

ALTAMONTA

LES PYRÉNÉES MYTHIQUES À VÉLO

CHARTRE DE RECOMMANDATIONS ET D'UTILISATION

dernière mise à jour
15 mai 2014



www.pyrenissime.com

Formo

DIRECTION ARTISTIQUE
www.formo.fr

A FONDAMENTAUX

1 logotype

- 1. présentation p.3
- 2. bloc marque p.4
- 3. zone de protection, taille minimale, ne pas faire p.5
- 4. fonds p.6

2 typographie

- 1. présentation p.7
- 2. usage p.8

3 couleur

- 1. présentation p.9

B SYSTÈME GRAPHIQUE

- introduction p.10

1 communication grand public

- 1. mise en page p.11
- 2. exemples p.12

2 communication institutionnelle

- 1. affiche p.14
- 2. sticker, signalétique, marquage p.15

C TÉLÉCHARGEMENTS

- centre de ressources p.16

A 1. 1.

FONDAMENTAUX LOGOTYPE — présentation



charte de
recommandations
et d'utilisation

3

LOGOTYPE

Le logotype d'Altamonta est composé :

- d'un signe
- du nom
- d'un cartouche noir

SIGNIFICATION

Le signe représente la lettre A, initiale de la marque Altamonta.

On peut y retrouver différentes notions :

- la montagne qui sort des brumes
- le tracé, le circuit avec les lacets qui constituent l'ascension des grands cols.
- les nuages — lieu mythique — et le signe infini, nous évoquent l'histoire des grands cols du Tour de France et des légendes du vélo.

La baseline associée au logo est « Les Pyrénées mythiques à vélo »

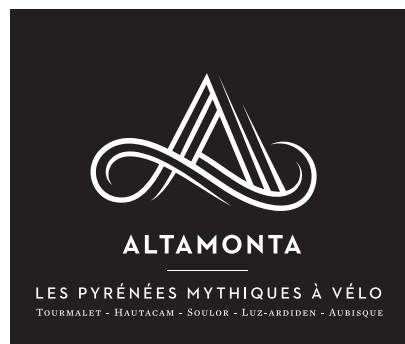
A 1. 2.

FONDAMENTAUX LOGOTYPE – bloc marque



charte de
recommandations
et d'utilisation

4



version avec nom en premier niveau de lecture

BLOC MARQUE

Le bloc marque est composé de trois éléments textuels :

- le nom (identité) « Altamonta »
- la baseline (accroche commerciale) « Les Pyrénées mythiques à vélo »
- Les noms des cols (localisation) « Tourmalet, Hautacam, Soulor, Luz-Ardiden, Aubisque »



Version en valorisant les informations textuelles (exemple d'un sticker pour vitrophanie)

A 1. 3.

FONDAMENTAUX
LOGOTYPE — zone de protection, taille minimale,
ne pas faire



charte de
recommandations
et d'utilisation

5

ZONE DE PROTECTION



zone de protection

TAILLE MINIMUM



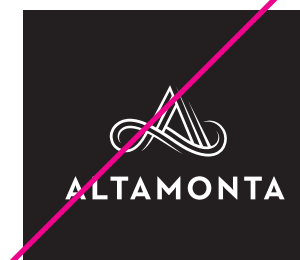
Il faut toujours utiliser
le logo de base (sans
baseline et noms des cols)
lorsqu'il apparaît en petit.

15 mm

NE PAS FAIRE



pas de changement de
typographie du nom



pas de changement des
proportions signe/lettrage



pas de déformation ni
d'étirement



pas de changement de la
couleur du logotype

A 1. 4.

FONDAMENTAUX LOGOTYPE – fonds

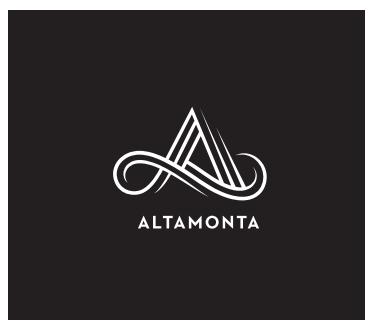


charte de
recommandations
et d'utilisation

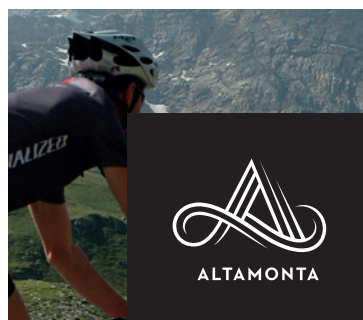
6



fond noir du cartouche



fond noir étendu



fond photo derrière le cartouche



exceptionnellement avec un
fond photo simple et assez
sombre



pas de fond photo complexe



pas de fond photo clair



pas d'autre couleur à la place
du cartouche

Neutraface 2 Text

Neutraface 2 Text – light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Neutraface 2 Text – book

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Neutraface 2 Text – demi

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Neutraface 2 Text – bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

TYPOGRAPHIES

La typographie de la marque est le **Neutraface 2 Text**, choisi pour son impact visuel et sa modernité.

