



HOUARSAIS

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES

**GUIDE DE
MARQUE**
MAI 2016

1 . LA MARQUE

- 1.1 Une marque, pour quoi faire ?
- 1.2 Une marque, comment ça marque ?
- 1.3 Les valeurs et promesses portées par la marque
- 1.4 Le symbole associé à la marque : T
- 1.5 La dynamique ?

2 . L'EXPRESSION DE LA MARQUE

- 2.1 Le logotype
- 2.2 La typographie
- 2.3 Les éléments de langage
- 2.4 L'univers visuel
 - Les codes couleurs
 - Les formes
 - L'iconographie
 - L'utilisation de l'illustration

3 . LES UTILISATIONS DE LA MARQUE

- 3.1 La hiérarchisation des communications
- 3.2 Prises de parole institutionnelle
- 3.3 Prises de parole thématique
- 3.4 Prises de parole publicitaire
- 3.5 Prises de parole autour d'un projet – équipement - événement

4 . LES APPLICATIONS DE LA MARQUE

- 4.1 La papeterie
- 4.2 La signalétique
- 4.3 L'édition
- 4.4 Le web
- 4.5 La communication partenaires

1. LA MARQUE

1.1 UNE MARQUE, POUR QUOI FAIRE ?

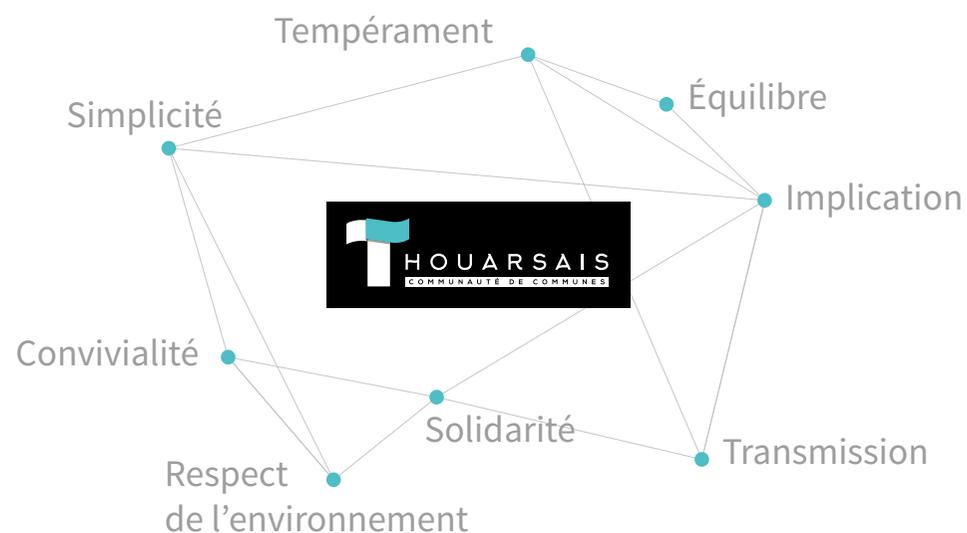
- Pour se démarquer
- Pour affirmer son tempérament
- Pour porter une nouvelle dynamique collective
- Pour développer l'attractivité du Thouarsais
- Pour améliorer l'image et la cohérence
- Pour mieux te représenter...

Ces dernières années de nouvelles communes ont rejoint le territoire et de nombreux projets innovants ont vu le jour.
Il est temps d'avoir une identité partagée, une marque forte qui rassemble !

1.2 UNE MARQUE, COMMENT ÇA MARCHE ?

Une marque de territoire exprime les valeurs, l'histoire et la vision du Thouarsais à travers des signes, des symboles, un style et un ton particulier. Un travail d'analyse et de synthèse a permis de déterminer la nouvelle marque du Thouarsais, celle qui signera désormais les actions du territoire.

