

# Charte Graphique

## IDENTITÉ VISUELLE

Une charte graphique est un document contenant l'ensemble des règles fondamentales d'utilisation des signes graphiques qui constituent l'identité visuelle de la commune et permet de conserver une cohérence graphique dans les différents supports de communication.

L'identité graphique permet au récepteur d'identifier facilement l'émetteur et, par habitude si la cohérence est respectée, de se repérer visuellement dans les différentes réalisations graphiques. Il est donc fondamental de respecter les règles établies dans ce document.

**L'utilisation de la charte graphique, du logo et de la signature mail est strictement réservée aux activités de la ville.** Il est interdit pour des individus ou d'autres organismes qui n'ont pas l'autorisation en vertu de la présente politique de les reproduire, de les copier, de les afficher, de les publier, de les modifier ou de les utiliser à toutes autres fins.

En ce qui concerne les documents officiels et les documents promotionnels et d'information de la ville, ils doivent comporter une représentation du logo.

Tout document destiné à une diffusion grand public et portant le logo de la ville doit d'abord être approuvé par le service communication.

## SIGNATURE CORPORATIVE : LOGOTYPE

Le logo est une image de marque claire et cohérente qui aide le public à reconnaître les publications, les écrits et les services offerts par la ville de Louverné.

En 2015, la ville adoptait son nouveau logo. Un guide de normes graphiques régissant la reproduction du logo et son utilisation doit être respecté.



La ville de Louverné a un logo simple mais moderne, symbole de la nouvelle forme de communication. Le souhait est d'avoir un logo qui traduise une certaine proximité avec les Louvernéens et de garder une image d'un territoire moderne, de personnes et de projets. Le logotype répond à une volonté de donner à la ville de Louverné, une nouvelle identité visuelle.

### L'HISTOIRE DE CE SYMBOLE #

Ce ne sont ni les réseaux sociaux ni le téléphone qui ont créé le symbole du dièse. Comme pour tant d'autres choses, ses origines se trouvent en latin : libra pondo, c'est-à-dire "poids de la livre". Depuis 1300, les imprimeurs produisaient des caractères mobiles spécifiques pour ce glyphe, lb qui est devenu # au fil du temps.

Plusieurs noms lui sont donnés : le symbole du dièse, le signe numérique, mais le terme technique qui lui avait été donné est un octothorpe, bien que de nombreuses personnes appellent le symbole omniprésent, un « hashtag ».

Ce symbole graphique est devenu une toute nouvelle forme de communication, notamment dans le domaine du marketing. La création des hashtags a donné une nouvelle vie au #, qui est devenu un symbole ultra reconnaissable et chargé de sens pour le grand public.

# Charte Graphique

## TYPOGRAPHIE

La police de caractère utilisée dans les différents documents est l'Arial.

Arial reste une des polices de caractères les plus utilisées par les entreprises, les administrations ou encore le grand public. Cela s'explique notamment par le fait qu'elle reprenne les avantages de l'Helvetica, à savoir la neutralité des caractères et la lisibilité. Cette typographie est libre de droits.

## COLORIMÉTRIES

La typographie accompagnant le logo adopte une couleur rose « fuchsia » et grise, des couleurs modernes, qui perdure dans le temps.



### Le gris #6C6663

C'est une couleur sobre et élégante. C'est aussi une couleur tendance, car elle rappelle le minéral, la pierre. Il s'agit d'une teinte contemporaine et intemporelle.



### Le rose « fuchsia » #D62548

Cela évoque un côté ludique, jeune, fort. Elle inspire l'énergie. C'est une couleur que l'on rencontre dans le milieu de la beauté et la communication. Elle reste une couleur « vif » qui donne un coup de peps au logo, en alimentant le gris qui donne un univers sobre.

## ZONE DE PROTECTION

La zone de protection, ou zone de réserve, sert à préserver la lisibilité et la visibilité du logotype. Aucun élément graphique ne doit apparaître dans cet espace.

La zone de protection devra être appliquée autour du logo quelques soit la taille du support utilisé.



