

CODE DE MARQUE

**LIVRADOIS
FOREZ**

à mettre à jour
attente finalisation contenu

Sommaire

Chapitre 1

Une marque co-construite..... 6

Chapitre 2

Le Livradois-Forez..... 12

Chapitre 3

Le code marque 18

Chapitre 4

Les règles d'usage..... 24

Chapitre 5

Le choix des outils 55

Chapitre 6

Rejoignez-nous !..... 60

“

L'Édito

LIVRADOIS-FOREZ

Une marque pour un fabuleux destin

En attente nouveaux
visuels

En revendiquant un objectif prioritaire de développement économique et social et en refusant le discours convenu considérant irrécconciliables la protection de l'environnement et le développement, les habitants du Livradois-Forez ont posé le principe novateur d'un Parc naturel régional qui cultive et impose la force de ses paradoxes : on peut travailler dans des entreprises de pointe et vivre à la campagne, on peut s'enivrer de grands espaces et rester connecter au monde entier. Oui, au cœur de l'Auvergne, on peut se réconcilier avec soi-même, vivre autrement et accéder aux meilleurs des services de santé, d'éducation, de culture.

Le Livradois-Forez est né pour combattre les préjugés, le fatalisme, et le déclin programmé par la volonté de réunir les énergies de ses habitants, acteurs du territoire, professionnels ou associatifs et d'ouvrir largement les bras à toutes les initiatives pour peu qu'elles s'insèrent dans les valeurs d'un développement respectueux des femmes et des hommes, de leur environnement et de leur culture.

Pour cela, le Livradois-Forez ouvre des espaces d'accueil, des espaces d'échange et de coopération. Fédérateur par nature, il valorise ses ressources et ses savoir-faire, encourage une agriculture respectueuse de l'environnement, promeut l'éducation de tous les publics à l'environnement et aux patrimoines, contribue à la protection des milieux naturels, à la sauvegarde du patrimoine bâti, encourage les pratiques culturelles...

Le Livradois et le Forez se sont rencontrés à l'origine pour faire un mariage de raison, mais ce fut aussi un formidable pari sur l'avenir, sur l'ouverture aux vents de l'innovation, sur la propre valeur de cette région notoirement ignorée, un paradoxe originel qui mérite d'affirmer haut et fort : « **Bienvenue en Livradois-Forez !** » ”

Qui sommes-nous ?

Nous sommes des habitants, des chefs d'entreprise, des agriculteurs, des responsables associatifs, des élus du Livradois-Forez.

Ici, entre Lyon, Clermont-Ferrand et Saint-Étienne, nous nous inventons **une vie différente** de celle des métropoles, tout en respectant le choix de ceux qui ont choisi d'y vivre : les consommateurs de nos produits agricoles ou transformés, les clients de nos entreprises, nos visiteurs qui viennent s'adonner ici aux loisirs et sports de pleine nature...

Notre territoire est aujourd'hui en progression démographique. De plus en plus de familles souhaitent réussir tout aussi bien leur vie personnelle que professionnelle en profitant de nos atouts : **emplois, logements à prix abordable, circuits courts d'approvisionnement, écoles, vie associative, loisirs...**

Nous souhaitons **amplifier le mouvement**, en maintenant nos habitants et en attirant encore de nouvelles personnes. De nouvelles familles partagent nos **valeurs humaines** pour consolider durablement **notre qualité de vie, personnelle et collective**, et le développement harmonieux de notre territoire, dans le **respect de notre environnement.**

En attente nouveaux
visuels

**Voilà pourquoi nous lançons
cette invitation à nous rejoindre
pour construire, ensemble, un
monde nouveau : plus vivable,
plus équitable, plus viable...
Plus durable**

Le code de marque : pour tout savoir de A à Z

Le code de marque sert à définir un cadre pour porter la marque Livradois-Forez au travers de tous les outils de promotion du territoire.

C'est en quelque sorte, une « **boîte à outils** » ouverte et adaptable en fonction des besoins de chacun. **Ce document s'adresse à l'ensemble des acteurs publics et privés** qui souhaitent renforcer la notoriété du Livradois-Forez et revendiquer leur appartenance à ce territoire.

Ce cadre permet à l'ensemble des acteurs de **véhiculer et de partager des valeurs communes et de gagner en visibilité** par une communication collective plus cohérente et plus forte. Il s'agit finalement de rechercher **de nouvelles synergies entre différentes démarches de communication** dans le but d'en accroître l'efficacité.



Chapitre 1

UNE MARQUE CO-CONSTRUITE

Depuis 2019, plusieurs acteurs se fédèrent autour du Parc naturel régional Livradois-Forez pour **construire un positionnement marketing et une stratégie d'attractivité territoriale.**

La volonté est de réunir les forces vives pour **collectivement accroître la notoriété du Livradois-Forez.**

Qu'est-ce qu'une **marque** ?

Une marque permet de construire et d'asseoir un univers identitaire. Celui-ci est porté par un logo mais aussi par des **couleurs**, des **mots**, des **ambiances**, un **état d'esprit** qui la distingue des autres. Tous les acteurs qui se reconnaissent dans ses valeurs peuvent donc participer au **rayonnement de la marque**. Le déploiement d'une marque territoriale est un des outils de la stratégie d'attractivité.



Pourquoi une marque partagée ?

La marque permet un discours commun :
« parler d'une même voix »

Elle apporte de la **cohérence** dans la communication du territoire.

Elle **fédère** et regroupe les efforts de promotion.

Elle **accroît l'efficacité collective** de la communication.

Chaque acteur devient ainsi **ambassadeur du territoire** lors de ses prises de parole et contribue à la visibilité de la marque du territoire.



Les enjeux de la démarche

Accroître la notoriété et l'attractivité
du Livradois-Forez

Renforcer l'image du territoire

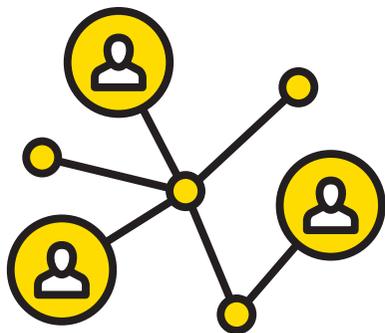
Définir et **partager** un positionnement
marketing commun

Construire un discours d'attractivité
partagé et porté par les acteurs
du territoire avec fierté

Accompagner et **amplifier**
les actions déjà conduites

Rassembler et **mobiliser** largement
les acteurs pour aller plus loin

Une **marque co-construite** avec les **acteurs du Livradois-Forez**



Le collectif attractivité Livradois-Forez

Environ **300 acteurs ont été associés à la construction** de la stratégie d'attractivité du Livradois-Forez et de la marque territoriale. Le "collectif attractivité Livradois-Forez" a été constitué pour **représenter les différents secteurs d'activités et géographiques du territoire**. Les membres de ce collectif jouent un rôle d'ambassadeur du territoire. Grâce à leur prise de parole individuelle, en s'appuyant sur la marque territoriale, ils participent à la visibilité du territoire.

Un écosystème d'acteurs engagés !

Des agriculteurs, des artisans, des industriels, des partenaires publics (communes, communautés de communes, chambre consulaire, etc.), des associations d'événementiels culturel et sportif, des associations jeunesse-éducation, des associations ou individuels pour la préservation et la défense de l'environnement, des acteurs de la santé, des agences immobilières.

Ils ont choisi, les éléments de langage qui leur correspondent le mieux, en fonction de leur profil, de leur secteur d'activité et du support sur lequel ils souhaitent communiquer.



Le comité de pilotage attractivité du Livradois-Forez

Ce comité de pilotage réunit les décideurs des collectivités, des chambres consulaires, de la Maison du tourisme et des associations d'entreprises du territoire. Son rôle est de piloter la démarche, de valider les différentes étapes de l'élaboration de la stratégie d'attractivité et désormais de décider des actions à mettre en œuvre pour déployer la politique d'attractivité du territoire.



Chapitre 2

LE LIVRADOIS-FOREZ

Situation géographique

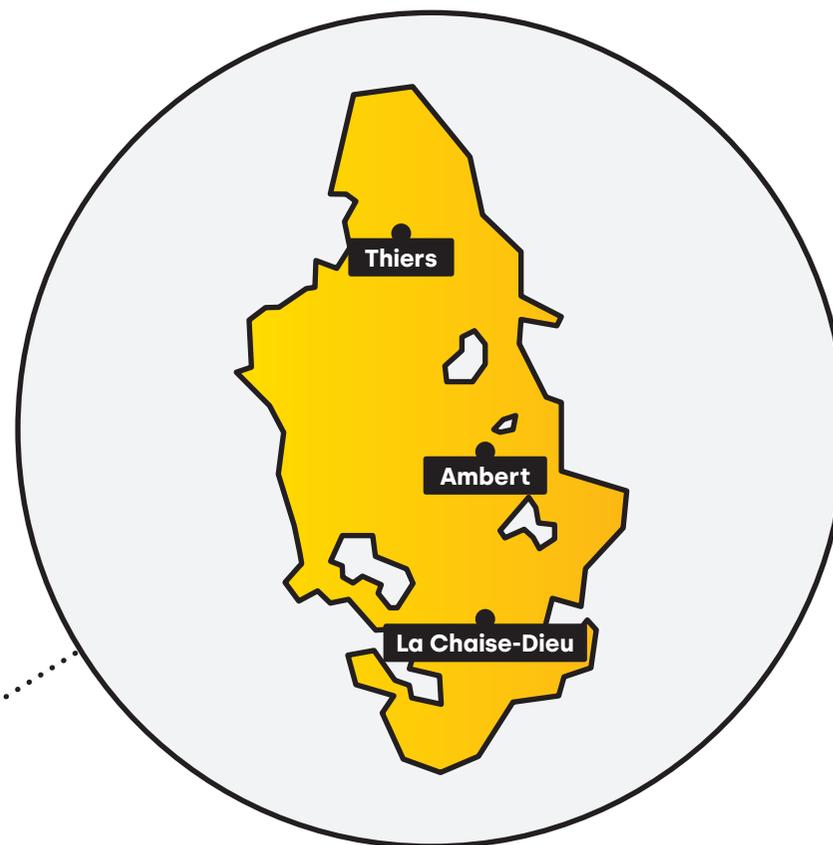
Région : **Auvergne-Rhône-Alpes**

3 départements : **Puy-de-Dôme, Haute-Loire, Loire**

Communes : **176**

Superficie : **3110,35 km²**

Point culminant : **Monts du Forez, 1634 m**



Une identité forte

Au cœur de l'Auvergne ; à proximité de Clermont-Ferrand, Saint-Étienne et Lyon, le territoire du Livradois-Forez cultive les paradoxes :

- » Une biodiversité remarquable et une industrie performante.
- » Une culture profondément enracinée et une grande ouverture sur le monde.
- » Une tradition de savoirs faire et un esprit d'innovation permanente.
- » Un espace d'épanouissement des projets personnels et économiques, et une attention particulière à la préservation des ressources.
- » Une intensité de la relation humaine et de grands espaces de liberté.



Dans le Livradois-Forez, on peut tisser des liens, s'ancrer, on est attendu et considéré pour ce que l'on fait.

Ici, chaque jour, on fabrique **un monde nouveau** : chacun à la possibilité d'entreprendre sa vie tant personnelle que professionnelle tout en participant à la construction de ce projet collectif !



Tsabà d'intrar*

*« Finissez donc d'entrer », comme l'on dit au seuil de la maison dans tout le Livradois-Forez. Mieux qu'une simple phrase courtoise pour accueillir le visiteur, voilà l'invitation conviviale à pénétrer dans l'intimité d'un vaste territoire de moyenne montagne et sans doute à y rechercher les raisons de réinventer une vie en accord avec ses propres valeurs.

Le Livradois-Forez est un **Parc naturel régional en Auvergne**, l'un des plus étendu de France, peuplé de plus de **100 000 habitants**, il regroupe 163 communes parmi lesquelles **Thiers et son couteau, Ambert, son fromage et ses tresses, la Chaise-Dieu et son abbatale, Billom et son ail...**

Il est fait de rocs et d'eaux vives, de prairies et de hautes futaies. Par d'inattendus détours, il s'ouvre sur **l'infini des paysages**, dévale en torrents jusqu'à la Dore, s'étend sur les cotteaux de Billom et de la Comté, ou grimpe sur **les monts du Forez** à plus de 1 600 mètres d'altitude en cheminant par les cols de la Loge, du Béal ou des Supeyres. Là-haut, s'offrent au plus vif de l'air, les landes des Hautes-Chaumes, terres de pastoralisme et **berceau des fourmes d'Ambert et de Montbrison.**



Quel(s) visuel(s) à supprimer ?
En attente nouveaux visuels



Une grande variété de paysage pour une richesse biologique exceptionnelle : tourbières et lacs tourbeux à la flore spécialisée, landes montagnardes, hêtraies et sapinières avec leurs petites chouettes de montagne, forêts alluviales, buttes et coteaux secs de Limagne parsemées d'orchidées, prairies naturelles donnant le couvert à la Pie Grièche grise, si rare, rivières et torrents de nouveau habités par la Loutre d'Europe, etc. Ces paysages sont façonnés par **une activité agricole d'élevage** qui valorise une ressource herbagère de grande qualité.

Le Livradois-Forez est **un écrin idéal pour les passionnés d'activités de pleine nature**. À votre convenance, selon votre rythme, parcourez ce vaste territoire. À pied, à vélo ou à cheval, d'innombrables sentiers mènent au cœur de ces sites les plus remarquables.

À tous ceux épris de découvertes et de rencontres, le Livradois-Forez réserve des moments inoubliables avec des femmes et des hommes qui détiennent, depuis la nuit des temps, les secrets de fabrication du papier, du tressage, des bons produits ou encore de tout ce qui coupe et qui tranche, dont Le Thiers® qui porte haut la renommée de la cité coutelière.

Cet héritage explique la présence **d'entreprises performantes, leader mondial sur leur marché** notamment dans les domaines du travail des métaux, de la plasturgie, des câbles électriques, de la pharmacie, de l'emballage technique, de l'agroalimentaire. Ces entreprises offrent de **nombreuses opportunités d'emplois** pour ceux qui souhaitent venir vivre à la campagne.

L'occupation humaine très ancienne s'éprouve dans les milliers de hameaux dispersés dans la belle campagne, par **un formidable patrimoine d'architectures paysannes, artisanales, religieuses**, par un réseau dense de petites villes offrant ainsi aux nouvelles générations **des espaces de vie de qualité remarquable**.

Les passionnés de culture fréquentent les nombreux festivals, évènements et associations du territoire. Par exemple, le Festival de musique de La Chaise-Dieu, de renommée internationale, enchante tous les ans la remarquable abbatale gothique

Le Livradois-Forez porte en lui **la volonté des habitants de se rassembler et de prendre en main leur avenir**. Le renouvellement de la population par l'accueil d'actifs est une priorité. Il s'engage également dans l'action face aux grands défis du siècle comme **la préservation de la biodiversité, la nécessaire transition énergétique, une production paysanne de qualité, la gestion durable des ressources comme l'eau ou le bois**.

Plus qu'un simple territoire, le Livradois-Forez est un projet solidaire d'aménagement et de développement qui anticipe à son échelle humaine les grandes mutations. Les collectivités, les organismes, les entreprises et les citoyens s'engagent ici ensemble pour inventer un monde nouveau.



**Bienvenue
en Livradois-Forez !**

Les valeurs du territoire

La marque Livradois-Forez porte les valeurs qui ont permis au fil du temps de forger l'identité de ce territoire singulier.



— Valeurs du faire

Engagement & entrepreneuriat

Ingéniosité & inventivité

Culture du faire & savoir-faire

— Valeurs de la relation aux autres

Authenticité & transmission

Hospitalité & solidarité

Bienveillance & entraide

— Valeurs de l'être

Sérénité & quiétude

Liberté & respect de l'environnement

Pour mettre en avant le territoire, les acteurs du Livradois-Forez peuvent capitaliser sur **ces valeurs et ces atouts**, afin d'attirer de nouvelles populations. Ces éléments peuvent être utilisés par chacun pour, **donner envie de venir**, montrer qu'ici aussi, il y a des choses à faire et que **les acteurs de ce territoire sont organisés pour accueillir au mieux**, les nouveaux arrivants.

Chapitre 3

LE CODE MARQUE



Le code de marque définit les éléments qui expriment la personnalité de la marque.

