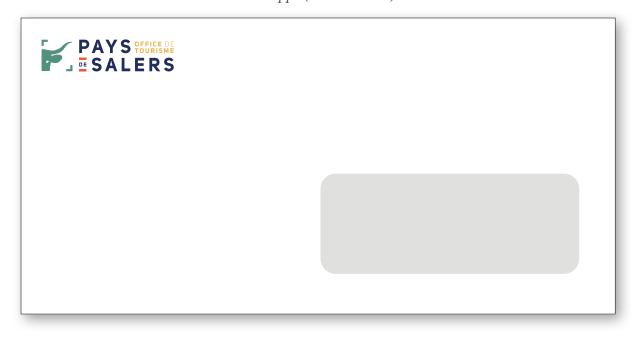
processes



Carte de correspondance



Enveloppe (220X110mm)





- Logo -

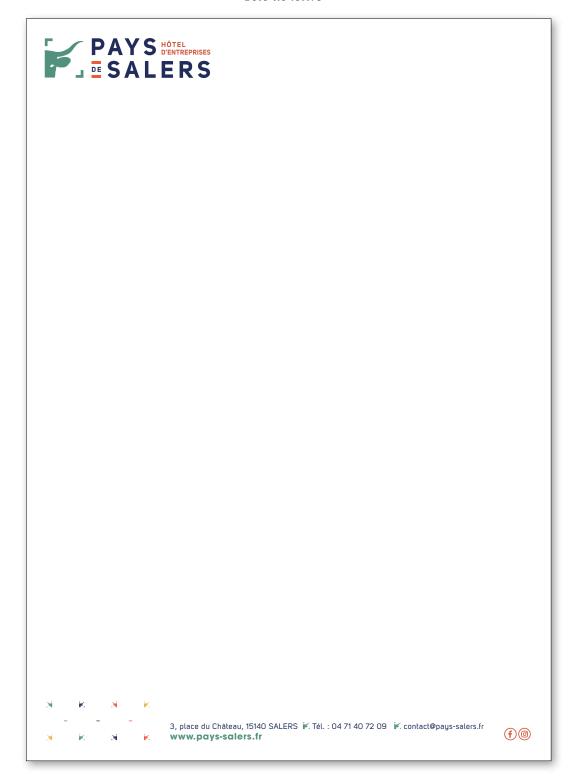
Hôtel d'entreprises



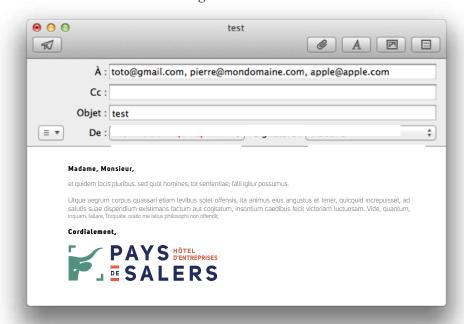
Logo de l'Hôtel d'entreprises en orange coquelicot

Pour la création d'entreprise, l'économie....

Tête de lettre



Signature mail





Carte de visite (55X85mm)







Carte de correspondance



Enveloppe (220X110mm)

