

Charte graphique

Juin 2019



L'Occitalité

*Redonnons ensemble du sens
et des valeurs au tourisme
et au voyage*

Le code de marque de la destination Occitanie Sud de France est le fruit d'une stratégie et d'un positionnement au service d'un projet collectif. Faire entrer l'Occitanie dans les 10 premières destinations touristiques européennes ; l'affirmer comme une destination singulière, porteuse d'un art de vivre qui fait du bien ; porter fièrement, en les partageant, les ambitions et les valeurs de l'Occitalité.

Cette charte graphique est une sélection d'éléments identitaires fondamentaux permettant d'illustrer l'image de la marque Occitanie Sud De France.

**Pour plus d'informations contactez
l'équipe de communication
communication@crtoccitanie.fr**

Sommaire

1

Le logotype

- 5 - Symbolique
- 6 - Règles d'utilisation
- 7 - Utilisation sur fonds colorés
- 8 - Interdictions
- 9 - Le co-branding

2

Éléments graphiques

- 11 - Couleurs
- 12 - Typographies
- 13 - Le filigrane
- 15 - Utilisation du filigrane
- 17 - Principe de signature
- 18 - Vocabulaire pictographique
- 19 - Thèmes iconographiques
- 20 - Traitement iconographique

3

Applications

- 22 - Principes de couverture
- 23 - Principes d'annonce presse
- 27 - Principes d'affiche
- 29 - Principes de kakemono
- 31 - Principes de bâche
- 33 - Principes de flamme
- 34 - Principes d'invitation
- 36 - Principes digitaux
- 37 - Principe d'e-card
- 38 - Principe de newsletter
- 39 - Goodies

4

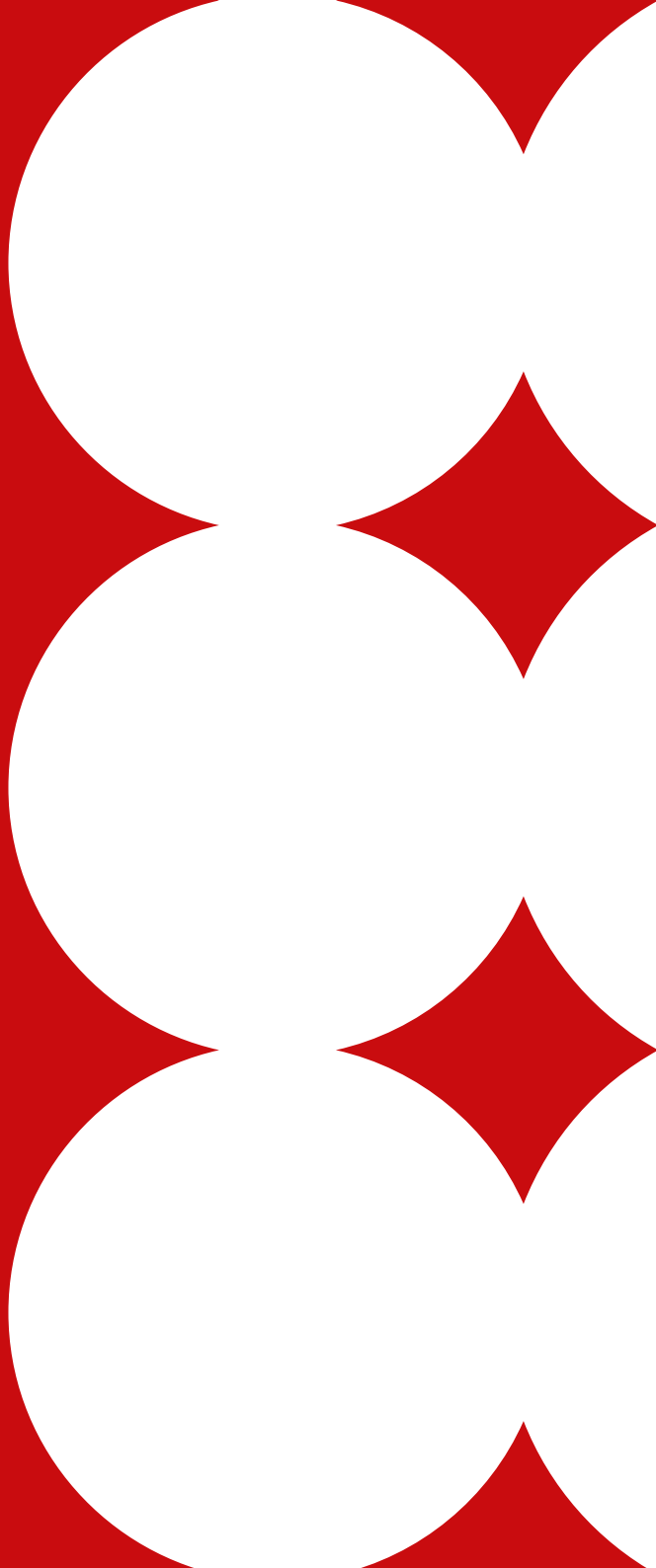
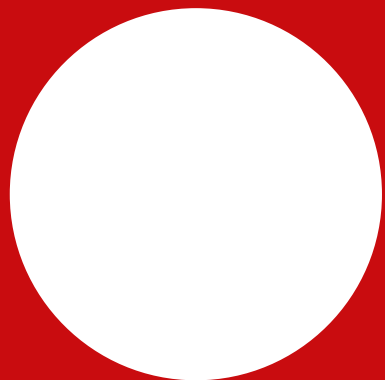
L'endossement proche

- 41 - Le label
- 42 - Règles d'utilisation
- 43 - Choix de la couleur
- 44 - Interdictions
- 45 - Exemples d'applications

5

L'endossement à distance

- 47 - Le label
- 48 - Règles d'utilisation
- 49 - Interdictions
- 50 - Exemples d'applications



Le logotype

La symbolique

Le logotype, dans sa construction, prend les spécificités d'un sceau, avec le « O » d'Occitanie qui vient accueillir le symbole. Le sceau est un engagement, il a le statut d'une signature officielle.

Par ce traitement, le logotype de la marque de destination prend un caractère officiel, et devient une garantie d'authenticité.

Ces éléments sont indissociables, leur disposition et proportions sont fixes et ne peuvent être modifiées. Seul le symbole peut être utilisé indépendamment et selon des règles précises

(cf Charte endossement)



Nulparum, quati doluptatem el etur, c
tatquid et harum, occaborum doloria q
venitas ea namus eost molessi nctinctu
imus molum faciet et et eum nissi bla
sam hit re eat.Ur antias magniet quam
tia quam, velibus simagniendit laut der
repelibust eicat es nam et earupta temo
Dolorporem am si volorio tem
dus a nis et optae dolorei cipict
lique cus volum doluptus, suntiandu
pedita eumet et que magniae nam,
Imporum eaquis earchitem que labo. I
lore conseres verios dis molorecae opt
ium namet ab invero doloria velicit
exeris quodis excearum id quam ipsa
lam quis doluptatenda qui ut il mod

Règles d'utilisation

La zone de protection du logotype est un rectangle invisible dans lequel aucun élément textuel ou visuel ne doit apparaître.

Il permet de conserver une bonne lecture et une reconnaissance optimale du logotype. Sa construction est décrite ci-contre.

Sa taille minimale d'utilisation est de 20 mm de largeur. En dessous de cette dimension la lisibilité du logotype n'est plus assurée.



