



ALPES  
IS HERE

SOURCE DE HAUTEUR

LIGNES DIRECTRICES SUR L'IDENTITÉ DE LA MARQUE

---

JANVIER 2022

# SOMMAIRE

- P.3 Introduction
- P.4 Positionnement de la marque

## 01. LE LOGO

- P.6 Présentation du logotype
- P.7 Symbolique du logotype
- P.8 Construction du logotype
- P.9 Les déclinaisons du logotype
- P.10 Les déclinaisons du logotype par rubrique
- P.11 Utilisation des déclinaisons
- P.12 Les interdits du logo
- P.13 Les interdits de la signature
- P.14 Zone de protection et taille d'utilisation minimale
- P.15 Utilisation du logo en présence de logos partenaires
- P.16 Utilisation du logo pour événement

## 02. PALETTE DE COULEURS

- P.18 Utilisation des couleurs

## 03. ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

- P.20 Les typographies
- P.23 L'emblème, pour les grands formats

## 04. PRINCIPES DE MISE EN PAGE

- P.26 Couverture magazine
- P.27 Papeterie
- P.28 Display Web
- P.29 Panneaux signalisation
- P.31 Produits promotionnels

## 05. CAMPAGNE DE COMMUNICATION 2022

- P.35 Publicité format A4
- P.38 Publicité format A4 double page
- P.39 Publicité format A3
- P.41 Autres Formats
- P.43 Format horizontal

Les pages suivantes illustrent comment les éléments individuels de notre identité - de la représentation visuelle à notre histoire - se conjuguent pour créer une marque vivante et inspirante. Gardez ce guide comme référence, afin d'assurer la cohérence et la vitalité de la marque ALPES ISHERE.

## INTRODUCTION

L'attractivité de l'Isère  
s'exprime à travers la marque  
ALPES ISHERE.

La marque a pour objectif de développer  
le sentiment d'appartenance des isérois,  
de les fédérer et de développer la notoriété  
du territoire. Elle basée sur deux dimensions :

ALPES  
ISHERE

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.

# POSITIONNEMENT DE LA MARQUE

## Source de Hauteur

la baseline (slogan) qui résume l'esprit de la marque

### LES 2 PILIERS DE LA MARQUE

**LA NATURE,  
LA MONTAGNE  
LES ALPES :**  
UN TERRITOIRE  
« NATURE ».

**L'INNOVATION,  
LA RECHERCHE  
SCIENTIFIQUE :**  
L'ESPRIT PIONNIER.

ALPES ISHERE s'incarne au travers plusieurs mots clés :

**Évasion, Passion, Émotion, Inspiration,  
Innovation, Excellence, Saveur, Découverte**

des mots clés qui illustrent la montagne, les sommets, les plaines et les lacs, le sport et la performance, la culture, le patrimoine, le tourisme, l'économie et aussi la recherche scientifique et filières d'excellence

## 01. LE LOGO

- P.6 Présentation du logotype
- P.7 Symbolique du logotype
- P.8 Construction du logotype
- P.9 Les déclinaisons du logotype
- P.10 Les déclinaisons du logotype par rubrique
- P.11 Utilisation des déclinaisons
- P.12 Les interdits du logo
- P.13 Les interdits de la signature
- P.14 Zone de protection et taille d'utilisation minimale
- P.15 Utilisation du logo en présence de logos partenaires
- P.16 Utilisation du logo pour événement

# 01. LE LOGO

# LE LOGOTYPE

## 01.1 Présentation du logotype



# LE LOGOTYPE

## 01.2 Symbolique du logotype



### Le code graphique

la police de caractère est simple, épurée, l'anglicisme est privilégié (« IS H ERE »)

### L'humour est de mise

« Isère » devient « ISHERE »

### Les symboles utilisés

l'élévation  
la géolocalisation  
la montagne  
le reflet

# LE LOGOTYPE

## 01.3 Les déclinaisons du logotype

**Le logo dans sa version carré reste la version principale.**

Le logo sans son bloc de couleur s'applique lorsque la forme carré n'est pas adaptée.

