

# Charte graphique

**Mairie de Chalonnes-sur-Loire**

- le logotype
- l'univers graphique
- la papeterie





**La charte graphique  
décrit les éléments graphiques  
spécifiques à la communication  
de la ville de Chalonnes-sur-Loire et  
leurs principales règles d'utilisation.**

**Le but de la charte graphique est  
de mettre en place une cohérence  
entre tous les documents de  
communication, quelles que soient  
les personnes amenées à les réaliser.**

**Pourquoi suivre les recommandations de cette charte ?**

- L'usage d'éléments graphiques clairement définis permet au récepteur d'un document d'identifier facilement que la ville de Chalonnes-sur-Loire en est l'émetteur.
- L'homogénéité entre les documents donne corps à la ville de Chalonnes-sur-Loire en temps qu'identité. Elle révèle, à travers la charte, une image, un caractère, une existence plus tangible.
- La répétition des codes et des éléments dans les différents documents provoque un apprentissage progressif qui facilite la lecture.



Le terme «Charte» vient du latin *charta* qui signifie «papier». En français, *charta* a pris le sens de «loi, règle fondamentale».

# Sommaire

<b>Avant-propos</b>	1
<b>1 – Le logotype</b>	
1.1   Description	4
1.2   Dimensions	5
1.3   Zone de confort	6
1.4   Couleurs du logotype	7
1.5   Version monochrome	8
1.6   Version 'glossy'	9
1.7   Exemples d'usages	10
1.8   Déclinaisons ciblées	12
<b>2 – L'univers graphique</b>	13
2.1   Les couleurs	14
2.2   La typographie Stilu	15
2.4   Quelques conseils typographiques	16
2.5   Le glyphe, les gimmicks	17
<b>3 – La papeterie</b>	
Papier en-tête	18
<b>4 – La carterie</b>	
Carte de visite	19
Carte de correspondance	19
Signature mail	19
Enveloppe	19
<b>5 – La communication</b>	
5.1   Présentation PowerPoint™	20
5.2   Exemples de documents de communication	21
<b>Annexes</b>	
Fichiers fournis	23
Formats de fichiers	24



**CHALONNES**  
SUR-LOIRE

# Le logotype

## 1.1 | Description

Très épuré, ce logo est une évolution marquée de l'ancien logotype de la ville de Chalonnes-sur-Loire. Simple, élégant, plein de sens, il remplira les 3 fonctions essentielles d'un bon logotype.



### Un logo plein de sens à partager

3 formes épurées composent le glyphe du logo. Le C et le L, initiales de Chalonnes et Loire, évoquent un voilier. Une reprise de la barre symbolisant le *sur* dans Chalonnes/Loire stylise la Loire en mouvement qui porte l'embarcation et lui donne de l'élan. Cette symbolique correspond bien aux valeurs de la ville.

### Un logo facile à mémoriser

La compréhension immédiate du logotype et la facilité à décrire celui-ci, voire à le dessiner, lui assurent une mémorisation visuelle rapide et précise.

### Un logo signature identificateur

Mémorisation et symbolique assurent en retour au logotype une identification visuelle forte de l'émetteur des messages qui lui sont associés. Sous le glyphe, le rappel écrit du nom de la commune lève toute équivoque auprès des personnes découvrant le logotype pour la première fois.

## 1.2 | Dimensions

**Les fichiers disponibles avec cette charte sont adaptés à une utilisation au format A4.**

**Ils correspondent aux cotations ci-dessous.**



Si vous devez travailler sur d'autres formats, vous devrez peut-être agrandir ou réduire le logotype.

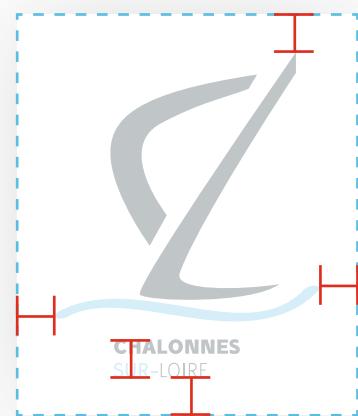
**Préférez des taux d'agrandissement arrondis en pourcentages (50%, 100%, 150%...) ou en centimètres (25, 35, 45 mm...).**

Utiliser des tailles standardisées du logotype facilite sa mémorisation et sa reconnaissance. La proximité de logotypes de tailles identiques exprime de la cohérence et de la stabilité.

