



LE GUIDE D'EXPRESSION  
DE LA MARQUE TERRITOIRE

— JANVIER 2019 —





# INTRODUCTION

Ce guide d'expression constitue un premier repère, il donne des exemples, des principes, oriente la réflexion créative, il concerne donc tout à la fois les personnes intervenants régulièrement sur la communication, mais aussi chaque personne qui se veut le porteur des valeurs et de l'image de notre marque territoire.

## UNE MARQUE TERRITOIRE UNIFIÉE

Dès janvier 2019, afin d'optimiser la visibilité et l'attractivité de notre territoire, les 7 communes (Aureille, Eygalières, Mas Blanc des Alpilles, Mouries, Le Paradou, Saint Etienne du Grès et Saint Rémy de Provence) communiqueront sous la même marque territoire : **Alpilles en Provence**

## UN POSITIONNEMENT CLAIREMENT IDENTIFIÉ

Le territoire de part son offre touristique, culturelle, sports, loisirs, patrimoine se positionne comme la Provence lumineuse, intacte, inspirée de culture et d'histoire, celle d'une douceur et d'un art de vivre préservés.

## UNE ACCROCHE PORTEUSE D'UNE PROMESSE

Dans les Alpilles en Provence je vais vivre une expérience de ressourcement, de déconnexion, où tous mes sens vont être mis en éveil, les paysages, la lumière, les senteurs, le goût, l'art, la culture...

**Les Alpilles en Provence, la terre lumière.**





# SOMMAIRE

## 1. LES FONDAMENTAUX

Composition du logo.....	6
Zone de protection .....	7
Couleurs du logo .....	8
Version monochrome .....	9
Adaptations aux fonds colorés .....	10
Applications interdites .....	11
Typographies .....	12
Signes graphiques .....	13
Univers coloriel .....	14

## 2. LES APPLICATIONS

Papeterie .....	16
Édition .....	18
Évènementiel .....	20
Presse & objets publicitaires .....	22
Digital .....	24

# LES FONDAMENTAUX

Plus une marque territoire s'exprime dans un langage distinct, plus il est facile de la reconnaître, à l'intérieur du territoire comme à l'extérieur.

Les fondamentaux déterminent les contours de la marque. Ils lui apportent cohésion et personnalité. Grâce à eux, au premier coup d'œil, la marque est identifiée, reconnue et appréciée.

L'image de notre marque territoire, basée sur les fondamentaux, est l'une de nos richesses essentielles.

A nous donc de la construire, de la développer et de la respecter !





1. LES FONDAMENTAUX

## COMPOSITION DU LOGO

C'est le premier signe de la marque, mais aussi son repère principal et indispensable.

Sa construction et sa couleur assurent la visibilité de la marque. Il est unique, il est donc impératif de respecter ses règles d'application et de proscrire toute altération de couleur, de forme ou de dénomination.

Il est composé de 3 éléments indissociables : le nom du territoire, son emblème graphique «l'olivier» et la dénomination Saint Rémy de Provence qui permet de situer géographiquement le territoire.



25 mm

TAILLE MINIMUM  
D'UTILISATION DU LOGO



1. LES FONDAMENTAUX

## DÉCLINAISONS DU LOGO

Dans le cadre des actions et des événements, à rayonnement local, chaque commune pourra utiliser la version du logo qui lui correspond.

**Ce logo ne pourra en aucune manière être utilisé pour les actions qui visent la promotion du territoire dans sa globalité.**





1. LES FONDAMENTAUX

LES COULEURS  
DU LOGO



■	CMJN	57-24-100-16
	RVB	#718b33
	PANTONE	377 C

■	CMJN	8-24-100-21
	RVB	#b5a31f
	PANTONE	103 C

■	CMJN	0-0-0-100
	RVB	0-0-0
	PANTONE	Black 6C



1. LES FONDAMENTAUX

VERSION  
MONOCHROME



■	N	60
	RVB	#7c7c7c
	PANTONE	Cool Gray 9C

■	N	40
	RVB	#aaaaaa
	PANTONE	Cool Gray 4C

■	N	100
	RVB	0-0-0
	PANTONE	Black 6C



1. LES FONDAMENTAUX

ADAPTATIONS AUX FONDS COLORÉS

Le logotype s'adapte parfaitement aux fonds clairs ou fonds foncés.

Par contre pour les fonds photographiques, il devra être positionné dans un carré blanc pour garantir sa lisibilité.

