



L'Alsace essentielle

PAYS DE COLMAR 

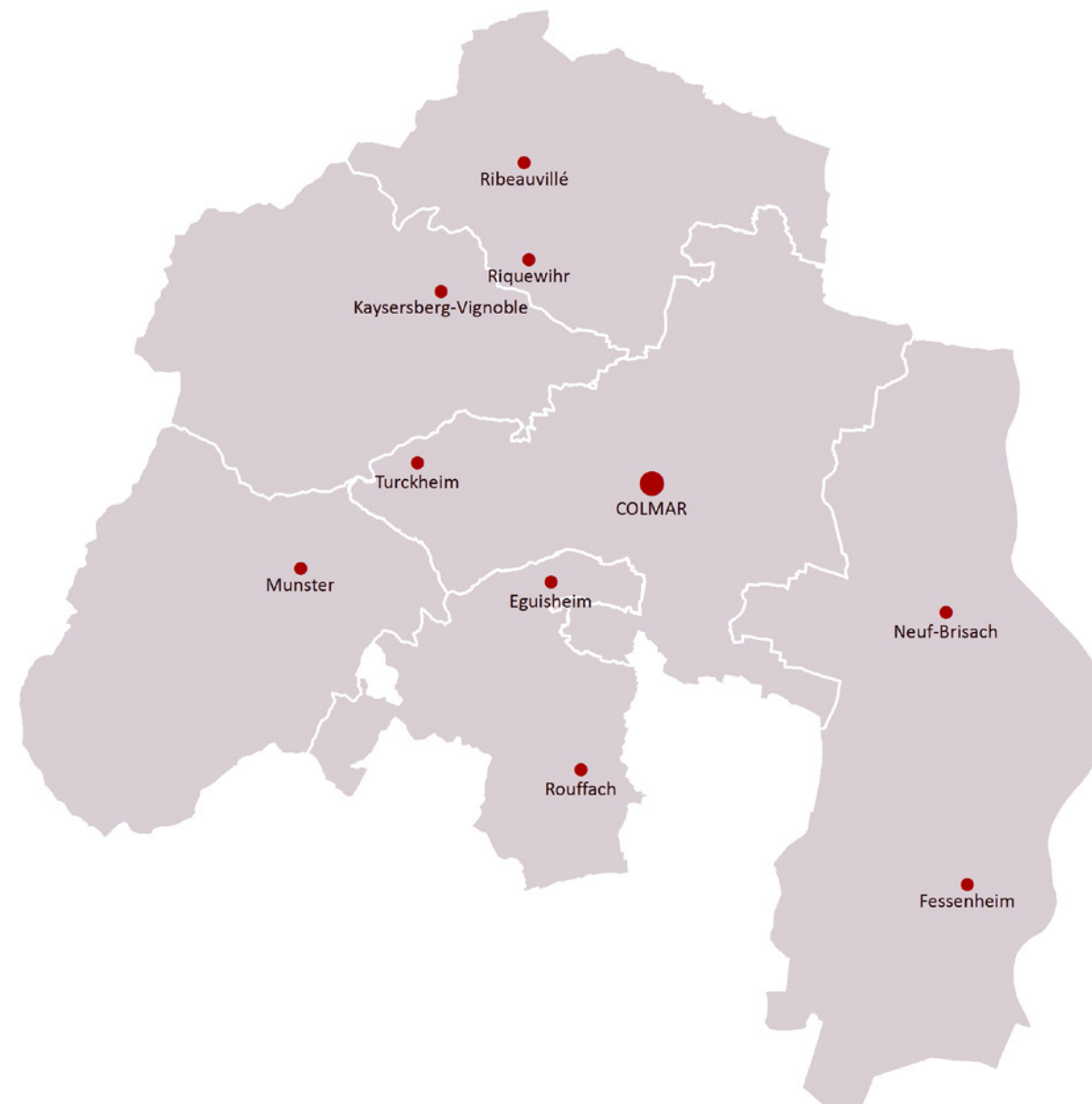
GUIDE DE MARQUE

SOMMAIRE

■ 3	UNE MARQUE PARTAGÉE
6	Genèse du logo
7	Logotype
9	Déclinaisons
■ 10	LES CONTEXTES D'UTILISATION
11	Quel logo pour mon support ?
13	Contexte générique
14	Contexte local
15	Utilisation dans un cartouche
16	Utilisation au côté d'autres logos
■ 17	L'UNIVERS DE MARQUE
18	Typographie
19	Gamme chromatique principale
20	Gamme chromatique secondaire
21	Construction du logo
23	Déclinaisons colorées
25	Univers iconographique fort
26	Univers iconographique mineur
27	Éléments graphiques
28	Déclinaisons destinations
■ 30	LES APPLICATIONS
32	Papeterie
34	Édition
35	Édition déclinaisons thématiques
36	Édition Flyer