VERSION CARRÉ  
COULEUR



VERSION CARRÉ  
NOIR & BLANC



VERSION SANS BLOC  
COULEUR



VERSION SANS BLOC  
NOIR & BLANC





# LE LOGOTYPE

## 01.3 Les déclinaisons du logotype

VERSION HORIZONTAL  
COULEUR  
AVEC BASE LINE  
À UTILISER EN PRIORITÉ



VERSION HORIZONTAL  
NOIR & BLANC  
AVEC BASE LINE  
À UTILISER EN PRIORITÉ



### MARQUAGE PRODUIT

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

VERSION HORIZONTAL  
COULEUR  
SANS BASE LINE



VERSION HORIZONTAL  
NOIR & BLANC  
SANS BASE LINE



VERSION ÉCRITE

**ALPES ISHERE**

HASHTAG

**#alpesishere**

# LE LOGOTYPE

## 01.4 Les déclinaisons du logotype par rubrique (baseline)

LE MAGAZINE



UN ÉVÈNEMENT



VARIANTE  
UN ÉVÈNEMENT



LE RÉSEAU



LE LIVE



VERSION ANGLAISE



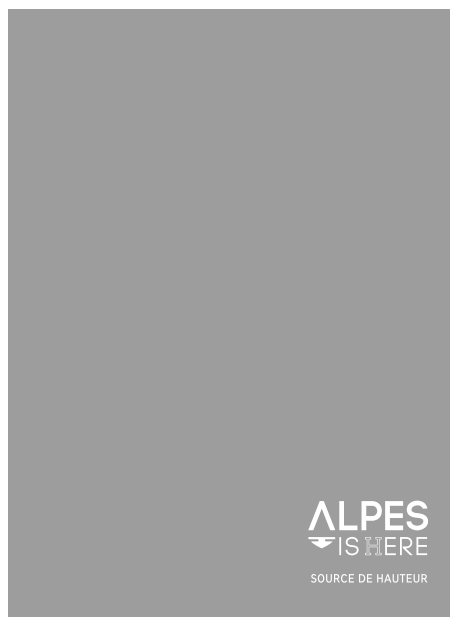
# LE LOGOTYPE

## 01.5 Utilisation des déclinaisons

Le logotype est adapté à une utilisation sur des formats classiques.

Le logotype dans sa version horizontale sur une seule ligne est adapté aux formats de faible hauteur.

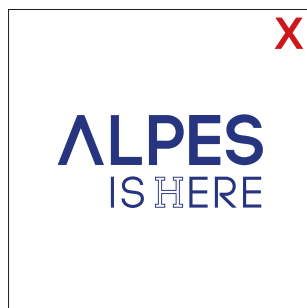
Pour les petits formats, l'emblème seul est une bonne alternative.



# LE LOGOTYPE

## 01.6 Les interdits du logo

Le logo ne pourra être modifié en aucune manière.



Suppression d'éléments



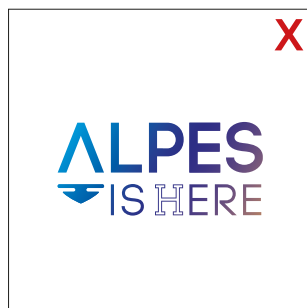
Changement de proportion de l'emblème



Ajout d'éléments



Changement de couleur



Ne plus utiliser la version du logo dégradé



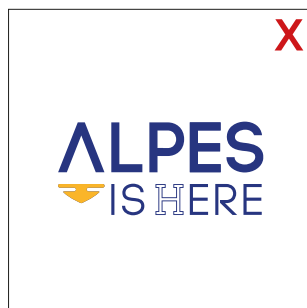
Effet artistique, 3D ou fantaisie



Déformation



Changement typographique



Alternance de couleur dans la version monochrome



Ombre portée



Déplacement du reflet



Rotation

# LE LOGOTYPE

## 01.7 Les interdits de la signature



Changement typographique



Changement de couleur



Changement de position

# LE LOGOTYPE

## 01.8 Zone de protection et taille d'utilisation minimale

### ZONE DE PROTECTION



### TAILLE MINIMALE D'UTILISATION



# LE LOGOTYPE

## 01.9 Utilisation du logo en présence de logos partenaires

Présence du logotype en tant que partenaire



Présence du logotype en tant que partenaire, en noir et blanc.



## LE LOGOTYPE

### 01.10 Utilisation du logo pour événement.



LOGO VARIANTE  
L'ÉVÉNEMENT

UN ÉVÉNEMENT  
SOURCE DE HAUTEUR





## 02. PALETTE DE COULEURS

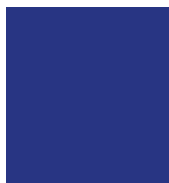
P.18 Utilisation des couleurs

# 02. PALETTE DE COULEURS

# LES COULEURS

## 02.1 Utilisation des couleurs

### COULEUR PRINCIPALE



**BLEU ROI**  
C:100 M:90 J:10 N:0  
R:40 V:53 B:131  
#283583  
ÉQUIVALENCE : PANTONE 2738

### COULEUR SECONDAIRE



**BLEU CIEL**  
PANTONE 115-6C  
C:68 M:0 J:0 N:0  
R:41 V:189 B:239  
#29bdef



**JAUNE**  
C:0 M:41 J:100 N:0  
R:247 V:164 B:0  
#f7a400



**ORANGE**  
C:0 M:71 J:100 N:0  
R:236 V:100 B:8  
#ec6408

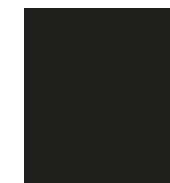
### NOIR & BLANC



**BLANC**  
C:0 M:0 J:0 N:0  
R:255 V:255 B:255  
#FFFFFF



**GRIS**  
PANTONE COOL GREY 08  
C:20 M:14 J:12 N:40  
R:148 V:150 B:154  
#949699



**NOIR 100%**  
C:0 M:0 J:0 N:100  
R:29 V:29 B:27  
#1c1c1b

COULEUR PRINCIPALE : c'est la couleur principale de l'identité visuelle de la marque ALPES ISHERE, on l'utilise, dès que possible, pour les éléments importants comme les grands titres, les fonds de couleur et le contenu important, on utilisera principalement cette couleur afin de bien positionner la marque auprès des citoyens.