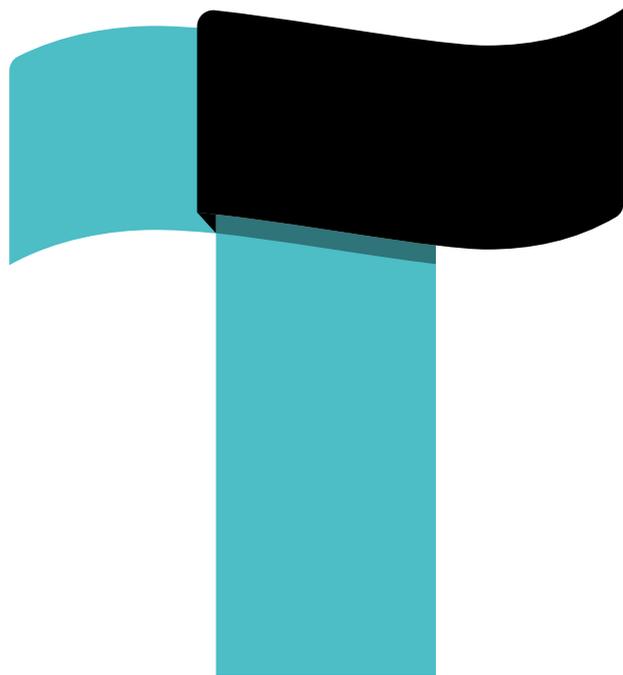
1.3 LES VALEURS PORTÉES PAR LA MARQUE : DES VALEURS FORTES ET VRAIES !



LA PROMESSE

Le Thouarsais est un territoire discret qui se révèle à qui s'y intéresse :

- où l'on **vit simplement**,
 - où l'**esprit collectif** est ancré,
 - où l'**histoire** et la **nature** sont sources d'inspiration,
- Bref, où l'on trouve une **forme d'équilibre** !



1.4 LE SYMBOLE ASSOCIÉ À LA MARQUE : LE T...

Stable et solide, il symbolise la force du Thouarsais, son ancrage dans la terre, dans l'histoire. Sobre et ondulé, il traduit la simplicité et la douceur de vivre, son attachement au Thouet. Contrasté en couleur, il exprime l'équilibre du territoire, entre tempérament et solidarité.

Le T donne le ton de notre communication, qui se permet le tutoiement, signe de proximité et de complicité entre les acteurs du territoire.

1.5 UNE NOUVELLE DYNAMIQUE

Habitants, associations, entreprises, agents ou élus des communes...
Cette marque vous appartient !

Devenez les ambassadeurs de la marque, diffusez, affichez, racontez cette nouvelle marque pour traduire une nouvelle dynamique.

L'ambition est forte, nous voulons que bientôt, nos communes, nos entreprises et nos associations, fières de leur territoire, puissent utiliser le T comme signe de reconnaissance et d'appartenance au Thouarsais.

2.1 LE LOGO



2.1 LE LOGO : références couleur



Références quadrichromie

		
C 65	C 40	C 0
M 0	M 40	M 0
Y 25	Y 40	Y 0
B 0	B 100	B 50

Références Pantone

		
3125 C	Black C	Black C 50 %

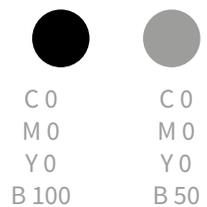
Références RVB

		
R 0	R 0	R 157
V 172	V 0	V 157
B 200	B 0	B 156

2.1 LE LOGO : références couleur. Utilisation en noir et blanc



Références quadrichromie



Références RVB



2.1 LE LOGO : zone de protection



Zone de protection du cartouche :
Le logo peut être disposé librement en respectant la zone de protection qui est équivalente à l'épaisseur de la base du T, à droite et à gauche et sur la partie supérieure. L'espace minimum est représenté ci-contre.



2.1 LOGO : cas particuliers et interdits

Les logos ne respectant pas la zone de protection du cartouche



Les changements de couleur du cartouche



Les imports d'images dans le T



2.2 LA TYPOGRAPHIE



Thouarsais est en Arkhip. En appuie, la baseline est en Source Sans Pro. La famille de police Source Sans Pro sera la police d'accompagnement du logo pour les déclinaisons signalétique et éditoriale. Son design simple lui permet d'être très lisible et la rend indémodable

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890**

SOURCE SANS PRO REGULAR

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

SOURCE SANS PRO LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

SOURCE SANS PRO BOLD

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

2.3 LES ÉLÉMENTS DE LANGAGE :

Un langage à part, empreint de convivialité

Une marque qui tutoie, pour un territoire qui tutoie l'avenir !

- « Ton tempérament »
- « Ta nature »
- « Ton énergie »

Une marque qui implique, pour des acteurs qui s'engagent ensemble

- « Tes talents »
- « Tes trésors »

2.3 LES ÉLÉMENTS DE LANGAGE :

Mots et expressions clés

Autour de la solidarité :

- agir ensemble, partager une identité, coopérer, s'impliquer
- initiative, appartenance, mobilisation, convivialité

Autour du tempérament :

- s'affirmer, innover, se différencier, surprendre
- franc-parler, confiance en soi, ambition, fierté, solidité, talents, énergie positive

Autour de l'équilibre :

- se lancer dans l'avenir en respectant le passé, respecter l'homme et l'environnement,
- ancrage, beauté, intergénérationnel, multiplicité, richesse des patrimoines, trésors cachés

Autour de la simplicité :

- être bien dans son histoire, bien dans son territoire, révéler des secrets
- bon vivre, bien vivre, la vallée du Thouet, tranquillité, nature...

