

A person is sitting on a rocky mountain peak, looking out over a valley. The scene is captured in a dark blue, monochromatic style. The person is wearing a light-colored jacket and is positioned on the right side of the frame. The valley below is filled with buildings and roads, and the mountains in the distance are silhouetted against a lighter sky. The overall mood is serene and majestic.

ALPES IS HERE

SOURCE DE HAUTEUR

GUIDE DE MARQUE

introduction

En 2017, le Département de l'Isère a choisi de créer la marque ALPES ISHERE au service du développement de l'attractivité du territoire.

La marque ALPES ISHERE a une double vocation :

- Fédérer les habitants ainsi que l'ensemble des acteurs autour de leur territoire ; renforcer le sentiment d'appartenance.
- Faire rayonner le département à l'extérieur pour en faire un lieu pertinent et attrayant en termes de destination et de développement de projets.

La marque ALPES ISHERE est portée par l'agence Isère Attractivité qui déploie ses actions, en synergie avec le Conseil Départemental, auprès des habitants, des acteurs du territoire et des visiteurs.

Isère Attractivité a pour mission :

- La mise en réseaux d'acteurs clés.
- Le soutien et la création d'événements emblématiques pour l'Isère.
- L'accompagnement de projets innovants fondés sur l'intelligence collective.
- La promotion du meilleur du territoire.

ALPES
ISHERE
SOURCE DE HAUTEUR

isère
LE DÉPARTEMENT

isère
ATTRACTIVITÉ

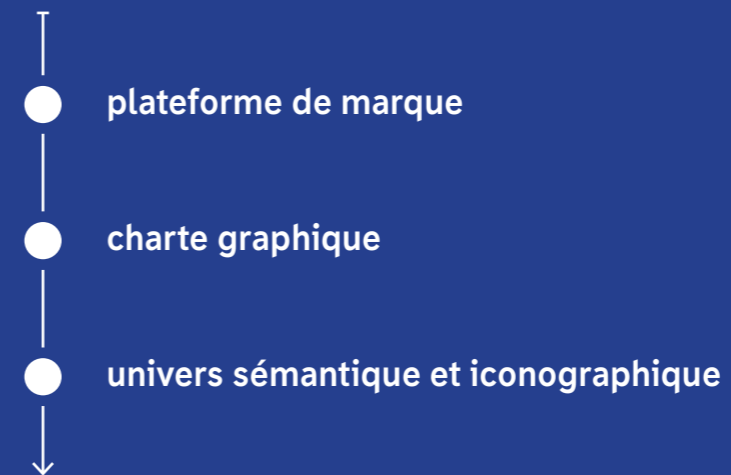
le guide de marque, mode d'emploi

Le guide de la marque a pour rôle premier de partager l'identité, la vision et l'ambition de la marque rassemblées en une plateforme de marque.

Il définit également un langage commun qui exprime la personnalité de la marque, utilisable par tous les acteurs en charge de sa promotion.

Parce qu'une marque de territoire ne se résume pas à un nom et un logo, ce guide de marque fonctionne comme une boîte à outils composée de signes graphiques, d'expressions clés, de styles iconographiques, de typographies qui traduisent les atouts et les valeurs de l'Isère.

Tout en partageant l'univers de la marque, le guide indique les règles d'utilisation à suivre afin de préserver la cohérence d'ensemble et la force de la communication d'ALPES ISHERE.



01. la plateforme de marque

À la base du guide de marque et de la charte graphique, la plateforme de marque synthétise ses éléments fondamentaux : ses piliers, sa promesse, ses valeurs et ses missions.

Elle identifie l'ensemble des publics de la marque ALPES ISHERE et définit la manière dont elle interagit avec chacun d'entre eux.

Ainsi elle permet de partager avec tous les acteurs la vision et l'ambition d'une marque au service de l'attractivité du territoire.