UNE MARQUE PARTAGÉE



La destination comprend 8 territoires

COLMAR
ÉGUISHEIM
KAYSERSBERG
MUNSTER
NEUF-BRISACH
RIBEAUVILLÉ-RIQUEWIHR
ROUFFACH
TURCKHEIM

UN TERRITOIRE DIVERS POUR UNE MARQUE PARTAGÉE

Cette marque partagée est née de 9 mois de dialogue entre les différents acteurs du territoire. Chaque étape a été co-pensée avec la direction de la marque Alsace de l'Agence d'Attractivité et le choix final correspond à une logique de différenciation, et non de concurrence, s'intégrant dans une stratégie régionale globale.

Travailler à l'échelle d'un territoire touristique large et cohérent mais surtout d'une destination clairement définie c'est offrir plus lisibilité à notre cible touristique. La mise en œuvre d'une stratégie de marque commune est avant tout destinée à mieux vendre les richesses du territoire pour y favoriser la circulation de nos visiteurs.

UNE MARQUE PARTAGÉE



Un positionnement résolument vivant et incarné.

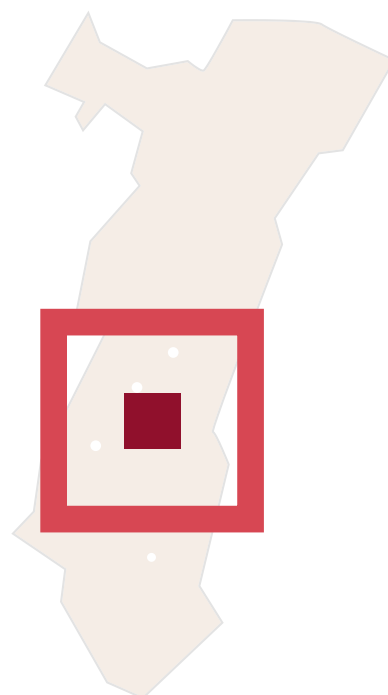
**Un concentré d'Alsace qui offre un terroir épicurien, profondément ancré
dans les pratiques d'habitants généreux de leurs traditions.**

UNE MARQUE PARTAGÉE

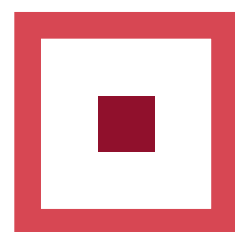
essentielle



+



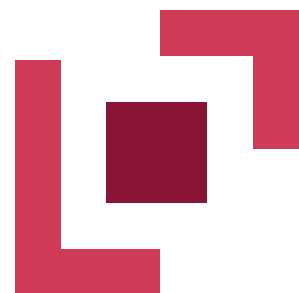
+



GENÈSE DU LOGO

Le carré, la forme la plus équilibrée est symbole de solidité et de stabilité. Elle représente un espace, un lieu structuré et fiable qui sert de cadre. Les Pays de Colmar sont au coeur de l'Alsace, on recadre donc autour de cette destination.

L'utilisation du « L' » vient affirmer la légitimité du Pays de Colmar comme étant LE territoire de l'Alsace essentielle et non pas un territoire alsacien parmi d'autres. On donne ainsi un côté statutaire qui donne de l'envergure à la marque.

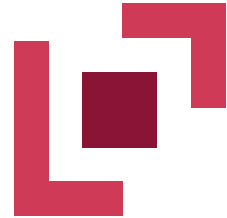


L'Alsace essentielle
PAYS DE COLMAR

LOGOTYPE

Un nom de marque statutaire attribuant à la destination la richesse touristique de la région, entre authenticité et tradition. Terroir convivial, accueillant et vivant, le Pays de Colmar propose des expériences infinies, sans cesse renouvelées au fil des saisons. Cette nouvelle marque, créatrice de valeur, a pour vocation de différencier le Pays de Colmar des pôles strasbourgeois et mulhousiens grâce à la pertinence de son offre touristique mais aussi d'en montrer la complémentarité : ce positionnement entre ainsi dans une logique régionale cohérente.