2.4 L'UNIVERS VISUEL

Un univers visuel dynamique qui fait référence à la solidarité, la convivialité, la simplicité, le respect de l'environnement, le tempérament, l'implication, l'équilibre, la transmission.



2.4 L'UNIVERS VISUEL : les codes couleurs

Une ambiance de couleurs contrastées, où le noir est une base qui s'associe à la couleur dominante de chaque photo.



Le T peut se «nourrir» de la couleur dominante de l'image.

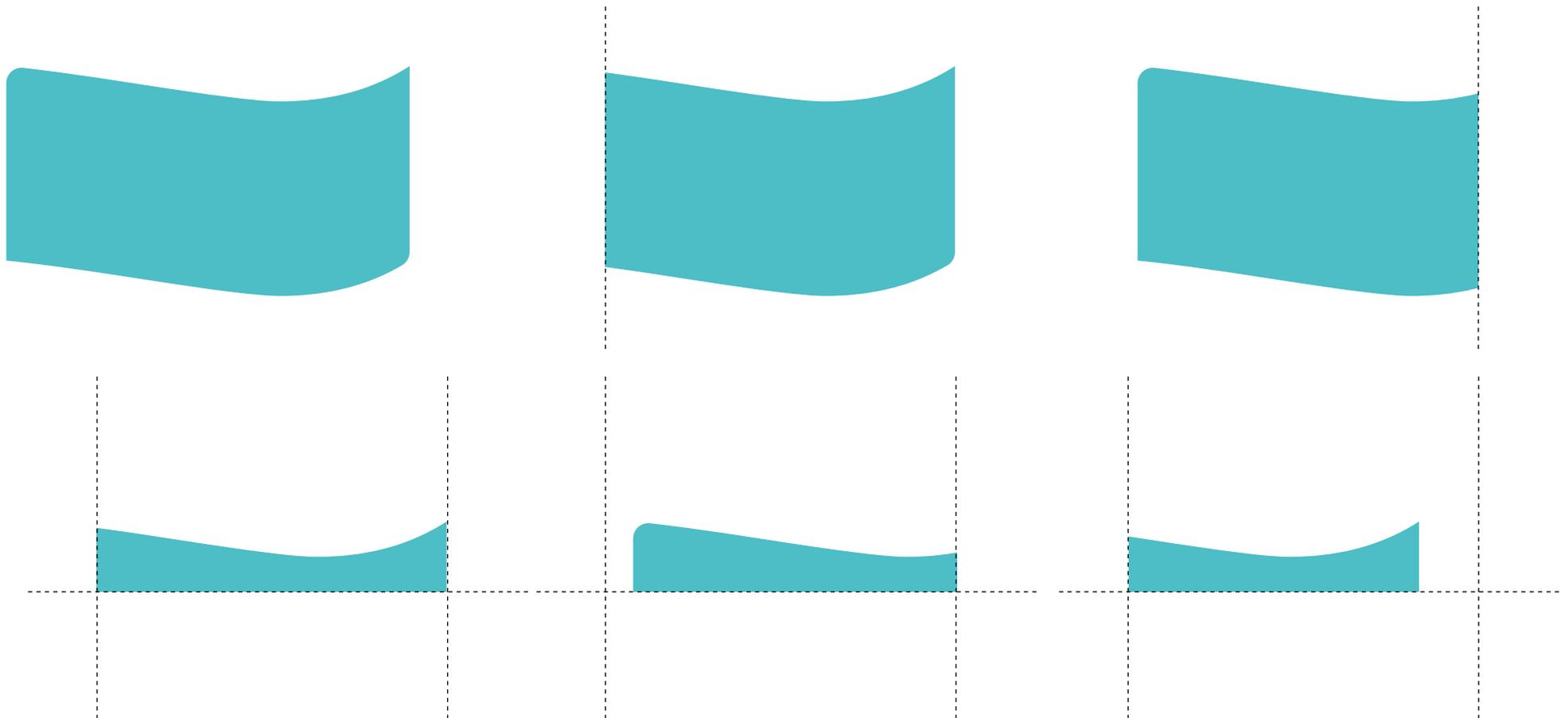


Le T peut se «nourrir» de la couleur dominante de l'image.