COULEUR SECONDAIRE : on utilisera les couleurs secondaires en accompagnement de la couleur principale.

### 03. ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

P.20 Les typographies

P.23 L'emblème, pour les grands formats

# 03. ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

# ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

## 03.1 Les typographies

La typographie principale de la marque est la Madras.  
Elle doit être utilisée autant que possible.

TYPOGRAPHIE PRINCIPALE  
MADRAS

# Madras

Madras light  
*Madras light italic*  
Madras regular  
*Madras regular italic*  
Madras bold  
*Madras bold italic*  
**Madras Black**  
***Madras Black italic***

Pour toute les créations internes (digital ou print) nécessitant une typographie de substitution, utiliser la Arial.

TYPOGRAPHIE DE SUBSTITUTION  
ARIAL

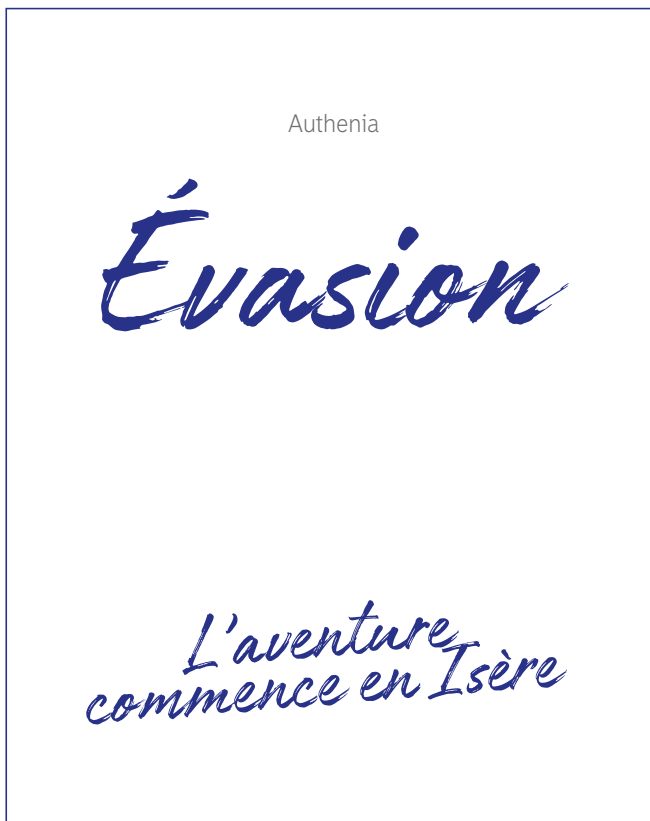
# Arial

Arial regular  
*Arial italic*  
**Arial bold**  
***Arial bold italic***

la police de substitution arial sera utilisée principalement pour la communication interne, création de documents internes et création de présentation powerpoint.

# ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

## 03.1 Les typographies



Authenia textured / Capitales & minuscules

Aa Bb Cc Dd Ee  
Ff Gg Hh Ii Jj  
Kk Ll Mm Nn Oo  
Pp Qq Rr Ss Tt  
Uu Vv Xx Yy Zz

Authenia textured / chiffres

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Authenia textured / accents & caractères spéciaux

À É È Ê Ò Ç  
à é è ê ô ç  
& ( ) « » ! ? ° - \_  
, ; : / + = \*  
€ @ #

# ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

## 03.1 Les typographies

TYPOGRAPHIE **AUTHENIA**  
UTILISATION SUR 3 CATÉGORIES :

*Accroche*  
*Titre de couverture*  
*Expression, verbatim...*

TYPOGRAPHIE PRINCIPALE **MADRAS**  
UTILISATION SUR 3 CATÉGORIES :

**Titre**  
Sous-titre

texte

TYPOGRAPHIE DE SUBSTITUTION **ARIAL**  
UTILISATION SUR 3 CATÉGORIES :

**Titre**  
Sous-titre

texte

# ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

## 03.2 L'emblème, pour les grands formats

L'emblème en tant qu'élément graphique identifiable est utilisé sur les supports évènementiels et de promotion grands formats. Voici un exemple des applications possibles