Nulparum, quati doluptatem el etur, omnimus anihit ut volesectati volup-
tatquid et harum, occaborum doloria que erchil ipis eos vitae velloria illorae
venitas ea namus eost molessi nctinctur, ex et atur mos conse ra volorro blab
imus molum faciet et et eum nissi blatem res maionsequi ommodis tiiscip-
sam hit re
tia quam, '
repelibust
Dolorpore:
dus a ni
lique cus
pedita eu:
Imporum
lore conseres verios dis molorecae optam, odit lam, solorpo reicillabo. Icab
ium namet ab invero doloria velicit evendun disitat harchit dolut vendit
exeris quodis excearum id quam ipsandit res ea pratem vid quo inctes et
lam quis doluptatenda qui ut il mod mo cum quisqui dolupta quam es et



20mm

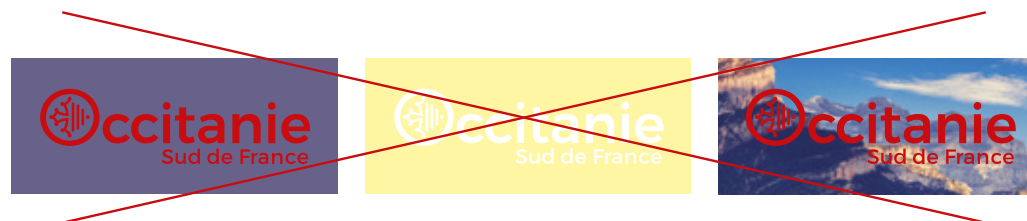
Utilisation sur fonds colorés

Afin de garantir la lisibilité et l'impact du logotype, il est important de respecter les règles suivantes :

Sur fond clair et peu perturbé, le logotype doit être utilisé dans sa version rouge d'origine, sur fond sombre et peu perturbé il peut être utilisé en blanc.

En revanche, sur fond complexe ou encombré, le logo doit être placé dans un espace permettant de garantir sa lisibilité, au minimum égale à la zone de protection.

La zone de protection est maintenue dans tous les cas de figure.



Interdictions

Le logotype doit être utilisé tel que présenté précédemment.

Il est interdit de :

- > le déformer
- > l'incliner
- > appliquer des effets (ombre, ...)
- > modifier le ratio des éléments
- > changer les couleurs
- > modifier le caractère typographique

Ces règles ne sont pas exhaustives et énoncées à titre d'exemple.

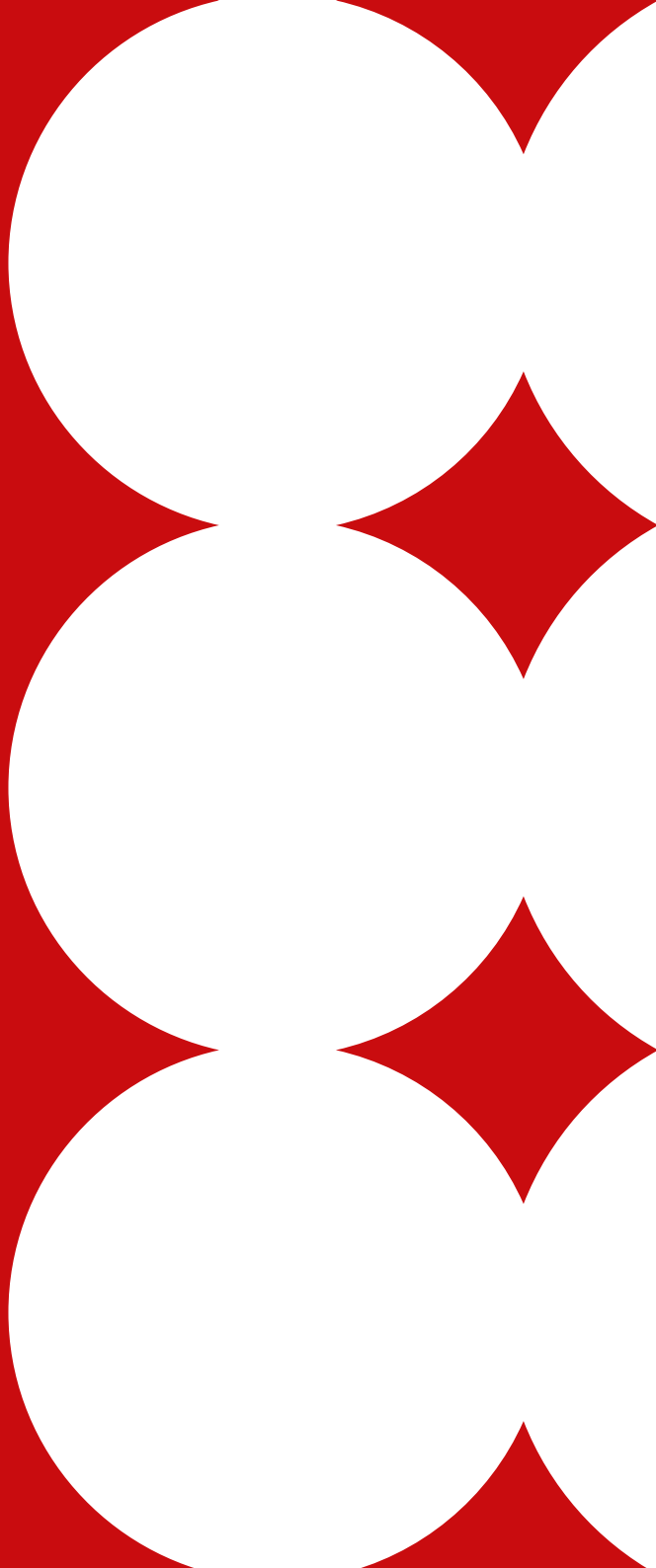
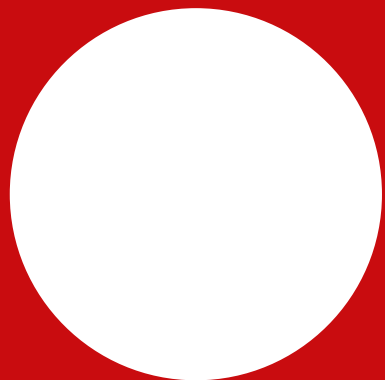


Le co-branding

Co-branding avec

- > Les grands sites Occitanie Sud de France
- > le label Qualité Tourisme





Éléments
graphiques

Les couleurs

La palette de couleur de premier niveau est volontairement assez restreinte afin de préserver les couleurs de l'Occitanie. Sont conservés : l'or et le gueules complétés du blanc et du noir.

Pour ouvrir à plus de variété, la palette secondaire de couleurs est directement issue des photos, offrant ainsi une grande possibilité de déclinaisons et d'harmonies. Leur usage est cependant uniquement autorisé dans la typographie.

(cf. Exemples d'applications)

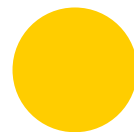


R 201
V 12
B 15

C 0
M 100
J 100
N 15

#c90c0f

Pantone 186 CP



R 255
V 204
B 0

C 0
M 20
J 96
N 0

#ffcc00

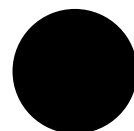
Pantone 123 CP



R 255
V 255
B 255

C 0
M 0
J 0
N 0

#ffffff

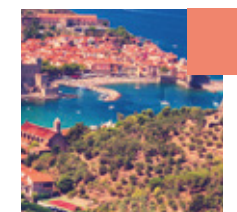
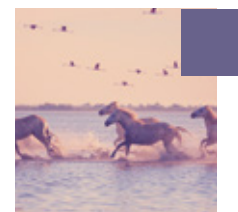


R 0
V 0
B 0

C 0
M 0
J 0
N 100

000000

Pantone Black CP



Les typographies

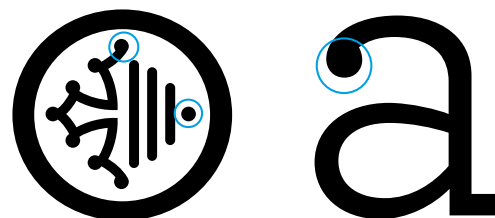
Deux familles typographiques, dans leur intégralité, ont été définies et répondent à des usages précis :

Titres principaux et exergues :

L'Archer, pour apporter un dessin vivant et rond faisant écho aux formes du symbole.

Textes courants :

Le Montserrat, directement issu du logotype, pour sa grande lisibilité et accessibilité.



Archer

Culla qui ipiet, to maio. Nam quiandu cipidem eatures sitiore, verum repudis doluptate volorro cum quo erum utemporibus.

Sunt as pro dolupiciatia in nis en Culla qui ipiet, to maio. Nam quiandu cipidem eatures sitiore, verum repudis doluptate volorro cum quo erum utemporibus.