La mention « L'Alsace essentielle » ne doit jamais être utilisée sans la mention « Pays de Colmar ». Celle-ci doit en effet être mentionnée dans le logo directement où, dans le cas des déclinaisons touristiques (voir pages concernées), dans un bandeau rouge.



L'Alsace essentielle

PAYS DE COLMAR 



L'Alsace essentielle

PAYS DE COLMAR 

LOGOTYPE

Le logo est composé d'une **typographie linéale**, choisie pour sa lisibilité. Le symbole pictographique recadre, met l'accent sur le centre, l'essentiel.

Le logo a été conçu dans une forme horizontale et verticale, pour s'adapter facilement à tous les supports et tous les besoins.



DÉCLINAISONS

Afin de répondre à des problématiques de communication à la fois locales et thématiques, la marque *L'Alsace essentielle* peut-être déclinée pour une utilisation propre à chaque commune.



⚠ Attention, les logos ne s'utilisent JAMAIS sans la mention Pays de Colmar. Celle-ci doit en effet être mentionnée dans le logo directement où, dans le cas des déclinaisons touristiques, dans un bandeau rouge (voir page 14).



LES CONTEXTES D'UTILISATION

QUEL LOGO POUR MON SUPPORT DE COMMUNICATION ?



La marque « **Alsace essentielle, Pays de Colmar** » est la marque de destination touristique du Grand Pays de Colmar.

« Alsace essentielle, Pays de Colmar » vient compléter la marque de territoire partagée « Alsace ». En plus d'objectifs liés à la fréquentation touristique, « **Alsace** » cherche à développer l'attractivité économique de la région.

« Alsace essentielle, Pays de Colmar » évolue en parallèle de la marque de destination touristique « **Massif des Vosges** » qui concerne aussi également une partie du territoire du Grand Pays de Colmar mais seulement sur certaines activités et clientèles très précises (ski, sports d'hiver...).

La complémentarité de ces marques a pour objectif de guider efficacement chaque touriste en répondant de manière adaptée à chaque problématique.

Les institutions touristiques locales (Offices de Tourisme, département, Agence d'Attractivité de l'Alsace, etc.) travaillent à fluidifier le parcours de chaque visiteur dans cet univers de marques en créant des passerelles entre elles.



QUEL LOGO POUR MON SUPPORT DE COMMUNICATION ?

Il est important de valoriser la marque la plus puissante par rapport à chaque objectif de communication et à chaque cible. En pratique, pour toute nouvelle création de support de communication, se posent les questions suivantes...

- **Vous parlez de votre établissement à une clientèle française, belge ou allemande qui connaît déjà la destination « Alsace » ?** Différenciez-vous alors du reste de l'Alsace et évoquez « L'Alsace essentielle, Pays de Colmar ».
- **Vous préparez une brochure sur votre établissement, strictement destinée à des visiteurs asiatiques ou lointains ?** Profitez d'abord de la puissance de communication de la marque « Alsace ».
- **Vous mettez en place le site web de votre magasin de location de matériel de ski ?** Dans l'imaginaire touristique, on skie dans les Vosges et non en Alsace, valorisez la marque « Massif des Vosges ».



CONTEXTE GÉNÉRIQUE

Le logo Pays de Colmar est utilisé uniquement pour les communications génériques et pour qualifier l'ensemble de la destination.



CONTEXTE LOCAL

Dans le cadre de la communication de l'une des destinations, le nom du village se substitue au nom *Pays de Colmar* dont la dénomination est alors reprise dans un bandeau présent dans le visuel.

La mention du Pays de Colmar dans un bandeau rouge est obligatoire dès lors que celle-ci n'apparaît pas dans le logo.





UTILISATION DANS UN CARTOUCHE

Quand la communication concerne un événement ou une annonce, l'identité du territoire cohabite avec l'identité de l'événement en question. Dans ce cas, on peut l'utiliser sous forme d'un cartouche avec la version verticale du logo.

Dans un bandeau inférieur, si le logo est celui du Pays de Colmar, on peut préciser le titre du document. Si on utilise le logo d'un territoire, on rappelle alors la destination du Pays Colmar.

Taille minimale d'utilisation



Zone calme autour du logo



UTILISATION AU CÔTÉ D'AUTRES LOGOS ET LABELS

La taille minimale d'utilisation ainsi qu'une zone dite de protection autour du logo doivent être respectées. La zone de protection, dite de blanc tournant, est **égale à la largeur du carré du logo** et doit toujours rester vierge.