Cette typographie doit être utilisée pour l'ensemble des communications interne et externe. Elle est une constituante fondamentale de la marque et ne doit jamais être substituée à une autre typographie.

<http://www.houseind.com/fonts/neutraface2>

Pour des documents avec de grandes quantités de texte (magazine, livre, documentation, bulletin, etc.). Le **Mercury** sera utilisé. Il pourra également être utilisé ponctuellement en complément du Neutraface 2 Text.

<http://www.typography.com/fonts/mercury-text/overview/>

Mercury

Mercury – Text G2 Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Mercury – Text G2 Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

LES PYRÉNÉES MYTHIQUES À VÉLO

TOURMALET

HAUTACAM

SOULOR

LUZ-ARDIDEN

AUBISQUE

CAPITALE

Les titres et accroches sont utilisés en capitale avec un interlettrage important.

GRAISSE

Il n'y a pas de restriction, la seule recommandation pour le choix de la graisse (*light*, *book*, *demi*, *bold*) est la lisibilité selon le fond et le contraste.

ITALIQUE

L'usage de l'italique doit être limité aux titres d'oeuvre, citations et expressions en langue étrangère.

A 3. 1.

FONDAMENTAUX COULEUR — présentation



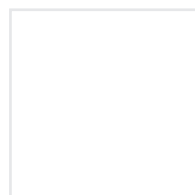
charte de
recommandations
et d'utilisation

9



noir

C	0
M	0
J	0
N	100



blanc

C	0
M	0
J	0
N	0

NUANCIER

La palette de couleur d'Altamonta est très restreinte.



Le Syndicat des Vallées des Gaves va se doter
d'un fond photo plus important courant 2014.

PHOTOGRAPHIES

Les photographies sont la composante principale de la communication d'Altamonta.

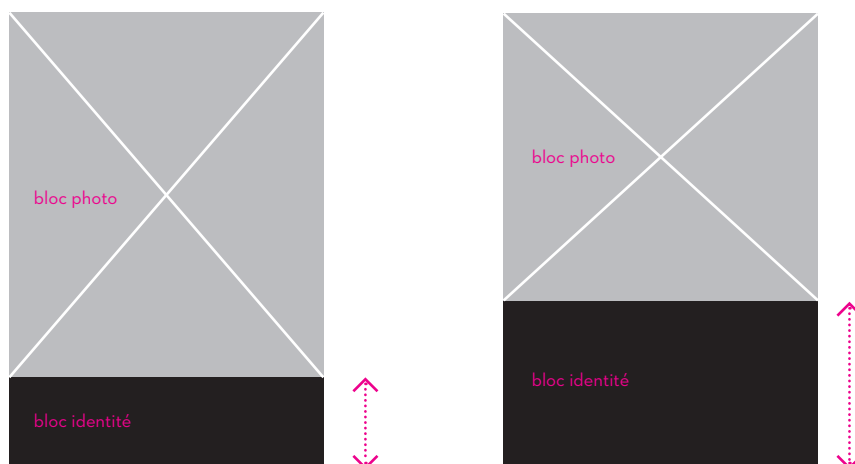
Elles présentent l'offre et expriment le positionnement d'Altamonta :

- global : légendes, mythes, défi
- paysages : beauté dramatique, ascension
- visages : effort, satisfaction

Les photos sont à valoriser et à respecter.

B 1. 1.