FONDS CLAIRS



FONDS FONCÉS / la logo passe en blanc



FONDS PHOTOGRAPHIQUES / mise en place d'un aplat blanc



Un espace minimum égal à la largeur du «L» doit être laissé autour du logo pour définir le format de l'aplat blanc.

1. LES FONDAMENTAUX

APPLICATIONS INTERDITES

Par souci de cohérence, le logo de la marque territoire Alpillès en Provence est soumis à des règles strictes qui devront s'appliquer sur tous les supports de communication.

Le logotype doit être reproduit sans modification, à partir des fichiers fournis par le service communication des Alpillès en Provence.



Aucun changement de couleur n'est autorisé en dehors des versions fournies.



Les typographies utilisées ne sont pas modifiables.



Les proportions entre les différents éléments ne doivent pas être modifiées.



Toute déformation est interdite.

1. LES FONDAMENTAUX

**ZONE DE PROTECTION**

Un espace minimum égal à la largeur du «L» doit être laissé vierge de tout signe ou tout texte pour une bonne visibilité du logo.

**! AUCUN ÉLÉMENT GRAPHIQUE NE DOIT APPARAÎTRE DANS CETTE ZONE.**



1. LES FONDAMENTAUX

**TYPOGRAPHIE**

Les typographies principales pour les supports de communication sont la Semplicita Pro et l'ITC Avant Garde Gothic BT.

L'utilisation de ces univers typographiques est essentielle pour garantir la cohérence graphique de la marque.

La typographie pour vos supports bureautiques (modèles PowerPoint et Word) est une police système installée par défaut sur votre poste informatique.

**TITRAGE**

**Semplicita Pro**

LIGHT  
azertyuiopqsdfg  
hijklmwxcvbn  
AZERTYUIOPQSDFG  
HJKLMWXCVBN

REGULAR  
azertyuiopqsdfg  
hijklmwxcvbn  
AZERTYUIOPQSDFG  
HJKLMWXCVBN

MEDIUM  
azertyuiopqsdfg  
hijklmwxcvbn  
AZERTYUIOPQSDFG  
HJKLMWXCVBN

**BOLD**  
azertyuiopqsdfg  
hijklmwxcvbn  
AZERTYUIOPQSDFG  
HJKLMWXCVBN

**BUREAUTIQUE**

**Calibri**

REGULAR  
azertyuiopqsdfg  
hijklmwxcvbn  
AZERTYUIOPQSDFG  
HJKLMWXCVBN

**BOLD**  
azertyuiopqsdfg  
hijklmwxcvbn  
AZERTYUIOPQSDFG  
HJKLMWXCVBN

**BOLD ITALIC**  
azertyuiopqsdfg  
hijklmwxcvbn  
AZERTYUIOPQSDFG  
HJKLMWXCVBN

**TEXTE BODY**

**ITC Avant Garde Gothic BT**

BOOK  
azertyuiopqsdfg  
hijklmwxcvbn  
AZERTYUIOPQSDFG  
HJKLMWXCVBN

**DEMI**  
azertyuiopqsdfg  
hijklmwxcvbn  
AZERTYUIOPQSDFG  
HJKLMWXCVBN

**MEDIUM ITALIC**  
azertyuiopqsdfg  
hijklmwxcvbn  
AZERTYUIOPQSDFG  
HJKLMWXCVBN

**HEAVY ITALIC**  
azertyuiopqsdfg  
hijklmwxcvbn  
AZERTYUIOPQSDFG  
HJKLMWXCVBN

*Il existe plusieurs variantes de la police ITC Avant Garde Gothic BT*

**DIGITAL (SUGGESTIONS)**

**Lato Pro**

LIGHT  
azertyuiopqsdfg  
hijklmwxcvbn  
AZERTYUIOPQSDFG  
HJKLMWXCVBN

REGULAR  
azertyuiopqsdfg  
hijklmwxcvbn  
AZERTYUIOPQSDFG  
HJKLMWXCVBN

MEDIUM  
azertyuiopqsdfg  
hijklmwxcvbn  
AZERTYUIOPQSDFG  
HJKLMWXCVBN

**BOLD**  
azertyuiopqsdfg  
hijklmwxcvbn  
AZERTYUIOPQSDFG  
HJKLMWXCVBN

*Il existe plusieurs variantes de la police Lato*



1. LES FONDAMENTAUX

### L'UNIVERS COLORIEL

La gamme colorielle de la marque territoire les Alpilles en Provence se compose d'une palette de 15 couleurs.

