



ÉTONNER
Ardenne
ENCHANTER

ARDENNE GUIDE DE MARQUE



PAR-DELÀ LES FRONTIÈRES, UNE VISION EUROPÉENNE ET UNE AMBITION COMMUNE DE PROMOUVOIR L'ARDENNE, NOTRE ARDENNE !

Ce guide de marque est le résultat d'une initiative de collectivités et d'institutions des Ardennes belges, françaises et luxembourgeoises qui ont travaillées à l'élaboration d'une stratégie de développement à l'échelle d'un espace commun appelé l'Ardenne.

Cette initiative part du constat que l'Ardenne a une unité identitaire.

De cette unité, géographique, culturelle, spatiale, économique...
Nous voulons faire le fondement d'une stratégie de développement concertée et d'une promotion commune au service de chacun des territoires et acteurs qui constituent notre Ardenne.

Nos organismes de promotion sont morcelés au regard de cet espace.
Ensemble nous aurons plus de force et d'impact pour promouvoir l'Ardenne ; nous pouvons faire plus, à moyens constants, si nous nous unissons.

Nous pourrions faire encore plus, si au-delà des organismes de promotion, l'ensemble des entreprises du tourisme, des produits de terroir et plus largement l'ensemble des habitants et des acteurs de l'Ardenne se mobilisent pour porter la fierté, les valeurs et les couleurs de l'Ardenne.

Pour cela, nous devons renouveler le regard porté sur l'Ardenne à la fois par les personnes extérieures mais aussi par les Ardennais eux mêmes. Nous devons faire connaître cette Ardenne qui étonne et qui enchante... Riche de ses paysages, de ses produits, de son histoire mais aussi de son présent, de ses singularités, des femmes et des hommes qui vivent ici.

La marque partagée ARDENNE est née de la rencontre de ces envies.

Sous le pilotage d'un groupe d'élus de collectivités belges, françaises et luxembourgeoises, des offices de tourisme, des maisons du tourisme, des fédérations et comités du tourisme se sont mobilisés pour proposer des axes stratégiques de développement et créer l'univers de la marque.

La Marque Ardenne : c'est la prise de parole de l'Ardenne !
C'est un langage commun qui permettra d'identifier de façon positive l'Ardenne à l'extérieur et à l'intérieur de ses frontières. Elle affirme nos valeurs, autour desquelles tous les Ardennais peuvent se retrouver avec des outils de communication facilement appropriables, dans le respect de chacun.

Cette marque est désormais un bien commun qu'il nous faut déployer et faire grandir ensemble.

C'est parce que nous serons nombreux à être partenaires, ambassadeurs ou supporters de la Marque partagée Ardenne que notre promotion sera entendu et démultipliée au bénéfice de tous et de chacun.

Le collectif Destination Ardenne*

* Ce groupement est composé des membres fondateurs suivant : la Communauté de communes du pays sedanais, la Communauté de communes Ardenne rives de Meuse, la Communauté d'agglomération de Charleville-Mézières et sa région, la Fédération des Ardennes des offices de tourisme de France (UDOTSI), la Fédération touristique de la province du Luxembourg belge, la Fédération touristique de la province de Liège, la Fédération touristique de la province de Namur, l'Office régional du tourisme des Ardennes luxembourgeoises. Auxquels se sont associés : le Conseil régional de Champagne-Ardenne et le Conseil général des Ardennes.



SOMMAIRE

• 1 - La démarche	4
• 2 - L'essence de la marque	6
• 3 - Les éléments de la marque	8
• 4 - Les univers de la marque	16
• 5 - Les applications	35
• 6 - Les règles d'utilisation	53
• 7 - Les règles juridiques	85

1

LA DÉMARCHE



UNE MARQUE PARTAGÉE ?

La marque partagée définit et codifie un langage commun qui exprime la personnalité et valorise l'attractivité du territoire, utilisable par tous les acteurs qui souhaitent le promouvoir. C'est un «porte-drapeau» sous lequel se rassemblent les acteurs autour d'une même identité pour asseoir dans la tête de nos clientèles cibles, le positionnement choisi.

POURQUOI UN GUIDE ?

Une marque partagée de territoire n'est pas juste un logo. C'est une véritable boîte à outils composée de signes graphiques, d'expressions clés, de styles photographiques, de typographies, ... qui traduisent les valeurs et les atouts du territoire. Le guide de marque permet donc de découvrir l'ensemble de ces univers de communication, tout en indiquant les règles d'utilisation à suivre afin de garder une cohérence d'ensemble et de préserver la force de la marque !