Il établit un cadre commun d'utilisation de la marque pour lui donner de la force. Quelques souplesses permettent de s'adapter à des réalités différentes.

- Personnalisation dans les éléments de langages avec un choix d'accroches et phrases totem.
- Adaptabilité de par l'organisation de la marque en plusieurs déclinaisons.

La démarche

Organisation de la marque

L'attractivité du territoire est basée sur plusieurs secteurs d'activité, afin que chaque acteur puisse s'approprier la marque, elle se décline selon les 4 grands champs de l'attractivité.

Attractivité **institutionnelle**

Attractivité **touristique**

Attractivité **économique**

Attractivité **sociale**

L'idée est d'utiliser un **marqueur commun** et de réaliser des déclinaisons du manifeste (des accroches, des phrases totem) pertinentes pour chaque secteur.



Le marqueur identitaire

C'est une signature visuelle simple, facile à utiliser et qui permet aux acteurs d'être rattachés au Livradois-Forez au premier coup d'œil.

Comment ?

En donnant à chacun la possibilité de s'approprier et d'apposer ce marqueur sur l'ensemble de ses documents (affiches, tracts, sites web, posts réseaux sociaux, guides, magazines...).

Pourquoi ?

Le marqueur identitaire est l'élément graphique que l'on reconnaît et mémorise facilement et qui rappelle les valeurs et le positionnement du territoire.



Le Collectif attractivité Livradois-Forez a donc choisi d'élargir l'utilisation du marqueur identitaire touristique à tous les acteurs du territoire, comme premier élément du code de marque territorial.

Construction du marqueur :



Cependant, le marqueur identitaire n'est pas suffisant pour décrire le territoire. La volonté a été de le compléter avec des éléments de langage, un texte fondateur : **le manifeste.**

RE-PRENONS NOS VIES EN MAINS !

EN AUVERGNE, LE LIVRADOIS-FOREZ

CULTIVER LES PARADOXES.

TRAVAILLER DANS L'INDUSTRIE
TOUT EN VIVANT EN PLEINE NATURE.
AVOIR UNE VIE SOCIALE INTENSE
DANS DE GRANDS ESPACES OUVERTS.

AVOIR UNE MEILLEURE QUALITÉ DE VIE

POUR UN MOINDRE COÛT DE LA VIE.
ICI, CHAQUE JOUR, NOUS FABRIQUONS
UN MONDE NOUVEAU.
ICI, VOUS ÊTES ATTENDUS.
VOUS ÊTES ACCOMPAGNÉS.

LIBRE À VOUS DE REPRENDRE VOTRE VIE EN MAINS !

EN LIVRADOIS-FOREZ,
**VOUS AVEZ TOUT
POUR RÉUSSIR.**

Les éléments de langage

Ce manifeste est une invitation à se réinventer, à travers une prise de position collective et partagée par les acteurs du territoire. C'est la pierre angulaire du positionnement de Livradois-Forez.

Il permet, sous forme de phrases clés, simples, d'exprimer sans détour ce qu'est le territoire tout en jouant sur les paradoxes qui le caractérisent.

Ce texte a été décliné visuellement à travers 2 éléments de langages : les **accroches** et les **phrases totem**.



Libre à vous
d'entreprendre

CONTRIBUER
À UNE ÉCONOMIE
RICHE TOUT EN VIVANT
EN PLEINE NATURE



EN LIVRADOIS-FOREZ
RE-PRENONS NOS VIES EN MAINS !

Les accroches

Premier élément de personnalisation, l'accroche a été déclinée en 3 versions par secteur. Ceci permet une bonne représentativité de l'ensemble des acteurs.

Seules ces 12 versions sont autorisées. Chaque acteur peut utiliser l'une ou l'autre de ces accroches, indépendamment du secteur d'activité.

1	2	3	4
<p>Attractivité institutionnelle</p> <p>Accroche principale à utiliser avec ou sans la phrase totem</p>  <p>Libre à vous d'oser</p> <p>Accroches supplémentaires</p> <p>Libre à vous de bouger</p> <p>Libre à vous de tout recommencer</p>	<p>Attractivité touristique</p> <p>Accroche principale à utiliser avec ou sans la phrase totem</p>  <p>Libre à vous d'explorer</p> <p>Accroches supplémentaires</p> <p>Libre à vous de découvrir</p> <p>Libre à vous de savourer</p>	<p>Attractivité économique</p> <p>Accroche principale à utiliser avec ou sans la phrase totem</p>  <p>Libre à vous d'entreprendre</p> <p>Accroches supplémentaires</p> <p>Libre à vous d'innover</p> <p>Libre à vous de réussir</p>	<p>Attractivité sociale et culturelle</p> <p>Accroche principale à utiliser avec ou sans la phrase totem</p>  <p>Libre à vous de partager</p> <p>Accroches supplémentaires</p> <p>Libre à vous de vibrer</p> <p>Libre à vous de rencontrer</p>

Les phrases totem

Chaque phrase totem est rattachée aux accroches d'un secteur, il n'est donc pas possible de les dissocier.

Bien sûr, vous pouvez choisir la version qui correspond le mieux à votre communication indépendamment du secteur.

Attractivité institutionnelle

**LA VIE DE DEMAIN
SE RÉINVENTE
AU GRAND AIR**

Attractivité économique

**CONTRIBUER
À UNE ÉCONOMIE
RICHE TOUT EN VIVANT
EN PLEINE NATURE**

Attractivité touristique

**AUJOURD'HUI
COMMENCENT
VOS VACANCES
DE DEMAIN**

Attractivité sociale et culturelle

**LES GRANDS
ESPACES RAPPROCHENT
LES GRANDS ESPRITS**

L'articulation de la marque

La marque Livradois-Forez se construit en 3 niveaux au choix.

Chaque acteur peut choisir d'utiliser la marque de manière graduelle, niveau 1, 2 ou 3.

Niveau 1

Application du **marqueur identitaire seul**



Niveau 2

Application du **marqueur identitaire** + utilisation de l'**accroche**



Libre à vous d'entreprendre

Niveau 3

Utilisation de l'**accroche** + **phrases totem**



Libre à vous d'entreprendre

**CONTRIBUER
À UNE ÉCONOMIE
RICHE TOUT EN VIVANT
EN PLEINE NATURE**

Chapitre 4

LES RÈGLES D'USAGE

1 Application du marqueur identitaire seul

L'utilisation du marqueur seul est le premier niveau pour revendiquer son appartenance au territoire.

Sa position

Elle doit rester le plus uniforme possible, elle a été réfléchie en tenant compte du sens de lecture d'un visuel (de gauche à droite, de haut en bas en formant un « Z »).

C'est pourquoi son positionnement est limité :

- **À droite**

Ce positionnement fait arriver le marqueur en 2^e niveau de lecture, juste après le sujet principal et permet à la marque d'être rapidement identifiable.

- **Sur la partie haute**

Afin d'éviter qu'il se noie à la guirlande de logos que l'on retrouve souvent en bas de page.

Exemple

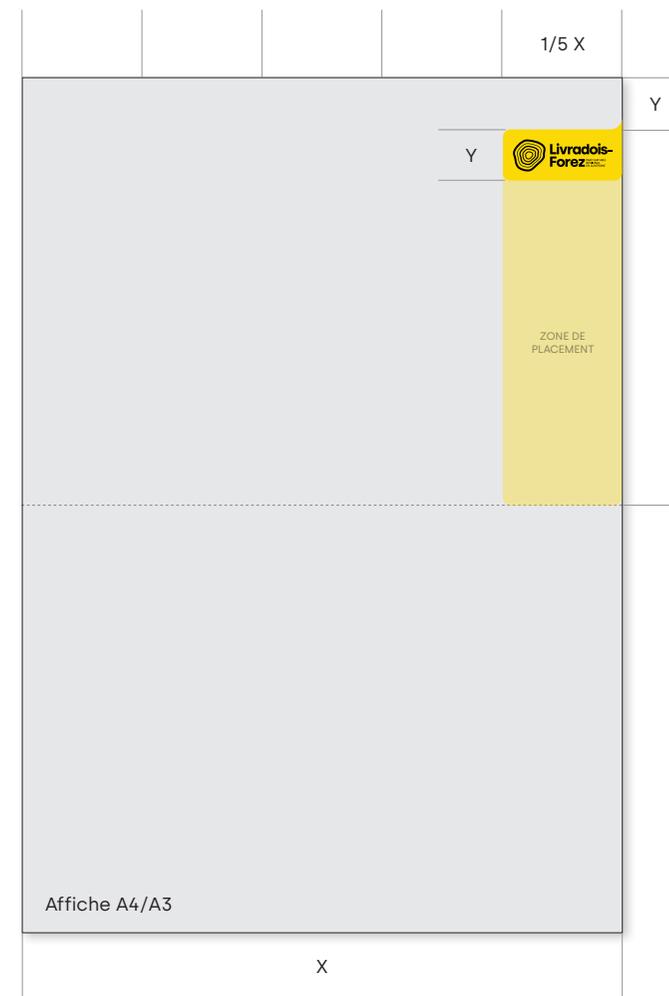
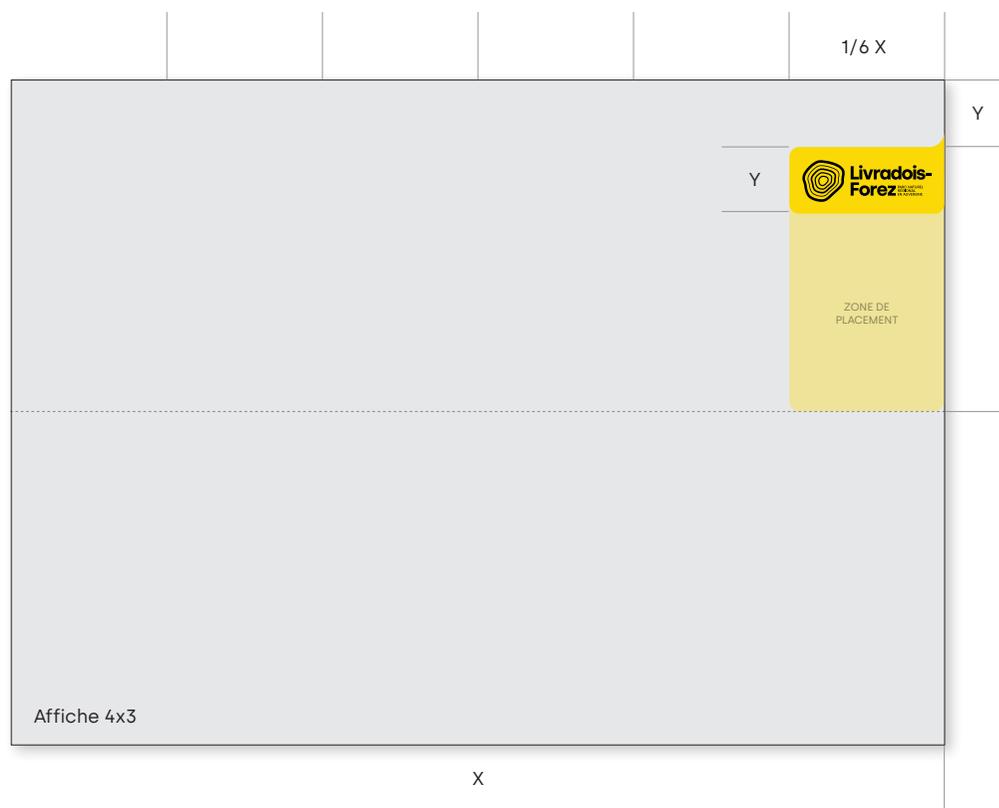


Application du marqueur identitaire seul

Affichages

Pour une plus grande souplesse d'utilisation, le marqueur peut se positionner à droite sur un axe vertical « coulissant » sur la moitié haute du document.

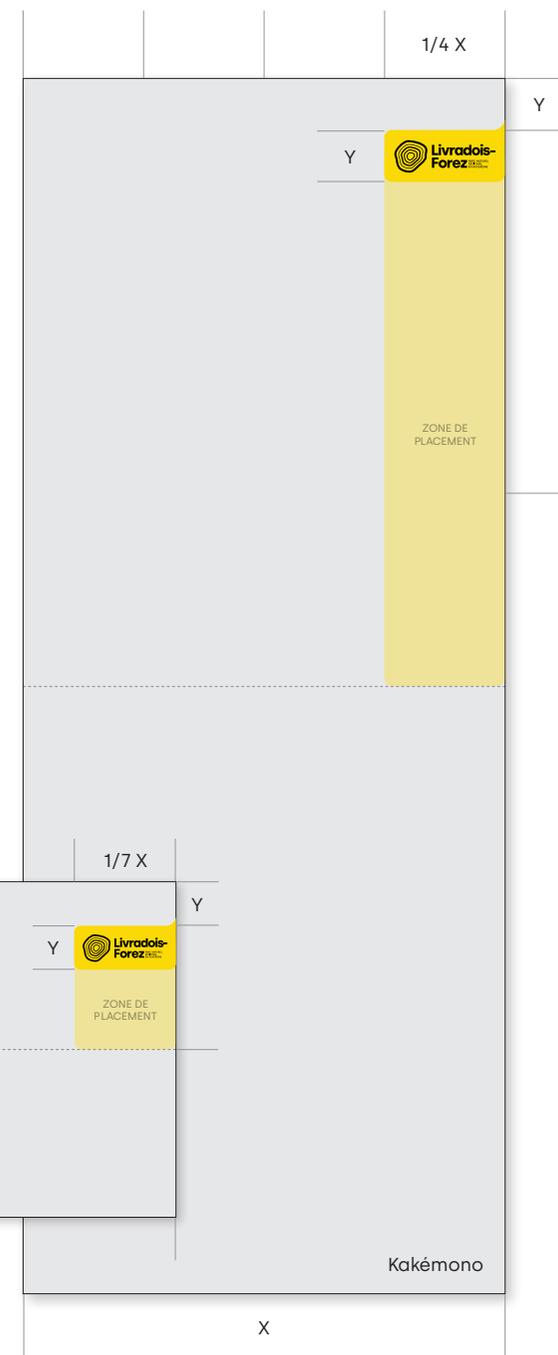
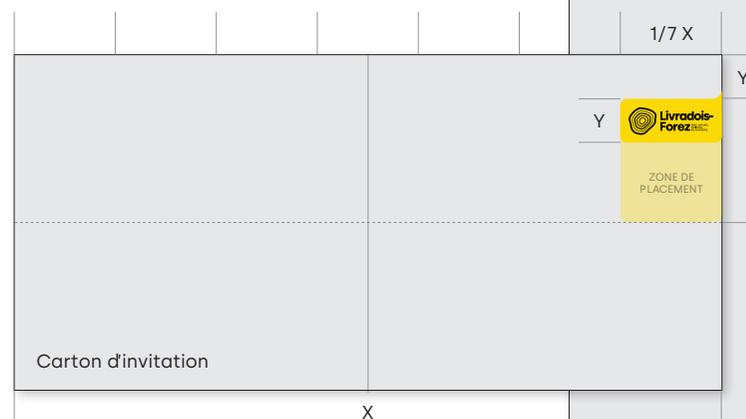
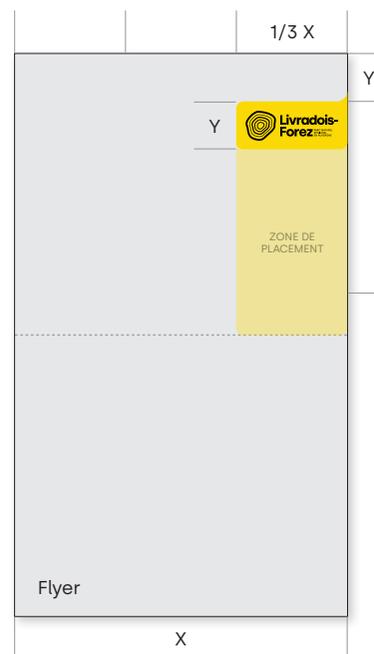
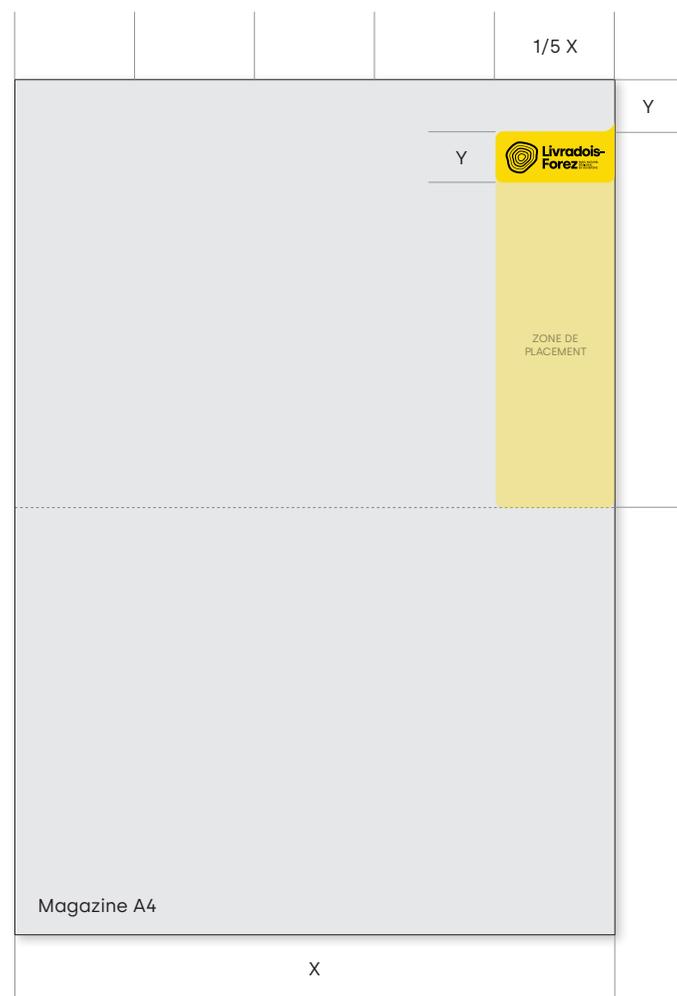
Respecter cependant une marge en haut de page, équivalente à la hauteur du rectangle principal du marqueur.