Au contraire, la proximité de logotypes de tailles proches mais visiblement différentes génère un écho disgracieux, exprime un manque de concertation, de rigueur.

## 1.3 l Zone de confort

**Afin de lui conserver tout son impact et d'assurer sa reconnaissance visuelle la plus rapide possible, l'environnement immédiat du logotype doit être libre de tout élément graphique.**



Cette zone libre autour du logotype est sa zone de confort. Elle est définie par la hauteur des deux lignes de textes « CHALONNES » et « SUR-LOIRE ».

La zone de confort du logotype en format 35 x 43 mm mesure 45 x 53 mm.

## 1.4 | Couleurs du logotype

**Le logotype est réalisé en 2 couleurs : un noir et un bleu ciel.  
Ces couleurs doivent rester cohérentes  
d'un document à un autre, d'un support à un autre.**

Pour cela, elles sont cotées dans les systèmes colorimétriques les plus utilisés :

**RVB**



R:0 | V:185 | B:240

**Hexadécimal**



#00b9f0

**Quadri**



C:75 | M:0 | J:0 | N:0

**Pantone**



Pantone 299 C



R:0 | V:0 | B:0



#000000



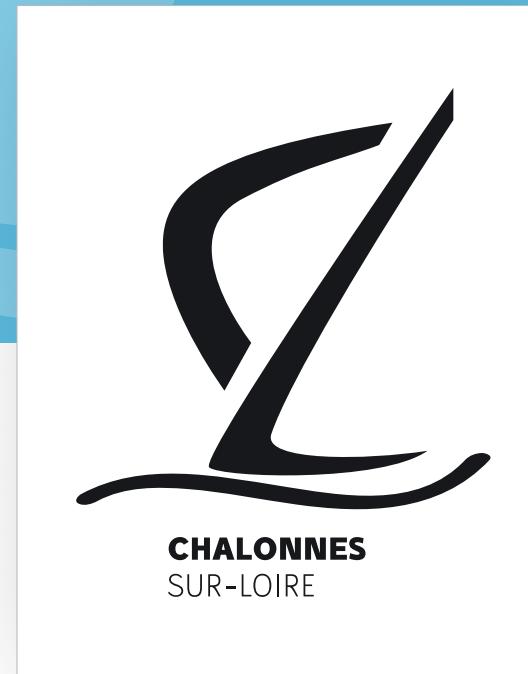
C:60 | M:0 | J:0 | N:100



Pantone Process Black

## 1.5 l Les versions monochromes du logotype

L'usage du logotype en noir sur fond blanc ou en défonçage blanche est permis quand les conditions d'impression l'imposent ou si des choix artistiques le décident.



## 1.6 | Version «glossy»

**Une version dite « glossy » du logotype est aussi à votre disposition.**

La version « glossy » est plus illustrée, avec des effets de volume. Elle apporte plus d'élégance, de charme au logotype. En contrepartie, elle lui soustrait de l'impact et réduit son identification.

**La version glossy s'utilise rarement.**

Il est préférable de ne l'utiliser que lorsque le logotype est situé dans un environnement visuel épuré.

**Elle peut-être utilisée :**

- seule pour donner un effet luxe à une couverture de dossier,
- en volume pour une enseigne,
- sur un totem,
- sur un panneau de très grand format si le besoin d'impact n'est pas nécessaire.



## 1.7 | EXEMPLES de bons et mauvais usages

**Le logotype ne doit pas être modifié dans sa forme et ses couleurs. Seule la version monochrome est autorisée dans certains cas.**



**NON**  
Ne modifiez pas les couleurs du logo-type



**NON**  
Ne modifiez pas les proportions du logotype

**La zone de confort du logotype ne doit pas être envahie par du texte ou des images.**



Omnipincipis pos sum deinceps udipsac-Pudam, consed ut volorendit volupiens et apeditatur, excessit lit venimus adigene ceturio ciuntur aut fuga. Itatique rehenerat audissequi qui nonem quidi odi sero est et dolorio qui nonem quidi odi sero est et dolorio. Nam, noness que molorum quam qui unut ilicimped molor aliquis que qui corrut sandaeperi bea aut perspersed quoditat laut aliquaten



Omnibincipis pos sum deinceps udipsac-Pudam, consed ut volorendit volupiens et apeditatur, excessit lit venimus adigene ceturio ciuntur aut fuga. Itatique rehenerat audissequi qui nonem quidi odi sero est et dolorio. Et que debis nobilis doluntatios abo. Nam, noness que molorum quam qui unut ilicimped molor aliquis que qui corrut sandaeperi bea aut perspersed quoditat laut aliquaten