Utilisation de l'emblème comme élément graphique

OPACITÉ 30%



## ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

### 03.2 L'emblème, pour les grands formats





#### 04. PRINCIPES DE MISE EN PAGE

- P.26 Couverture magazine
- P.27 Papeterie
- P.28 Display Web
- P.29 Panneaux signalisation
- P.31 Produits promotionnels

# 04. PRINCIPES DE MISE EN PAGE

# PRINCIPES DE MISE EN PAGE

## 04.1 Couverture magazine

### COUVERTURE MAGAZINE



**SOUS-TITRE  
DOSSIER**

POLICE : MADRAS ET AUTHENIA  
POSITION : CENTRÉ DANS TROIS COLONNES

COULEUR :

**TITRE**

POLICE : AUTHENIA / 72 PT  
POSITION : CENTRÉ

COULEUR :

**EXERGUE**

COULEUR CARTOUCHE :

COULEUR TEXTE :

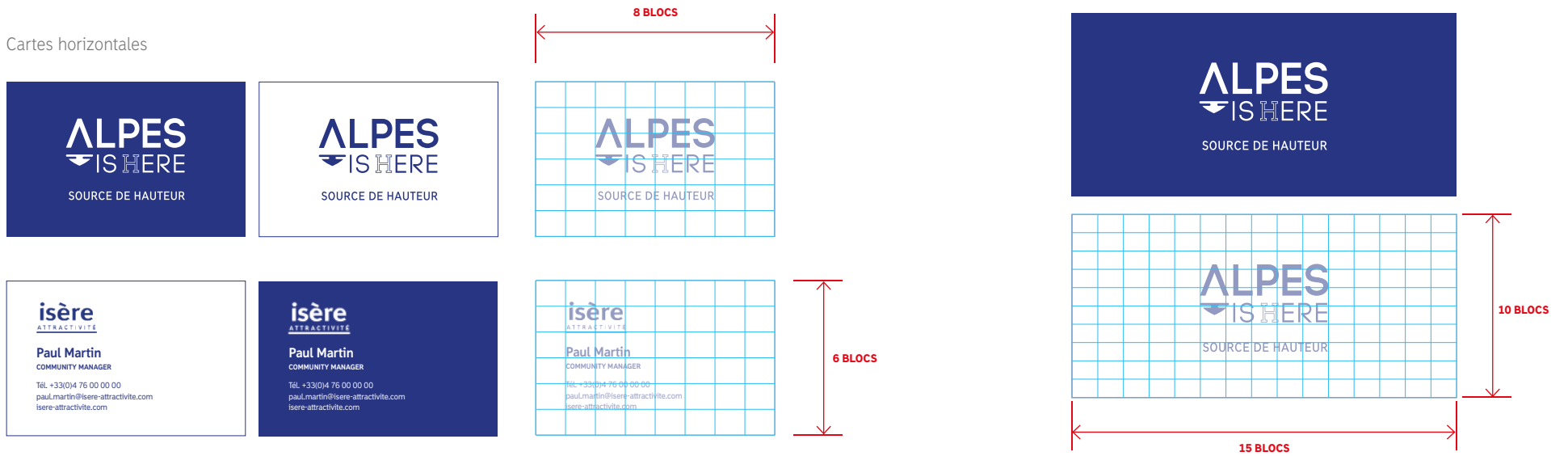