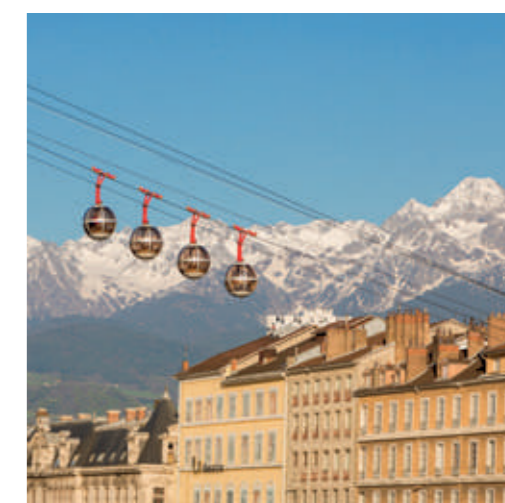
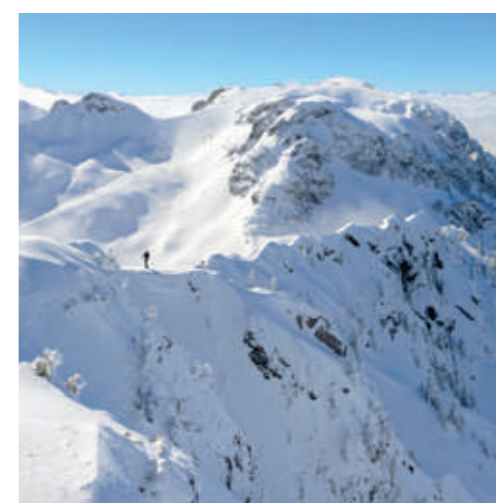
la dimension nature du territoire

L'Isère est caractérisée par une grande nature préservée et diverse à proximité des villes.

Diversité des paysages :
plaines, montagnes, plateaux,
rivières et lacs...

Haute montagne
et moyenne montagne :
Oisans, Belledonne,
Chartreuse, Vercors.

Proximité des espaces
naturels avec deux
métropoles :
Grenoble et Lyon.



la dimension nature du territoire

Le territoire est une promesse de (re)connexion à une nature de haute qualité, facile et accessible pour tous les habitants de l'Isère.

ALPES ISHERE valorise la nature en tant que promesse d'accomplissement, pour se retrouver dans la nature seul, en famille, avec des amis.

Elle est aussi un cadre de vie attractif pour les personnes et les entreprises qui souhaitent développer des projets dans un environnement de qualité.

La nature est une source d'inspiration et de réalisation pour des activités humaines diversifiées : tourisme, énergie, industrie, recherche, environnement.

Les Isérois ont un rapport à la nature empreint de maturité : conscients des enjeux environnementaux, ils agissent individuellement et collectivement pour protéger les Alpes.



territoire d'intelligence collective et de pionniers

Tout au long de son histoire, le territoire a cultivé des valeurs d'ouverture et d'audace.

L'Isère a su accueillir des pionniers qui ont inventé dans des domaines variés : recherche, énergie, industrie, sports.

L'Isère est un territoire de premières et de "success stories" économiques et industrielles.

Ensemble, les Isérois ont su relever les défis de l'Histoire et inventer de nouvelles manières de travailler et de vivre.

- 1339 → Création de l'université de Grenoble
- 1788 → Prémices de la Révolution française
- 1817 → Louis Vicat invente le ciment artificiel
- 1882 → Création de la première conduite forcée par Aristide Bergès à Lancey
- 1889 → Création du premier syndicat d'initiative de France à Grenoble
- 1933 → La cuisine gastronomique est née en Isère avec Fernand Point dans son restaurant La Pyramide à Vienne
- 1934 → Jean Pomagalski invente le premier télésiège à l'Alpe d'Huez
- 1942 → Mise en place de la Résistance dans le Vercors
- 1943 → Mise en place de la Résistance en Chartreuse, notamment par Henri Grouès, plus connu sous le nom de l'Abbé Pierre
- 1946 → Grenoble - Création du premier laboratoire CNRS en province par Louis Néel
- 1968 → Jeux Olympiques d'hiver à Grenoble
- 1994 → Création du Synchrotron



LA PLATEFORME DE MARQUE / PILIER DE LA MARQUE N°4

territoire d'intelligence collective et de pionniers

Une dynamique d'intelligence collective pour relever de nouveaux défis.



Véritable bannière, ALPES ISHERE est un vecteur d'attractivité et de rayonnement fondé sur le rassemblement d'une diversité d'acteurs du territoire.

ALPES ISHERE mobilise les acteurs du territoire autour des problématiques collectives sociales, sociétales et environnementales au service de la transition du territoire.