2.4 L'UNIVERS VISUEL : les formes

Drapeau ou vague, chacun l'interprète selon son imagination.

Cette forme souple peut être utilisée, dans sa forme entière comme cartouche porteur d'information, ou dans sa forme partielle comme habillage graphique. Elle peut servir de motif et donner lieu à des effets, gérés si possible à la coupe.



2.4 L'UNIVERS VISUEL : l'iconographie

Un mélange équilibré de photos d'hommes, de femmes, d'enfants, de trésors de la nature, du patrimoine et de l'innovation.

La présence de la lumière



L'harmonie des couleurs



La spontanéité pour refléter le quotidien



La simplicité pour une lecture spontanée des images



À éviter : absence de lumière



À éviter : couleur dominante triste



À éviter : image trop posée

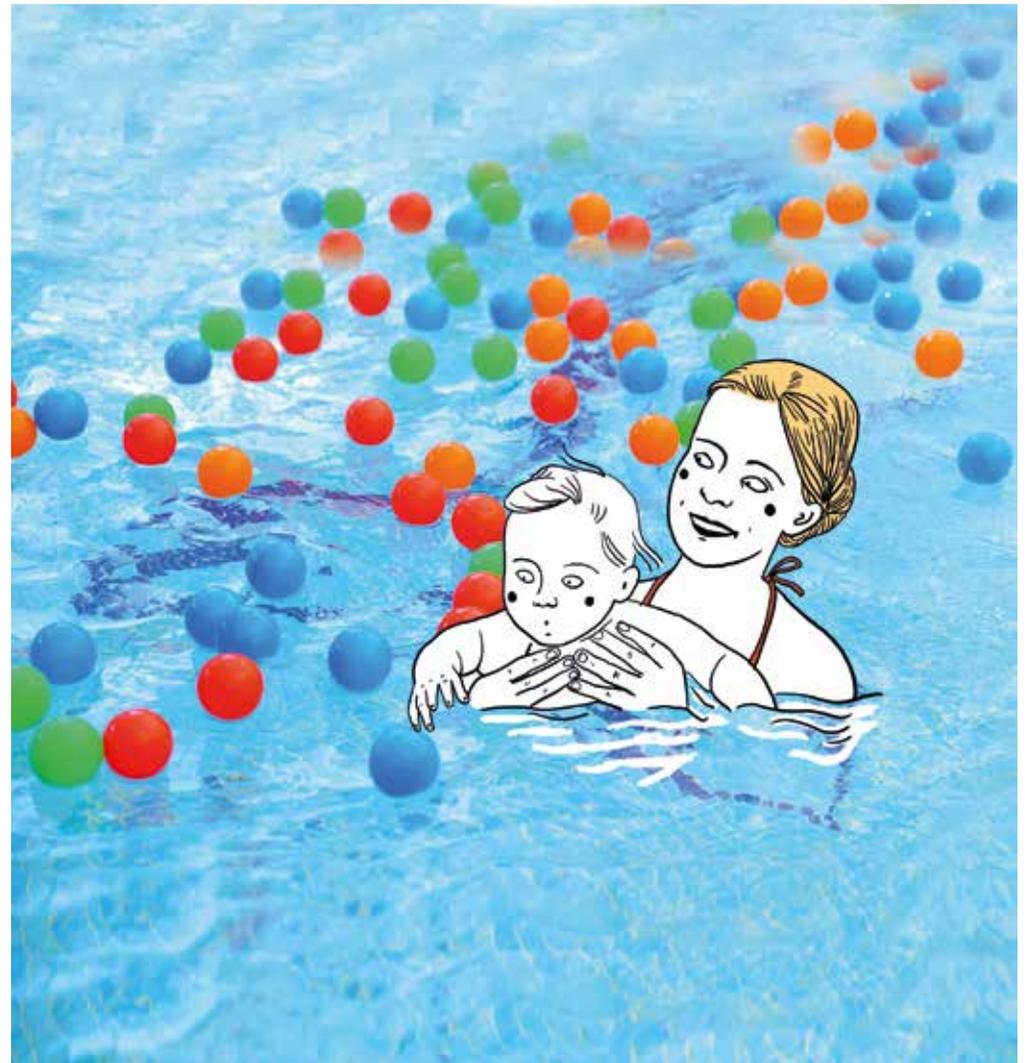


À éviter : image à la composition chargée



2.5 L'UNIVERS VISUEL : l'utilisation de l'illustration

L'illustration au service de la pédagogie ou de la traduction d'un sujet sur-mesure. L'infographie au service de la clarification d'un sujet complexe.