# PRINCIPES DE MISE EN PAGE

## 04.2 Papeterie

Cartes verticales

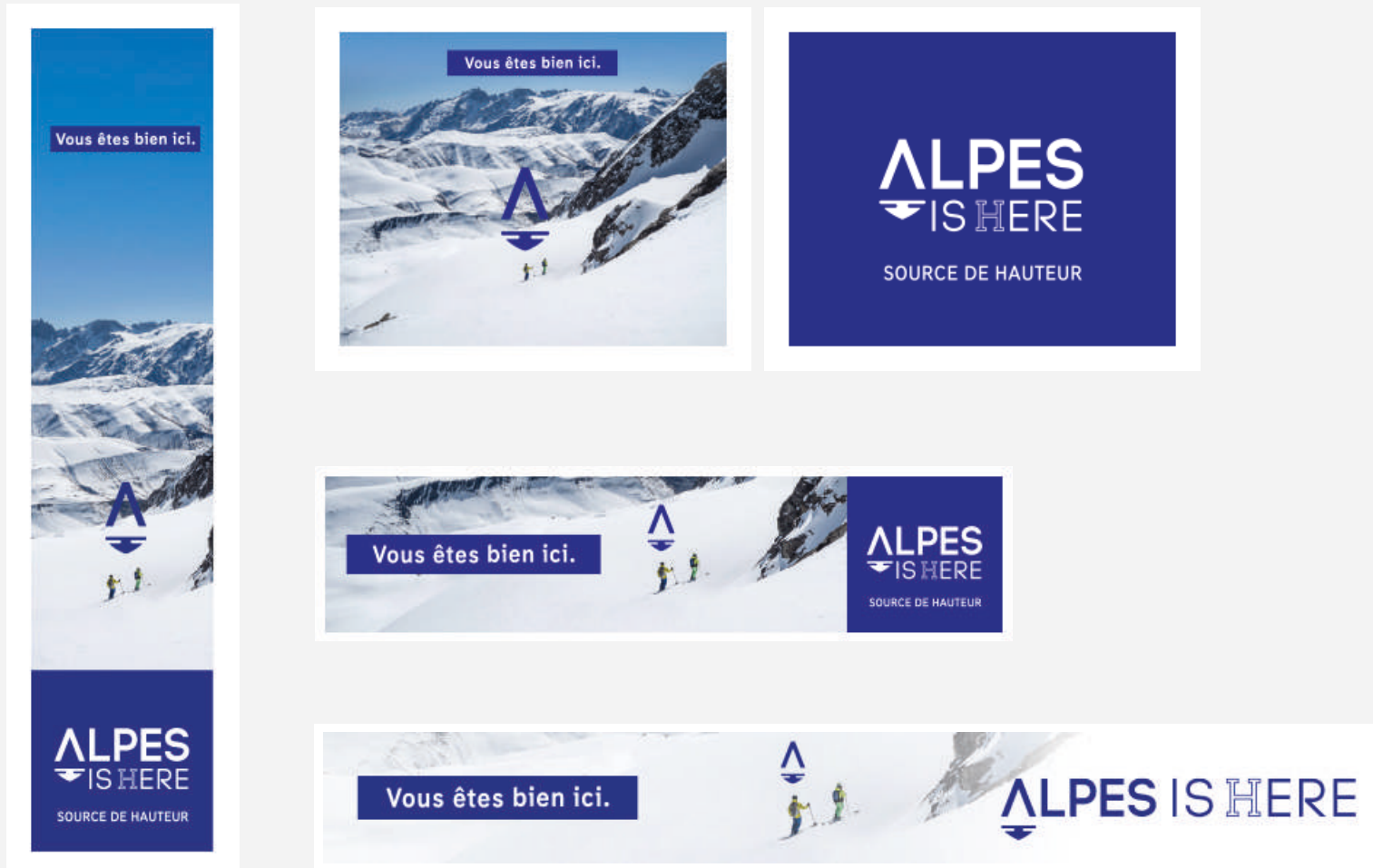


Cartes horizontales



# PRINCIPES DE MISE EN PAGE

## 04.3 Display Web



# PRINCIPES DE MISE EN PAGE

## 04.4 Panneaux signalisation





# PRINCIPES DE MISE EN PAGE

## 04.4 Panneaux signalisation



# PRINCIPES DE MISE EN PAGE

## 04.5 Produits promotionnels





# PRINCIPES DE MISE EN PAGE

## 04.5 Produits promotionnels





# PRINCIPES DE MISE EN PAGE

## 04.5 Produits promotionnels



## 05. CAMPAGNE COMMUNICATION 2022

- P.35 Publicité format A4
- P.38 Publicité format A4 double page
- P.39 Publicité format A3
- P.41 Autres Formats
- P.43 Format horizontal