**NON**  
Ne placez ni textes ni images à l'intérieur de la zone de confort du logotype

**OUI**



**Sur un fond complexe (image composée, photo très détaillée ou aux couleurs contrastées...) l'utilisation du logotype en couleur sur un cartouche blanc aux dimensions de sa zone de confort est nécessaire.**



**NON**

Ne placez pas le logotype sur un fond complexe



**OUI**

**Vous pouvez parfois utiliser le logotype en version monochrome si la densité du fond permet une bonne lecture de celui-ci.**



**OUI**

**Pour les documents épurés, ou si vous souhaitez apporter un esprit un peu plus précieux, utilisez la version *glossy* du logotype,**



**OUI**

## 1.8 l Déclinaisons ciblées

Une version horizontale du logotype, plus institutionnelle, est destinée à une communication plus ciblée.

Elle se décline par services sur la base des couleurs officielles ainsi que par couleurs pour les événements de grande ampleur nécessitant une communication plus soutenue. Ces déclinaisons ont un caractère officiel : ne créez pas une nouvelle déclinaison par vous-même sans en discuter au préalable avec le service communication de la ville.

Exemples de déclinaisons par services



Exemples de déclinaisons par événement



2

# L'univers graphique

**Le logotype de la ville de Chalonnes-sur-Loire introduit plusieurs éléments qui participent à définir l'univers graphique de sa communication.**



Si le logotype ne saurait définir un univers graphique à lui seul, certains éléments permettent déjà d'assurer une cohérence entre les documents de communication.

**On peut retenir :**

- les couleurs
- la typographie
- le glyphe et ses éléments

# 2

# univer

## 2.1 l Les couleurs du logotype



Les couleurs du logotype sont une marque forte de l'identité de la ville de Chalonnes-sur-Loire.

N'hésitez pas à les utiliser pures



ou rabattues



# 2

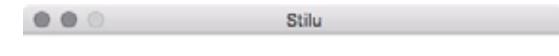
## 2.2 | La typographie Stilu *par Genilson Lima Santos*



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
nopqrstuvwxyz  
àâéèêîôûùœæç  
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ  
1234567890



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
nopqrstuvwxyz  
àâéèêîôûùœæç  
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ  
1234567890



**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**NOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**nopqrstuvwxyz**  
**àâéèêîôûùœæç**  
**ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ**  
**1234567890**

**La police de caractères Stilu est une typographie de facture récente. Version épurée des anciennes fonts classiques telles qu'Arial et Helvetica, sa lisibilité et son œil\* très ouvert en font un élément de reconnaissance fort et facile à utiliser au quotidien.**

En «Bold», elle dégage de la puissance, en «Light», elle diffuse de l'élégance. Cette typographie existe également en SemiBold et ces 4 graisses sont déclinées en italique. Les fichiers sont disponibles en accompagnement de ce document.

La famille de fonts Stilu a été designée par Genilson Lima Santos. Il en distribue ces 4 variantes et l'italique en libre de droit pour tous les usages, ce qui est rare et précieux quand le travail fourni est d'une telle qualité. Merci à lui.

\* œil : la hauteur de la lettre o par rapport à celle des lettres capitales

# 2

## 2.4 | Quelques conseils typographiques

### Ceci est un titre de proportion trois

Tandis que ce texte courant est de proportion un. Lorem ipsum Evel mint, cum sum lia iur, sequi natia aliquae ommodi blabor rem rempore, odipsus citatem quasit eumet quaecus, in nos mintotquia doluptat.

*Le canon typographique préconise un rapport de un à trois entre le titre et le texte courant.*

*Si la densité de texte dans votre document vous permet de respecter cette proportion, la Stilu Light apportera toute son élégance en titre.*

*Dans cet exemple, le titre est en Stilu Light, corps 24, interligne 24 pt. Le texte courant est en Stilu Regular, corps 8, interligne 9,6 pt.*

### CECI EST UN TITRE DE PROPORTION DEUX

Tandis que ce texte courant est de proportion un. Lorem ipsum Evel mint, cum sum lia iur, sequi natia aliquae ommodi blabor rem rempore, odipsus citatem quasit eumet quaecus, in nos mintotquia doluptat.