Sunt as pro dolupiciatia in nis en lorem ipsum dolor sit amet

Montserrat

Culla qui ipiet, to maio. Nam quiandu cipidem eatures sitiore, verum repudis doluptate volorro cum quo erum utemporibus. Sunt as pro dolupiciatia in nis en clla qui ipiet, to maio. Nam quiandu cipidem eatures sitiore, verum repudis doluptate volorro cum quo erum utemporibus. Sunt as pro dolupiciatia in nis en

Le filigrane

L'élément central du territoire visuel est une trame, dont le traité rappelle un filigrane.

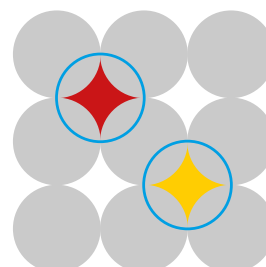
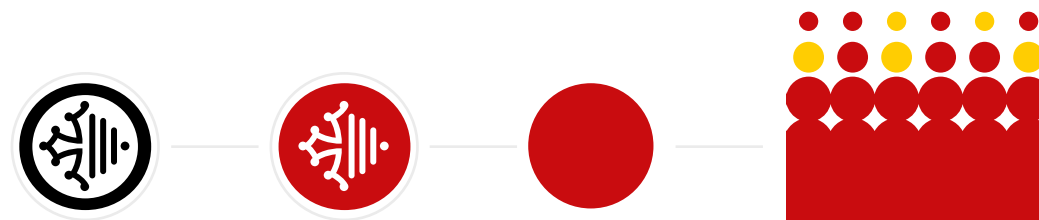
Ces filigranes viennent révéler et authentifier tous les secrets et les richesses de l'Occitanie.

La trame a été dessinée à partir d'un vocabulaire de formes issues du symbole de l'Occitanie et du sceau.

Les niveaux d'utilisation de la trame, sont multiples et sont obtenus par un zoom dans celle-ci.

Par la contre-forme de cette trame se dessinent des losanges faisant echo au symbole: il viendront apporter des éclats colorés sur les différents supports.

(cf. Exemples d'applications)



Le filigrane

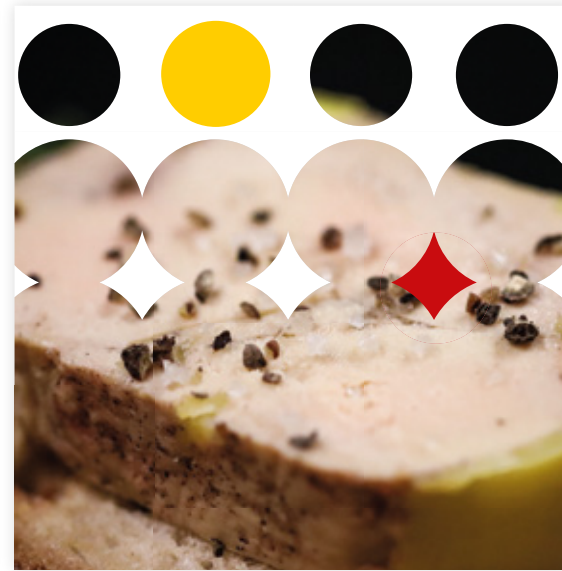
Les filigranes sont apposés à des photos (1) ou utilisés comme forme d'accueil (2). Il peuvent prendre les couleurs or et gueules par petites touches harmonieuses.

On peut également les utiliser en tant qu'éléments graphiques comme dans la présente charte.

1



2



1

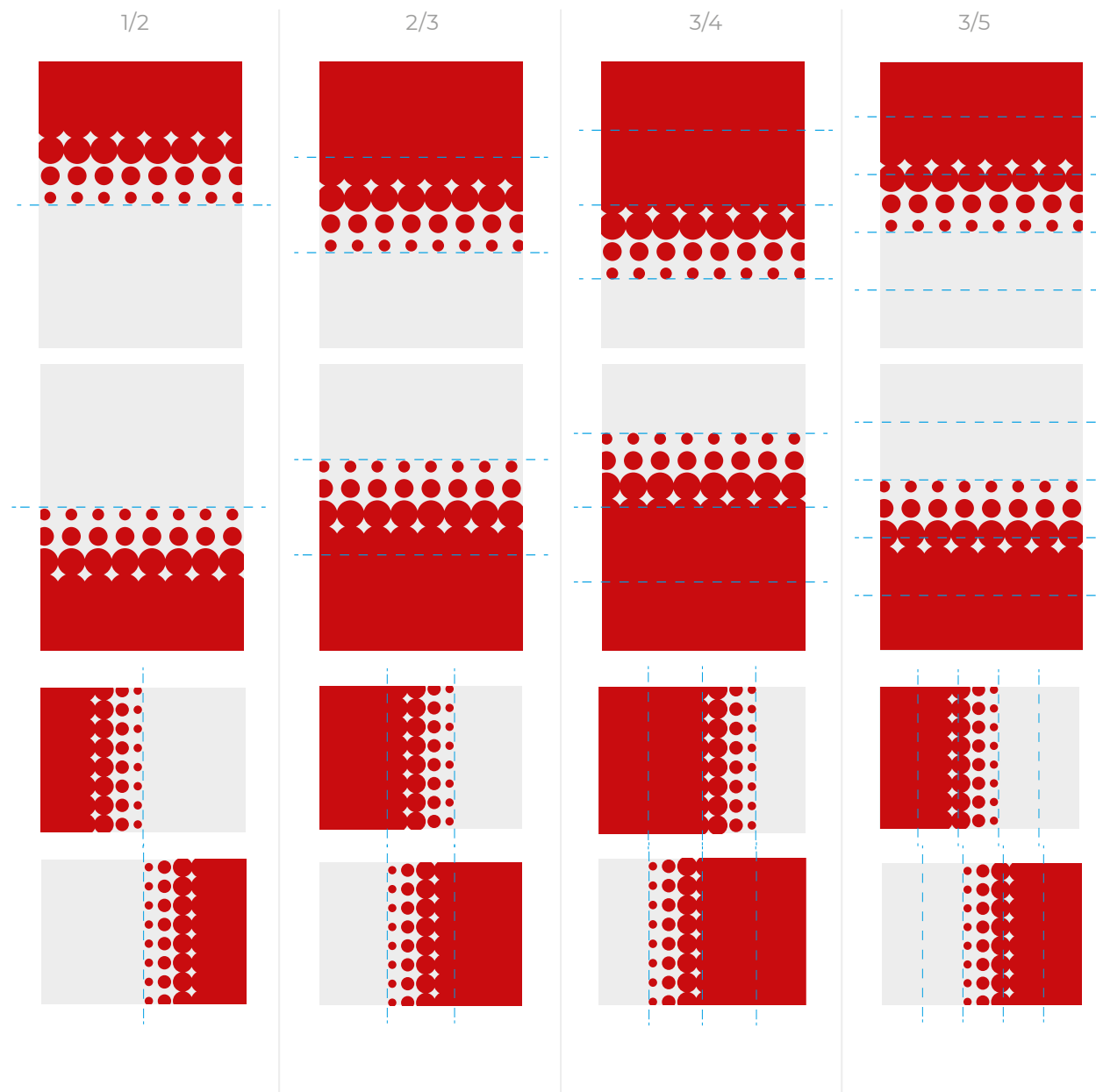


2



Utilisation du filigrane

Les filigranes peuvent être utilisés à l'horizontal ou à la vertical et suivant les différentes proportions décrites ci-contre.



Utilisation du filigrane

Il est possible, pour varier les compositions, de venir zoomer dans la trame en respectant ses proportions, et en laissant neutre une partie équivalente à 1/8^e du format utilisé.