Application du marqueur identitaire seul

Éditions et affichages

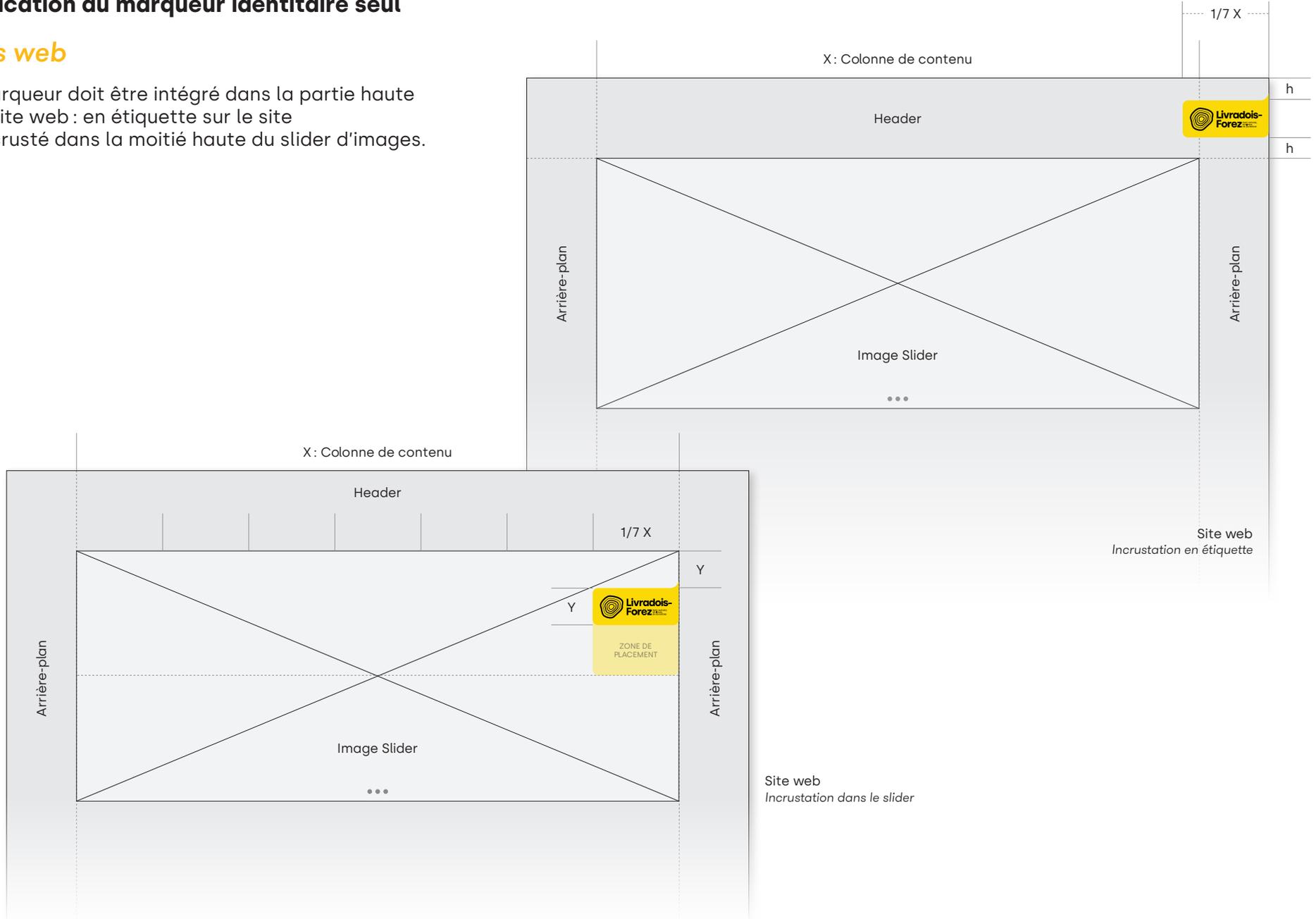
La taille du marqueur doit être adaptée en fonction du format afin de conserver un bon rapport occupation/lisibilité. On peut l'utiliser sur la couverture et les pages intérieures même si ceci n'est pas obligatoire.



Application du marqueur identitaire seul

Sites web

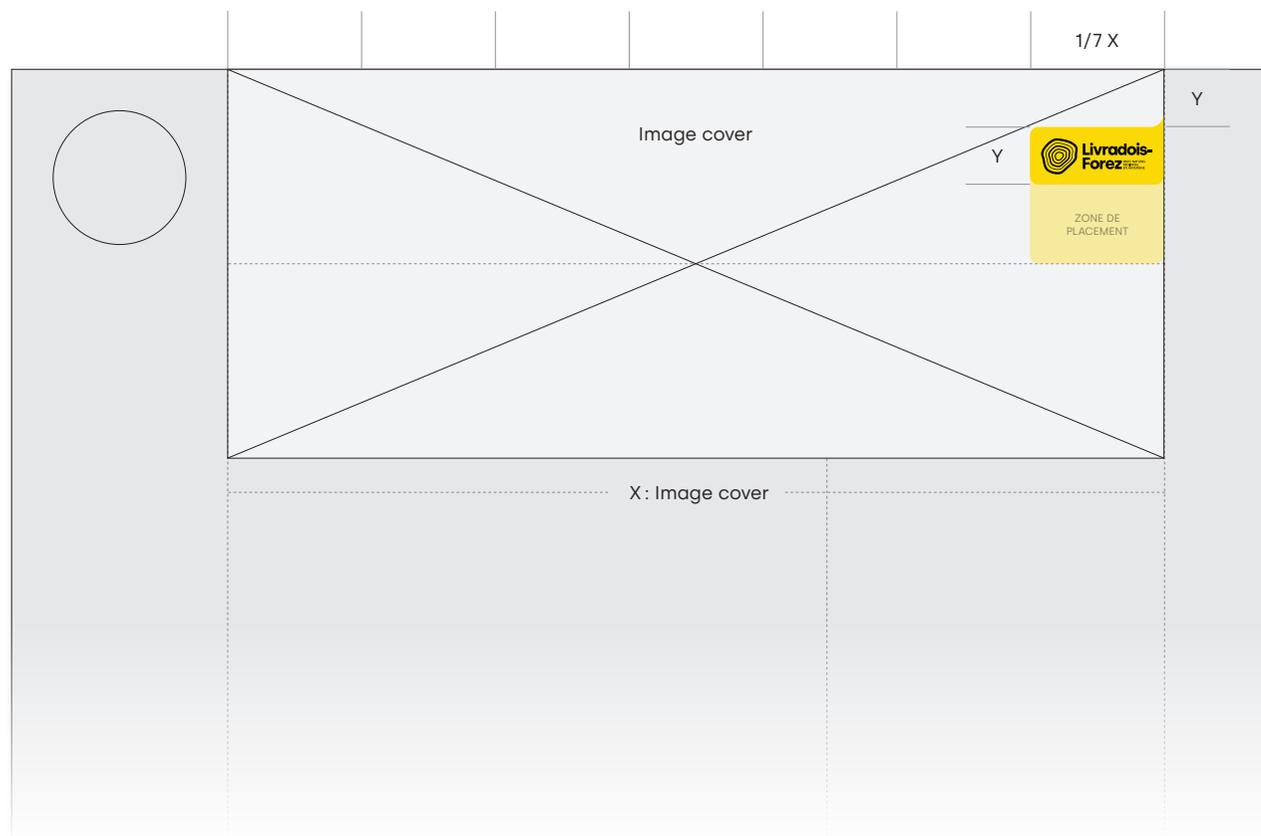
Le marqueur doit être intégré dans la partie haute d'un site web : en étiquette sur le site ou incrusté dans la moitié haute du slider d'images.



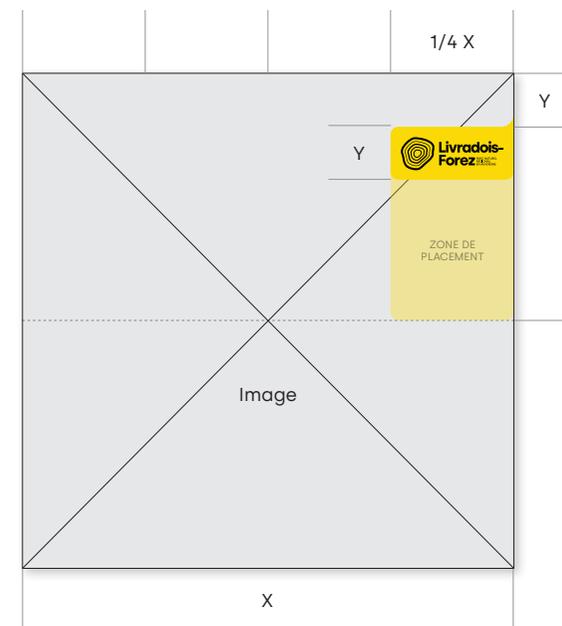
Application du marqueur identitaire seul

Réseaux sociaux et publications

Le marqueur avec l'accroche peut être utilisé sur les réseaux sociaux en respectant les mêmes règles de taille et de positionnement : à droite sur un axe vertical « coulissant » sur la moitié haute des visuels.