*Essayez de conserver au minimum un rapport de 1 à 2 entre le titre et le texte courant.*

*Dans cet exemple, le titre est en Stilu Light, corps 20, interligne 20 pt. Le texte courant est en Stilu Regular, corps 10, interligne 12pt.*

### **CECI EST UN TITRE DE PROPORTION UN**

CECI EST UN SOUS-TITRE DE MÊME PROPORTION MAIS DANS UN STYLE DIFFÉRENT

Ce texte courant est, lui aussi, de proportion un. Lorem ipsum Evel mint, cum sum lia iur, sequi natia aliquae ommodi blabor rem rempore, odipsus citatem quasit eumet quaecus.

*Si vous avez de nombreux niveaux de lecture, favorisez des styles de textes différents plutôt que des tailles de texte différentes.*

*En utilisant le gras, la capitalisation, la couleur, vos niveaux de lecture resteront visibles et ne briseront pas le rythme de la lecture.*

*Dans cet exemple, tout le texte est en corps 10, interligne 12 pt. Le titre est en Stilu Bold, le sous-titre en Stilu Light et le texte courant en Stilu Regular.*

## 2.5 l Le glyphe

**La partie supérieure du logotype, le glyphe, est un élément fort d'identification de la ville de Chalonnes-sur-Loire.**

**Il peut être utilisé comme gimmick\*, dans son intégralité ou en éléments séparés.**

- Les gimmicks peuvent servir de point d'introduction aux textes, aux chapitres, de point d'appui aux alignements, comme une puce classique.
- Ils peuvent illustrer les fonds de page, en teinte pleine ou descendue (comme ci-dessus).
- Ils peuvent apparaître en entier ou partiellement, dans un angle.

Qu'il s'agisse du glyphe ou des éléments séparés, lorsqu'ils sont utilisés comme gimmick, ils doivent être d'une taille disproportionnée par rapport à celle du logotype afin d'éviter un écho visuel indésirable : soit beaucoup plus grand, soit beaucoup plus petit.



Le glyphe



La gabarre



Le(s) S

Le soleil



*Un gimmick (prononcez «guimic») est un élément récurrent en communication. Il peut être sonore, visuel, prendre l'aspect d'un espace, d'une couleur, d'une forme. Sa fréquence participe à la cohérence et à l'identification de l'univers graphique.*

*Ce terme, d'origine anglaise, vient du jazz où un gimmick est une suite de quelques notes de musique récurrentes dont le son ou le rythme, facilement identifiables, imprègnent la mémoire.*

3

# La papeterie

**Les documents de papeterie courants, comme le papier en-tête, les cartes de visite ou les cartes de correspondance sont fournis avec cette charte.**

En les utilisant, vous participerez à la diffusion de l'univers graphique de la ville de Chalonnes-sur-Loire et, ainsi, à la construction de sa notoriété.

*Le papier en-tête*



CHALONNES  
SUR-LOIRE

De : CLAIRE POTHIER  
CHARGEÉE DE COMMUNICATION  
communication@chalonnes-sur-loire.fr  
02 41 74 00 92

à : PASCAL HOUDEMONT  
AGENCE H20 GROUPE  
40, allée de la Saulaie  
49800 Trélazé

Objet : **Ipsum dolor sit amet**

Madame,

Sed maio deritio ssimperrum quo dus sunt, consequ identotas dolor sitia iligentur atur?

Non num doluptaessit expliquis audaerovides dolo odi nonsequo odi nusa sandem dia solumquaepre endipus ventero eostrum qui conest qui doluptas nis eari iduci corum iscritatia aut aeca ditat quid maxim dollaut iminverberi optas albeatur, sanis et, num incimin rerchitetur, accaest eum, sum cus, qui nossitam, semimosamet rero ommos accae optur aut et deri valor simus illaut reperit landis nobitati in estisquia nimolup tatempo recipicet estrum sequidicum rae neci conet labor andunt que nost, odi omnisas solestios dolorro rporia sim dolupic laepratis a ipsam, officit pario delibuscid ex et, sint maiorse perciur? Qui conseres eniscidus, occulab ipsantis volutu repe pa illiquatos etur, tem accume nobis simulin parchit atemporro evelent bea placcat quamusamet aut ut prempor maio odi dis dolora con pra voluptatur, natur sit voles sametum inctur.

Mo offictem vel incid elicil id eiae inciliqui sandae corum solorepercia nos quatur? Ut expliquas esequateture ra volor sapellat in eiaepraepe pres et, quia sequi blant, consecete eum et ad eosapictum haribus, sumqui senistio. Sed molut rempore et essed cum et rento qui ut labo.