ALPES ISHERE a pour mission de valoriser les projets et les succès mis en œuvre grâce à l'intelligence collective dans les domaines du tourisme, de l'économie, de la culture et du sport.

des valeurs pour l'action

La marque ALPES ISHERE est :

Utile

au service des acteurs du territoire et des habitants.

Responsable

en cohérence avec la dimension naturelle et le caractère pionnier du territoire.

Partagée et transversale

elle est une bannière qui fédère et relie.

Crédible

elle tient ses engagements.

Pour tous

mais elle est sélective dans ses projets.

la promesse de la marque



SOURCE DE HAUTEUR

Un territoire pour se ressourcer,
se retrouver, créer, s'accomplir.

Une promesse d'expérience unique
de (re)connexion avec une nature
proche, variée et préservée.

Une dynamique d'intelligence
collective pour relever
de nouveaux défis.



LA PLATEFORME DE MARQUE

manifeste

Glaciers et aiguilles, hauts plateaux, lacs et rivières, plaines et collines du piémont, notre territoire est un concentré de la diversité des paysages des Alpes.

Ici, à proximité des villes et des villages, la grande nature préservée permet à tous nos visiteurs, nos habitants et à chacun d'entre nous de vivre simplement une expérience unique de ressourcement et d'accomplissement.

Sur ce territoire ouvert sur l'extérieur et accueillant, nous avons depuis plusieurs siècles attiré des pionniers.

Leur audace individuelle et leur intelligence collective ont permis de relever des défis et de réaliser des performances dans de nombreux domaines touristiques, industriels, scientifiques, culturels et sportifs.

Aujourd'hui, notre motivation à nous rassembler autour de valeurs de responsabilité, d'imagination, de partage et de respect de l'environnement nous donne pleine confiance pour réaliser de nouveaux projets.

ALPES
IS HERE

SOURCE DE HAUTEUR

synthèse



SOURCE DE HAUTEUR

Une expérience unique
de (re)connexion avec
une nature proche,
variée et préservée

Une dynamique
d'intelligence
collective pour relever
de nouveaux défis

PROMESSE

Utile
Partagée
Crédible

Responsable
Transversale
Pour tous

VALEURS

La dimension nature
du territoire

Territoire d'intelligence
et de pionniers

PILIER

Faire rayonner | Fédérer

- mise en réseaux d'acteurs clés
- soutien de la création d'événements
- accompagnement de projets innovants fondés sur l'intelligence collective
- promotion du meilleur du territoire

OBJECTIFS



02. la charte graphique

Le logo et ses déclinaisons.



LE LOGOTYPE

Présentation du logotype

SIGNATURE

Le logotype s'utilise avec et sans cartouche.



MARQUAGE PRODUIT

Cette version reprenant uniquement l'emblème s'adresse au marquage produit et à l'utilisation événementielle sur certains formats.



LOGOTYPE VERSION HORIZONTALE

La version du logo sur une ligne est à utiliser dans les cas où le logotype dans sa version initiale ne serait pas adapté.



LE LOGOTYPE

Les déclinaisons

— UN ÉVÉNEMENT
SOURCE DE HAUTEUR

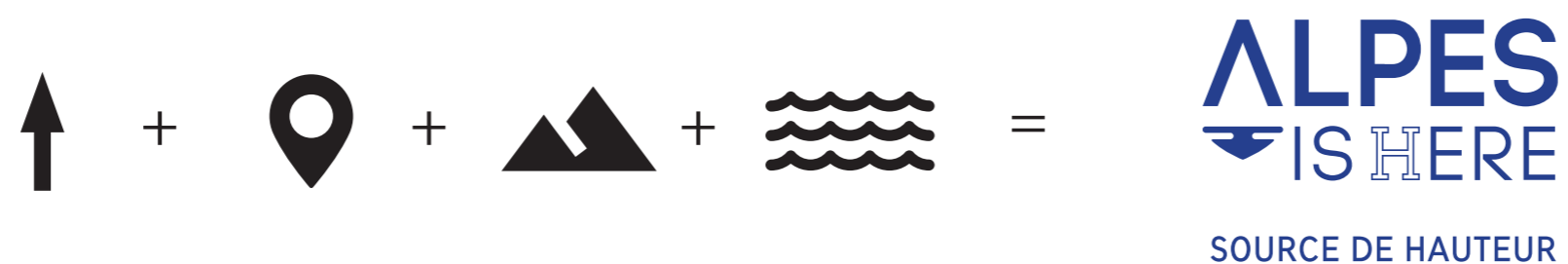


Trail des Passerelles
du Monteynard



LE LOGOTYPE

Symbolique



Le code graphique

la police de caractère est simple,
épurée

L'humour est de mise

" Isère " devient " ISHERE "

Les symboles utilisés

l'élévation, la montagne,
la géolocalisation,
le reflet de l'eau en tant qu'Isère

LE LOGOTYPE

Les interdits

Le logo ne pourra être modifié en aucune manière.