Ces couleurs peuvent s'appliquer sur tous les supports de communication : édition, bureautique et web.

Elles s'utilisent aussi bien par petites touches, que sous forme d'aplats en fond de documents ou pour les typographies

 **CMJN** 80-40-80-55  
**RVB** 46-66-46  
**PANTONE** 000 C

 **CMJN** 80-100-0-40  
**RVB** 38-0-75  
**PANTONE** 000 C

 **CMJN** 30-30-0-30  
**RVB** 124-112-143  
**PANTONE** 000 C

 **CMJN** 57-24-100-16  
**RVB** 113-139-51  
**PANTONE** 000 C

 **CMJN** 100-85-0-0  
**RVB** 17-25-135  
**PANTONE** 000 C

 **CMJN** 30-30-30-0  
**RVB** 178-157-147  
**PANTONE** 000 C

 **CMJN** 8-24-100-21  
**RVB** 185-147-3  
**PANTONE** 000 C

 **CMJN** 65-85-0-0  
**RVB** 96-31-139  
**PANTONE** 000 C

 **CMJN** 50-50-50-0  
**RVB** 128-101-95  
**PANTONE** 000 C

 **CMJN** 0-50-100-0  
**RVB** 255-128-0  
**PANTONE** 000 C

 **CMJN** 60-100-0-0  
**RVB** 107-2-125  
**PANTONE** 000 C

 **CMJN** 80-80-80-10  
**RVB** 48-30-32  
**PANTONE** 000 C

 **CMJN** 0-90-100-0  
**RVB** 255-25-0  
**PANTONE** 000 C

 **CMJN** 30-100-50-0  
**RVB** 176-1-63  
**PANTONE** 000 C

 **CMJN** 0-0-0-100  
**RVB** 0-0-0  
**PANTONE** Black 6C



1. LES FONDAMENTAUX

### LES SIGNES GRAPHIQUES

Pour renforcer le territoire d'expression de la marque Les Alpilles en Provence, des signes graphiques peuvent venir se décliner sur les différents supports.

Ils deviennent alors les repères visuels de la marque et permettent d'animer la mise en page.



Ce signe peut-être utilisé en ajustant le niveau de transparence selon le support.



Ce signe peut-être utilisé en blanc selon le support.



Une partie du signe peut rythmer les textes

# LES APPLICATIONS

Pour accompagner notre stratégie de développement et assurer une bonne visibilité de la marque, l'identité sera déployée sur tous nos supports de communication.

Conserver une cohérence dans les réalisations graphiques touchant à la marque territoire Les Alpilles en Provence contribue à :

- Amplifier la reconnaissance, la lisibilité et la promotion de notre marque auprès de nos cibles actuelles et potentielles
- A installer durablement notre marque
- A favoriser un véritable «effet identitaire» porteur de nos valeurs tant en interne qu'en externe.

A nous de donner corps, de développer et de respecter l'identité graphique de notre marque.





2. LES APPLICATIONS

PAPETERIE

Entête

Format 210 x 297 mm

**ALPILLES**  
PROVENCE  
SAINT RÉMY DE PROVENCE

Saint-Etienne, le 21 juillet 2009

recommandé avec  
avis de réception

AFJS 2009-358

Monsieur,

Je vous prie de trouver ci-joint, copie du courrier en date du 17 juillet 2009 de Monsieur le Président de l'Université, qui demande la saisine de la Section Disciplinaire de poursuites à votre encontre d'une part, pour avoir perturbé la cérémonie du 24 juin 2009 relative à la pose de la première pierre de la future Maison de l'Université- Maison des Etudiants et d'autre part, pour avoir occupé des locaux du Site Tréfilerie, la nuit du 30 juin au 1<sup>er</sup> juillet 2009 au-delà de l'autorisation accordée par le Président de l'Université, ces faits étant de nature à porter atteinte à l'ordre et au bon fonctionnement de l'Université.

Vous êtes convoqué devant la commission d'instruction le jeudi 10 septembre 2009 à 13 heures 30. Vous vous présenterez salle 05 (niveau -1) à la Maison de l'Université, rue Baulier. Vous pourrez comparaître seul ou accompagné du conseil de votre choix.