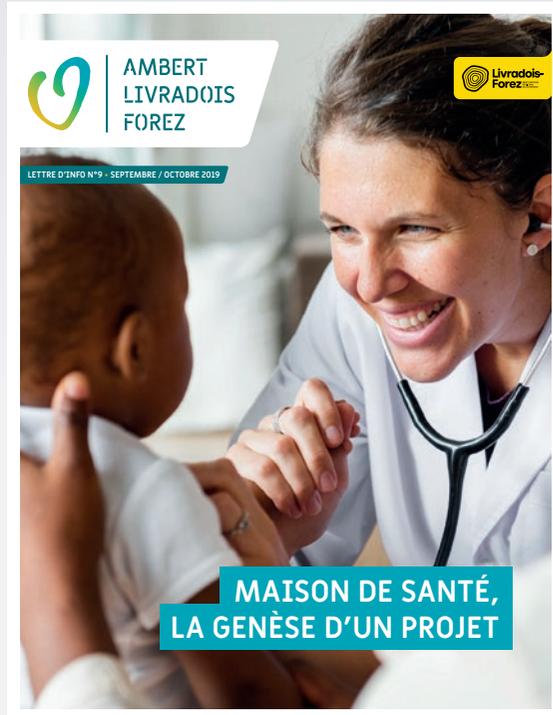


Publication RS - Visuel/Vidéo



Page Facebook
Incrustation dans l'image cover

Exemples PRINT



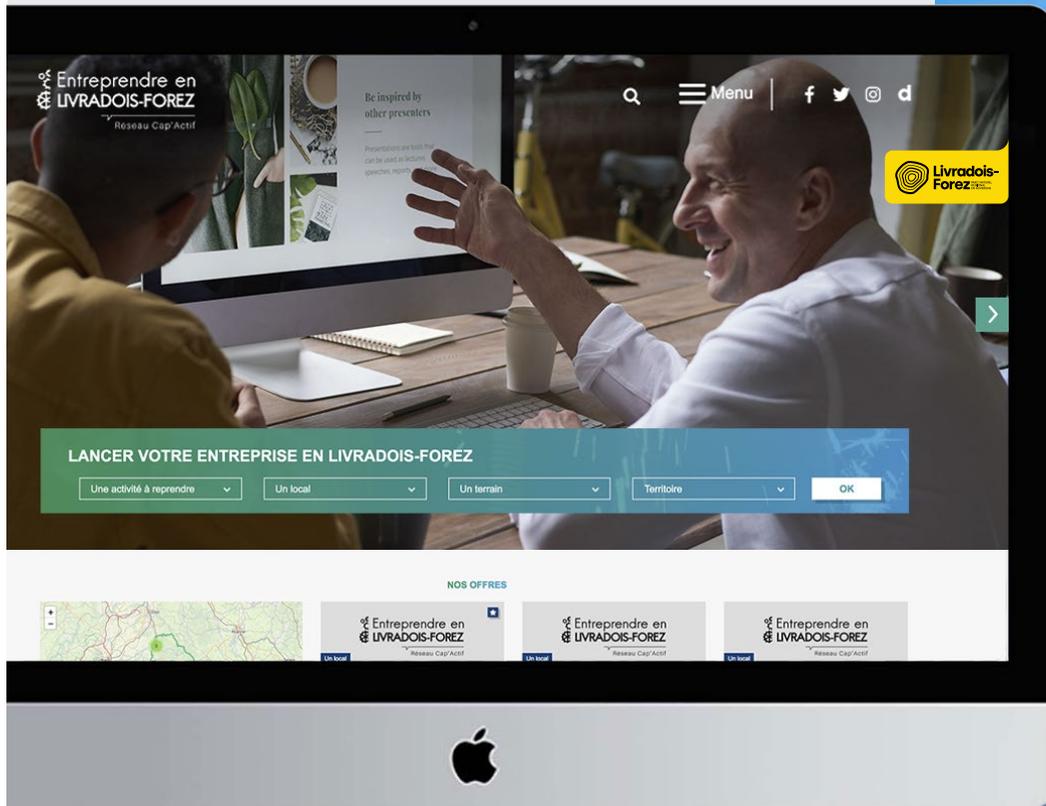
Magasine A4

Kakémono



Exemples DIGITAL

Incrustation en étiquette



Incrustation en étiquette

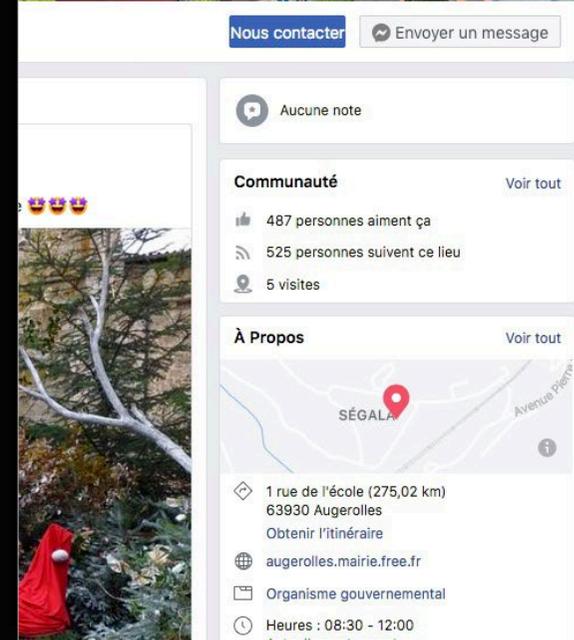
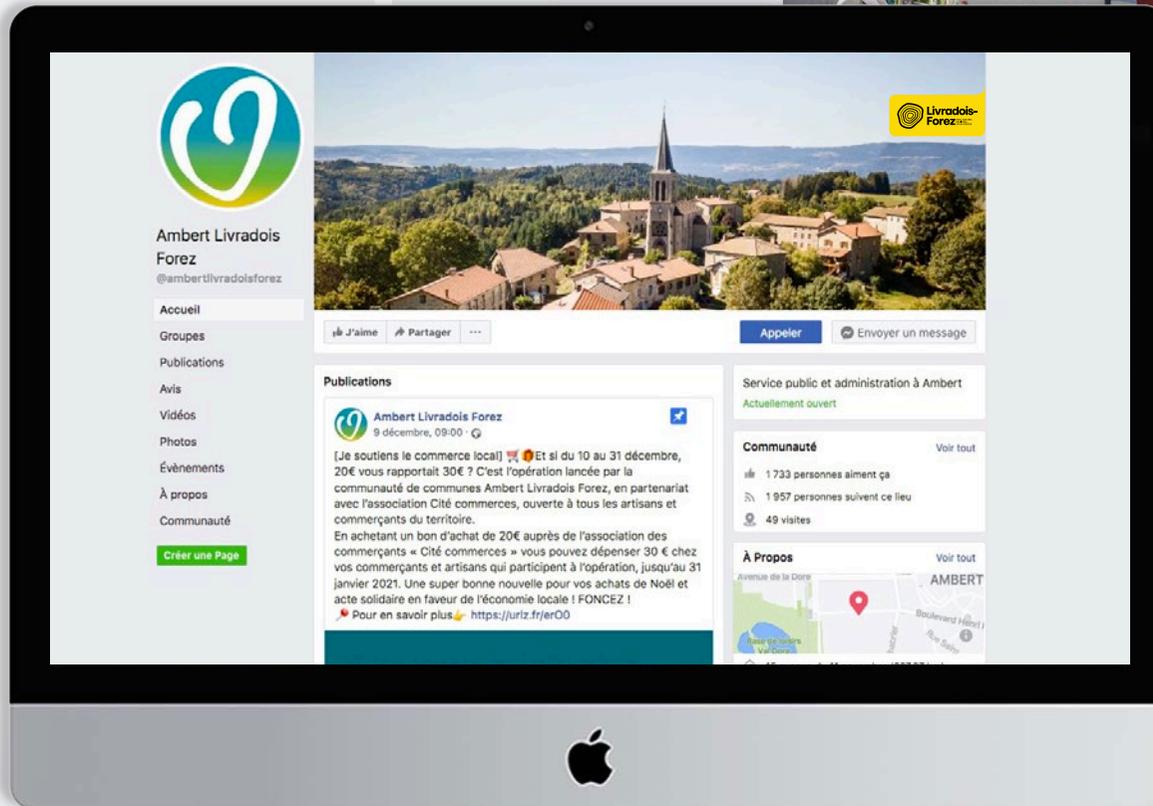


Incrustation dans le slider



Laiterie artisanale BIO

Exemples DIGITAL



Covers Facebook

2 Application du marqueur identitaire + accroche

Une accroche peut être accolée au marqueur identitaire afin de créer une prise de parole forte et facilement identifiable.

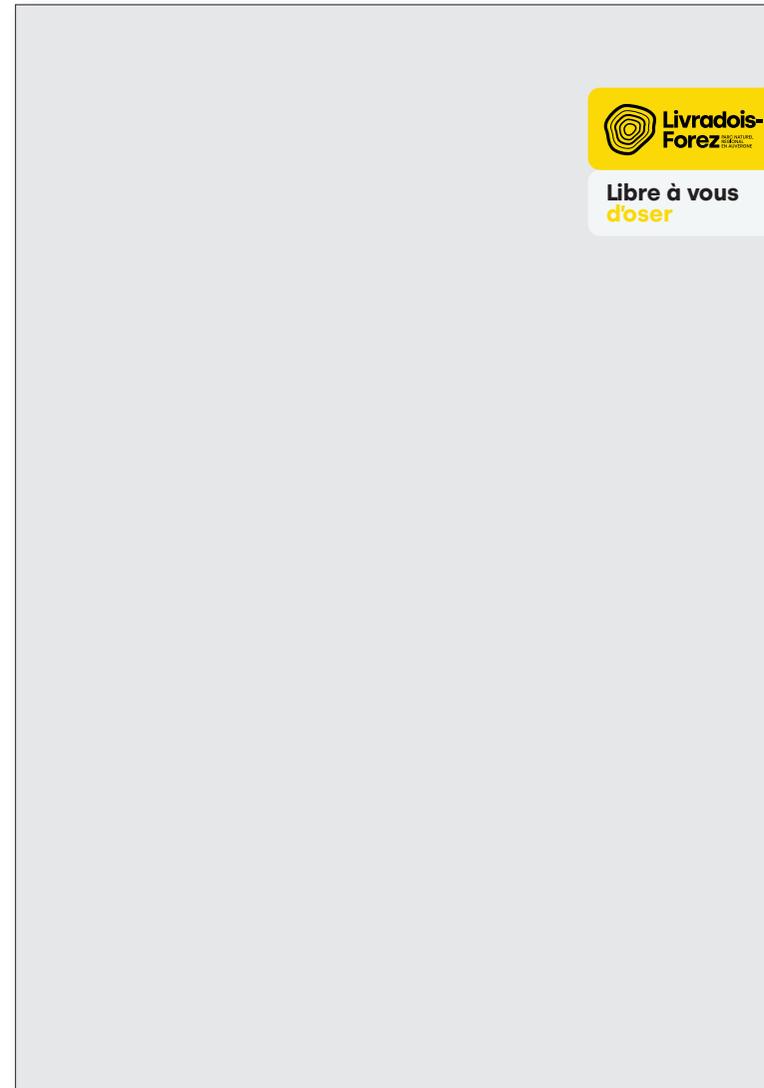
Sa position

Le marqueur avec l'accroche obéit aux mêmes règles que le marqueur seul.

C'est pourquoi son positionnement est limité :

- **À droite**
Ce positionnement fait arriver le marqueur en 2e niveau de lecture, juste après le sujet principal et permet à la marque d'être rapidement identifiable.
- **Sur la partie haute**
Afin d'éviter qu'il se noie à la guirlande de logos que l'on retrouve souvent en bas de page.

Exemple

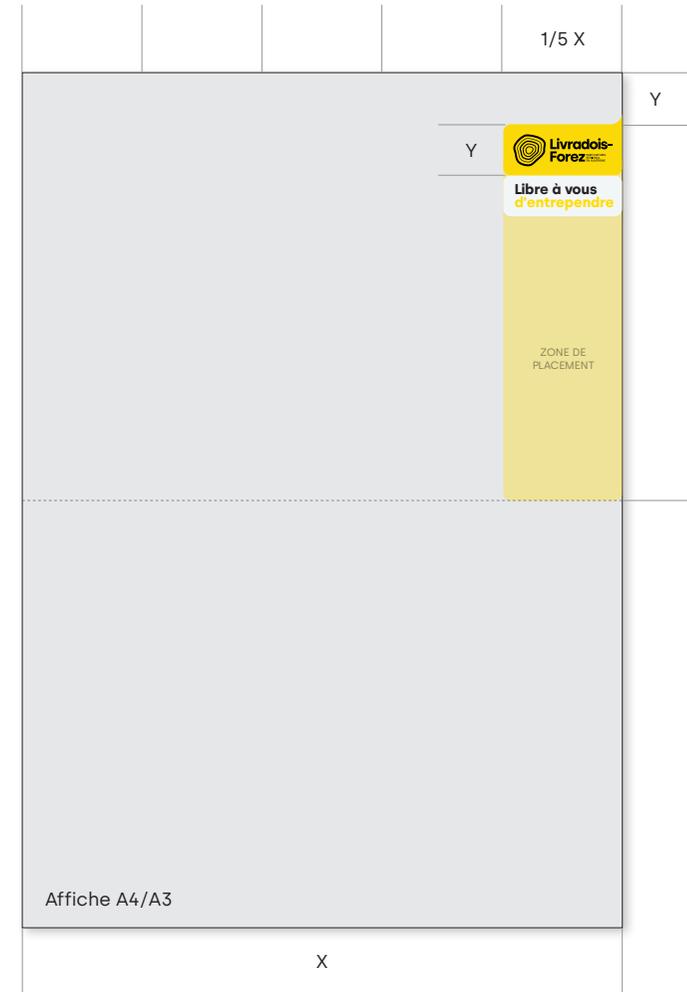
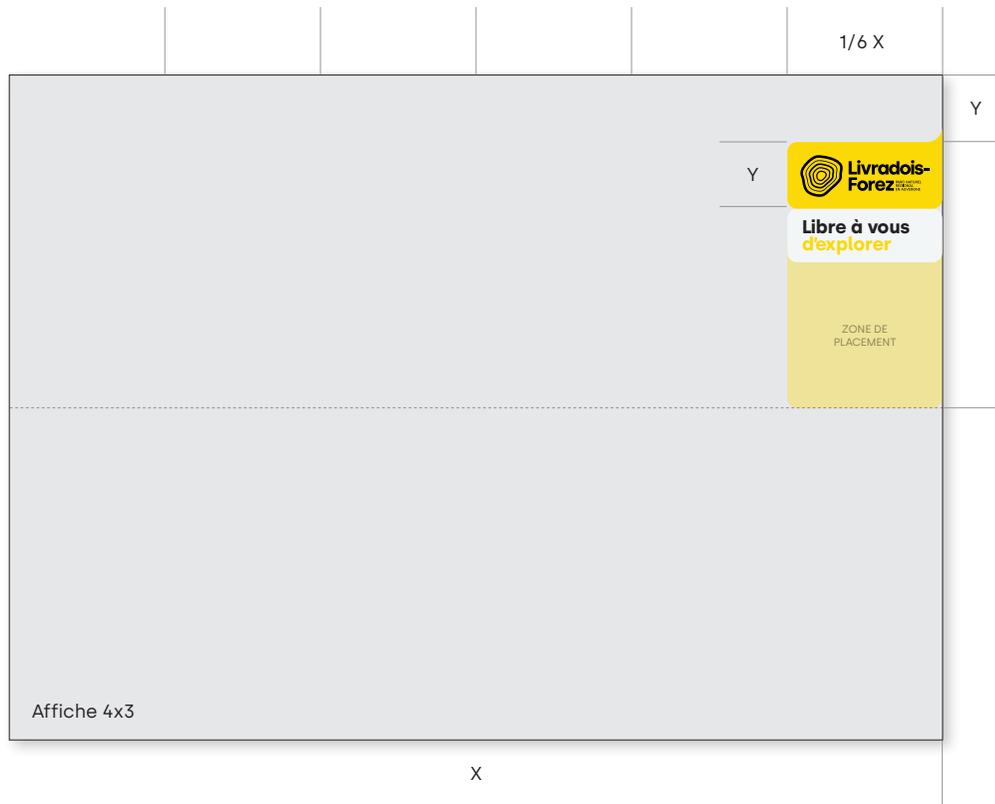


Application du marqueur identitaire avec accroche

Affichages

Pour une plus grande souplesse d'utilisation, le marqueur peut se positionner à droite sur un axe vertical « coulissant » sur la moitié haute du document.

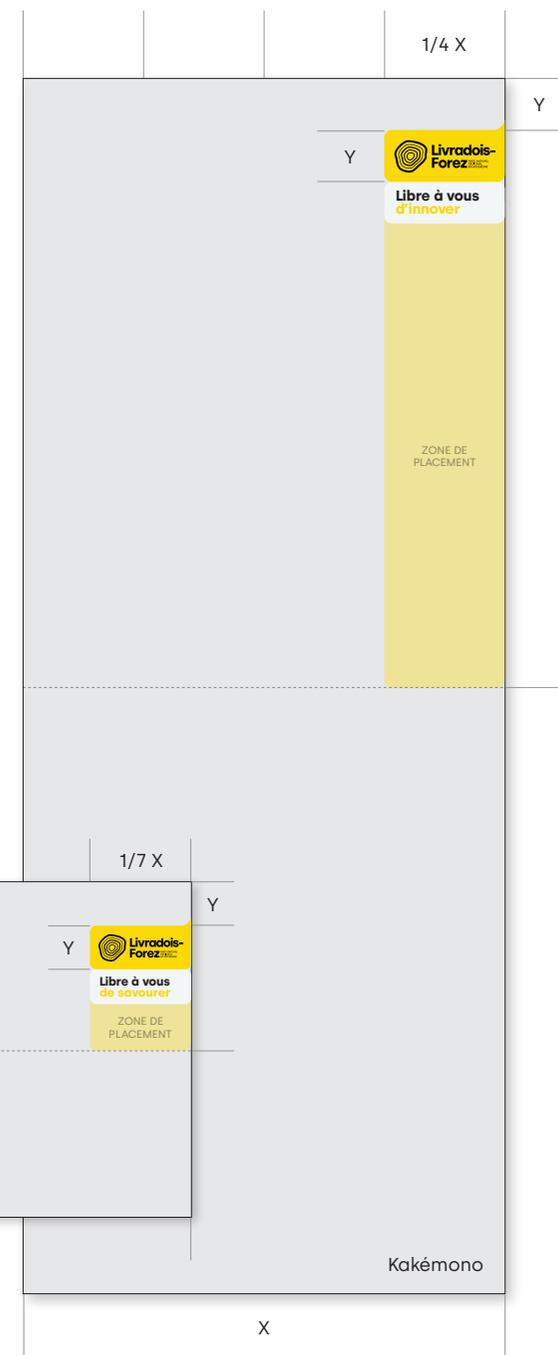
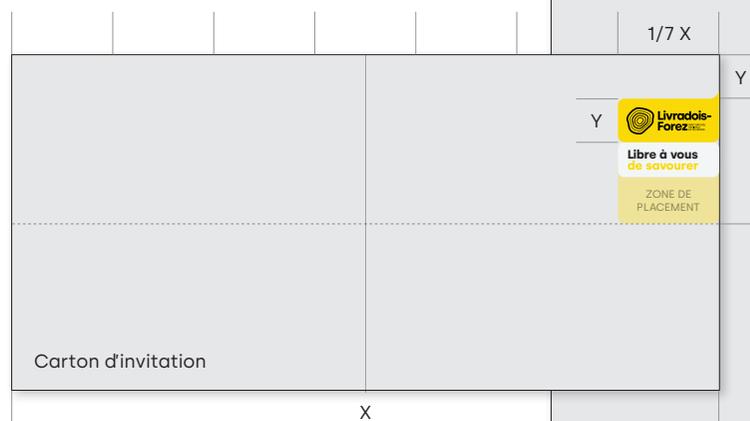
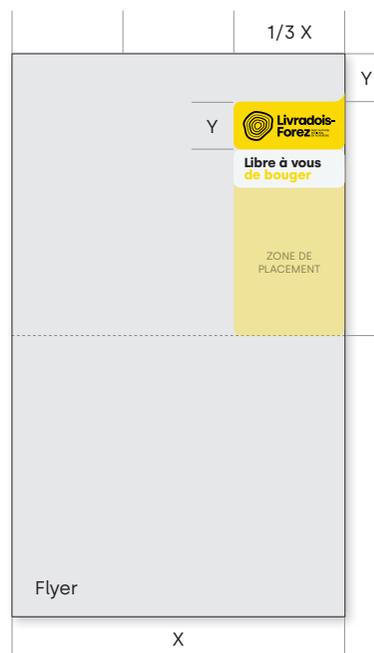
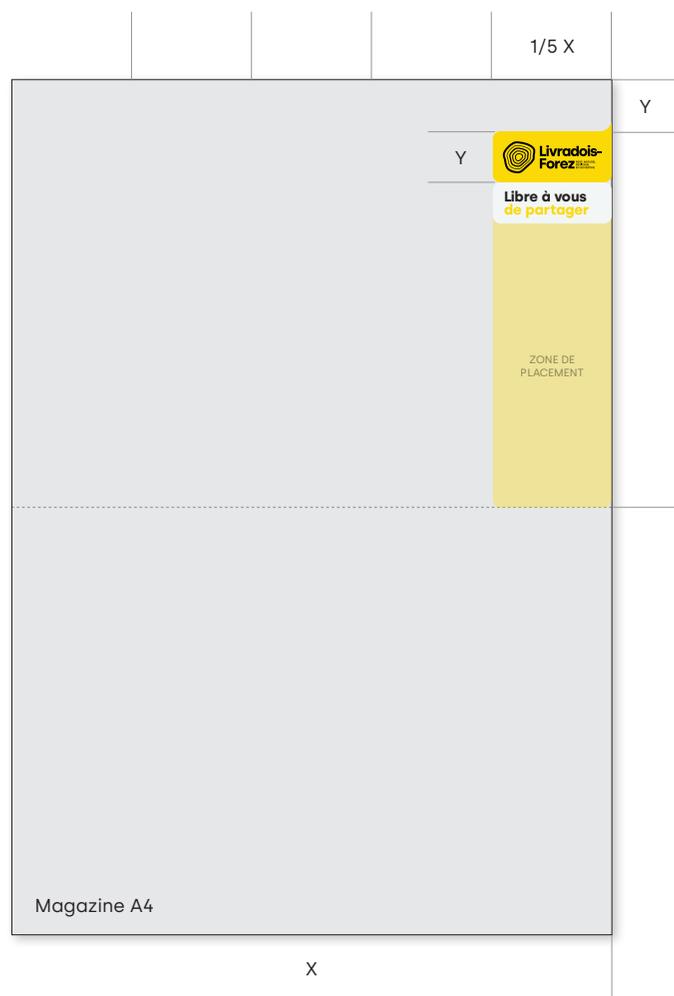
Respecter cependant une marge en haut de page, équivalente à la hauteur du rectangle principal du marqueur.