## TAILLE MINIMUM

La zone taille minimale du logotype est de 10 mm de hauteur minimum. En dessous de cette dimension l'exploitation du logotype n'est pas autorisé.

En fonction des supports (objets promotionnels : sérigraphie, tampographie ou autre) ajuster la taille.



## RÈGLES D'UTILISATION DU LOGOTYPE

### VERSIONS ORIGINALES AUTORISÉES :

Version « originale »



Versions « monochromes »



# Charte Graphique

## LES DÉCLINAISONS POSSIBLES DU LOGOTYPE

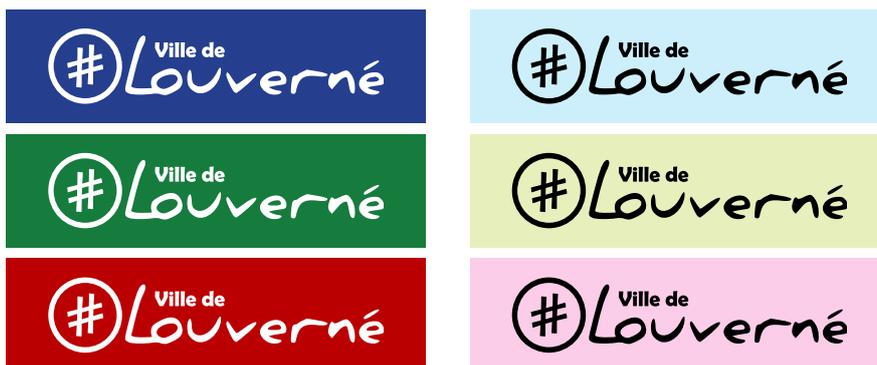
Lorsque l'utilisation du logo couleur n'est pas possible ou souhaitée, le choix du monochrome noir ou blanc suit les règles d'utilisation selon les teintes et les valeurs des fonds. Sur des fonds de couleur claire, on utilisera le monochrome noir, et sur fonds de couleur foncée, on utilisera le monochrome blanc (voir exemple ci-dessous).

Le logotype doit toujours être utilisé sur un fond lui accordant une lisibilité optimale. Sur fond photographique, le logotype peut être utilisé uniquement si le fond apporte suffisamment de contraste.

### LOGOTYPE SUR FOND BLANC



### LOGOTYPE MONOCROME SUR FOND CLAIR ET FONCÉ



### LOGOTYPE VERSIONS INTERDITES

**X**



Aucun élément du logo ne peut être écarté. Le logo se présente sous sa forme originale.

**X**



Il est interdit d'appliquer une opacité au logo.

*Le symbole peut être utilisé seul lorsqu'il est contextualisé mais la partie typographique ne peut être détachée du symbole.*

*Il ne peut pas être déformé ou modifié de quelque manière que ce soit (proportion, distorsion, orientation, etc.)*

**X**



Respecter la teinte du logo, il est interdit d'utiliser d'autres teintes que celles citées précédemment.

**X**



Il est interdit de modifier la typographie du logo.

**X**



Il est interdit d'appliquer une ombre portée ainsi que n'importe quel effet.

**X**



Il est interdit d'appliquer une déformation au logo.

# Charte Graphique

## DÉCLINAISON ÉVÉNEMENTIELLE DU LOGOTYPE

Des déclinaisons spécifiques du logotype, adaptées à des événements tels qu'Octobre Rose, Movember ou Mars Bleu, peuvent être créées par le service communication. Elles sont exclusivement gérées par ce service et ne peuvent être utilisées que par les services de la mairie.



De plus, la mairie de Louverné s'autorise, exclusivement pour les besoins du service communication, à modifier les couleurs du logo en utilisant le gris et le « fuchsia » de la charte graphique.



## RÈGLES D'UTILISATION

Quelques règles de mise en page sont à respecter afin de donner une unité et de la cohérence à l'ensemble des courriers émis par la ville de Louverné.