Dans le cadre d'une utilisation au côté d'autres logos et labels, la marque « Alsace essentielle, Pays de Colmar » doit avoir une surface égale ou supérieure à celle de la marque ou du label auquel elle est adjointe. Dans tous les cas, la taille minimale doit être respectée.



L'UNIVERS DE MARQUE

Century Gothic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 /?!(&)*°

Avenir ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 /?!(&)*°

TYPOGRAPHIE

Utilisation de linéales fonctionnelles. La **Century Gothic**, très lisible grâce à son dessin géométrique, est une typographie intemporelle. On utilise sa version Bold pour les titrages.

Y est associée une **Avenir** en Roman d'abord pour le contenu informatif, puis ses variations de graisses (bold, italique, souligné) pour la mise en avant d'informations particulières.



C 13
M 91
J 56
N 0
CF324F

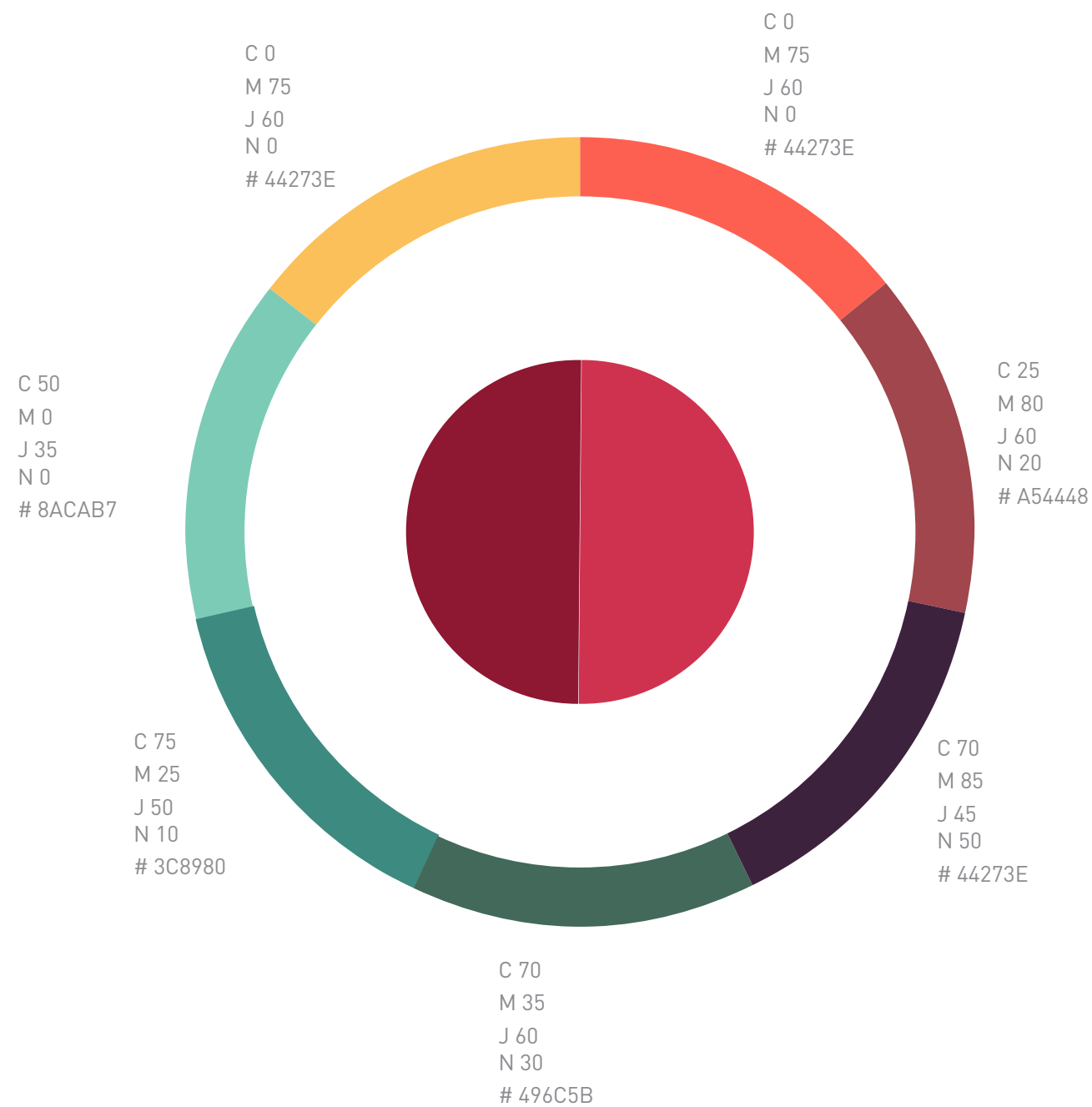


C 28
M 100
J 66
N 32
8E1731

GAMME CHROMATIQUE PRINCIPALE

Une palette de rouges chauds

Le rouge, typiquement alsacien, est la couleur utilisée principalement.



