

VALEYRIEUX

Success story in Ardèche

— **charte graphique** —

notice d'utilisation
de la marque d'attractivité
VALEYRIEUX

LA MARQUE VALEYRIEUX

Le territoire de la communauté de communes Val'Eyrieux compte 29 communes en 2021.

Pour accompagner son développement et son rayonnement; il se dote d'une marque d'attractivité, d'une identité visuelle reconnaissable et identifiable.

UNE MARQUE

- | évocatrice de l'attractivité à la fois économique et résidentielle
- | évocatrice de toutes les attractivités du territoire
- | auprès de tous les publics [*in-situ* et *ex-situ*]*.

UN BLOC MARQUE à la fois

- | label et signature
- | représentation et symbole de dynamisme, d'innovation, d'avenir, du vivant, du bien-être, du bien vivre.

LES ENJEUX DE CETTE MARQUE

- | Rendre attractif le territoire (informer, séduire, convaincre)
- | Séduire et attirer un public extérieur à choisir, à s'installer et entreprendre en VALEYRIEUX
- | Conforter, valoriser et fidéliser les résidents (existants, acquis et nouveaux)



* *in-situ*: résidents du territoire,
ex-situ: résidents hors du territoire.

la marque VALEYRIEUX, c'est...

un nom

→ **VALEYRIEUX**

Évocateur d'un territoire, d'un patrimoine et d'attractivités économiques et résidentielles, naturelles, humaines et sociales, culturelles, industrielles et artistiques, et bien plus encore...

une signature

→ ***Success story in Ardèche***

et aussi

- | Un positionnement.
- | Des valeurs et des objectifs stratégiques.
- | Une identité visuelle forte et impactante avec des choix typographiques, coloriels et illustratifs.
- | Un storytelling, une grande et belle histoire, une histoire de succès et à succès l'histoire des résidents et futurs résidents, des touristes et acteurs en tout genre du territoire.

- | **UNE CHARTE GRAPHIQUE**
Pour garder la force et la cohérence de tous ces éléments, pour que vous soyez les meilleurs ambassadeurs et garants de cette marque, cette charte graphique a été conçue.
Elle vous guide dans l'utilisation de la marque VALEYRIEUX pour signifier votre attachement au territoire, pour contribuer à renforcer sa visibilité et son attractivité et pour participer à sa nouvelle dynamique de promotion ?

le composant NOM

→ le nom « VALEYRIEUX » (nom du territoire originel qui perd son apostrophe pour devenir nom de marque)

The logo for VALEYRIEUX is a bold, white, sans-serif typeface. The letters are thick and blocky, with a slightly irregular, hand-drawn quality. The 'V' and 'Y' are particularly prominent, with the 'Y' having a long, thin tail that extends downwards. The 'R' is also very bold and has a thick, vertical stem. The 'EUX' at the end is also bold and blocky. The overall effect is one of strength and modernity.

un nom de marque à la fois **TYPOGRAPHIE ET GRAPHISME**

une typographie spécialement créée / évocation de la créativité, de la diversité, de l'innovation, des richesses du territoire...

une construction graphique évoquant :

- | les paysages naturels, les reliefs, monts, vallées, hautes montagnes...
- | l'architecture, les bâtis...
- | les industries (rouages mécaniques, chaînes de montage, mise en bouteille, les chaînons bijoux...)
- | les circulations, les flux, les échanges, les cheminements...
- | une composition ouverte, circulante, dynamique, forte et équilibrée, structurée mais libre
- | une expression de joie, de vie, de fête

ainsi le nom du territoire devient une expression à lui seul.

le composant SIGNATURE

→ le texte « **Success story in Ardèche** » (*réussite en Ardèche*)

Success story in Ardèche

- | à la fois **affirmation et revendication, invitation et promesse** (success story)
- | et aussi **géolocalisation d'appartenance** et de rattachement au département Ardèche
- | une version typographie manuscrite à plusieurs appropriations et sens de lecture :
 - le territoire **est** une **success story**
 - le territoire **offre** une **success story**
 - le territoire **vit** une **success story**
 - le territoire **est** la **zone à succès du département**
 - la garantie d'authentification et de labellisation
MADE IN ARDÈCHE-MADE IN VALEYRIEUX
- | une signature ancrée dans la modernité et les codes de nos sociétés contemporaines... renforcée par la typographie manuscrite (humain, certification, authentification, clin d'œil à la tradition)
- | un anglicisme universel très narratif

la MARQUE

→ **Nom + signature**

L'identité visuelle de cette marque est principalement utilisée dans sa version complète (avec les deux composants).