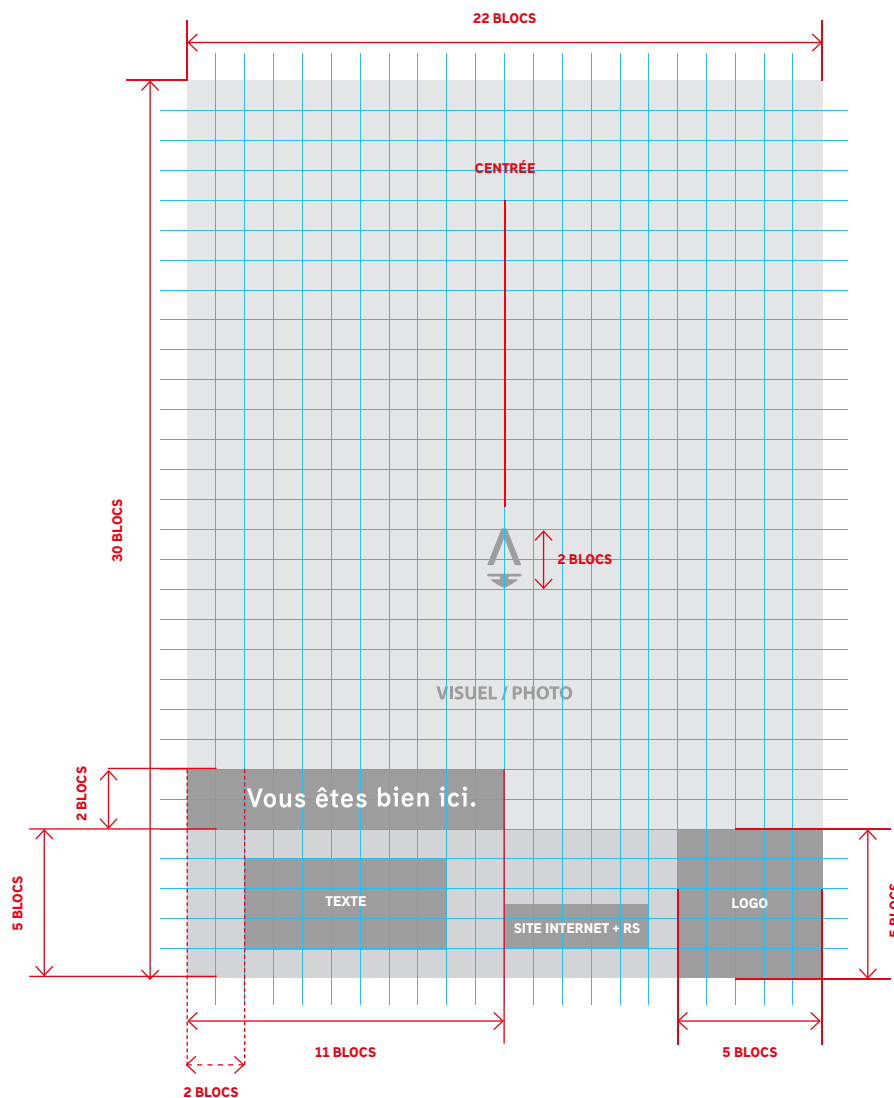
# 05. CAMPAGNE COMMUNICATION 2022

# PRINCIPES DE MISE EN PAGE

## 05.1 Format A4

# A4

ANNONCE-PRESSE  
CAMPAGNE PRINT



L'EMBLÈME PRENANT LA FORME  
D'UN POINT DE LOCALISATION,  
SE PLACE DANS LA MESURE DU  
POSSIBLE AU CENTRE DU VISUEL.



# PRINCIPES DE MISE EN PAGE

## 05.1 Format A4

# A4

ANNONCE-PRESSE  
CAMPAGNE PRINT

**Vous êtes bien ici.**

📍 **Massif de l'Oisans**

En Isère, lâchez prise, ressourcez-vous et découvrez des paysages uniques et authentiques. L'Isère, rien de plus naturel !

**ALPES-ISERE.COM**  
#alpesisere

**ALPES ISHERE**  
SOURCE DE HAUTEUR



003/

Ebitatatat a qui doles catiur santiatur, as

# DID THAT JUST REALLY HAPPEN?

Luptae. Int audandebit alit magnisc illique dit, ad et, secea nihitibus, sim fugitatur atur acetate enitatis re voluptae nit mo blatio. Faceseccsi dunt, offic non exerit fugias id millabor seque voloren dendit quae volorit qui voluptati sequia ium inciam nus, que sus, totaquo dipienihicte minctati commihita vent essunt quatis aut fugia dusam que nos mint ratur molor rem endipsus eum volorionem nis modic tore, Otatur sedis maio. Et aute consenderi occum eicium lam fuga. Ces doles mostrumet veritae laut preporum quiatur rest rero id quia simintur? Odi nonse ea quas di denimil et voluptat. Solut quia net eostio volestrundi ditae nis dis pores dolo ducia et et re conet autatem isim haruntin

Luptae. Int audandebit alit magnisc illique dit, ad et, secea nihitibus, sim fugitatur atur acetate enitatis re voluptae nit mo blatio. Faceseccsi dunt, offic non exerit fugias id millabor seque voloren dendit quae volorit qui voluptati sequia ium inciam nus, que sus, totaquo dipienihicte minctati commihita vent essunt quatis aut fugia dusam que nos mint ratur molor rem endipsus eum volorionem nis modic tore, Otatur sedis maio. Et aute consenderi occum eicium lam fuga. Ces doles mostrumet veritae laut preporum quiatur rest rero id quia simintur? Odi nonse ea quas di denimil et voluptat. Solut quia net eostio volestrundi ditae nis dis pores dolo ducia et et re conet autatem isim haruntin

Luptae. Int audandebit alit magnisc illique dit, ad et, secea nihitibus, sim fugitatur atur acetate enitatis re voluptae nit mo blatio. Faceseccsi dunt, offic non exerit fugias id millabor seque voloren dendit quae volorit qui voluptati sequia ium inciam nus, que sus, totaquo dipienihicte minctati commihita vent essunt quatis aut fugia dusam que nos mint ratur molor rem endipsus eum volorionem nis modic tore, Otatur sedis maio. Et aute consenderi occum eicium lam fuga. Ces doles mostrumet veritae laut preporum quiatur rest rero id quia simintur? Odi nonse ea quas di denimil et voluptat. Solut quia net eostio volestrundi ditae nis dis pores dolo ducia et et re conet autatem isim haruntin

ulliquas aliqui untia

Luptae. Int audandebit alit magnisc illique dit, ad et, secea nihitibus, sim fugitatur atur acetate enitatis re voluptae nit mo blatio. Faceseccsi dunt, offic non exerit fugias id millabor seque voloren dendit quae volorit qui voluptati sequia ium inciam nus, que sus, totaquo dipienihicte minctati commihita vent essunt quatis aut fugia dusam que nos mint ratur molor rem endipsus eum volorionem nis modic tore, Otatur sedis maio. Et aute consenderi occum eicium lam fuga. Ces doles mostrumet veritae laut preporum quiatur rest rero id quia simintur? Odi nonse ea quas di denimil et voluptat. Solut quia net eostio volestrundi ditae nis dis pores dolo ducia et et re conet autatem isim haruntin