Suppression d'éléments



Changement de proportion de l'emblème



Ajout d'éléments



Changement de couleur



Variations du dégradé



Effet artistique, 3D ou fantaisie



Déformation



Changement typographique



Alternance de couleur dans la version monochrome



Ombre portée



Déplacement du reflet



Rotation

LE LOGOTYPE

Les interdits



Changement typographique



Changement de couleur

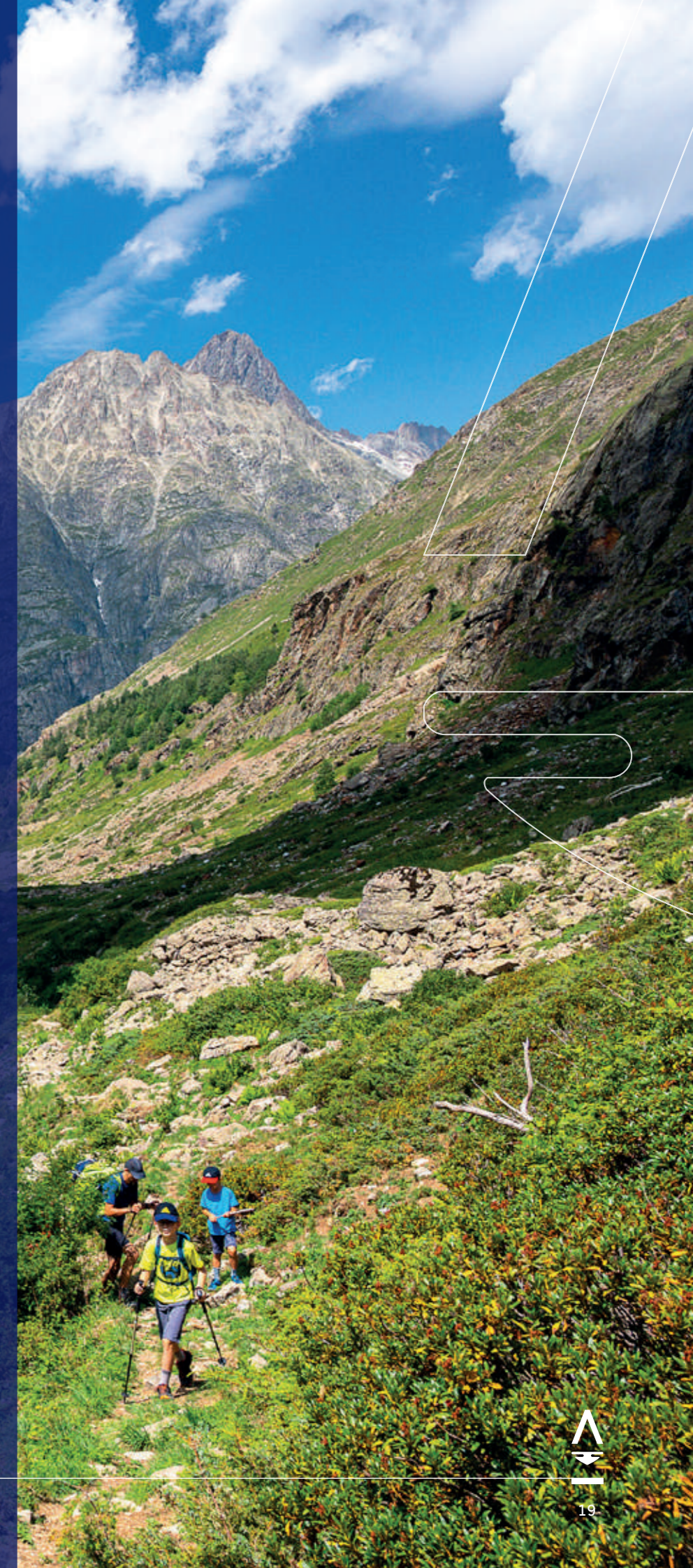


Changement de position

03. l'univers sémantique et le ton de communication

Aux fondamentaux de la marque (piliers, promesse, valeurs) est associé un univers sémantique à la fois précis et diversifié.