GAMME CHROMATIQUE SECONDAIRE

Pour décliner ou créer des thématiques

Avec les deux rouges de la charte, une palette complémentaire est proposée. Ces couleurs permettent de créer des gammes ou de hiérarchiser l'information en édition.

ATTENTION : cette gamme ne s'appliquera jamais au logo

20

! Le logo et les éléments n'utiliseront jamais les couleurs de la gamme complémentaire.





CONSTRUCTION DU LOGO



21

⚠ Tout changement de disposition, déformation ou dissociation du logo est proscrit.



DÉCLINAISONS COLORÉES



DÉCLINAISONS COLORÉES

Aucune déclinaison couleur du logo n'est autorisée, hormis celles proposées par la charte (cf page précédente). Il peut cependant fonctionner en différents niveaux de gris.

Il fonctionne dans ce cadre toujours sur fond blanc.



Niveaux de gris



Logo en défonce

⚠ L'utilisation du logo avec des couleurs non chartées est interdite.







UNIVERS ICONOGRAPHIQUE FORT

D'abord des rencontres et des moments de vie partagés

L'ensemble de la communication s'articule autour de **l'humain et de l'émotion**. Les visuels utilisés doivent avant tout être centrés sur l'action en cours et les sujets, plus que sur le lieu, puisqu'on cherche à capturer l'instant, comme un invitation à la rencontre. Cette présence incarne aussi l'accueil chaleureux.





UNIVERS ICONOGRAPHIQUE MINEUR

Invitation à la contemplation

L'utilisation de visuels représentant les singularités du territoire permet de stimuler l'imaginaire des voyageurs en leur faisant découvrir une nature pure, des endroits chaleureux et accueillants.

Le cadrage large permet de suggérer l'horizon et l'évasion.





ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Les éléments graphiques sont utilisés comme un recadrage, un focus sur l'action dans le visuel. Ils sont utilisés à 100 % en blanc. Les éléments du cadre sont de préférence coupés pour laisser passer des détails du visuel au premier plan et ainsi créer un effet de profondeur. Si le visuel ne s'y prête pas, la parenthèse peut simplement être apposée sur l'image pour souligner une action, un élément.

La longueur et la position du L pourront s'adapter à chaque visuel. Ils ne sont pas forcément centrés.

Ils pourront également servir à la valorisation d'un texte. Dans ce cas, ils pourront être utilisés à 100% en blanc, rouge ou noir pour s'adapter au contexte.

La magie de Noël

27

⚠ La parenthèse n'est jamais utilisée en couleur.





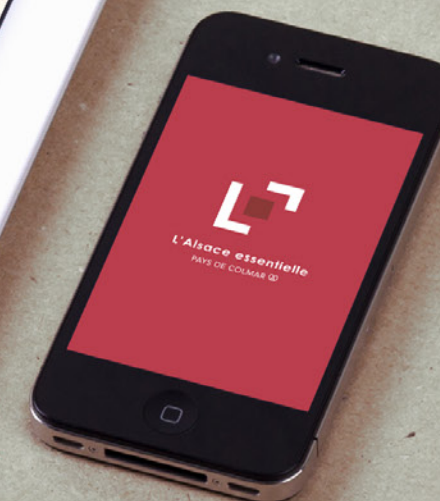
DÉCLINAISONS DESTINATIONS

L'ensemble de la communication s'articule autour de **l'humain et de l'émotion**. Les visuels utilisés doivent avant tout être centrés sur l'action en cours et les sujets, plus que sur le lieu, puisqu'on cherche à capturer l'instant, comme une invitation à la rencontre. Cette présence incarne aussi l'accueil chaleureux.