Application du marqueur identitaire avec accroche

Éditions et affichages

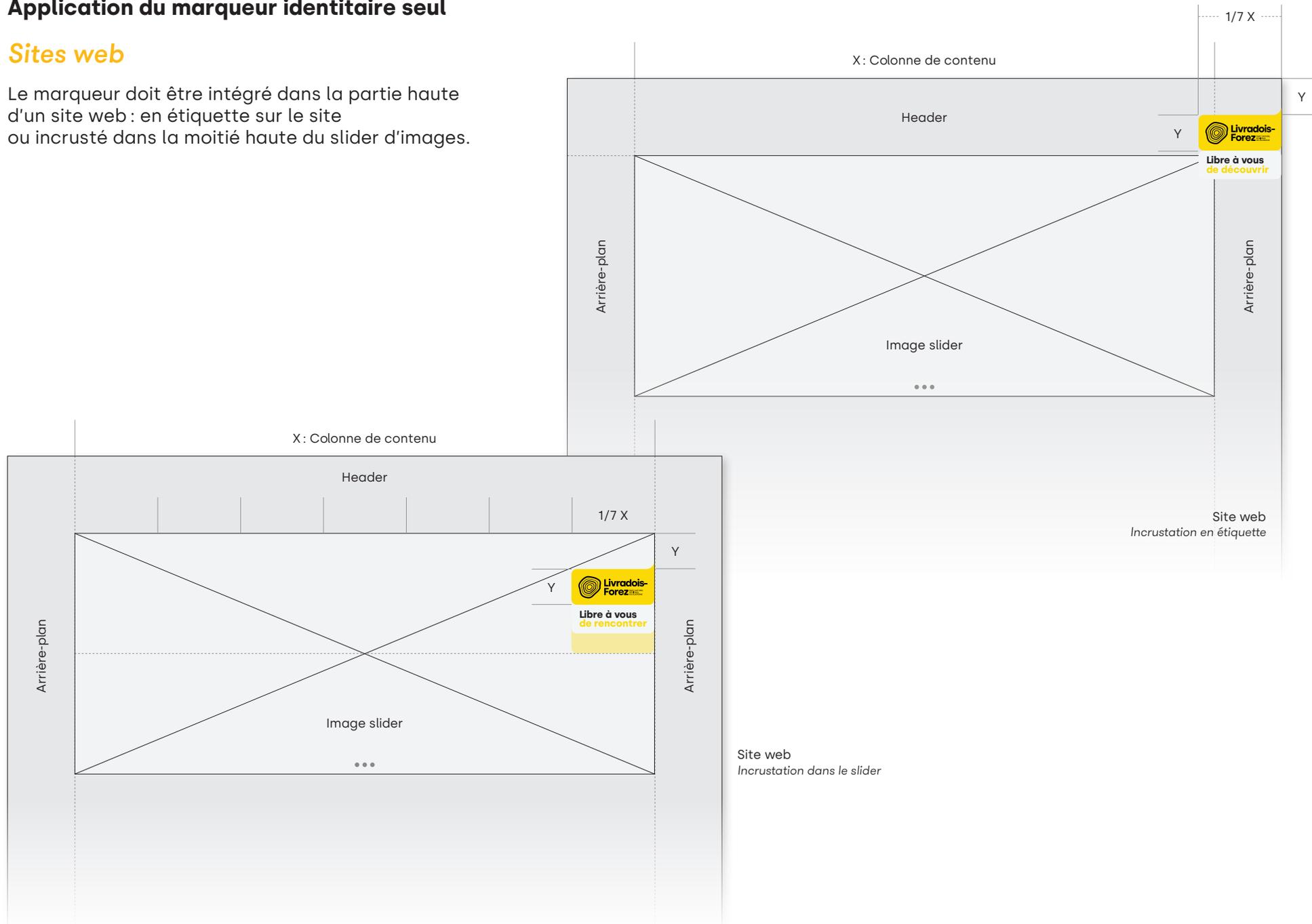
La taille du marqueur doit être adaptée en fonction du format afin de conserver un bon rapport occupation/lisibilité.



Application du marqueur identitaire seul

Sites web

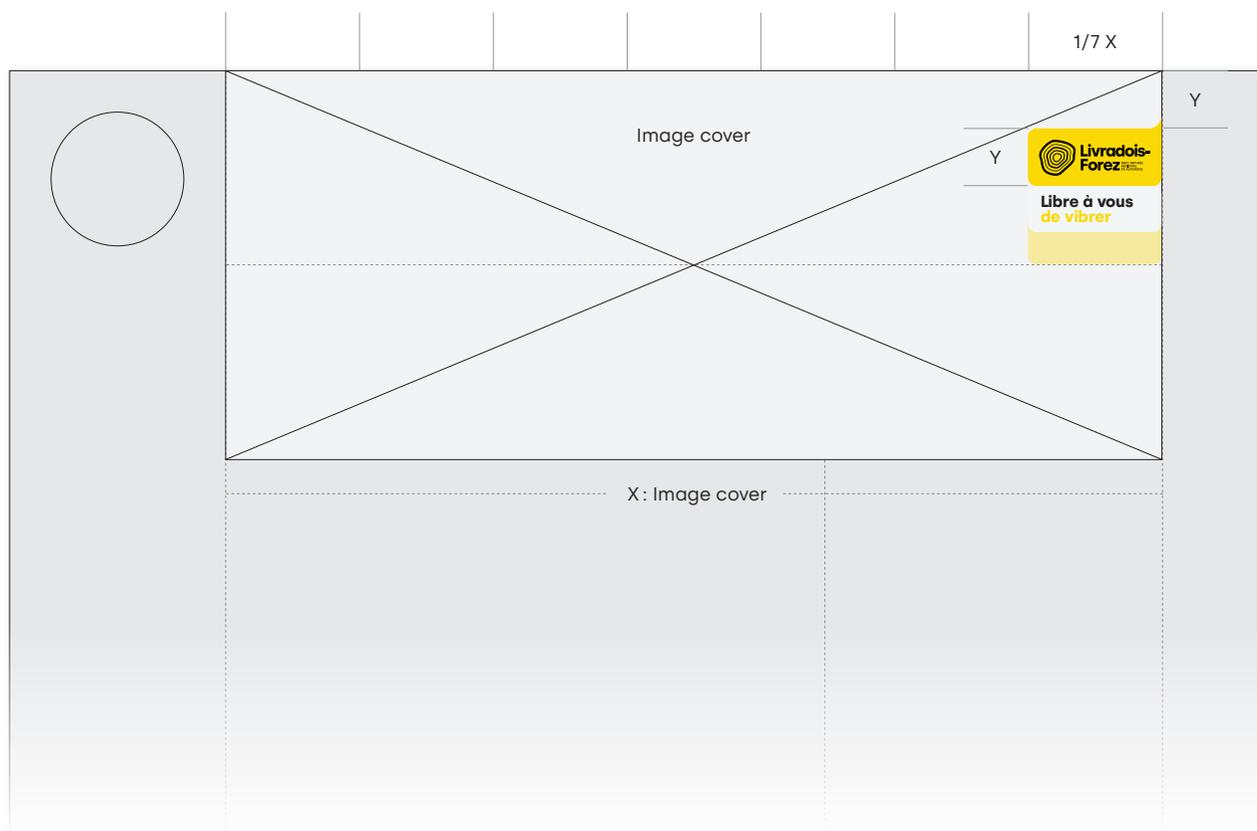
Le marqueur doit être intégré dans la partie haute d'un site web : en étiquette sur le site ou incrusté dans la moitié haute du slider d'images.



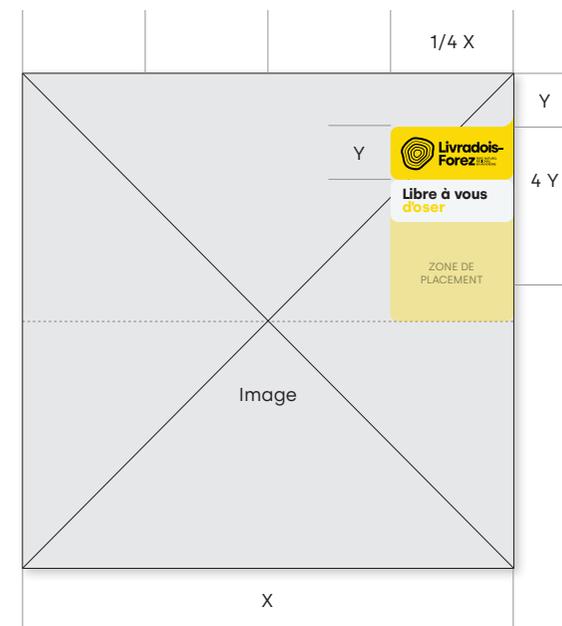
Application du marqueur identitaire seul

Réseaux sociaux et publications

Le marqueur avec accroche peut être utilisé sur les réseaux sociaux en respectant les mêmes règles de taille et de positionnement : à droite sur un axe vertical « coulissant » sur la moitié haute des visuels.



Publication RS - Visuel/Vidéo

Page Facebook
Incrustation dans l'image cover

Exemples PRINT

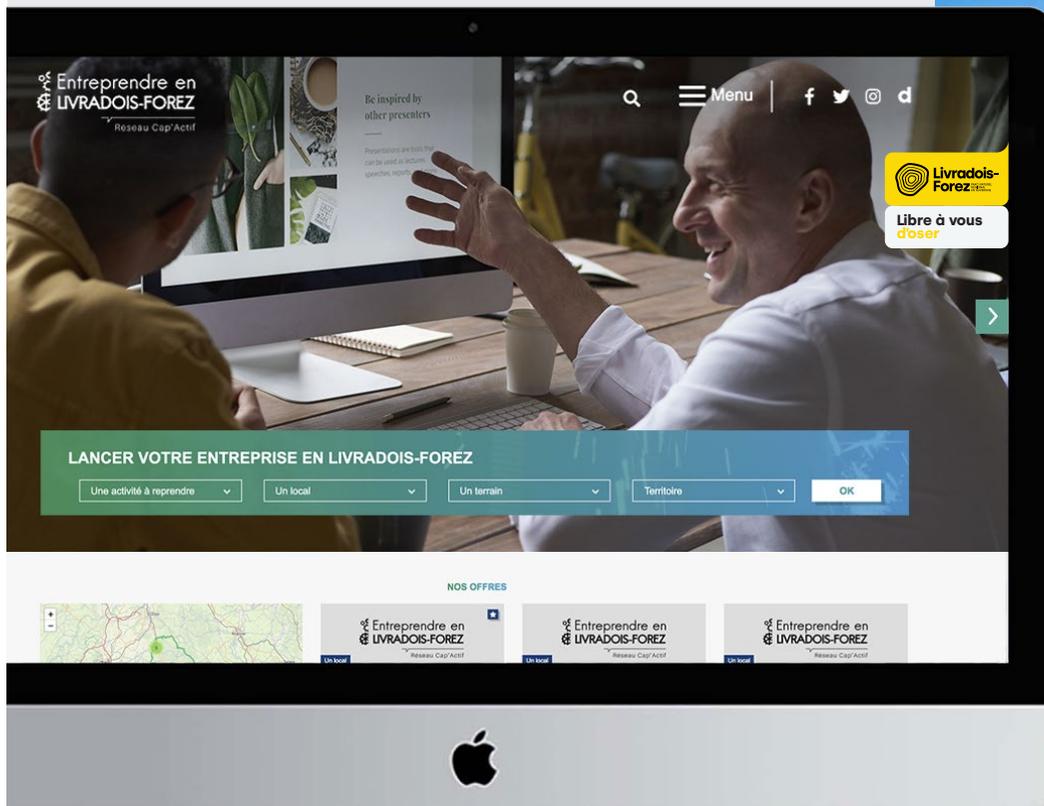
Kakémono



Magazine A4



Exemples DIGITAL

Incrustation
en étiquette

Incrustation en étiquette

Incrustation dans le slider

La laiterie
artisanale BIODécouvrir nos
saveursTrouver nos
produitsContact
Plan d'Accès

Laiterie artisanale BIO

Exemples DIGITAL

The image displays two examples of digital covers for Facebook pages, presented on a laptop and a desktop monitor.

Left Example (Laptop): The Facebook page for "Ambert Livradois Forez" (@ambertlivradolsforez) is shown. The cover features a scenic view of the town of Ambert with a church spire. A post from December 9th, 2020, promotes a "Cité commerces" initiative, offering a 30€ discount on purchases of 20€ or more from participating local businesses from December 10th to 31st. The page includes a navigation menu on the left with options like "Accueil", "Groupes", "Publications", "Avis", "Vidéos", "Photos", "Évènements", "À propos", and "Communauté". A "Créer une Page" button is visible at the bottom of the menu.

Right Example (Desktop Monitor): The Facebook page for "Mairie d'Augerolles" (@Augerolles) is shown. The cover features a photograph of the town's modern architecture, including a building with a prominent red facade. A post from December 9th, 2020, promotes a "Cité commerces" initiative, offering a 30€ discount on purchases of 20€ or more from participating local businesses from December 10th to 31st. The page includes a navigation menu on the left with options like "Accueil", "Groupes", "Publications", "Avis", "Vidéos", "Photos", "Évènements", "À propos", and "Communauté". A "Créer une Page" button is visible at the bottom of the menu.

Both covers prominently display the "Livradois-Forez" logo and the slogan "Libre à vous d'oser".

Covers Facebook

Application du marqueur identitaire + accroche + phrase totem

Pour aller plus loin, et permettre à tous les acteurs de porter facilement le manifeste via leurs supports de communication.

Il est recommandé d'utiliser la phrase totem avec le marqueur identitaire du même secteur.

Sa Position

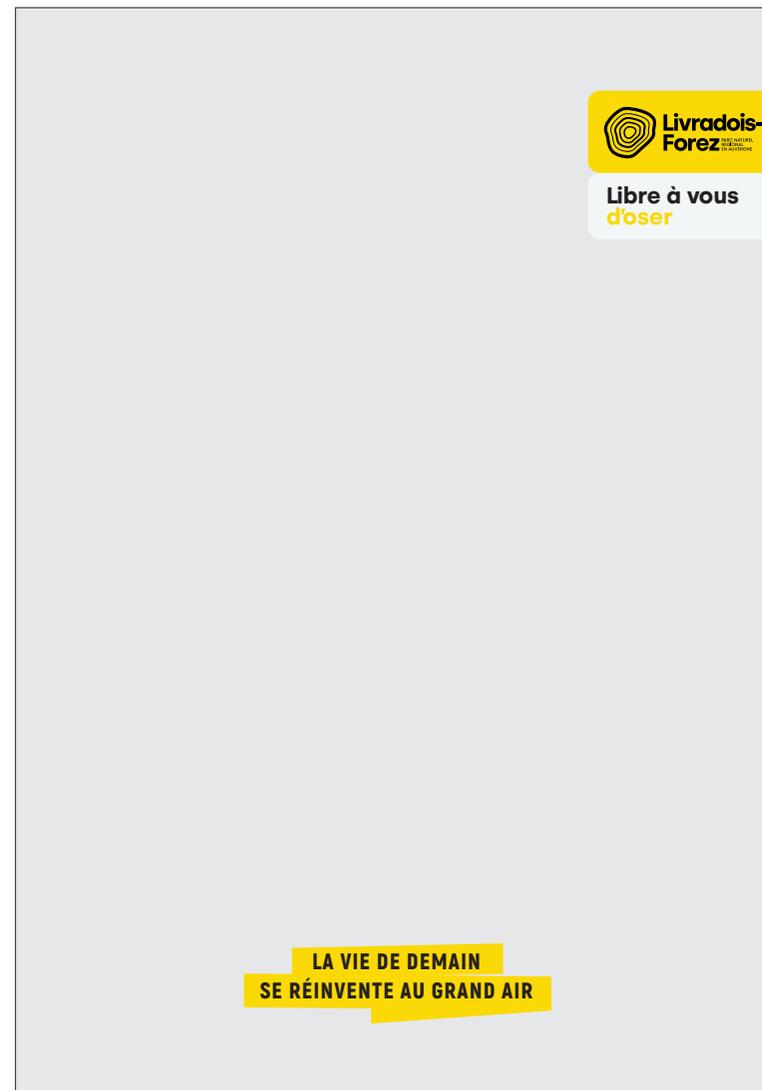
La phrase totem doit être placée dans la partie basse des supports de communication.