Exemple ici sur un format A4



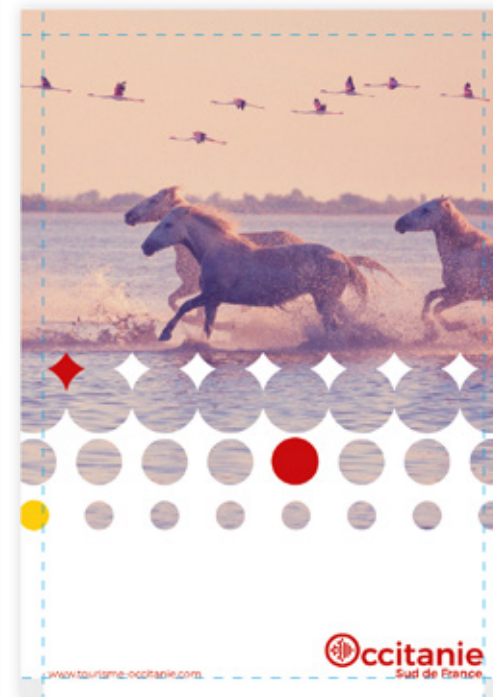
Principe de signature

Le principe de construction le plus communément utilisé correspond aux illustrations ci-contre :

Le blanc tournant permet d'apporter de la respiration, la signature s'appose dans les angles en alignement avec l'url du site internet.

Il existe cependant des cas particuliers qui peuvent nécessiter une réadaptation en fonction des supports.

Les pages suivantes détaillent des illustrations théoriques permettant de mieux appréhender ce principe.

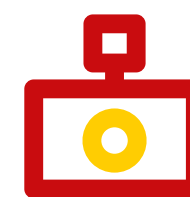
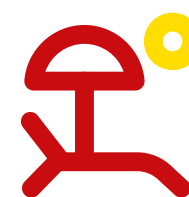
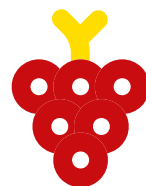


Vocabulaire pictographique

Les pictogrammes sont dessinés en s'inspirant du vocabulaire de formes du symbole.

Les pictogrammes ci-contre sont des exemples permettant de guider leur conception.

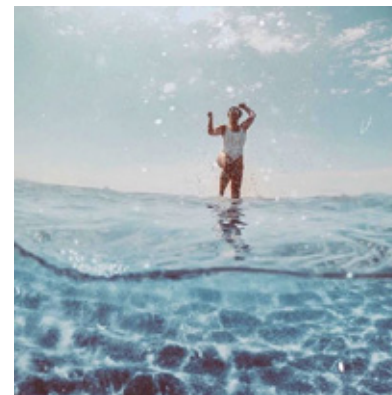
L'épaisseur du trait est ainsi égale pour tout élément du pictogramme, et ceux-ci sont nécessairement en bichromie or et gueule.



Thèmes iconographiques

Il faut distinguer trois variétés de thèmes :

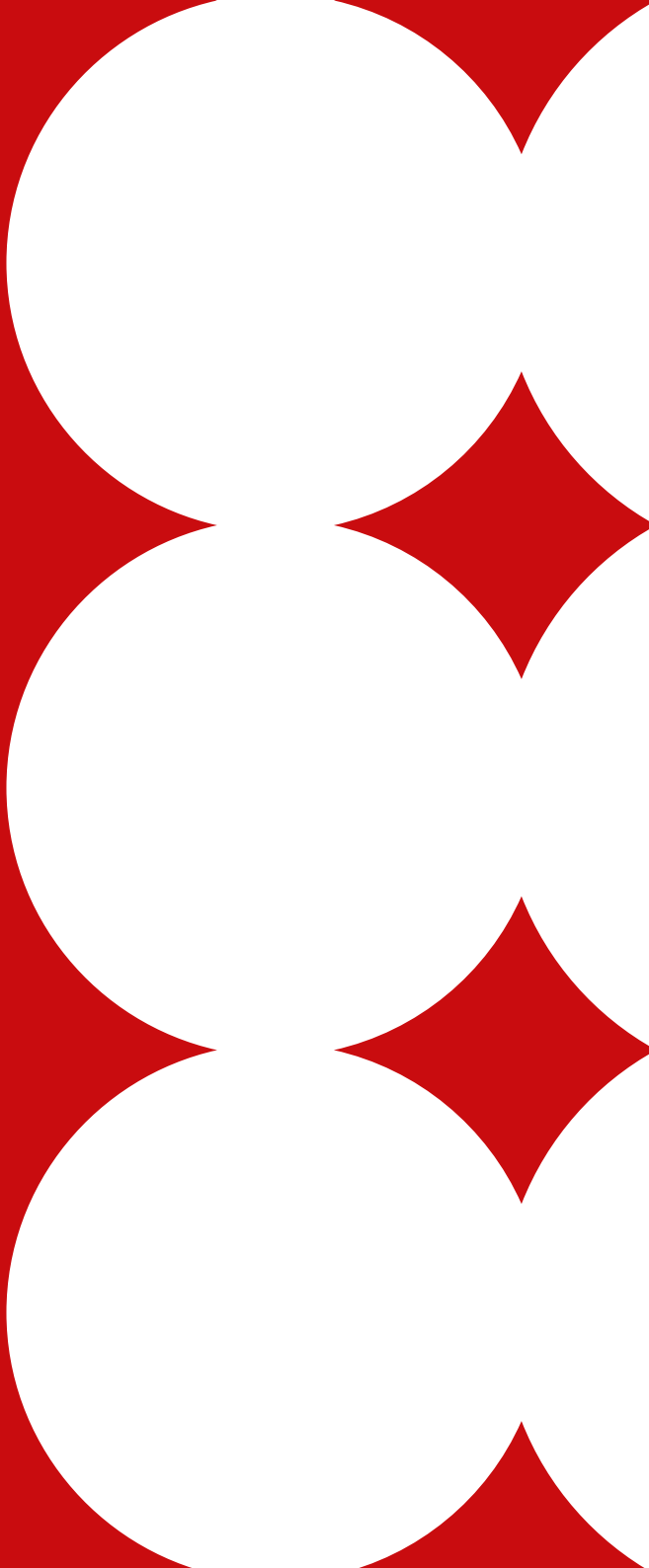
- > les expériences à hauteur d'homme et immersives pour être au cœur du moment et de l'instant,
- > des plans rapprochés de textures, de matières qui viendront traduire des caractéristiques propres de la région et évoquer une ambiance, un contexte,
- > les paysages grand angle, offrant une vision large ou un caractère grandiose et inspirant.



Traitement iconographique

Les photographies seront retouchées, afin de leur donner un aspect argentique authentique.





Applications

Principes de couverture

Exemple de couvertures A4

La trame en filigrane est à géométrie variable, conformément aux règles établies dans la première partie de ce document.

Le texte peut être placé sur la photographie si la lisibilité de celui-ci n'est pas altérée.



Principes d'annonce presse à la française

Exemples de mise en page
pour une annonce presse
à la française.

La trame en filigrane est à
géométrie variable, conformément
aux règles établies dans
la première partie de ce document.

Le texte peut être placé
sur la photographie si la lisibilité
de celui-ci n'est pas altérée.

Format A4 ou A5



Principes d'annonce presse à l'italienne

Exemples de mise en page
pour une annonce presse
à l'italienne.

La trame en filigrane est à
géométrie variable, conformément
aux règles établies dans
la première partie de ce document.

Le texte peut être placé
sur la photographie si la lisibilité
de celui-ci n'est pas altérée.

Format A4 ou A5



Principes d'annonce presse à la française avec co-branding

Exemples de mise en page
pour une annonce presse
en co-branding, à la française

La trame en filigrane est à
géométrie variable, conformément
aux règles établies dans
la première partie de ce document.

Le texte peut être placé
sur la photographie si la lisibilité
de celui-ci n'est pas altérée.

Format A4 ou A5



Principes d'annonce presse à l'italienne avec co-branding

Exemples de mise en page
pour une annonce presse
en co-branding, à l'italienne.

La trame en filigrane est à
géométrie variable, conformément
aux règles établies dans
la première partie de ce document.

Le texte peut être placé
sur la photographie si la lisibilité
de celui-ci n'est pas altérée.

Format A4 ou A5



Principes d'affiche

Exemples d'affiches 4/3

La trame en filigrane est à géométrie variable, conformément aux règles établies dans la première partie de ce document.

Le texte peut être placé sur la photographie si la lisibilité de celui-ci n'est pas altérée.