En utilisant les bons mots, verbes ou expressions clés, le discours de marque gagne en clarté et en cohérence vis-à-vis de tous les publics et pour tous les canaux de communication utilisés.



la dimension nature du territoire

Idée clé :
l'Isère est
caractérisée par
une grande nature
préservée, diverse
et accessible.

grands espaces
immensité
authentique
préservé
diversité
richesse
naturel
silence
altitude
accessible

Idée clé :
La promesse de (re)connexion avec une
nature préservée.

ressourcement
immersion
partage
découverte
accessible
bien-être
contemplation
activités
outdoor

inédit
surprenant
simplicité
expérience

territoire d'intelligence collective et de pionniers

Idée clé :

Une histoire d'ouverture et d'audace.

identité
histoire
appartenance
patrimoine
tradition
modernité

Idée clé :

La force de l'intelligence collective.

recherche	transition	liens
brevets	grandir	bienveillant
oser	créer	accueil
audace	se dépasser	fédérer
hauteur	force collective	connecter
défis	partage	inclure
projets	synergies	nous

le ton de communication

Le ton de communication définit la manière dont la marque s'exprime en précisant la tonalité de communication et le registre de langue en fonction des cibles et des canaux.

Ce ton reflète la personnalité et les valeurs de la marque ALPES ISHERE : pour tous, utile, crédible, responsable et partagée (fédératrice).

Tonalité

La marque ALPES ISHERE privilégie une tonalité de communication authentique et conviviale. Accessible, elle n'hésite pas à exprimer de la bienveillance vis-à-vis de ses interlocuteurs et sait faire preuve d'humour quand il faut prendre un peu de hauteur ou de recul.

Elle est respectueuse de ses interlocuteurs. Elle valorise les bénéfices des propositions du territoire mais elle ne dicte pas de ressenti ou de sentiment aux visiteurs.