Temporum foccus eume odis eosunt voloren ditasitet facim reperchicias et que num solorporem et assi ut quasperibus aut uta nulparc hicimpori totat accaes siti bearibus et mod et maionecae volorio et et reperiam, samus lor recerspicime dendelia quodi dolumqui corio. Lam et volupti cores dentur.

Avec mes plus sincères salutations,

CLAIRE POTHIER

**Hôtel de Ville**  
Place de l'Hôtel de Ville  
49280 Chalonnes-sur-Loire  
Téléphone : 02 41 74 10 81

# 4

# La carterie

**Fichiers pour l'édition des cartes de visite, cartes de correspondance, signatures mail et enveloppes sont également fournis.**

En les utilisant, vous participerez à la diffusion de l'univers graphique de la ville de Chalonnes-sur-Loire et, ainsi, à la construction de sa notoriété.



**Hôtel de Ville**  
Place de L'Hôtel de Ville  
49290 Chalonnes-sur-Loire  
Téléphone : 02 41 74 10 81



# 5 La Communication

**5.1 | Un fichier type pour les présentations PowerPoint™ est fourni avec cette charte.**

En l'utilisant, vous participerez à la diffusion de l'univers graphique de la ville de Chalonnes-sur-Loire et, ainsi, à la construction de sa notoriété.



# 5

# La Communication

**5.2 | Des fichiers type pour réaliser des dossiers et communiqués de presse sont fournis avec cette charte.**

En les utilisant, vous participerez à la diffusion de l'univers graphique de la ville de Chalonnes-sur-Loire et, ainsi, à la construction de sa notoriété.



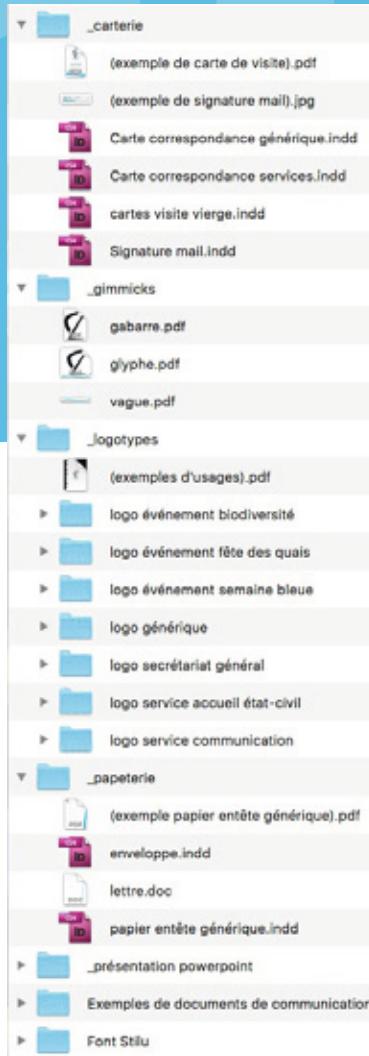
## 5.3 | Des modèles vous sont fournis pour la réalisation de documents types, tels que les affiches ou les cartons d'invitation

En les utilisant, vous participerez à la diffusion de l'univers graphique de la ville de Chalonnes-sur-Loire et, ainsi, à la construction de sa notoriété.

Quelques exemples au format A4



# Annexes



**Le CD-Rom livré avec cette charte contient tous les fichiers qui peuvent vous être utiles.**



Contenu du CD-Rom

**La version PDF de cette charte ainsi que les fichiers associés peuvent être téléchargés à l'adresse suivante :**



[communication.i10.fr/charте/csl](http://communication.i10.fr/charте/csl)

# Annexes

**Si certains formats d'image  
ne vous sont pas familiers,  
en voici une rapide description :**

**Fichiers JPEG (RVB)**

Pour internet, mails et documents internes, type Microsoft® Word ou PowerPoint...  
(poids léger)

**Fichiers PNG (RVB)**

Pour internet, mails et documents internes, type Microsoft® Word ou PowerPoint...  
(poids léger + transparence, mais format moins standard)

**Fichiers EPS et AI\***

Pour impression professionnelle - Standard professionnel  
(haute qualité sans concession)

**Fichiers PDF\***

Pour impression professionnelle - Standard professionnel  
(haute qualité sans concession quand ils n'utilisent pas une compression JPEG)

\*Les fichiers EPS et AI nécessitent des logiciels spécialisés. Le format PDF devient de plus en plus standard en lecture mais n'est pas reconnu en import par tous les logiciels.