### Documents informatifs avec peu de texte

Le logo est centré en bas ou en haut de page et un bandeau rose « fuchsia » indique « la ville vous informe »

### Lettres et documents officiels

Le logo est placé à gauche en haut de page.  
Cas d'utilisation couleur bleu pour affichage particulier : #38b6ff

### Documents promotionnels, flyers, affiches et papeteries

Le logo est placé à gauche ou à droite en haut ou en bas de page.  
Si la ville est partenaire d'un événement, le logo sera systématiquement en bas du document et le plus à droite possible.  
La présence d'un QR Code sur les documents promotionnels permet de retrouver l'article sur le site internet de la commune.

# Charte Graphique

## CONTRÔLE DE L'USAGE DU LOGOTYPE

Toute utilisation du logotype par l'utilisateur devra faire l'objet d'une autorisation écrite préalable du service communication de la ville de Louverné.

L'utilisateur soumettra tout support comportant le logo pour validation au service communication à l'adresse suivante : [communication@louverne.fr](mailto:communication@louverne.fr)

## RETRAIT DE L'AUTORISATION D'UTILISATION

L'autorisation d'utiliser le logotype restera acquise à chacun des utilisateurs, tant qu'il continuera à satisfaire à la présente Charte Graphique et pour toute la durée de son partenariat avec la ville de Louverné.

La ville de Louverné est habilitée à prendre toute mesure pouvant lui permettre de contrôler le respect des obligations figurant à la présente Charte et de vérifier que le logo est bien utilisé conformément à son objet.

La ville de Louverné se réserve expressément le droit de retirer à tout moment l'autorisation d'utilisation du logotype à l'utilisateur. La décision de retrait sera, en ce cas, notifiée à l'utilisateur concerné. Elle devra être suivie d'exécution immédiate et toutes dispositions devront être prises sans délai pour faire disparaître le logo, de tous supports sur lesquels il pourrait encore figurer sous quelque forme que ce soit.

## DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR

La présente politique entre en vigueur le 7 novembre 2023, date de son adoption par délibération du conseil municipal.

Une relecture et des ajustements seront effectués chaque année. La date de la dernière relecture est indiquée sur la page de couverture de ce plan de communication.

## OBJETS PROMOTIONNELS

Les objets promotionnels permettent de promouvoir l'image de marque de la ville de Louverné, d'accroître sa notoriété, de renforcer le sentiment d'appartenance

et de fierté, ainsi que de contribuer à souligner un événement distinctif. La sélection de goodies arborant l'identité visuelle de la ville ou de l'un de ses événements officiels relève du service communication et avec approbation des élus.

## PHOTOGRAPHIES

Le service communications reçoit, coordonne et gère les besoins et les banques de photographies à des fins d'information et de promotion.

## DROIT À L'IMAGE

Le droit à l'image permet à toute personne de s'opposer à la reproduction et à la diffusion, sans son autorisation de son image. L'autorisation de la captation et de la diffusion de l'image d'une personne est obligatoire. Ce droit dure sans limitation de temps.

Le service communication archive le document du droit à l'image pour les agents et les intervenants externes (se référer à l'annexe 6 : Autorisation d'utilisation d'image). Les écoles et les différents services de La Planète Couleur archivent également de leur côté les documents pour les enfants.

## LES EXCEPTIONS

### Dans un lieu public

On considère que toute personne présente dans un lieu public consent à être exposée au regard des autres. De ce fait, la prise de vue dans un lieu public est autorisée sans aucun problème, et sans autorisation à demander.

Pour la diffusion, dans le cadre du droit à l'information, il n'y a pas de consentement à demander si on souhaite diffuser la photographie et/ou vidéo.

### Floutage

Les images représentant des personnes non-identifiables du fait de la prise de vue ou de modification délibérées ne nécessitent pas d'autorisation.

*Les articles 226-1 et 226-2 du Code Pénal punissent le fait de prendre une photo dans un lieu privé sans le consentement.*

L'utilisation du copyright s'impose pour les professionnels et les visuels transmis.