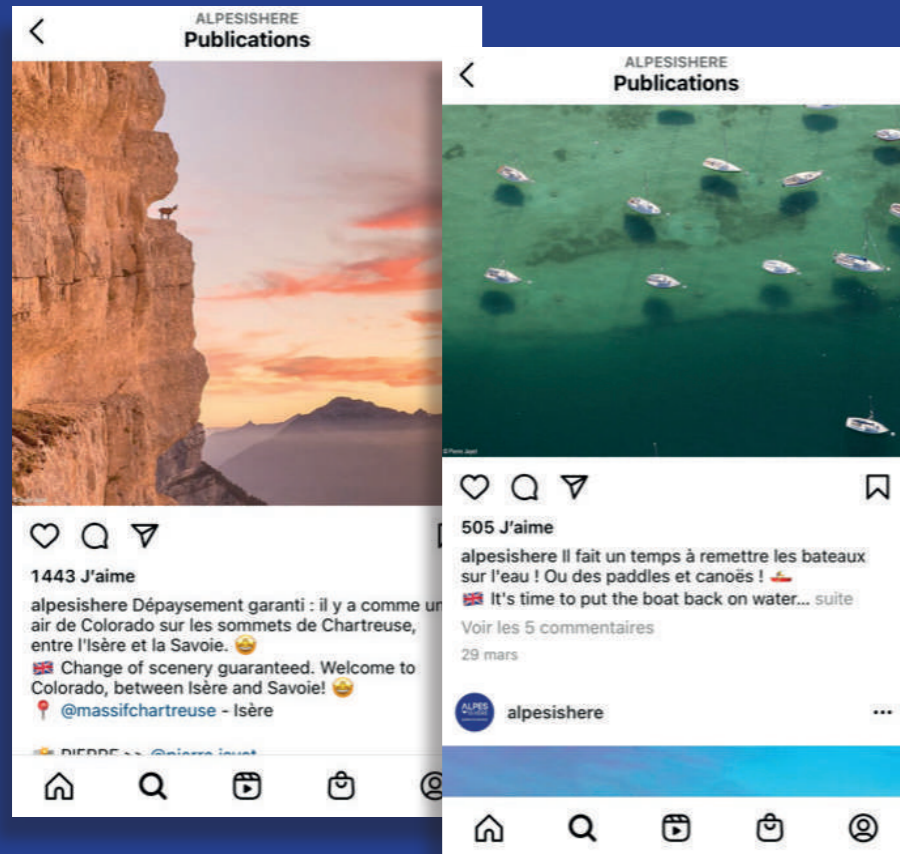
Registre de langue

Le registre de langage est simple, direct et factuel, associé à une structure grammaticale qui privilégie l'indicatif. La première personne du pluriel est employée dès lors qu'elle exprime un collectif " nous les Isérois ".