3. LES UTILISATIONS DE LA MARQUE

A la manière d'une charte, il est nécessaire d'établir les règles d'utilisation de la marque. Ces règles assurent la cohérence de la communication autour de la marque.

3.1 LA HIERARCHISATION DES COMMUNICATIONS PAR COMPÉTENCES

3 niveaux de communication ont été déterminés :

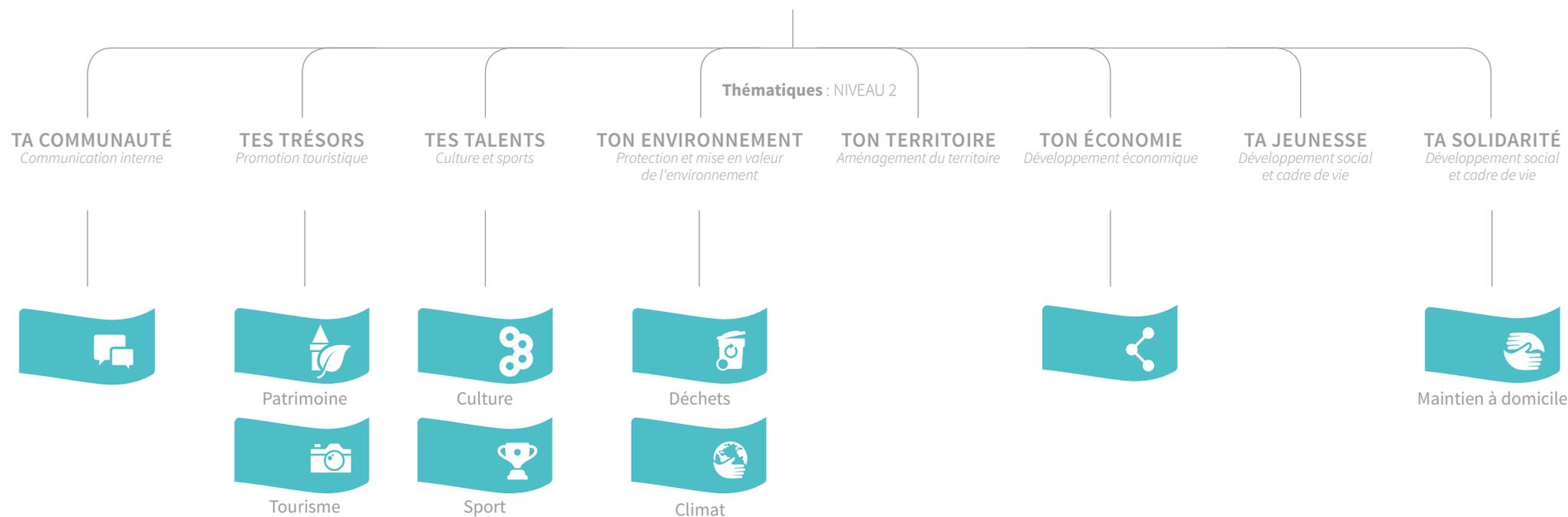
NIVEAU 1 : institutionnelle, la marque "Thouarsais"

NIVEAU 2 : thématiques liées aux compétences

NIVEAU 3 : sous-thématiques représentées par : un picto permettant d'identifier le sujet au sein de la thématique, (ou un logo lorsque la communication émane d'un équipement, événement ou projet, ex : les bassins du Thouet). Des pictogrammes ont été créés pour les sujets ayant un besoin récurrent de communication. D'autres pictos pourront être créés si nécessaire.



Signature institutionnelle niveau 1



3.2 LA HIERARCHISATION DES COMMUNICATIONS : le cas d'une prise de parole relationnelle



Pour une communication relationnelle (support de communication récurrents type journal, lettre d'information, enewsletter...):

- la marque Thouarsais Communauté de communes doit figurer en pied de page en signature de message selon la règle de positionnement définie ci-dessous.
- le titre ou l'élément d'accroche doit utiliser le T issu du logo,
- la couleur du T est déclinée selon la dominante du visuel de couverture.

Exemples de titres de support relationnel périodique :
Territoire, Trait d'union...



3.3 LA HIERARCHISATION DES COMMUNICATIONS : le cas d'une prise de parole thématique

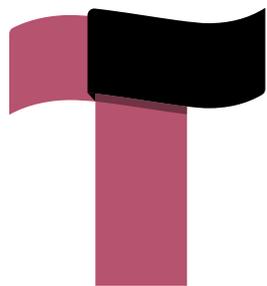


Pour une communication sur des sujets « techniques », il est nécessaire de respecter certains niveaux de lecture.