En dehors de cette contrainte, sa taille et son placement restent libres :

- Sur la partie basse

Afin de ne pas surcharger la partie haute et de créer une signature / un rappel visuel en fin de lecture.

Exemple

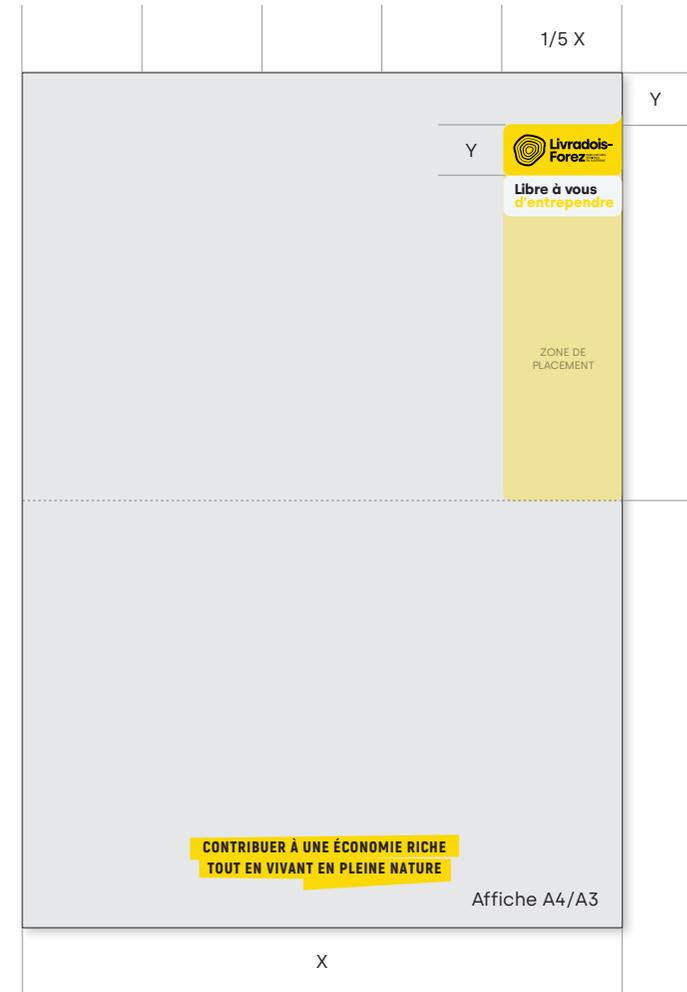
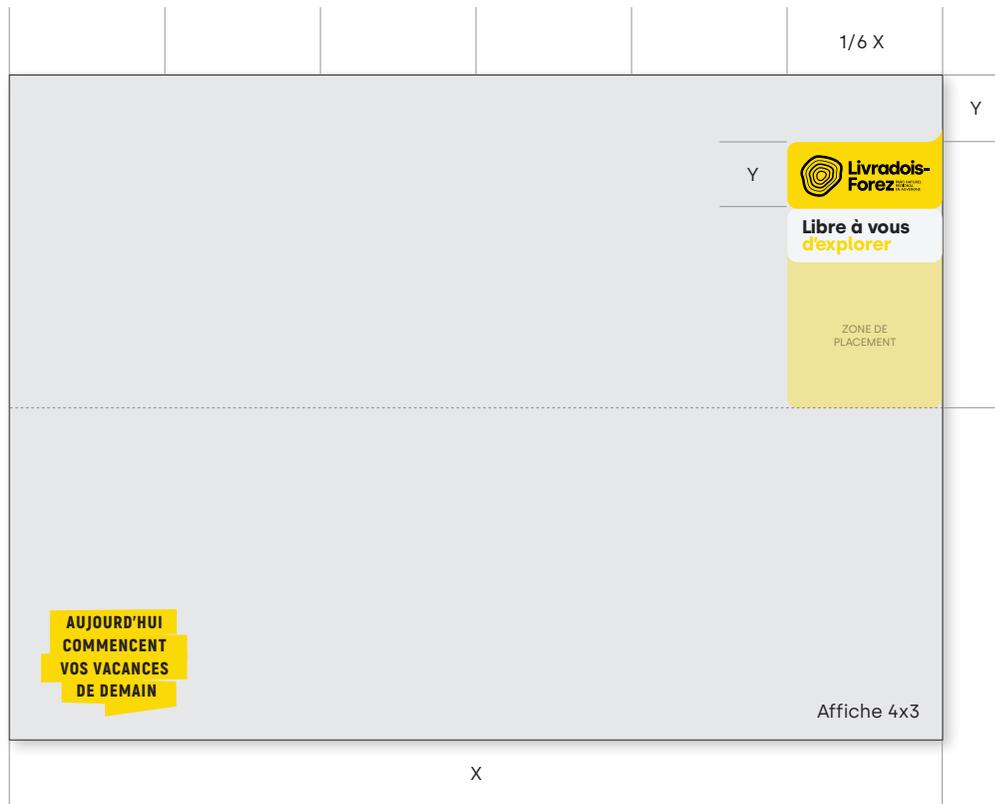


Application du marqueur identitaire avec accroche et phrase totem

Affichages

Pour une plus grande souplesse d'utilisation, la phrase totem est disponible en différentes mises en page : sur deux, trois ou quatre lignes.

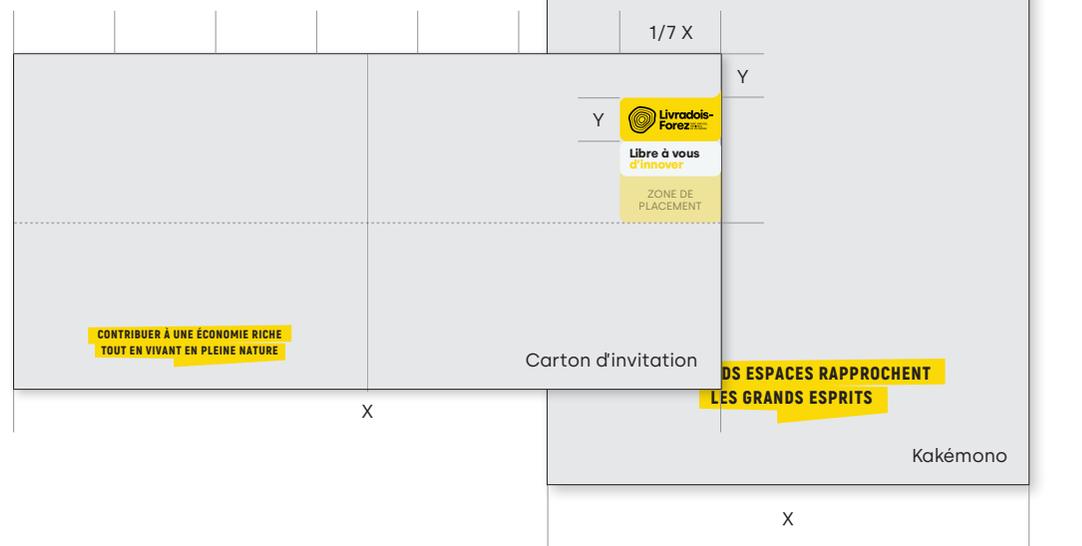
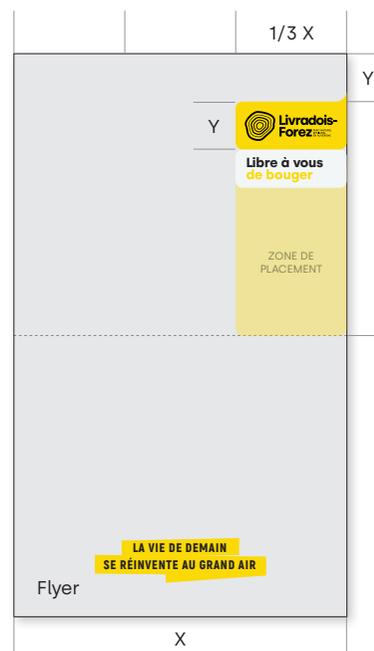
La phrase totem doit être placée librement dans la partie basse des supports de communication.



Application du marqueur identitaire avec accroche et phrase totem

Éditions et affichage

La taille de la phrase totem doit être adaptée en fonction du format afin de conserver un rapport occupation/lisibilité.

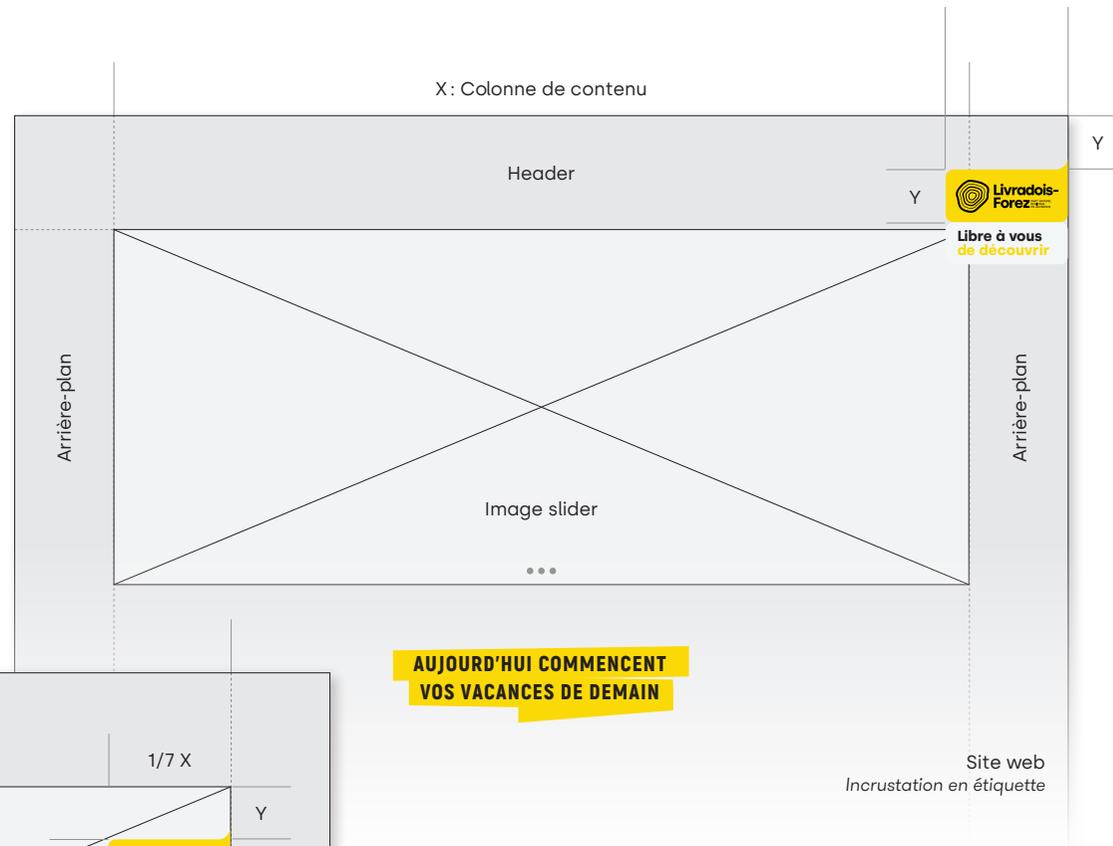
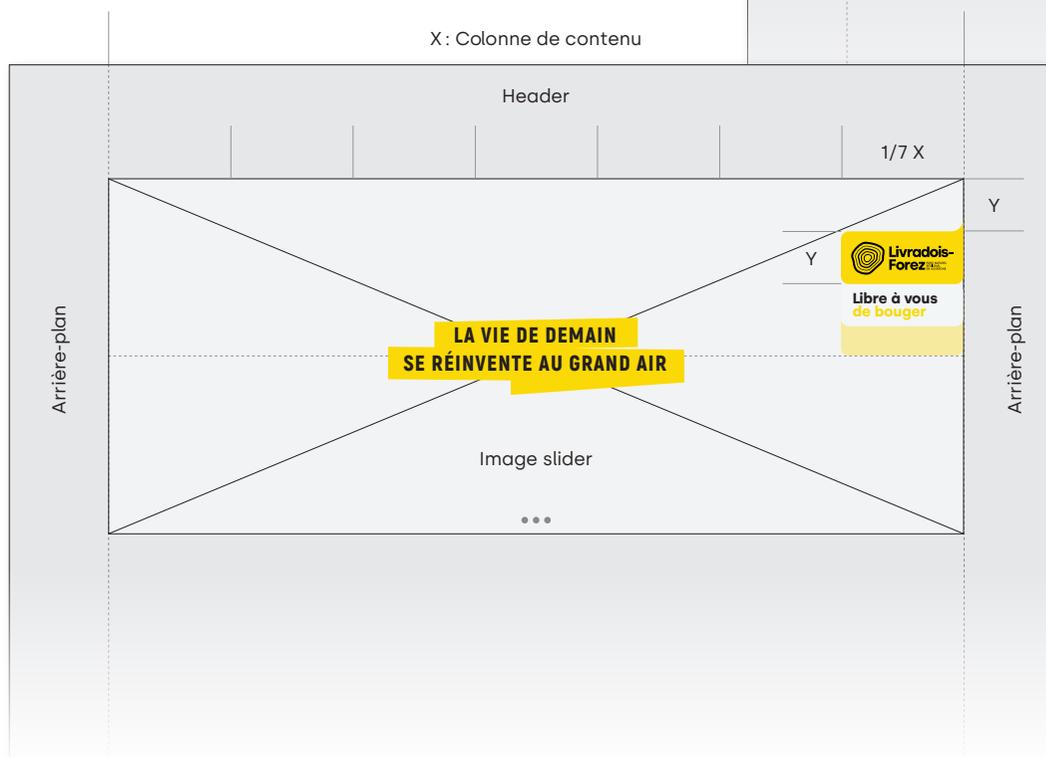


Application du marqueur identitaire avec accroche et phrase totem

Sites web

La phrase totem peut être intégrée librement sur les supports digitaux :

- Elle peut être incrustée dans les images du header ou du slider
- Ou encore être intégrée dans le corps du site ou dans le footer