VALEYRIEUX
Success story in Ardèche

VARIANTE

→ pour les utilisations en **FORMAT RÉDUIT**

Afin d'assurer une bonne lisibilité, la marque peut être utilisée sans la signature (voir exemples ci-dessous).

VALEYRIEUX



les RÈGLES

→ Pour une meilleure appropriation, la marque est très libre et facile d'utilisation : peu de contraintes et de règles.

POSITION

La position de la marque est totalement libre, pour s'intégrer au mieux dans votre composition graphique.

COULEUR

La marque est **toujours monochrome**.

Elle peut reprendre les teintes de votre propre charte graphique et s'harmoniser à la colorimétrie de votre composition graphique, **tout en restant très lisible**.

Cependant la préconisation principale est une utilisation en réserve blanche.

VALEYRIEUX
Success story in Ardèche

CARTOUCHE

Si la lisibilité est difficile, la marque doit être incluse dans un cartouche aux formes organiques évoquant la rondeur, la douceur, les vallées, les représentations naturelles et paysagères... (cf. ci-dessous et exemples pages suivantes).



ZONE DE PROTECTION

Afin de ne pas perturber la lecture de la marque, une zone spécifiquement définie la protège (voir page suivante).

→ **Aucun élément ne doit pénétrer dans la zone de protection.**

La zone de protection est définie par l'unité de mesure référente qui est le carré formant le point du « i » de VALEYRIEUX.

Cette unité sert notamment à déterminer le rayon de tous les arrondis des zones de protection ($R = 4 \times$ ce carré).



VALEYRIEUX



→ **Exemple de respect de la zone de protection dans un cartouche** (défini en page 7).

Nota bene: les filets bleus indiquent la zone à protéger, ils ne doivent apparaître en aucun cas.



les INTERDITS

→ Toute déformation ou modification est interdite. Aussi bien du composant NOM que du composant SIGNATURE. Le message est immuable.

Aucune déformation. La marque doit rester HOMOTHÉTIQUE.



Aucune modification des valeurs couleurs n'est autorisée. MONOCHROME UNIQUEMENT



Aucune modification des EMBLEMES et du RAPPORT entre les composants n'est possible.



Aucune modification de TYPOGRAPHIE de la marque n'est autorisée (nom et signature). Aucune modification du MESSAGE de signature non plus.



La ZONE DE PROTECTION doit être respectée.



sur fonds couleurs

RAPPEL : prioriser l'identité visuelle en réserve blanche.

À défaut (couleur de fonds très claire), utiliser une couleur qui contraste pour garder une bonne lisibilité. → ex. ligne du bas



sur fonds images

RAPPEL : prioriser l'identité visuelle en réserve blanche.

À défaut (image perturbée), inclure la marque dans un cartouche aux formes organiques, cf. règles de construction pages 7 et 8. → ex. ligne centrale



intégration et cosignature

RAPPEL : respecter les règles d'utilisation et privilégier la lisibilité.

Vous pouvez intégrer la marque à votre communication et à vos supports de communication :

- > en affirmant votre appartenance au territoire — NIVEAU 1
- > au même titre qu'un autre partenaire (ex. cosignature) — NIVEAU 2

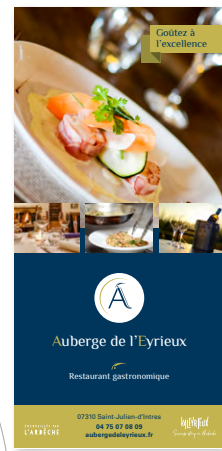
exemple signature d'appartenance au territoire — NIVEAU 1



Utilisation d'un cartouche aux formes organiques afin d'optimiser la lisibilité de la marque tout en reprenant les codes graphiques de la composition.



Utilisation sans cartouche sur fond clair. La marque prend une couleur issue de la charte graphique du document.



Utilisation sans cartouche sur fond couleur.

exemple de cosignature en tant que partenaire — NIVEAU 2

Utilisation d'un cartouche aux formes organiques pour s'harmoniser à la création graphique tout en optimisant la lisibilité de la marque.