Principes d'affiche

Exemples d'affiches Abris bus

La trame en filigrane est à géométrie variable, conformément aux règles établies dans la première partie de ce document.

Le texte peut être placé sur la photographie si la lisibilité de celui-ci n'est pas altérée.

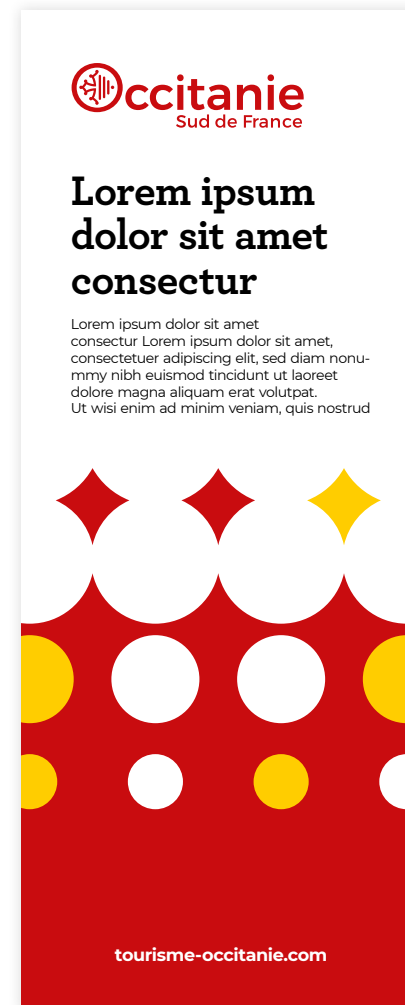


Principes de kakémono

Exemples de kakémonos
sans photographie.

Composé uniquement du filigrane,
ces versions ne doivent pas être
composées d'autres couleurs que
celles de la charte.

format 80x200cm



Principes de kakémono

Exemples de kakémonos
avec photographie

La trame en filigrane est à
géométrie variable, conformément
aux règles établies dans
la première partie de ce document.

Le texte peut être placé
sur la photographie si la lisibilité
de celui-ci n'est pas altérée.
format 80x200cm



Principe de bâche

Exemples de bâche format 4x2m



Principe de bâche

Exemples de bâche format 6x2m



Principe de flamme

Exemples de flamme



Principe d'invitation

Exemple d'invitation recto verso

La trame en filigrane est à géométrie variable, conformément aux règles établies dans la première partie de ce document.