SYSTÈME GRAPHIQUE COMMUNICATION GRAND PUBLIC – mise en page



charte de
recommandations
et d'utilisation

11

PRINCIPE DE MISE EN PAGE

La couverture d'un document est divisé en 2 parties :

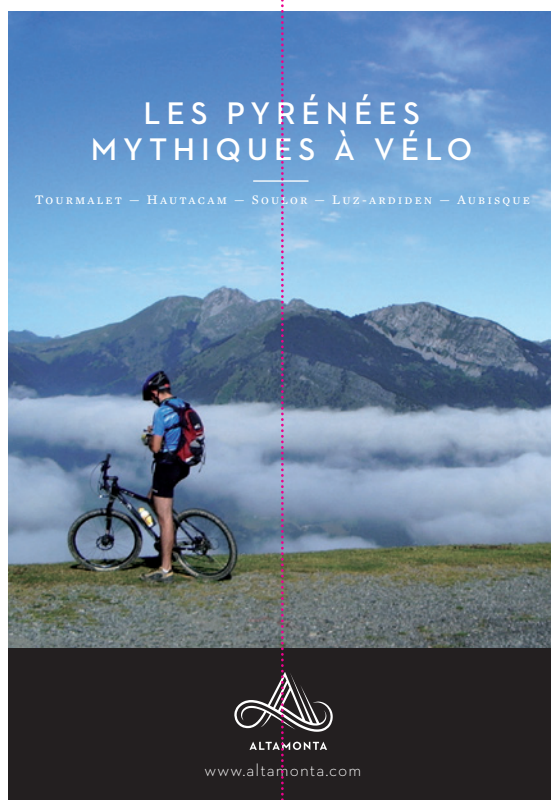
- une photo plein format
- un cartouche institutionnel situé en bas et occupant toute la largeur.

En fonction du contenu textuel, le bandeau noir peut varier en hauteur (avec un minimum suffisant pour afficher le logo dans de bonnes conditions).

B 1. 2.

SYSTÈME GRAPHIQUE COMMUNICATION GRAND PUBLIC – exemples

composition
centrale



couverture de brochure
format A5 (échelle 1/2)



couverture de dépliant
3 volets (échelle 1/2)



charte de
recommandations
et d'utilisation

12

EXEMPLES DE BROCHURES

Il faut toujours s'assurer de la lisibilité du texte sur l'image.

Si le titre du document ne comporte pas la baseline «Les Pyrénées Mythiques à Vélo», alors celle-ci ainsi que le nom des cols sont renvoyés dans le bandeau institutionnel (à adapter au format).

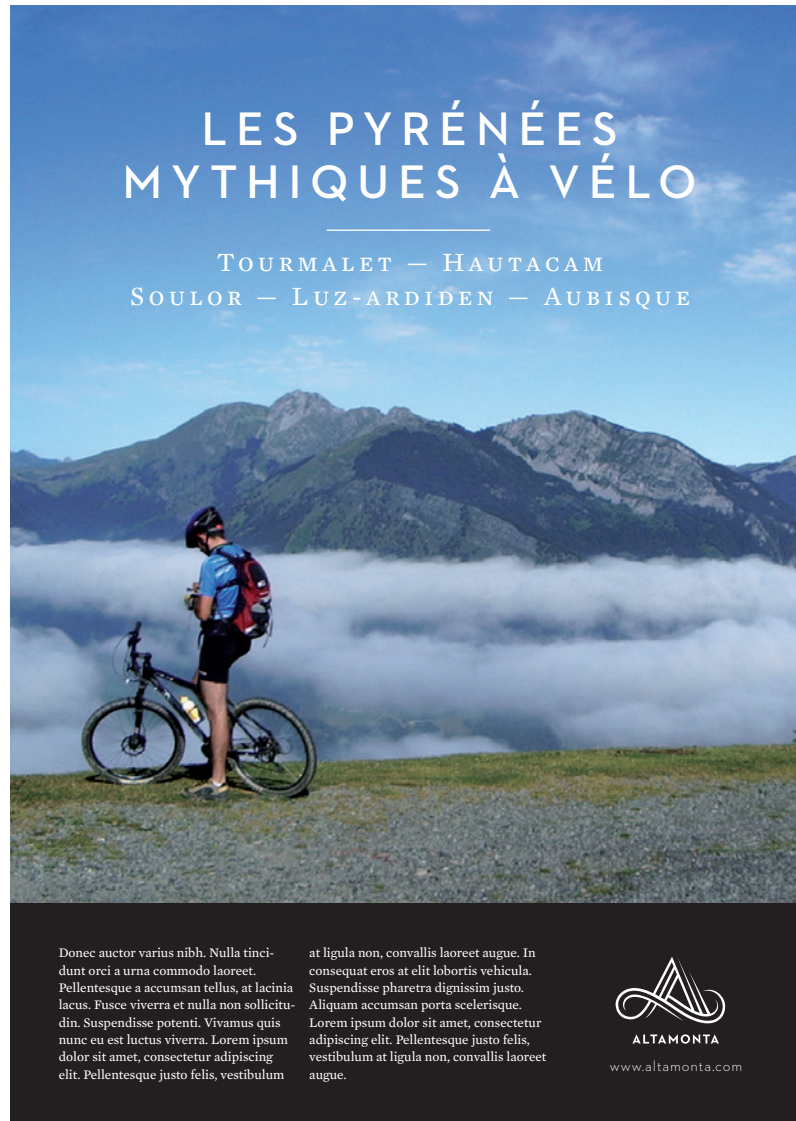
B 1. 2.