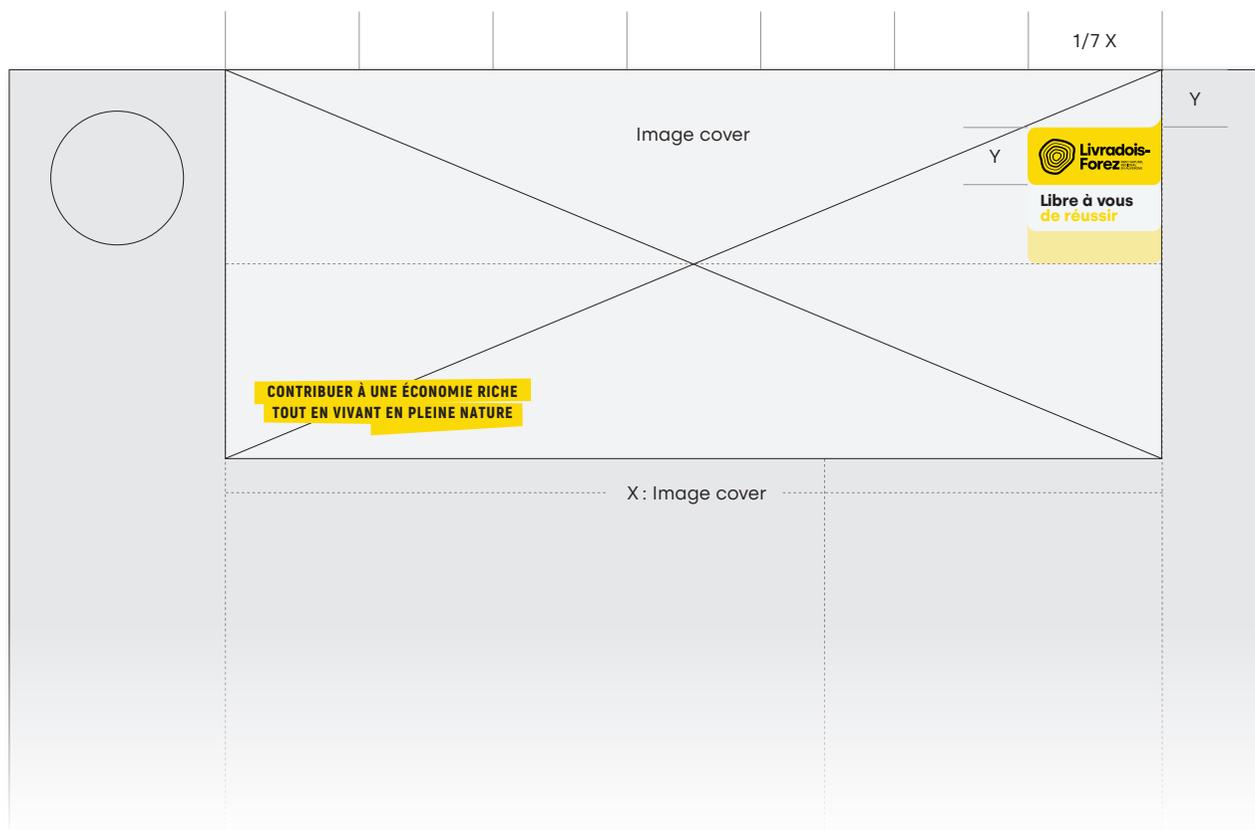
Site web
Incrustation dans le slider

Site web
Incrustation en étiquette

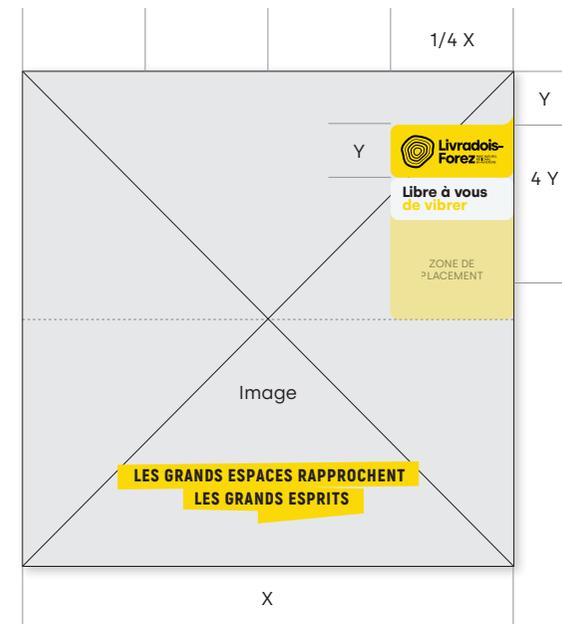
Application du marqueur identitaire avec accroche et phrase totem

Réseaux sociaux et publications

Le marqueur avec accroche peut être utilisé sur les réseaux sociaux en respectant les mêmes règles de taille et de positionnement : à droite sur un axe vertical « coulissant » sur la moitié haute des visuels.



Publication RS - Visuel/Vidéo

Page Facebook
Incrustation dans l'image cover

Exemples PRINT

Kakémono

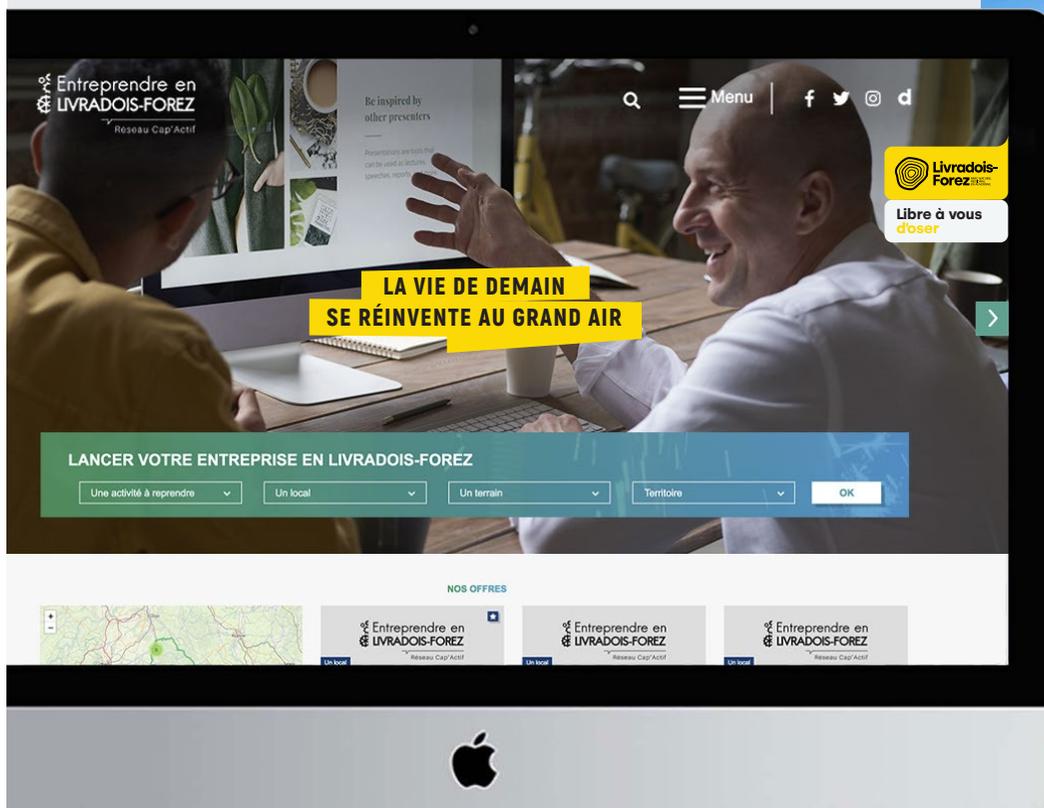


Magazine A4



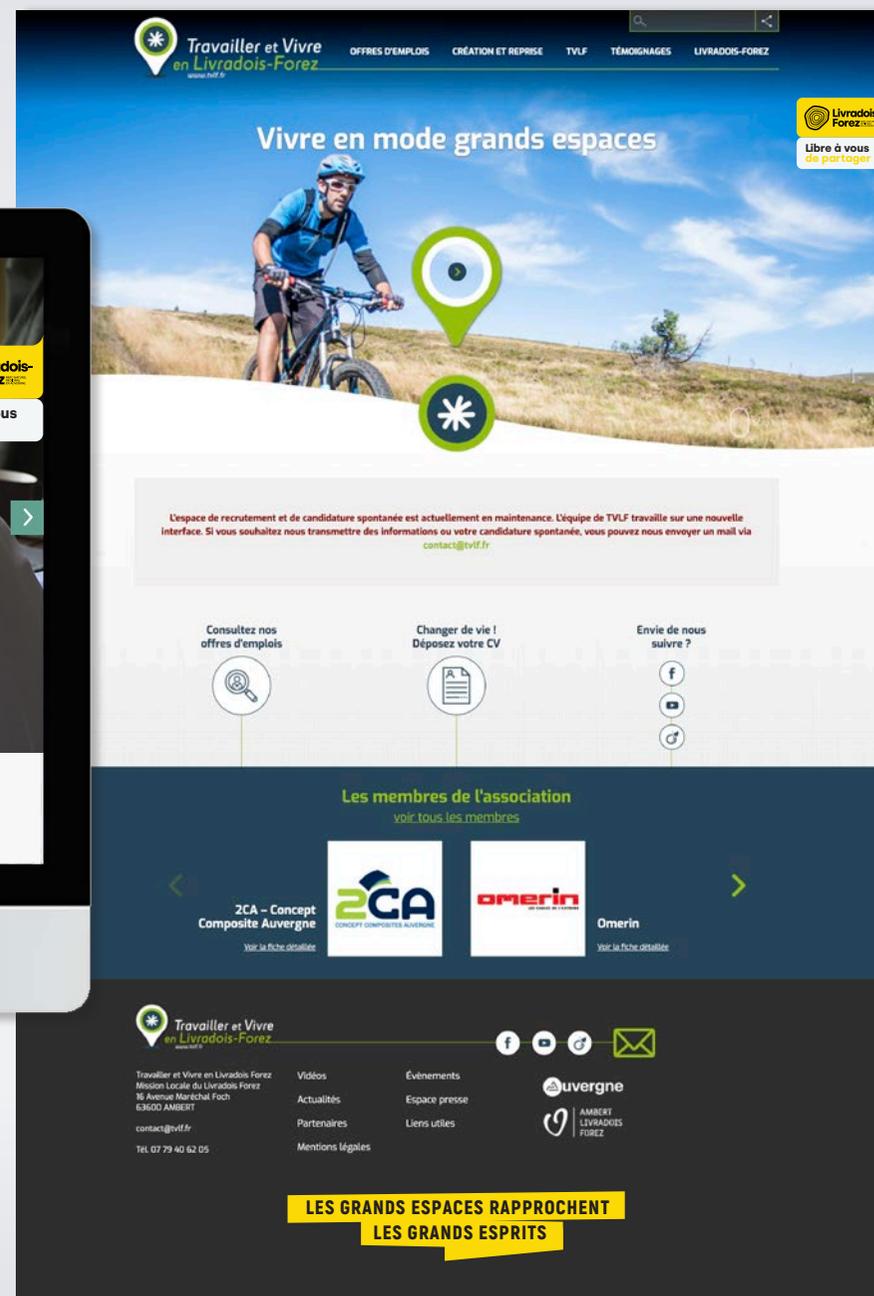
Exemples DIGITAL

Incrustation en étiquette



Incrustation en étiquette

Incrustation dans le slider



Exemples DIGITAL



Covers Facebook

Les exceptions

Utilisation du marqueur en noir et blanc

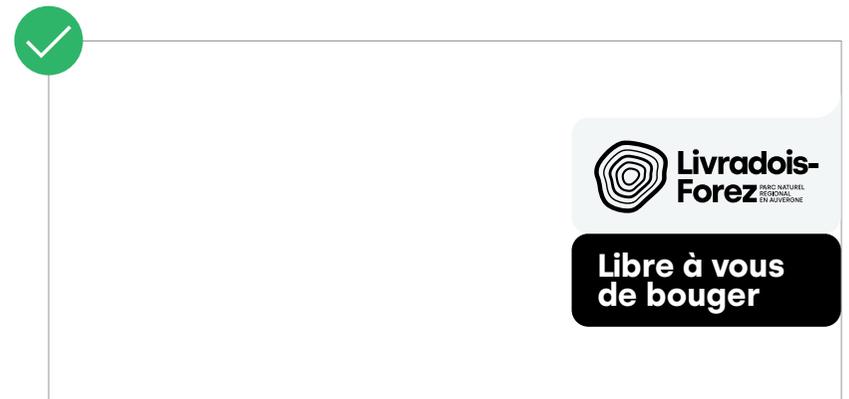
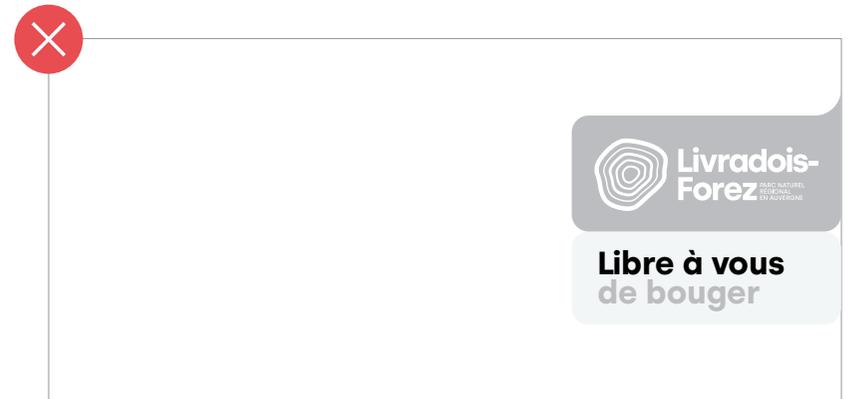
Sur un fond jaune ou orange

Afin d'éviter des différences de couleurs malheureuses ou un défaut de visibilité, il est recommandé d'utiliser les versions noir et blanc des marqueurs et phrases totems sur les fonds de couleur jaune/orange.



Pour les documents Noir et Blanc

Afin d'éviter des conversions en niveaux de gris non maîtrisées, il est recommandé d'utiliser les versions noir et blanc des marqueurs et phrases totems sur les documents imprimés en noir et blanc.



Utilisation du logo Parc Naturel Régional

Certains acteurs institutionnels du territoire ont émis le souhait d'utiliser le logo du Parc naturel régional sur leur support de communication, pour marquer leur appartenance au projet de territoire labellisé Parc naturel régional et leur adhésion aux objectifs de la Charte du Parc naturel régional.

Conformément au règlement d'utilisation de la marque Parc naturel régional, propriété de l'État, seules 3 catégories d'acteurs sont autorisées à utiliser le logo institutionnel du Parc en plus du code de marque, s'ils le souhaitent :

- Le syndicat mixte du Parc et les membres du syndicat mixte (les communes, les communautés de communes, les départements et la région.)
- Les porteurs de démarches collectives initiées et/ou accompagnées par le Parc en application des objectifs de la charte.
- Les offices de tourisme dans le cadre des documents et supports de promotion du territoire en application des objectifs de la charte du Parc (hors commercialisation touristique).

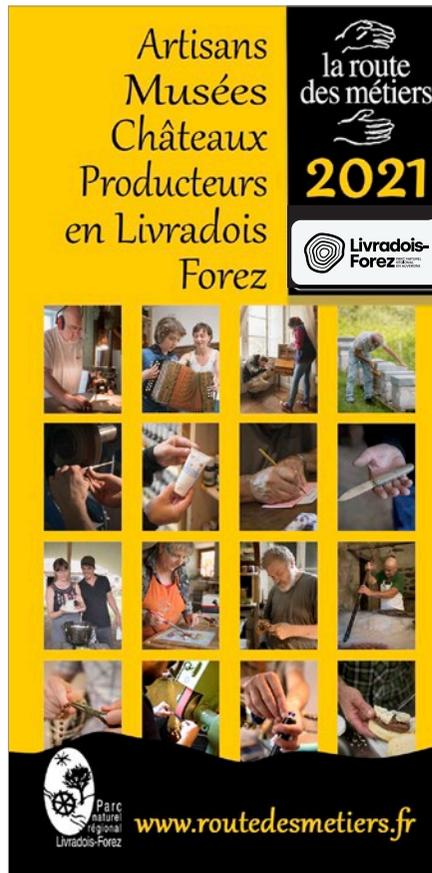


Application du logo Parc Naturel Régional

Il est possible d'ajouter le logo du PNR (Parc Naturel Régional) sur les supports de communication.