Format A5

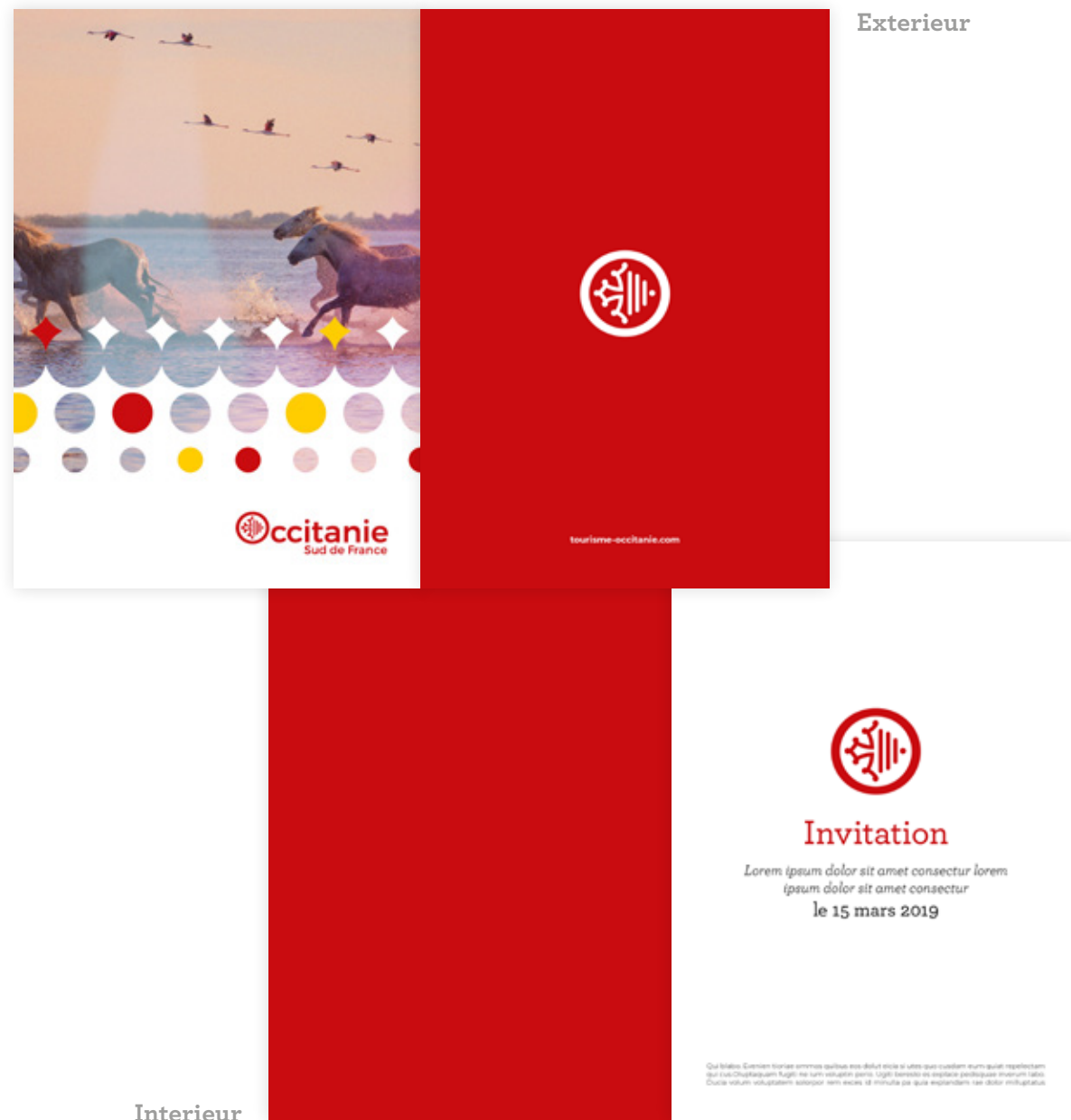


Principe d'invitation

Exemple d'invitation 4 pages

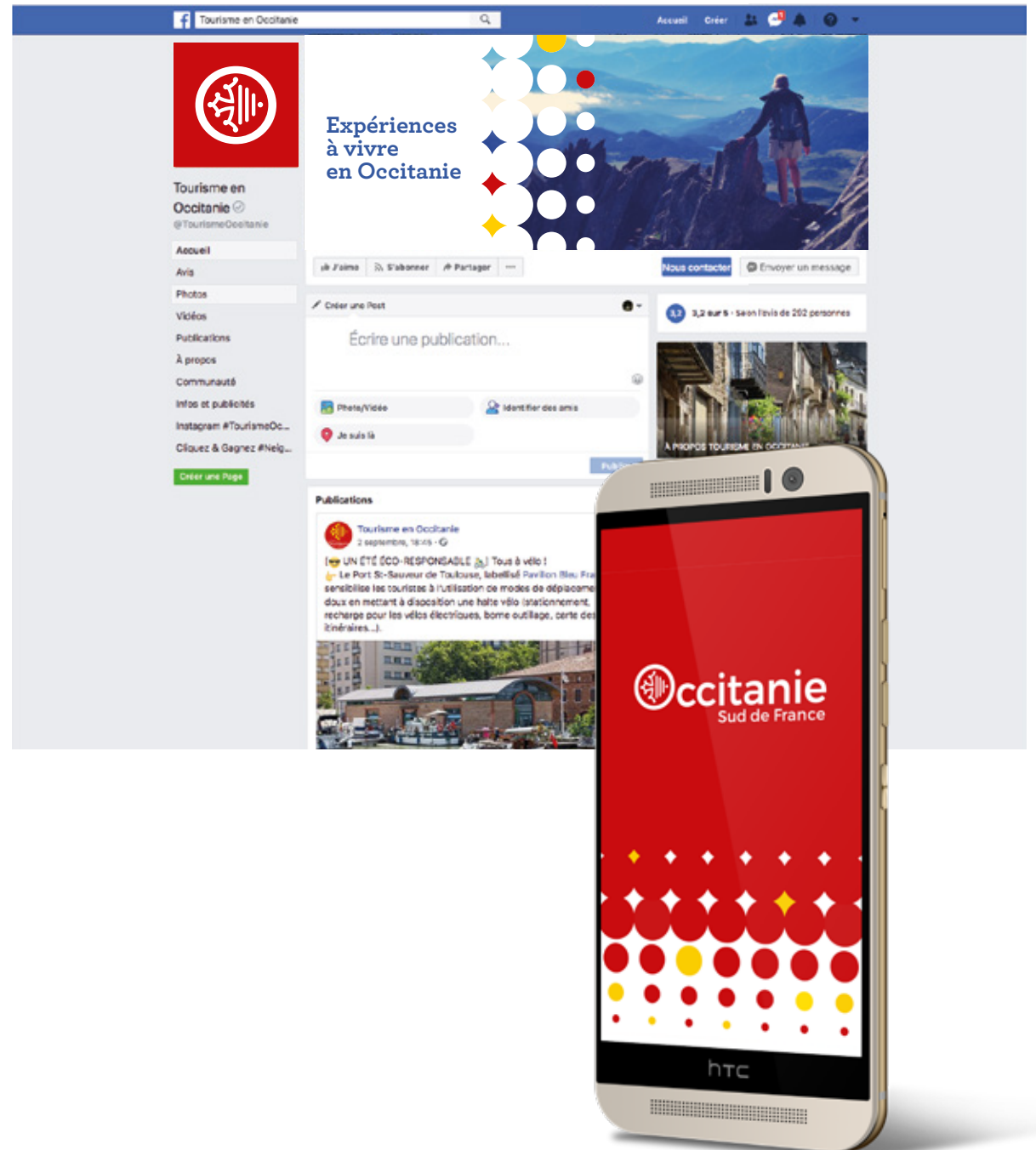
La trame en filigrane est à géométrie variable, conformément aux règles établies dans la première partie de ce document.

Format A5



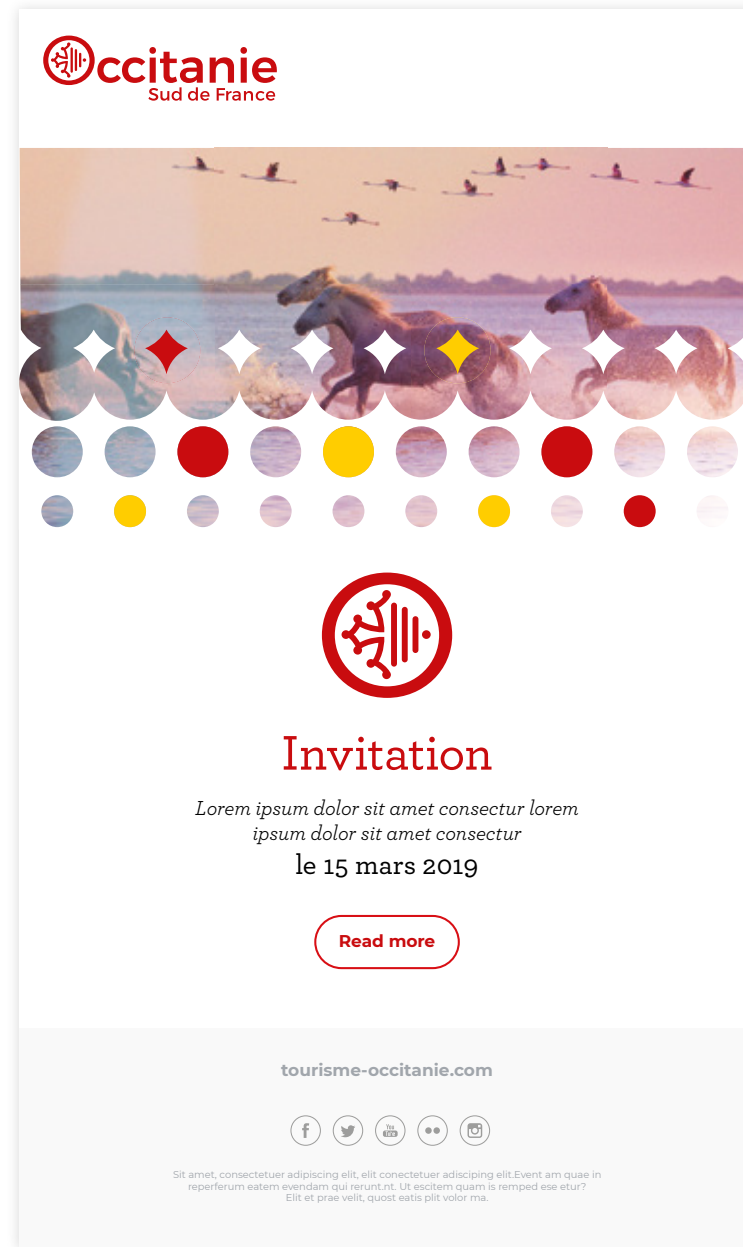
Principes digitaux

Exemple de page Facebook
et de splashscreen



Principe d'e-card

Exemple d'e-card



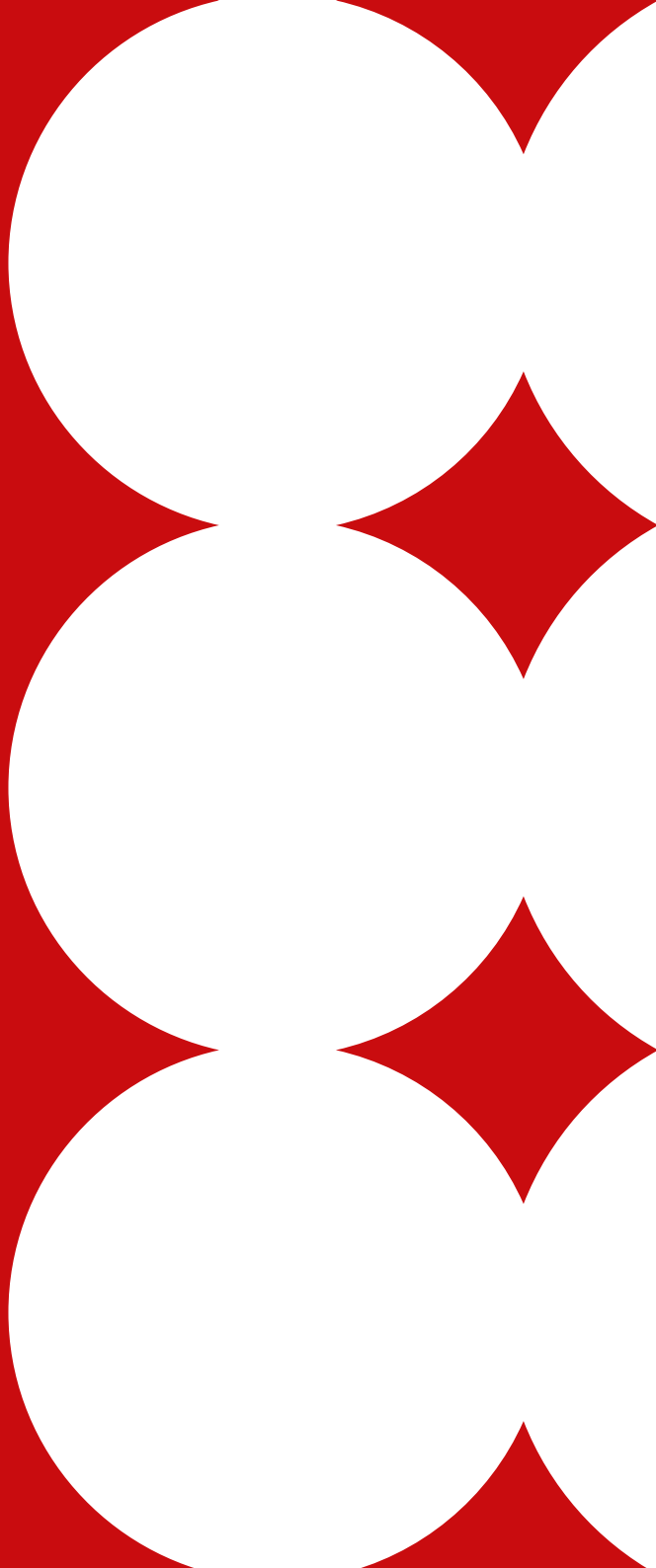
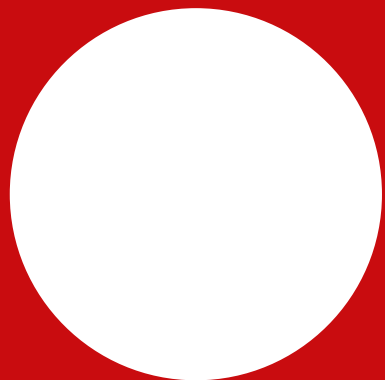
Exemple de newsletter