Vous pourrez prendre connaissance de votre dossier pendant la durée de l'instruction. Tous renseignements vous seront communiqués au secrétariat de la Section Disciplinaire, Service des Affaires Juridiques et Statutaires, 34 rue Francis Baulier, téléphone : 04 77 42 17 56.

Veillez agréer, Monsieur, l'expression de ma considération distinguée.

  
Gilles JACOUD

Adresse - Code postal - Ville - Tél. +33 (0)4 23 65 87 41  
[www.alpilles-en-provence.fr](http://www.alpilles-en-provence.fr)



2. LES APPLICATIONS

PAPETERIE

Carte de visite

Format 85 x 55 mm

Recto - Verso

**ALPILLES**  
PROVENCE  
SAINT RÉMY DE PROVENCE



**ALEXANDRA DUPONT**  
RESPONSABLE DE LA COMMUNICATION  
a.dupont@alpilles-en-provence.fr

Adresse - Code postal - Ville  
Tél. +33 (0)4 23 65 87 41

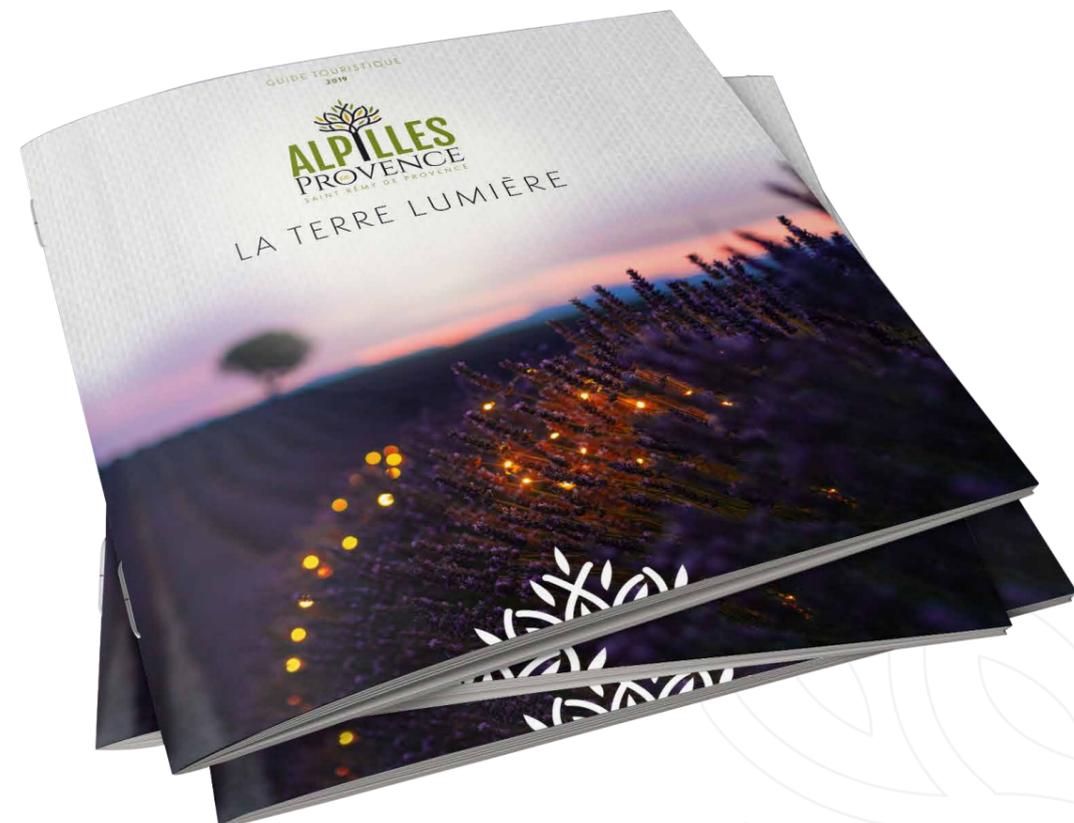
[www.alpilles-en-provence.fr](http://www.alpilles-en-provence.fr)