LES APPLICATIONS





L'Alsace essentielle
PAYS DE COLMAR 



NOM Prénom

Fonction

Tél 01 23 45 67 89

Mail nom.prenom@alsace-essentielle.fr

adresse-internet.fr

PAPETERIE

Carte de visite



L'Alsace essentielle
PAYS DE COLMAR 



NOM Prénom

Fonction

Tél 01 23 45 67 89

Mail nom.prenom@alsace-essentielle.fr

adresse-internet.fr



L'Alsace essentielle
PAYS DE COLMAR ☞

PAPETERIE

Papier en-tête & enveloppe



L'Alsace essentielle
PAYS DE COLMAR ☞



L'Alsace essentielle
RIBEAUVILLÉ & RIQUEWIHR

GUIDE DES HÉBERGEMENTS

BROSCHÜRE TITEL - BROCHURE'S TITLE



www.ribeauville-riquewihr.com

PAYS DE COLMAR

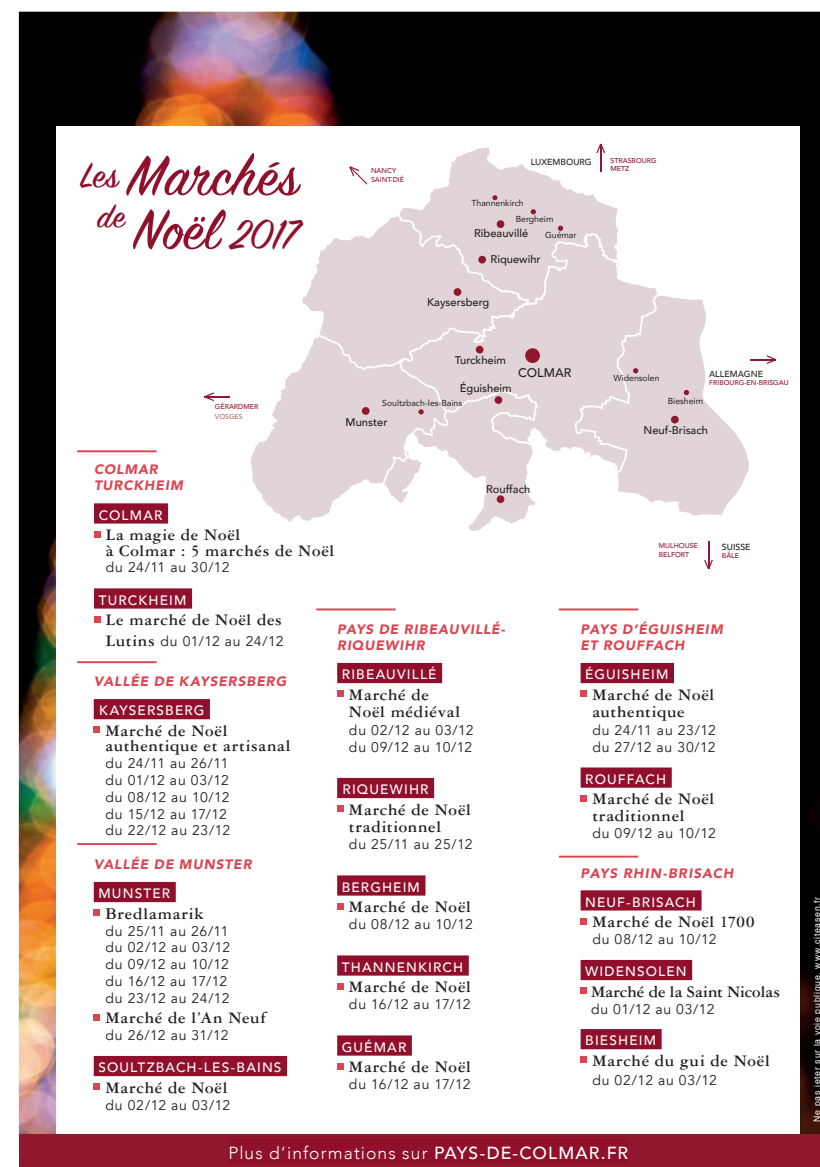
ÉDITION

La charte s'applique pour la déclinaison des documents utiles aux différents acteurs. Au recto, on utilise le cartouche supérieur pour une bonne visibilité en présentoir. L'utilisation du bandeau en pied permet d'asseoir la composition. Les éléments graphiques de recadrage sont toujours utilisés en couverture, pour mettre l'image.



ÉDITION DÉCLINAISONS THÉMATIQUES

La charte s'applique pour la déclinaison des documents utiles aux différents acteurs. Au recto, on utilise le cartouche supérieur pour une bonne visibilité en présentoir. L'utilisation du bandeau en pied permet d'asseoir la composition. Les éléments graphiques de recadrage sont toujours utilisés en couverture, pour mettre l'image.



ÉDITION FLYER

La charte vient cohabiter avec la communication des événements. Au recto, on utilise le cartouche. L'utilisation du bandeau en pied au verso permet d'asseoir la composition.