Goodies

Exemples de produits dérivés

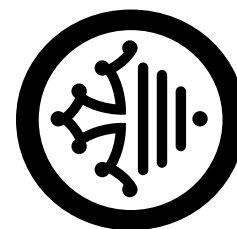




**L'endossement
proche**

Le label

Le label issu du O du logotype est utilisé comme un sceau. Il permet de signifier l'appartenance à la région Occitanie Sud de France.



Règles d'utilisation

Par soucis de lisibilité et d'homogénéité, l'utilisation du label doit suivre certaines règles.

La dimension du label doit être égale à deux tiers de la hauteur du logotype dans les cas où ceux-ci sont horizontaux

(cf schéma 1)

La dimension du label doit être égale au quart de celle du logotype dans les cas où ceux-ci sont verticaux

(cf schéma 2)

Il doit être positionné au dessus à droite des logotypes, de façon harmonieuse.

Le label ne doit pas mesurer moins de 6,5mm de diamètre. En dessous de cette dimension sa lisibilité n'est plus garantie.

1

LOGO 



2/3 de la hauteur du logo

2

LOGO
TRÈS
VERTICAL 



1/4 de la hauteur du logo



6,5 mm de hauteur = taille minimale d'utilisation du label

Choix de la couleur

Par soucis d'harmonie la couleur du label s'adapte au logotype qu'il accompagne.

Dans le cas où le logotype est monochrome, le label prendra sa couleur.

Dans le cas d'un logotype multicolore, une couleur issue de celui-ci sera attribuée au label.

la couleur du label est à géométrie variable, mais reste exclusivement monochrome.

LOGO



LOGO



LOGO



⊗ LOGO



⊗ LOGO



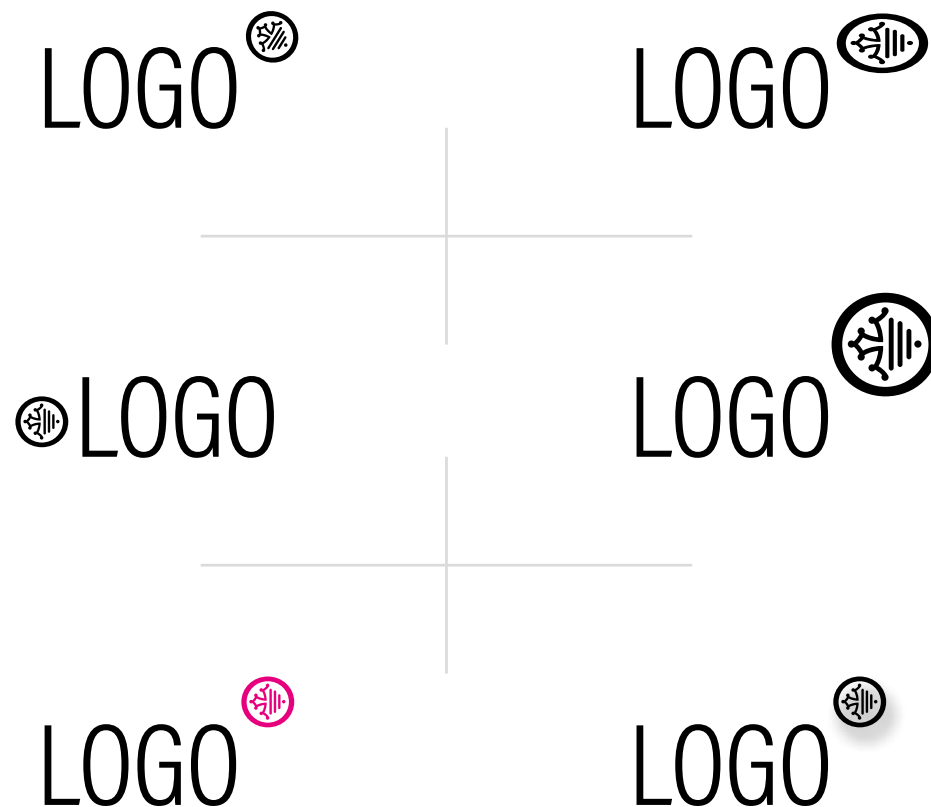
Interdictions

Le label doit être utilisé tel que présenté précédemment.

Il est interdit de :

- > le déformer
- > l'incliner
- > appliquer des effets (ombre, ...)
- > modifier le ratio des éléments

Ces règles ne sont pas exhaustives et énoncées à titre d'exemple.

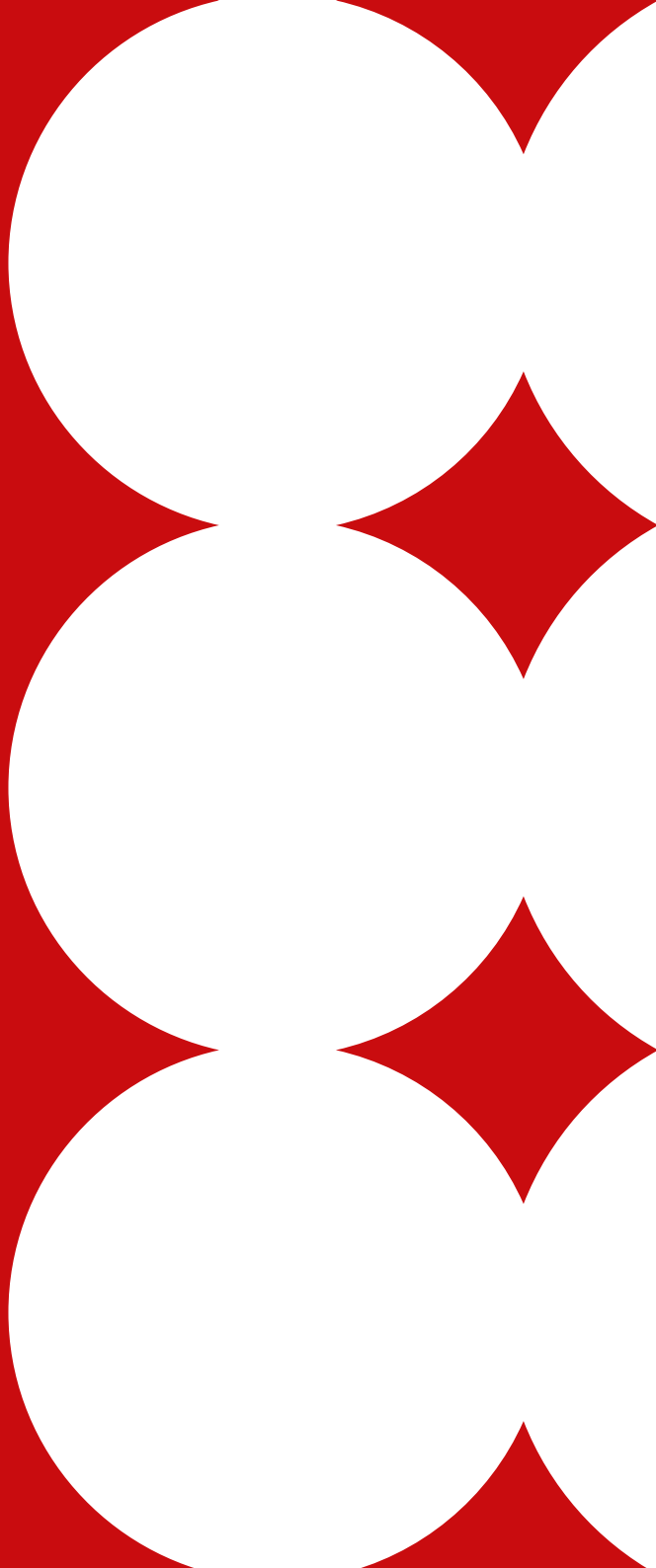
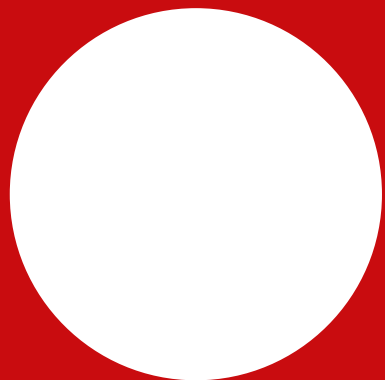