2. LES APPLICATIONS

ÉDITION

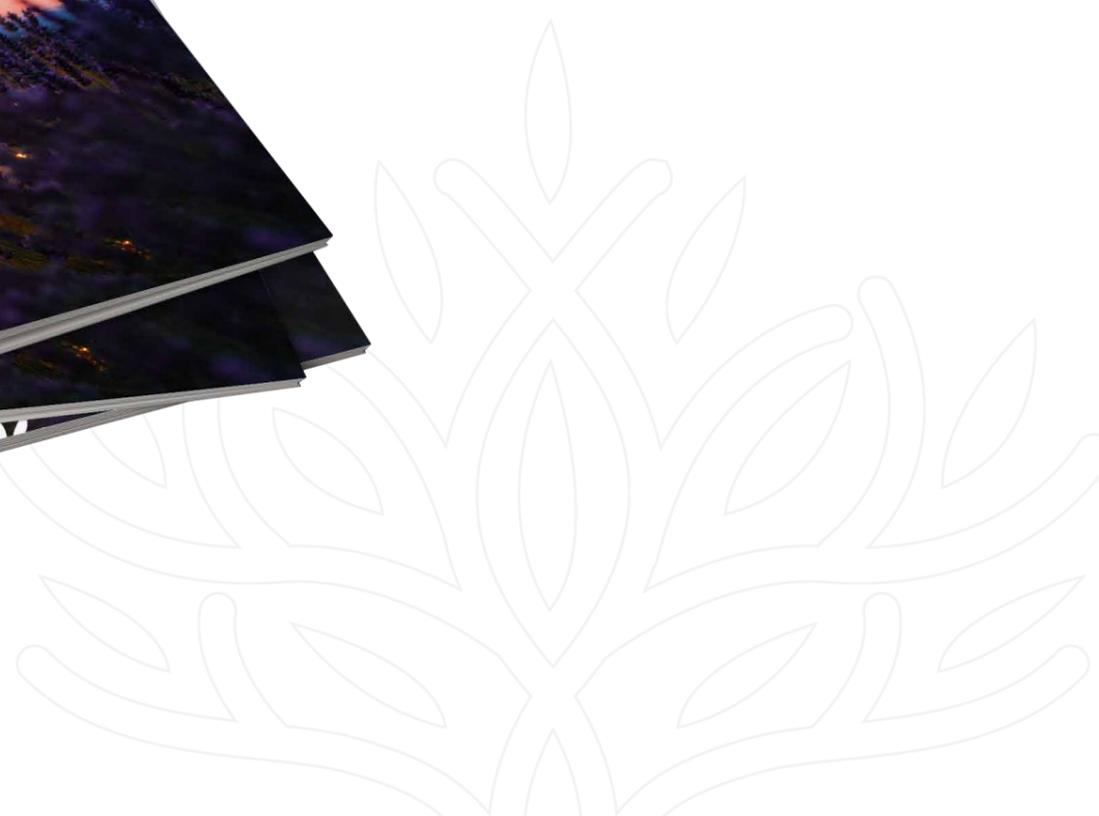
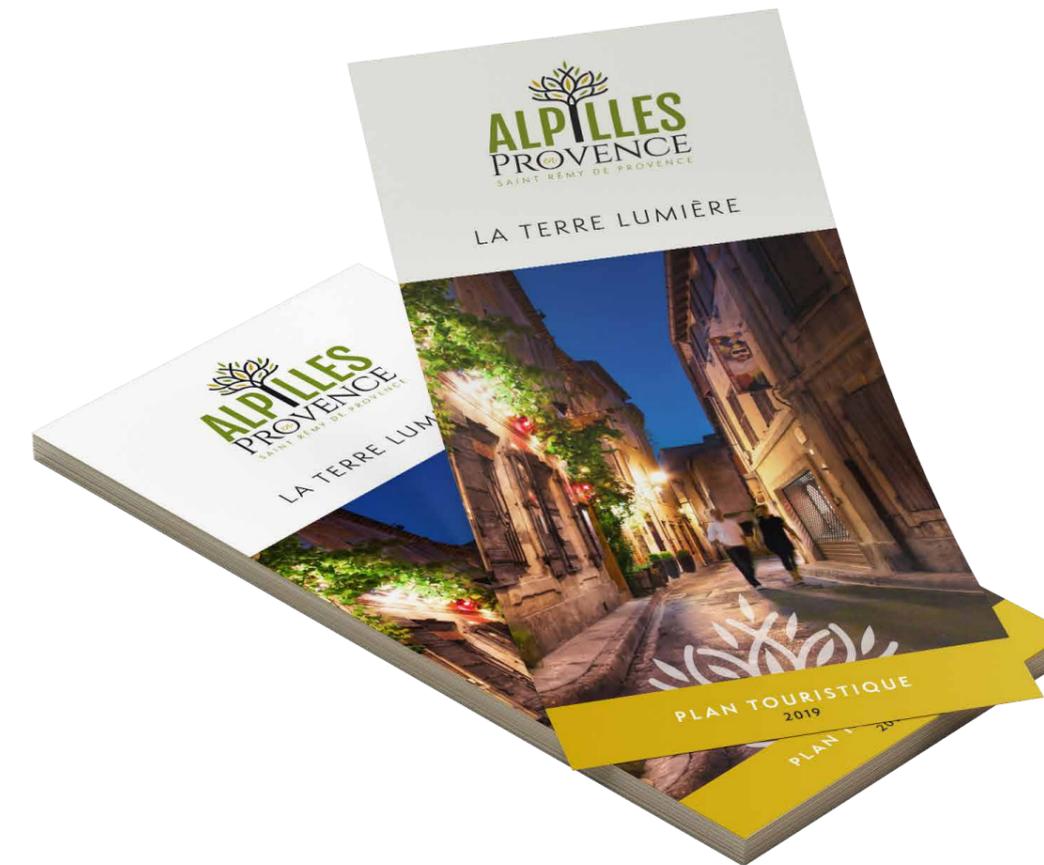
Principe de couverture guide  
Format 210 x 210 mm