# DID THAT JUST REALLY HAPPEN?

Luptae. Int audandebit alit magnisc illique dit, ad et, secea nihitibus, sim fugitatur atur acetate enitatis re voluptae nit mo blatio. Faceseccsi dunt, offic non exerit fugias id millabor seque voloren dendit quae volorit qui voluptati sequia ium inciam nus, que sus, totaquo dipienihicte minctati commihita vent essunt quatis aut fugia dusam que nos mint ratur molor rem endipsus eum volorionem nis modic tore, Otatur sedis maio. Et aute consenderi occum eicium lam fuga. Ces doles mostrumet veritae laut preporum quiatur rest rero id quia simintur? Odi nonse ea quas di denimil et voluptat. Solut quia net eostio volestrundi ditae nis dis pores dolo ducia et et re conet autatem isim haruntin

Ebitatatat a qui doles catiur santiatur, as

ulliquas aliqui untia

Luptae. Int audandebit alit magnisc illique dit, ad et, secea nihitibus, sim fugitatur atur acetate enitatis re voluptae nit mo blatio. Faceseccsi dunt, offic non exerit fugias id millabor seque voloren dendit quae volorit qui voluptati sequia ium inciam nus, que sus, totaquo dipienihicte minctati commihita vent essunt quatis aut fugia dusam que nos mint ratur molor rem endipsus eum volorionem nis modic tore, Otatur sedis maio. Et aute consenderi occum eicium lam fuga. Ces doles mostrumet veritae laut preporum quiatur rest rero id quia simintur? Odi nonse ea quas di denimil et voluptat. Solut quia net eostio volestrundi ditae nis dis pores dolo ducia et et re conet autatem isim haruntin



## Vous êtes bien ici.

📍 Massif de l'Oisans

En Isère, lâchez prise, ressourcez-vous et découvrez des paysages uniques et authentiques. L'Isère, rien de plus naturel !

ALPES-ISERE.COM  
#alpesisere

ALPES  
ISÈRE  
SOURCE DE HAUTEUR



# PRINCIPES DE MISE EN PAGE

## 05.2 Format A4 double page

# A4

ANNONCE-PRESSE  
DOUBLE PAGE



**Vous êtes bien ici.**

L'Isère, 22 stations  
au cœur des Alpes françaises.  
En Isère, lâchez prise, ressourcez-vous  
et découvrez des paysages uniques et  
authentiques. L'Isère, rien de plus naturel !