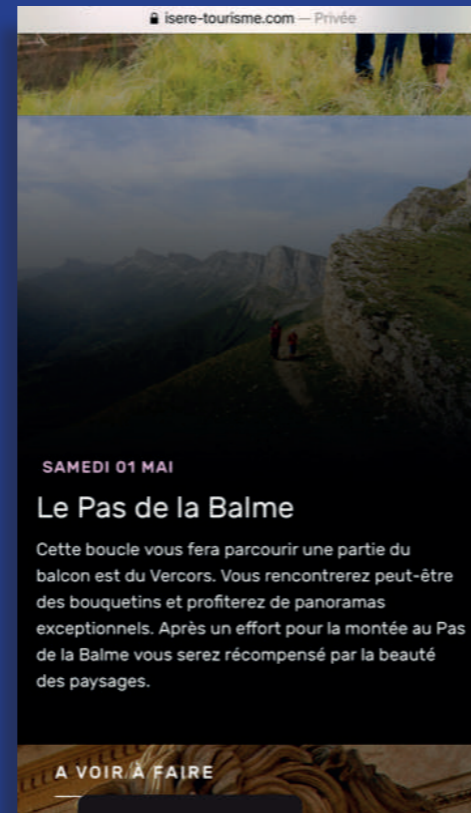
le ton de communication

Do ✓

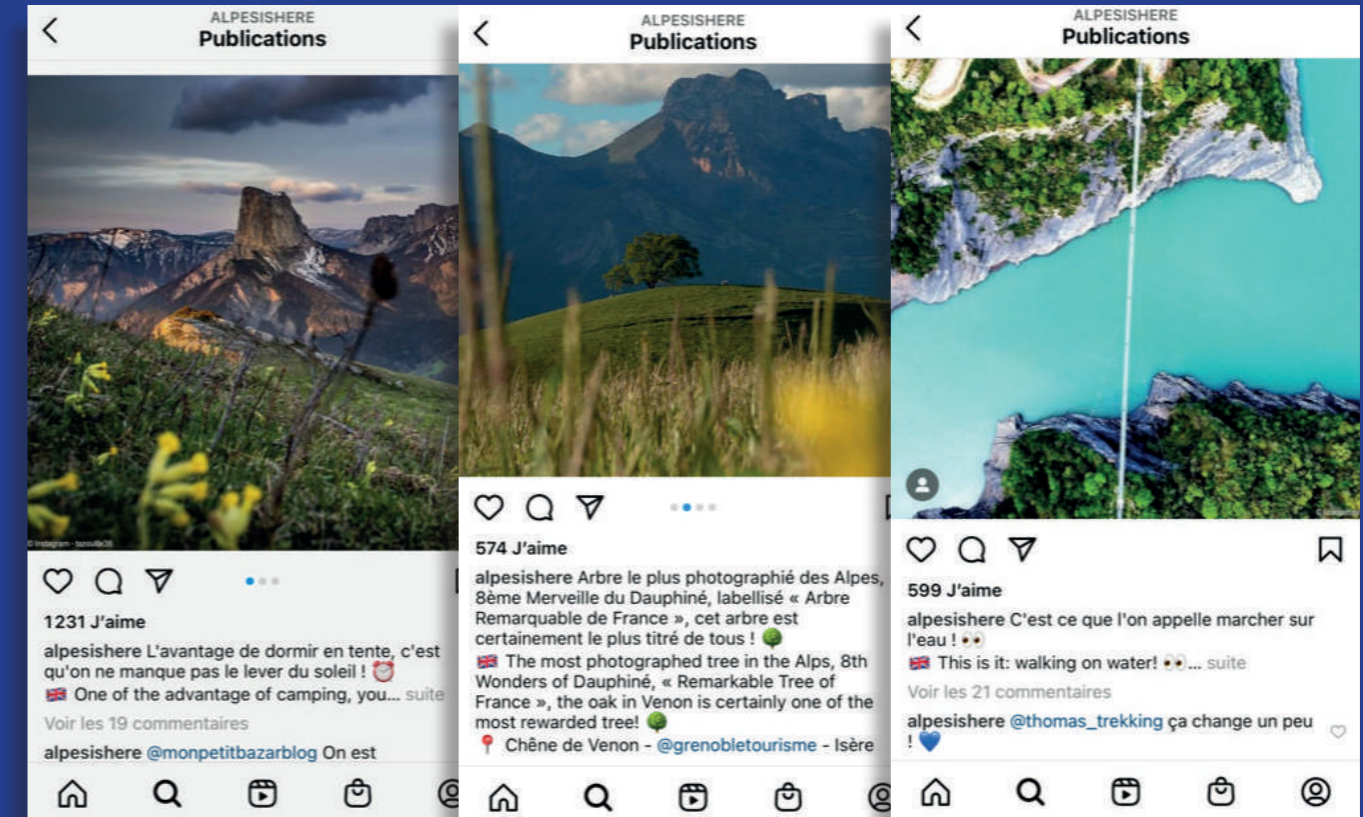
Communication authentique et conviviale



Registre de langue simple direct et factuel, structure grammaticale indicative



Sait faire preuve d'humour



Respectueuse des interlocuteurs, valorise les bénéfices des propositions du territoire mais ne dicte pas de ressenti ou sentiment



le ton de communication

Don't

Tutoiement et familier

"Tu kiffes grave le VTT, le trail running ou l'escalade... ? Connecte-toi direct sur l'appli Isère Outdoor pour accéder aux meilleurs plans de sorties nature de notre territoire. C'est ouf comme expérience !"

Structure grammaticale complexe

"Il aurait été vraiment dommage que vous ratiez cette offre de séjour exceptionnel et qu'ainsi, vous ne puissiez pas vous accorder cette parenthèse originale à portée de bourse, qui correspond à vos nouvelles envies de conjuguer aspirations au bien-être et convictions en faveur d'un tourisme responsable."

Interpellation, injonction à éprouver des sentiments

"Imaginez... un lac de couleur émeraude niché au cœur d'un écrin de verdure. Allongé sur la plage, vous vous laissez envahir par un sentiment de plénitude. Le lac de Paladru, vous ne pouvez pas ne pas l'aimer."

Ton Emphatique

"Quelle richesse que ce patrimoine isérois ! Châteaux merveilleux, patrimoine industriel, églises de tous styles, ils sont vraiment extraordinaires ces lieux d'histoire de notre territoire."

04. l'univers iconographique

La photographie est un élément constitutif de la marque.
Les principes recommandés dans les pages qui suivent expriment
les fondements de l'identité d'ALPES ISHERE.

Ils définissent un univers visuel qui donne de la cohérence
aux différentes communications pour tous les canaux et créent
un style repérable et bien identifié.



la dimension nature du territoire

La diversité des paysages.

Montagnes, lacs, rivières, forêts, plaines, campagnes, villes...
l'univers photographique exprime toute la diversité des paysages
présents sur le territoire. Les angles et les cadrages valorisent
la spécificité de chaque paysage ou un point de vue inédit.



La dimension nature du territoire

La promesse de (re)connexion avec la nature.

L'univers photographique valorise les bénéfices de (re)connexion avec la nature : la rupture avec le quotidien et l'évasion, le ressourcement, les retrouvailles.

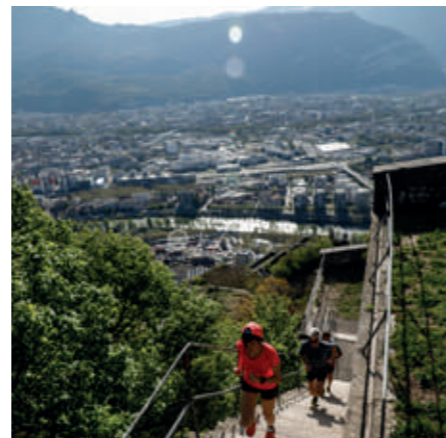
La composition de l'image met en scène une relation entre l'humain et la nature soulignant la dimension immersive, la promesse de ressourcement et d'expérience accessible qu'elle soit contemplative ou active.