Ces niveaux de lecture permettent de structurer les discours de la communauté de communes et de signifier au lecteur, au-delà du bénéfice traduit par le couple visuel/acroche, la thématique et la sous thématique comme éléments de repère dans la communication.



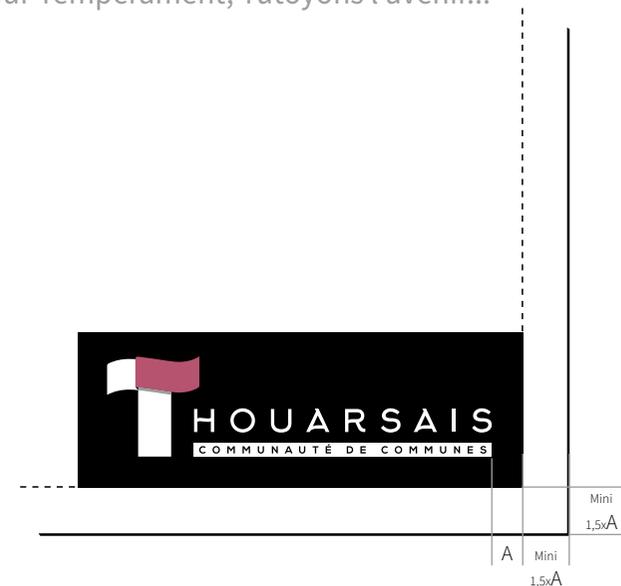
3.4 LA HIERARCHISATION DES COMMUNICATIONS : le cas d'une prise de parole publicitaire



Pour une communication publicitaire (support d'une campagne de communication, type affiche grand format, annonce presse, bannière...):

- la marque Thouarsais Communauté de communes doit figurer en pied en signature de message selon la règle de positionnement définie ci-dessous.
- l'accroche doit utiliser le T dans sa forme issue du logo,
- la couleur du T est déclinée selon la dominante du visuel de couverture.

Exemples d'accroches : Ton énergie,
T pour Tempérament, Tutoyons l'avenir...



3.5 LA HIERARCHISATION DES COMMUNICATIONS :

le cas d'une prise de parole autour d'un projet, équipement ou événement



Lors de communication autour d'un équipement/événement/projet, c'est son identité qui prime, la marque du Thouarsais Communauté de communes signe la communication. Il n'est pas utile d'y intégrer les niveaux intermédiaires de communication en situant la communication dans une compétence et un sujet particulier.



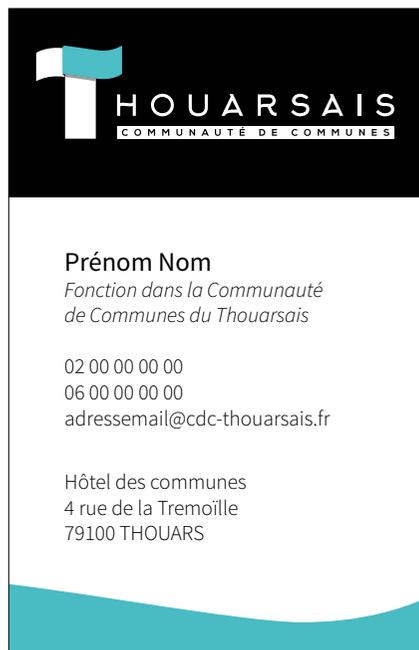
Mini
1,5xA

A Mini
1,5xA

4 . LES APPLICATIONS DE LA MARQUE

Les applications proposées ci-après le sont à titre d'exemples et devront s'adapter en fonction d'éventuelles contraintes techniques.