2. LES APPLICATIONS

ÉDITION

Principe de couverture plan  
Format 100 x 210 mm

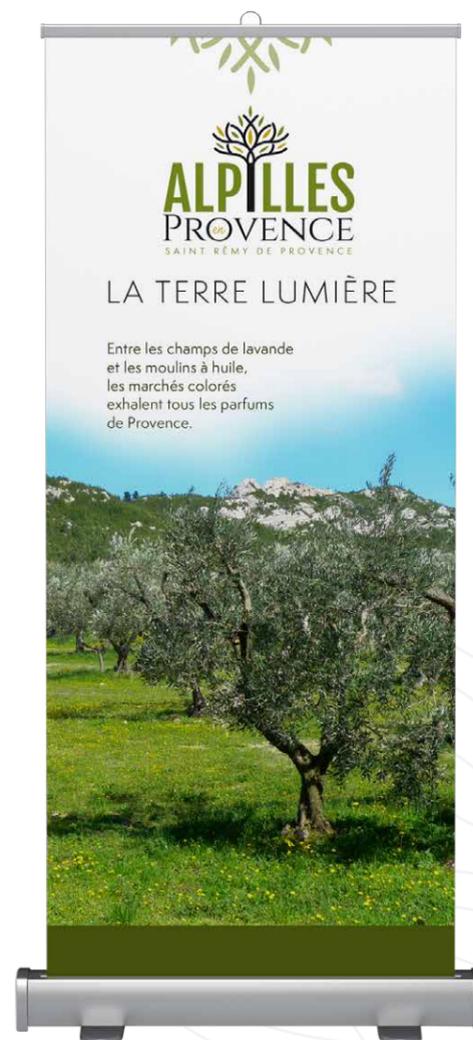
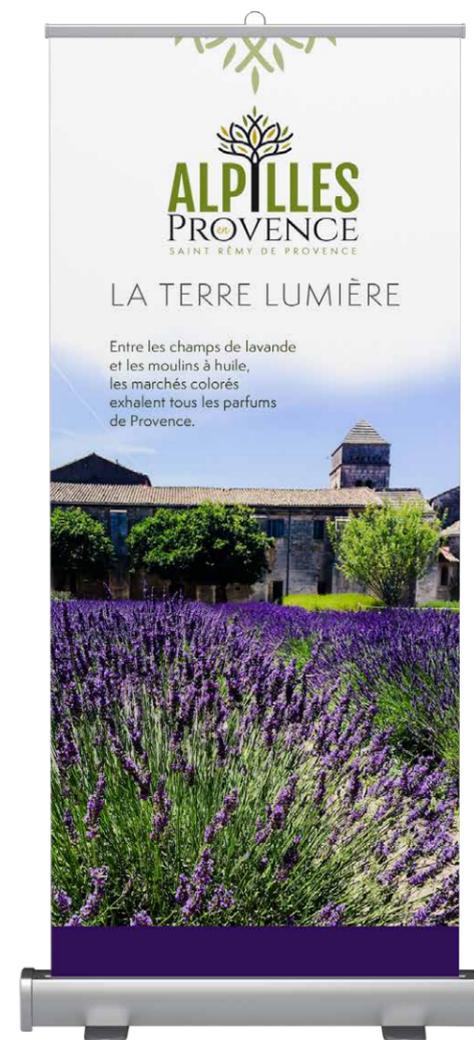