ALPES-ISERE.COM  
#alpesishere

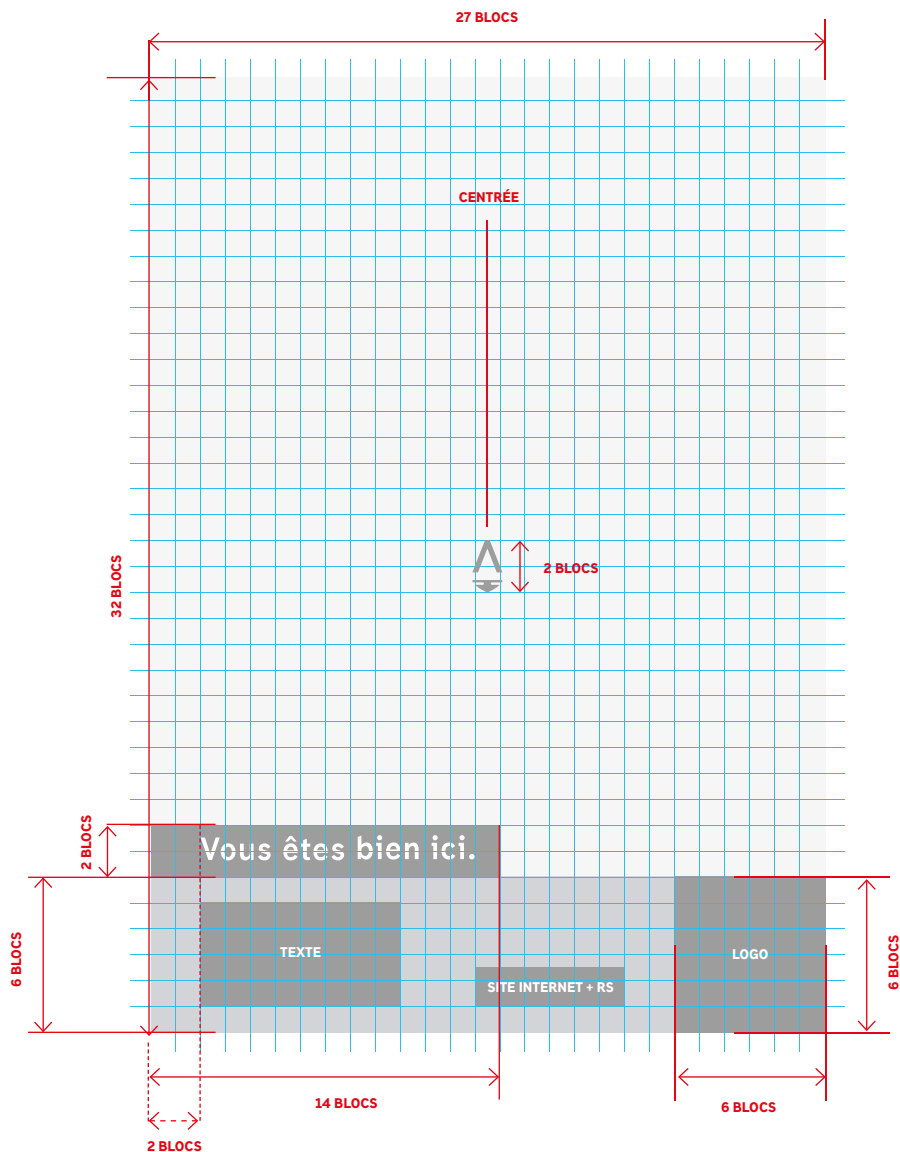
ALPES  
ISHERE  
SOURCE DE HAUTEUR

# PRINCIPES DE MISE EN PAGE

## 05.3 Format A3

# A3

AFFICHES  
POSTERS



# PRINCIPES DE MISE EN PAGE

## 05.3 Format A3

# A3

AFFICHES  
POSTERS



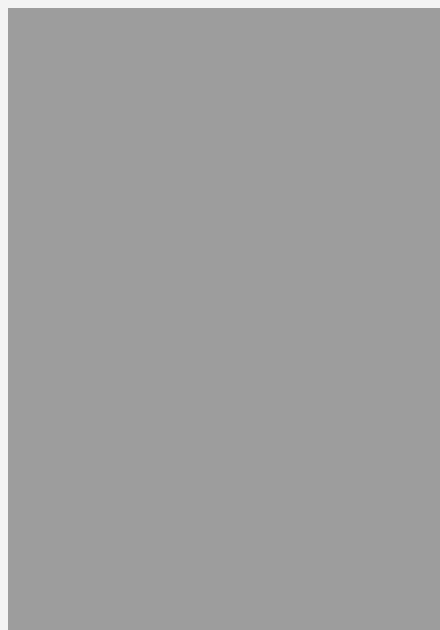


# PRINCIPES DE MISE EN PAGE

## 05.4 Autres Formats

A2  
A1  
A0

Homotétique  
au A3





**Vous êtes bien ici.**

**Massif de l'Oisans**

En Isère, lâchez prise, ressourcez-vous et découvrez des paysages uniques et authentiques. L'Isère, rien de plus naturel !

**ALPES-ISERE.COM**  
#alpesishere

**ALPES**  
**IS HERE**  
SOURCE DE HAUTEUR



## PRINCIPES DE MISE EN PAGE

### 05.5 Format horizontal

# FORMAT HORIZONTAL

AFFICHES  
POSTERS



**Vous êtes bien ici.**

L'Isère, 22 stations  
au cœur des Alpes françaises.  
En Isère, lâchez prise, ressourcez-vous  
et découvrez des paysages uniques et  
authentiques. L'Isère, rien de plus naturel !

ALPES-ISERE.COM  
#alpesishere

ALPES  
ISHERE  
SOURCE DE HAUTEUR





**Vous êtes bien ici.**

L'Isère, 22 stations  
au cœur des Alpes françaises.  
En Isère, lâchez prise, ressourcez-vous  
et découvrez des paysages uniques et  
authentiques. L'Isère, rien de plus naturel !

[ALPES-ISERE.COM](http://ALPES-ISERE.COM)  
[#alpesisere](https://www.instagram.com/alpesisere)

**ALPES**  
ISÈRE  
SOURCE DE HAUTEUR





**LIGNES DIRECTRICES SUR L'IDENTITÉ DE LA MARQUE ALPES ISHERE**

RÉALISÉ PAR MATT DESIGN & COMMUNICATION / [WWW.MATTDESIGN-COM.COM](http://WWW.MATTDESIGN-COM.COM) / 04 76 44 83 27 / 06 20 91 08 85