Exemples d'applications

Face à une grande diversité de logotypes, le placement du label doit s'adapter au cas par cas en conservant les règles énoncées précédemment.

Il doit s'intégrer de la manière la plus homogène possible, sans nuire au logotype auquel il se rattache.





**L'endossement
à distance**

Le label

Il s'agit d'une version du sceau accompagné de la mention Occitanie Sud de France.

La taille de ce label ne doit pas être inférieure à 9 mm de hauteur. En dessous de cette dimension sa lisibilité n'est plus garantie.



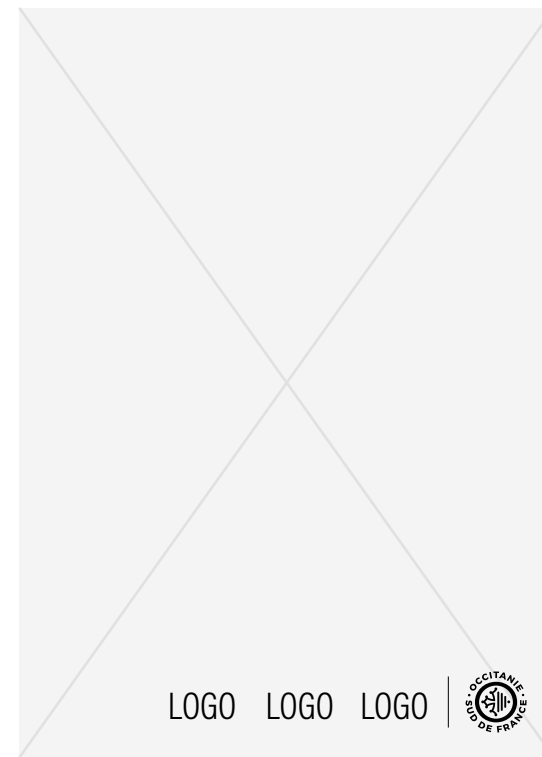
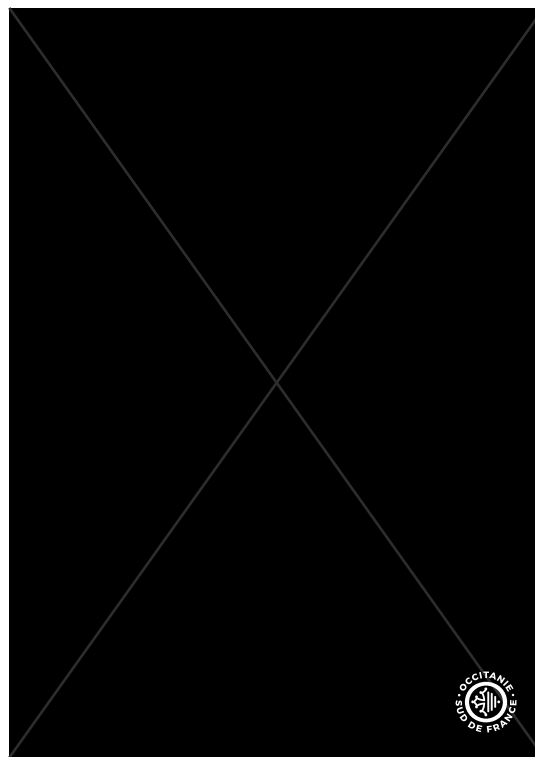
9 mm de hauteur = taille minimale d'utilisation du label

Règles d'utilisations

Joué en signature,
il est exclusivement traité
en monochrome blanc ou noir
en fonction du fond sur lequel
il est apposé.

Dans un soucis de lisibilité
le contraste fond/label
doit être fort.

En présence d'autres logotypes,
Il s'en distancera par un filet de
séparation.



Interdictions

Le label doit être utilisé tel que présenté précédemment.

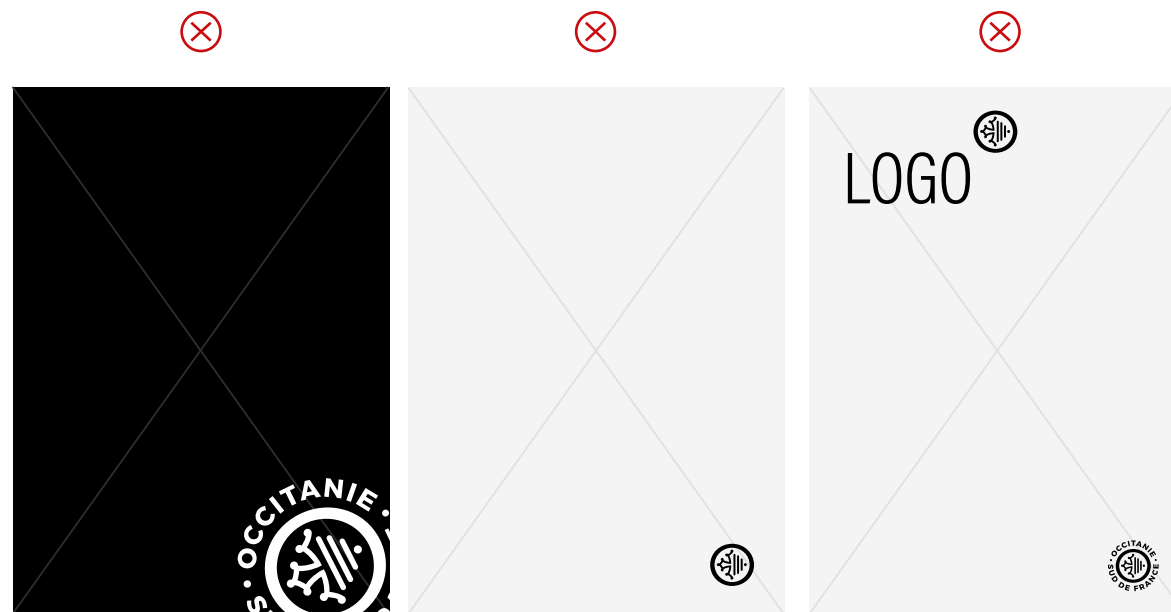
Il est interdit de :

- > le déformer
- > l'incliner
- > appliquer des effets (ombre, ...)
- > modifier le ratio des éléments
- > changer les couleurs
- > modifier le caractère typographique

À distance, il ne doit pas être utilisé sans sa mention typographique.

Afin d'éviter la répétition de signe, les deux versions du label énoncées dans ce document ne doivent jamais être présentes simultanément sur un même support.

Ces règles ne sont pas exhaustives et énoncées à titre d'exemple.



Exemples d'applications

Exemple d'affiche optant pour le co-branding à distance.



Contact

Site de Montpellier

64 Rue d'Alcyone
CS 79507
34960 Montpellier Cedex 2

Site de Toulouse

15 rue Rivals
CS 78543
31685 Toulouse Cedex 6

04 30 63 84 20
communication@crtoccitanie.fr

tourisme-occitanie.com