2. LES APPLICATIONS

ÉVÈNEMENTIEL

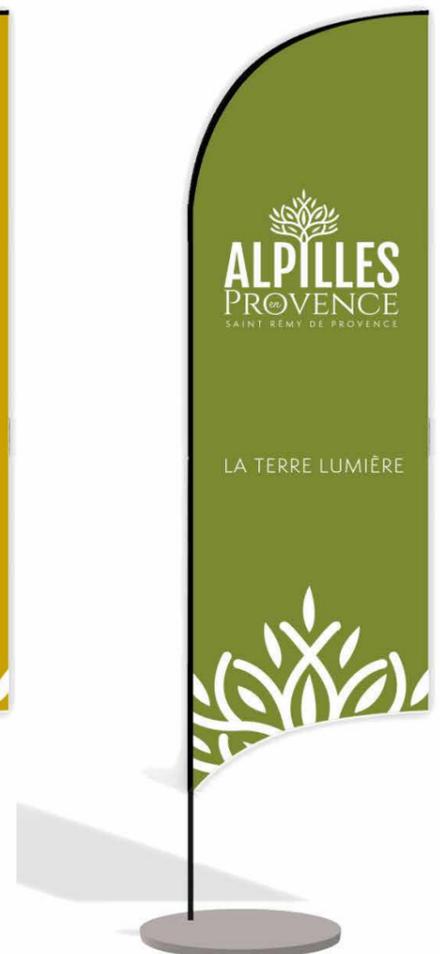
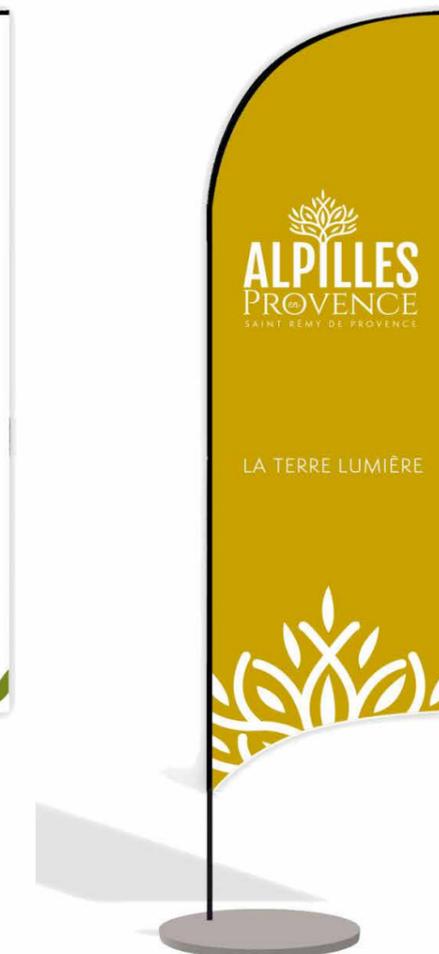
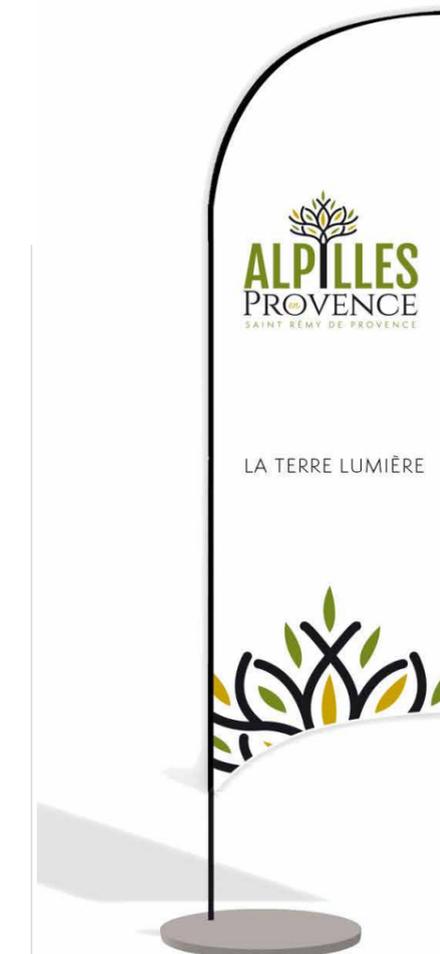
Kakemonos  
Format 800 x 2000 mm