4.1 L'APPLICATION DE LA MARQUE : La papeterie



4.2 L'APPLICATION DE LA MARQUE : La signalétique



4.2 L'APPLICATION DE LA MARQUE : La signalétique



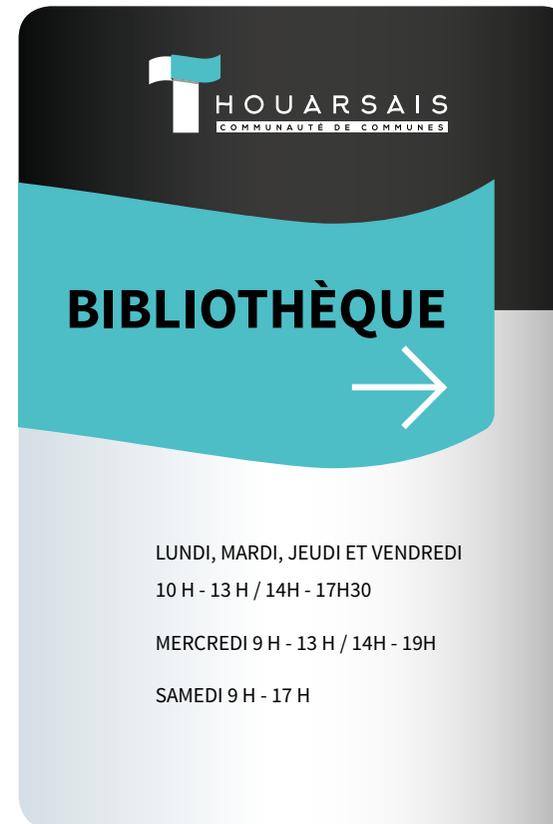
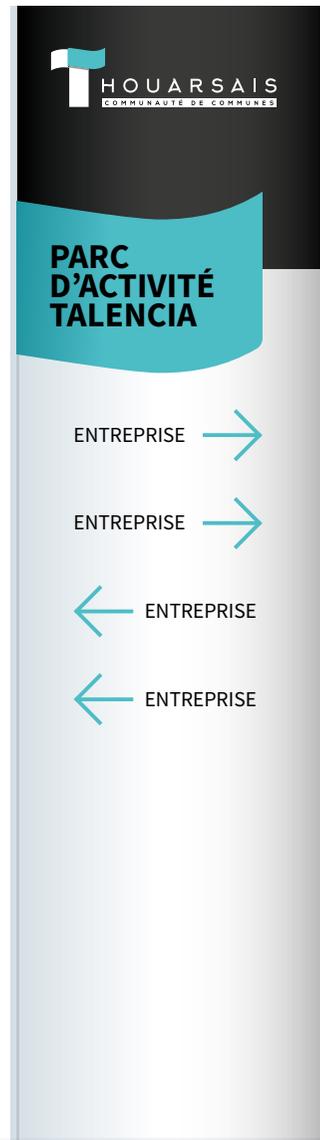
4.2 L'APPLICATION DE LA MARQUE : La signalétique

L'intention est de donner une existence réelle au symbole, à travers un objet ou un volume, pour engendrer une manipulation, une appréhension physique et ainsi faciliter son appropriation.

Exemple de volume :
T à découper, T en trophée...



4.2 L'APPLICATION DE LA MARQUE : La signalétique



4.2 L'APPLICATION DE LA MARQUE : La signalétique



4.3 L'APPLICATION DE LA MARQUE : L'édition



4.4 L'APPLICATION DE LA MARQUE : Le web

The screenshot displays the website for the Houarsais community. At the top left is the logo 'HOUARSAIS COMMUNAUTÉ DE COMMUNES'. A search bar with the text 'recherche' and a right-pointing arrow is located in the top right. The main header features a large image of two smiling women, with the text 'ON ÉNERGIE' overlaid. Below this is a navigation bar with five categories: 'vivre', 'découvrir', 'entreprendre', 'sortir', and 'réfléchir'. The main content area is divided into several sections:

- Event Announcement:** A section titled 'Du 12 au 14 juin VOTRE QUARTIER À LA FÊTE !' with a sub-headline '3 jours d'animations et de sdam, tem vendae. Itaturs Quia porrore non conserroUdam, tem et volecto tem explis eum nihil maxim non nectis quunt.' and a 'LIRE LA SUITE' button. Below the text are three small numbered boxes (1, 2, 3) and a link '> Toutes les actus'.
- Map:** A blue map of the region with the text '> Sélectionnez une commune'.
- Services:** A grid of service links including 'Nous recrutons' (with a magnifying glass icon), 'Démarches en lignes' (with a document icon), 'Agenda' (with a calendar icon), 'Espace presse', 'Les annuaires', 'Actualités', 'Marchés publics', 'Contact', and 'Espace réservé'.