La dimension nature du territoire

La proximité ville nature.

En Isère, la promesse de (re)connexion avec la nature est en partie liée à la proximité entre les univers urbains et les espaces de nature préservée. La photo valorise cette proximité nature ville et met en scène des personnes qui vivent ses bienfaits.



la dimension nature du territoire

Code photographique : principes.



Les paysages représentés sont isérois. Les cadrages larges sont privilégiés pour montrer un territoire ouvert et offrant une bonne qualité de vie.



Pour les plans serrés, privilégier des vues avec des caractéristiques du territoire : calcaire et végétation de Chartreuse, granite et glaciers de l'Oisans. Associer de préférence les photos de gros plans avec des photos de plans larges pour faciliter la reconnaissance du paysage.



Placer l'objectif au cœur de la scène permet de restituer la dimension immersive et son énergie/intensité.

Les scènes de partage sont privilégiées plutôt que des photos mettant en scène des personnes seules face à la nature.



Les compositions sont simples dans leur cadrage pour renforcer le naturel et l'authenticité des situations.

la dimension nature du territoire

Code photographique : principes.



L'humour fait partie intégrante de l'expression de la marque.



En captant des scènes amusantes et spontanées, des attitudes décontractées et sans complexe, ALPES ISHERE révèle un caractère joyeux et bienveillant qui sait accueillir ses visiteurs avec chaleur et connivence.

territoire d'intelligence collective et de pionniers

Les pionniers isérois nous transmettent dans de nombreux domaines touristiques, industriels, sociaux un esprit d'audace et d'ouverture propre à l'Isère qui fondent sa puissance d'attractivité et sa culture d'accueil aujourd'hui. Les photos sont contemporaines et, si possible, explicitées par des légendes qui restituent un contexte.

L'iconographie met en scène ce lien entre le passé et la réalité contemporaine pour souligner cet héritage vivant.

notre histoire
éclaire
notre avenir



Place Notre-Dame à Grenoble avec la fontaine des Trois Ordres, référence à la Révolution française.

territoire d'intelligence collective et de pionniers

Dans de nombreux domaines les Isérois mobilisent l'intelligence collective pour relever les défis d'aujourd'hui, environnementaux, économiques, sociaux, culturels.

Cette intelligence collective est fondée sur des valeurs humaines : l'audace et l'innovation, l'esprit d'ouverture et de bienveillance, la qualité d'accueil. Les photos soulignent la force humaine de l'intelligence collective quelle que soit la diversité des sujets.

l'intelligence
collective
relève les
défis demain



territoire d'intelligence collective et de pionniers


Le travail d'intelligence collective génère des résultats tangibles qui s'inscrivent dans le territoire pour le rendre plus résilient, plus durable tout en préservant sa qualité de vie : ces réalisations sont portées par des équipes qui incarnent l'esprit pionnier.

l'intelligence
collective
relève les
défis demain



Code photographique : principes.

Don't

Le Tourisme de masse et la surconsommation 





Stock footage non contextualisé 



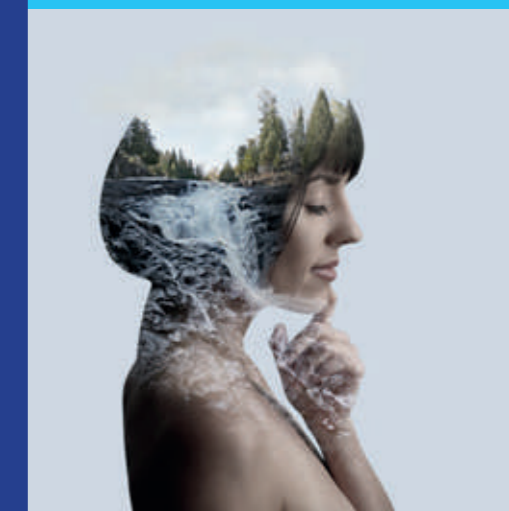
Photo aux couleurs non naturelles 



Contre-plongée 



Photo-montage 



Notes



GUIDE DE MARQUE

JUILLET 2021