SYSTÈME GRAPHIQUE COMMUNICATION GRAND PUBLIC – exemples



charte de
recommandations
et d'utilisation

13



annonce-presse format
A4 (échelle 1/2)

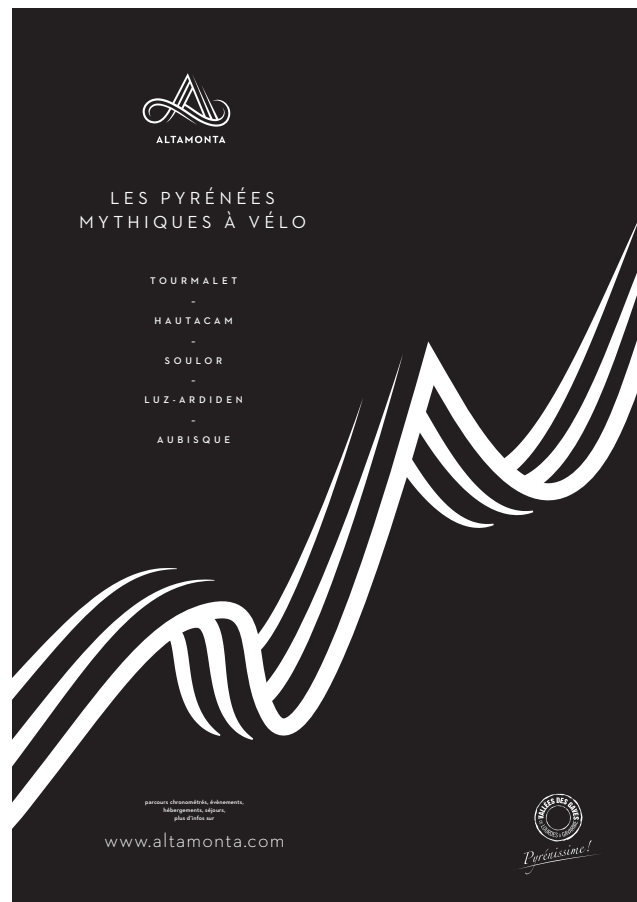
EXEMPLE D'ANNONCE-PRESSE



annonce-presse format
A5 (échelle 1/2)

B 2. 1.

SYSTÈME GRAPHIQUE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE – affiche



affiche grand format



charte de
recommandations
et d'utilisation

14

Dans certains contextes, les outils de communication n'ont pas besoin d'utiliser des photos décrivant l'offre cyclo pour communiquer sur la marque.

Par exemple, sur un salon dédié à l'activité cyclo, l'élément différenciant d'Altamonta sera la marque elle-même et son univers graphique propre. Dans ce cas, il faut utiliser des visuels purement sobres et illustrés issus du système graphique de l'identité visuelle.

B 2. 2.

SYSTÈME GRAPHIQUE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE – sticker, signalétique, marquage



charte de
recommandations
et d'utilisation

15



sticker pour vitrophane



signalétique

INSERTION DU LOGO DANS UN DOCUMENT IMPRIMÉ

Que l'on imprime en CMJN, ton direct ou monochrome, le logo est toujours imprimé en noir 100%.



LOGO DE BASE

[logo_altamonta.ai](#)
[logo_altamonta.pdf](#)



LOGO AVEC BASELINES

[logo_baseline_altamonta.ai](#)
[logo_baseline_altamonta.pdf](#)

INSERTION DU LOGO POUR L'ÉCRAN (WEB, DIAPORAMA...)

fichier RVB basse définition



LOGO DE BASE

[logo_altamonta.png](#)



LOGO AVEC BASELINE 1

[logo_baseline_altamonta.png](#)



LOGO AVEC BASELINE 2

[logo_baseline_altamonta.png](#)