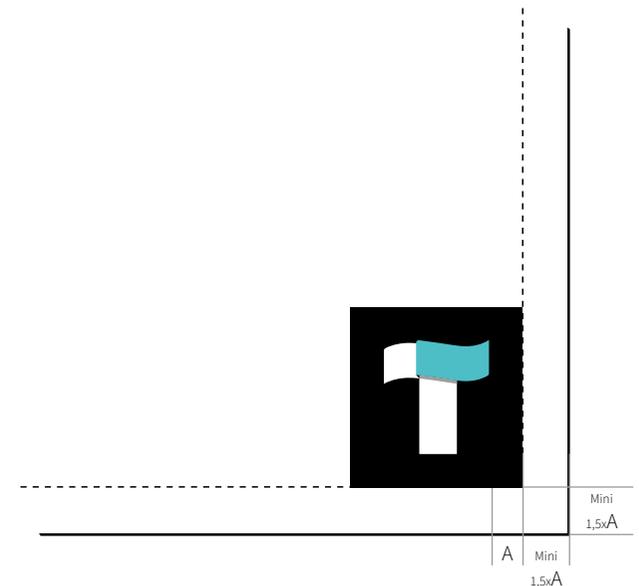
At the bottom left, there is a footer with the following links: 'Aide à la navigation', 'Plan du site', 'Mentions Légales', and 'Crédits'.

4.5 L'APPLICATION DE LA MARQUE :

La communication partenaire cas n°1

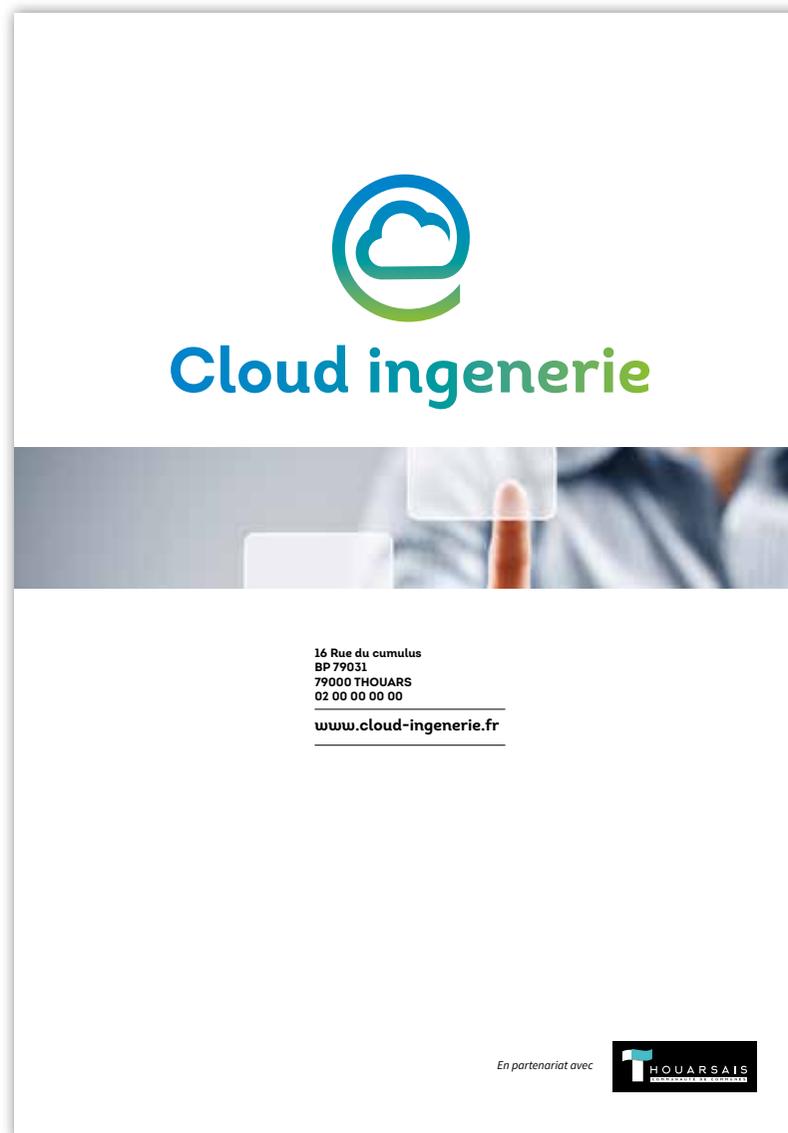


Dans le cadre d'une communication gérée par un partenaire de la Communauté de communes, le symbole T peut être apposé sur la couverture du support afin d'apporter un signe d'appartenance au Thouarsais. Les règles du guide s'appliquent alors et la couleur peut être adaptée à la dominante du visuel.



4.5 L'APPLICATION DE LA MARQUE :

La communication partenaire cas n°2



Dans le cadre d'une communication « co-signée » d'un partenaire avec la communauté de communes, le symbole T est apposé sur la couverture du document. Le logo de la Communauté de communes est positionné en dos de couverture.

4.5 L'APPLICATION DE LA MARQUE :

La communication partenaire cas n°3



Dans le cadre d'un événement « co-signée » d'un partenaire avec la communauté de communes, le symbole T est apposé sur le document.