2. LES APPLICATIONS

ÉVÈNEMENTIEL

Oriflammes





2. LES APPLICATIONS

PRESSE

Annonce presse  
Format Pleine page



2. LES APPLICATIONS

OBJETS PUBLICITAIRES

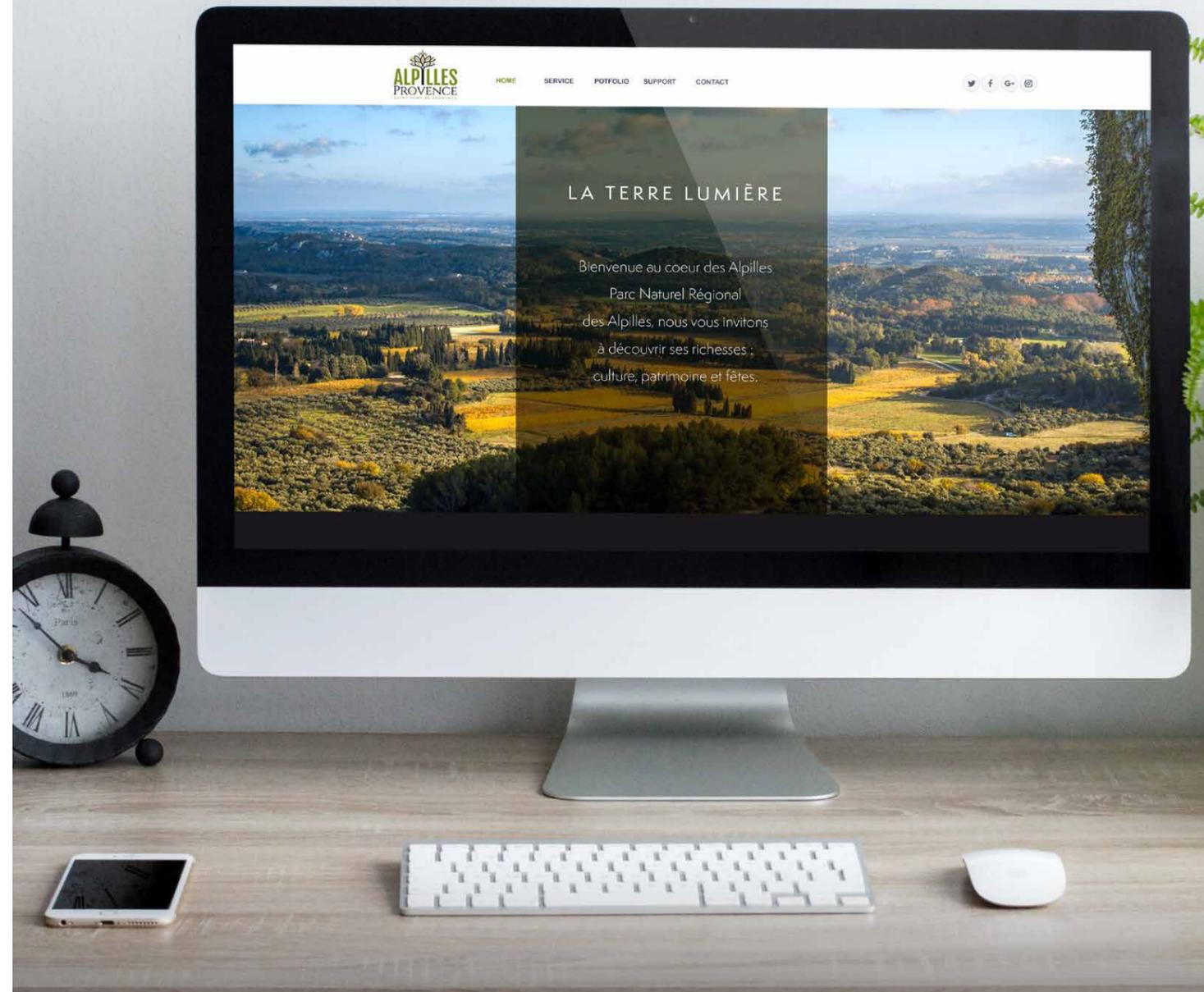




2. LES APPLICATIONS

DIGITAL

Home page site



2. LES APPLICATIONS

DIGITAL

Signature mail