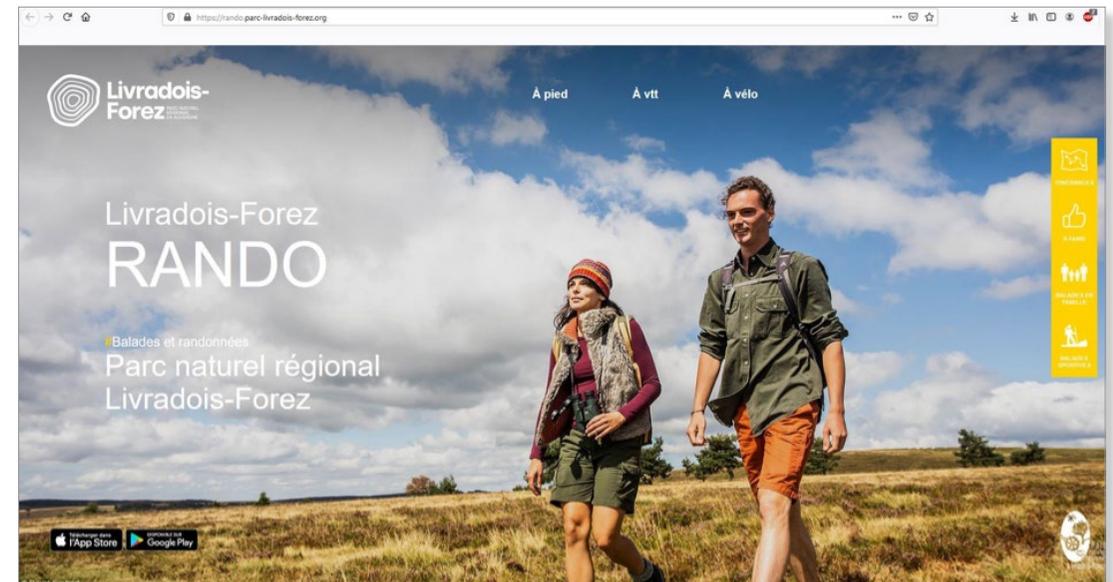
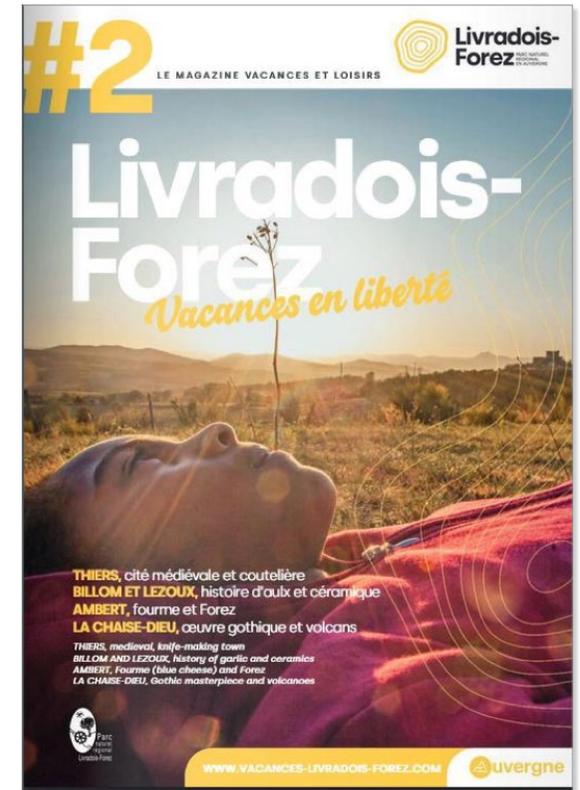
Règles d'intégration

- Dans le respect de la charte graphique du PNR.
- Privilégier les versions noir et blanc pour une intégration discrète.
- Placement libre.



Exemples d'intégration par la Maison du Tourisme.

À noter qu'en tant que gestionnaire de la marque pour le secteur touristique, la Maison du Tourisme utilise ici le logo de la marque plutôt que le marqueur. Bien entendu, cela est également possible avec le marqueur et ses déclinaisons, dans le respect de la présente charte d'utilisation.



Chapitre 5

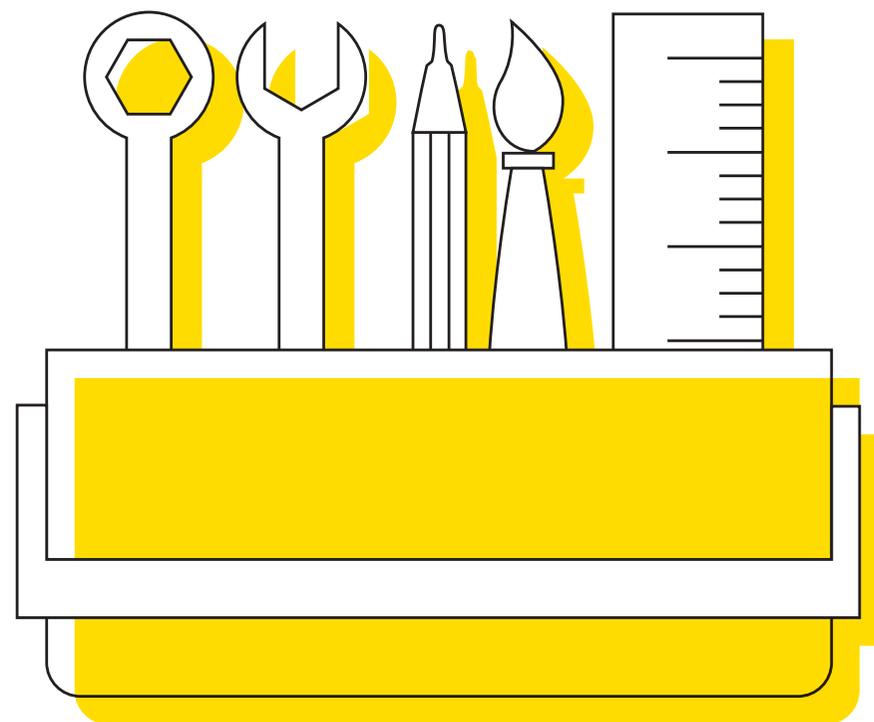
LE CHOIX DES OUTILS

Introduction

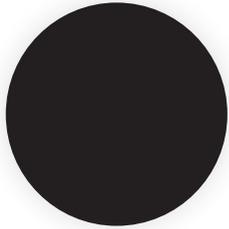
2 MOTS D'ORDRE POUR UN GUIDE DE MARQUE UTILISABLE PAR TOUS : SIMPLICITÉ ET FACILITÉ.

Des outils simples

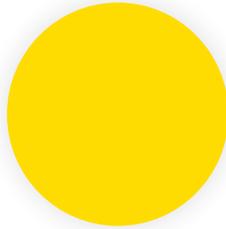
Les outils développés dans ce guide sont simples et faciles d'utilisation. Nous allons vous expliquer comment les utiliser en fonction de vos besoins dans ce chapitre.



Couleurs



C0 M0 J0 N100
R29 V29 B27
#1d1d1b



C0 M10 J100 N0
R248 V220 B0
#f8dc00



C0 M10 J100 N0
R248 V220 B0
#f8dc00

C0 M30 J100 N0
R234 V185 B13
#eab90d

Typographies

Silka bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
{ } [] , ; / = + @ & * € \$ £ %

Akrobat Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
{ } [] , ; / = + @ & * € \$ £ %

F.A.Q

Toutes les questions que vous vous posez

Quel format de fichier utiliser ?

Nous avons rassemblé différents formats de fichiers qui vous seront utiles. Pour trouver le format qui correspond le mieux à votre utilisation voici un petit résumé.

.jpg (Joint Photographic Experts Group)

Le format jpg est le format le plus courant d'image. Il ne possède pas de transparence mais a un poids léger grâce à une compression d'image modulable.

➤ **Format d'image léger mais compressé et sans transparence.**

.png (Portable Network Graphics)

Le format png est un format d'image qui permet d'afficher des pixels transparents. De fait il est beaucoup utilisé pour le web. Cependant plus l'image possède de couleurs plus elle sera lourde car l'image n'est pas compressée contrairement au jpg.

➤ **Format d'image qui gère la transparence, non compressé mais lourd.**

.pdf (Portable Document Format)

Le format pdf est idéal pour préserver la mise en page d'un document (typographies, images etc.). Sa compatibilité de lecture est presque universelle. Il est utilisé pour créer des fichiers destinés à être imprimés ou à être consultés en ligne.

➤ **Format de document texte qui conserve la mise en page, lecture universelle.**

Quel profil de couleur choisir ?

Pour choisir son profil de couleur c'est très simple, si on veut faire de l'impression (print) il faut choisir un profil CMJN et pour faire du web/digital il faut choisir un profil RVB. **Les profils de couleurs sont déjà établis, il vous suffit de piocher vos fichiers dans les dossiers « print » ou « web ».**

CMJN / CMYK (print)

Profil de couleur destiné à l'impression en quadrichromie et dont les couleurs élémentaires sont le cyan, le magenta, le jaune et le noir. C'est le procédé d'imprimerie le plus répandu.

RVB / RGB (web)

Profil de couleurs destiné au web/digital et imposé par les moniteurs (écrans) qui utilisent de la lumière rouge, verte et bleue afin de recréer les couleurs qui s'affichent à l'écran.

F.A.Q

Toutes les questions que vous vous posez

Quel logiciel utiliser ?

Il y a pléthore de logiciels gratuits ou payants pour faire du graphisme. Nous vous présentons rapidement les plus utilisés :

Photoshop

Photoshop est un logiciel d'édition d'images. Il permet notamment d'ouvrir et de modifier des jpg et des png.

➤ **Exemples d'utilisation : retouche photo, illustration, recadrage**

Indesign

Indesign est un logiciel d'édition qui permet la création et la mise en page de documents. Il génère notamment des pdf destinés à l'impression.

➤ **Exemples d'utilisation : flyer, magazine, affiche, PLV**

Illustrator

Illustrator est un logiciel qui permet de créer ou d'éditer des tracés vectorisés. Il génère notamment des pdf vectorisé.

➤ **Exemples d'utilisation : logo, illustrations vectorisées, graphiques**

Power point

Power point est un logiciel de présentation. Il permet notamment de générer des pdf destinés au web ou pour une diffusion sur écran.

➤ **Exemples d'utilisation : présentations en interne ou externe**

Word

Word est un logiciel de traitement de texte. Il permet l'édition et la mise en page de documents, cependant ses fonctions sont plus limitées que Indesign.

➤ **Exemples d'utilisation : lettre, affiches, flyer, document interne**

À faire / Ne pas faire

Applications à ne pas faire

Pourquoi interdire ces applications ?

Ces interdictions sont là afin d'assurer un maximum de lisibilité et une bonne visibilité du marqueur. Elles permettent de rester cohérent avec la charte d'utilisation établie.

Changement de l'orientation du marqueur



Changement les couleurs du marqueur ou du texte



Déformations du marqueur



Changement du texte ou de la typographie



À faire / Ne pas faire

Applications à ne pas faire

Placer le marqueur en dehors de la gouttière autorisée (en haut à droite)



Laisser un espace entre le marqueur et le bord du document



Ajouter un bloc au marqueur (avec du texte ou un logo)

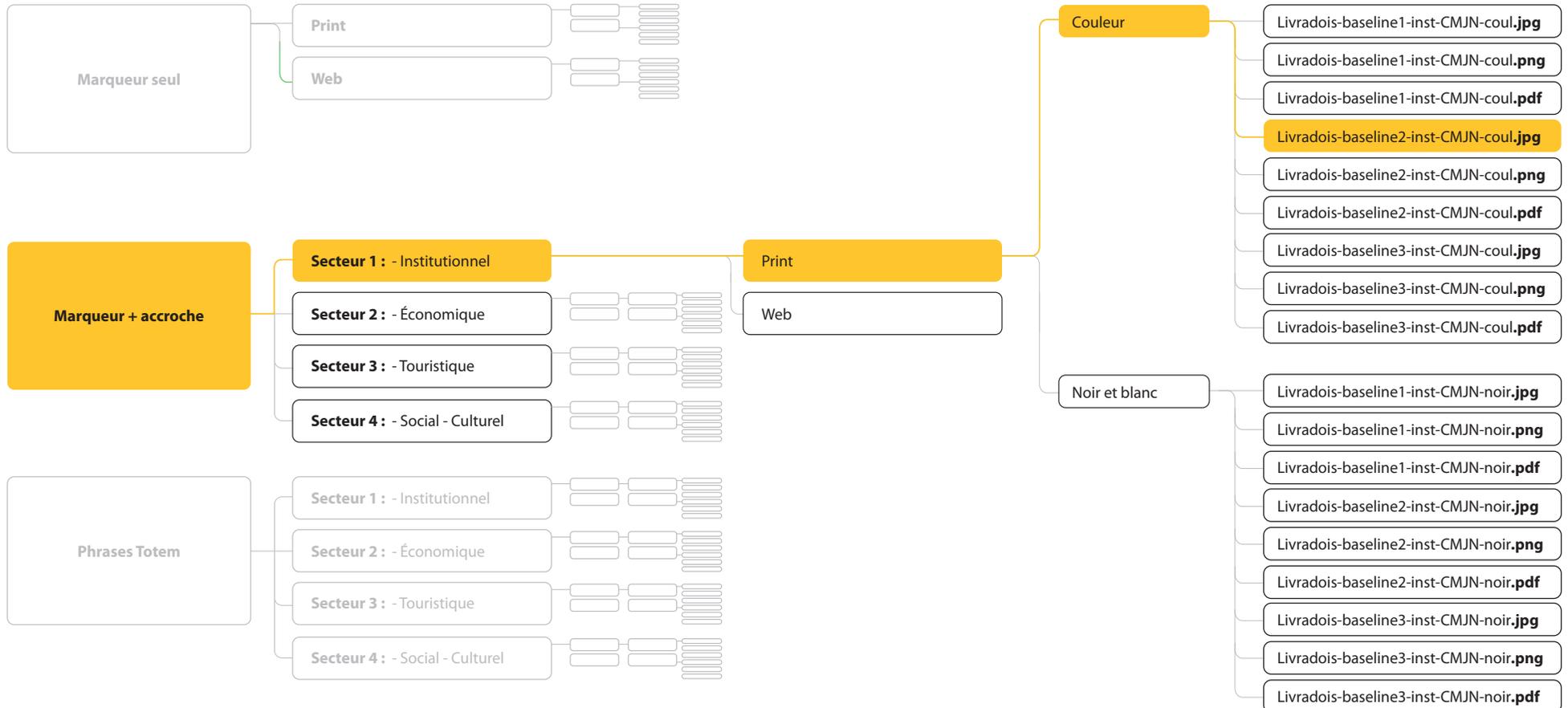


Arborescence de la boîte à outils

Comment trouver le fichier dont j'ai besoin ?

Premièrement il faut savoir quelle utilisation on va en faire et quel type de fichier il nous faut (cf. FAQ p. 56) et ensuite il faut connaître son secteur (cf. p. 20). C'est aussi simple que ça !

Exemple : je suis une école et je cherche le marqueur avec une accroche, non transparent et en couleur afin de le mettre sur un flyer. Voici le chemin que je vais parcourir :



Nomenclature

Le nom du fichier permet de retracer son origine et ses caractéristiques. C'est très utile pour s'y retrouver lors de la composition d'un document contenant de nombreux fichiers.

Exemple : je suis une école et je cherche le marqueur avec une accroche, non transparent et en couleur afin de le mettre sur un flyer.

Voici le nom du fichier que je cherche :

Livradois-accroche2-inst-CMJN-coul.jpg

Nom

Type d'objet

Secteur

Print ou web

Couleur
ou noir et blanc

Format de fichier

Chapitre 6

REJOIGNEZ-NOUS !

Demande d'adhésion

en attente
nouveaux visuels

Vous souhaitez utiliser la marque ?

La démarche est ouverte à tous les professionnels et les acteurs qui se reconnaissent dans les valeurs et les objectifs de la marque.

Pour y participer, rendez-vous sur la plateforme

<https://marque.livradois-forez.com>

Rejoindre la marque Livradois-Forez c'est :

- Afficher sa fierté d'être du Livradois-Forez et contribuer au rayonnement de son territoire,
- Intégrer un projet collectif pour développer l'économie locale,
- Développer des synergies avec d'autres acteurs pour donner de la force à sa communication.

en attente
nouveaux visuels

Règlement d'utilisation

La marque Livradois-Forez est déposée à l'INPI en tant que marque collective française.

Pour l'utiliser chaque acteur doit respecter le règlement d'usage :

- Avoir une activité en lien direct avec le territoire du Livradois-Forez (Siège social ou établissement principal sur le territoire du Parc naturel régional Livradois-Forez ou territoire d'action de la Maison du tourisme du Livradois-Forez // Activités spécifiques au territoire Livradois-Forez)
- Adhérer aux valeurs du Livradois-Forez portées par la marque
- Avoir obtenu le droit d'utilisation de la marque via la plateforme : <https://marque.livradois-forez.com>
- Respecter les règles graphiques d'utilisation de la marque décrites dans le code de marque

en attente
nouveaux visuels

Page de fin

Contacts

Secteur institutionnel, économique et social et culturel

Contacteur le Parc – Chargée de mission Marketing territorial

Tél. 04.73.95.57.57

Secteur touristique

Contacteur la Maison du tourisme – Chargée de mission marque

Tél. xx.xx.xx.xx.xx