COMMENT L'UTILISER ?

Cette boîte à outils, ouverte et adaptable, offre une utilisation sur mesure, qui permet d'intégrer des éléments de la marque à des territoires de communication préexistants. Chaque acteur pourra donc s'en emparer, aidé par un large choix d'exemples d'application.

Chacun pourra également s'inspirer des univers sémantique, photographique, chromatique et typographique afin de proposer un enrichissement en terme de sens et d'expression.



QUELS AVANTAGES ?

Chaque acteur ardennais peut contribuer ainsi à la notoriété du territoire et renforcer son image positive et attractive. Plus la marque Ardenne sera diffusée, plus sa renommée augmentera et plus son image sera associée au dynamisme de ses acteurs : c'est une manière simple d'additionner les efforts de chacun au bénéfice de tous !

QUELS BÉNÉFICES POUR LE TERRITOIRE ?

- **Renforcer la notoriété** et l'image de l'Ardenne, au travers d'une marque porteuse de sens
- **Se démarquer davantage** et durablement de la concurrence
- **Valoriser la destination** sous un « dénominateur commun »
- **Associer partenaires institutionnels et privés** dans une démarche d'appropriation, puis de relais amplificateur.

2

L'ESSENCE DE LA MARQUE



CE QUE NOUS SOMMES

Être ardennais, ça veut dire quoi ? Si vous avez déjà essayé de décrire quelqu'un, vous connaissez la difficulté de l'exercice. C'est aussi difficile de décrire un territoire. Nous avons décrit une personnalité forte au travers de valeurs qui font de l'Ardenne un territoire unique et reconnaissable.

Cela a servi de socle à la construction de la marque et lui apporte tout son sens.

NOS VALEURS

- **Bien-Être** : Terre de quiétude, de sérénité, d'équilibre, de vitalité et de liberté.
- **Authenticité** : Territoire empreint de naturalité, de pureté, porté sur la nature, l'écologie, mêlant simplicité et fidélité.
- **Imagination** : Lieu de rêve et de poésie, du romantisme mais aussi de la créativité.
- **Partage** : Terre d'accueil, d'écoute, de respect, de rencontre et d'échange.

LE POSITIONNEMENT DE LA MARQUE

Ce positionnement a été développé à partir des valeurs de la marque Ardenne. Il est unique. Cette idée unique doit servir de soutien à toutes les communications du territoire, que ce soit pour les entreprises, les acteurs culturels, le tourisme, les collectivités ou les habitants :

« ARDENNE
ENCHANTEMENT »

3

LES ÉLÉMENTS DE LA MARQUE

NOTRE MARQUE : «Ardenne», le nom du territoire. Cela permet d'affirmer clairement notre identité ardennaise. Le signe identitaire s'intègre au cœur de la marque. Il devient le A de Ardenne. Nous avons fait le choix d'une typographie simple, au dessin arrondi et moderne, qui donne de la fraîcheur et une grande lisibilité dans ses multiples déclinaisons, invite à l'enchantement et au bien-être.



Ardenne

*La marque ne se réduit pas à un logotype.
Les règles d'utilisation ne permettent pas son usage
en dehors du bloc-marque.*

LE «A SCINTILLANT» de l'Ardenne est le point de départ de la création. Sa composition est formée du scintillement et de la baguette magique. Elle traduit l'idée de l'enchantement.

Les trois éléments du scintillement font référence au caractère transfrontalier de l'Ardenne sur trois pays.

Le vert domine, c'est la couleur identitaire de l'Ardenne. C'est un signe identitaire qui nous représente.



*La baguette magique,
composante du signe identitaire,
ne peut néanmoins être utilisée
qu'en icône.*



LE SCINTILLEMENT du signe identitaire peut être utilisé en exposant, de manière à mettre en valeur un titre ou un mot.

FESTIVAL ✧ ✧

CHÂTEAU DE HARZÉ ✧ ✧ ✧

LE CHÂTEAU DES THERMES ✧ ✧ ✧

BRASSERIE ARDWEN ✧ ✧ ✧

LA MARQUE, pour plus d'efficacité, intègre aussi une signature forte qui vient soutenir toute la communication.

*Zoom sur la version
du bloc-marque en faisceau.*



*La version du bloc-marque réservé aux cas
particuliers décrits dans les règles d'utilisation.*



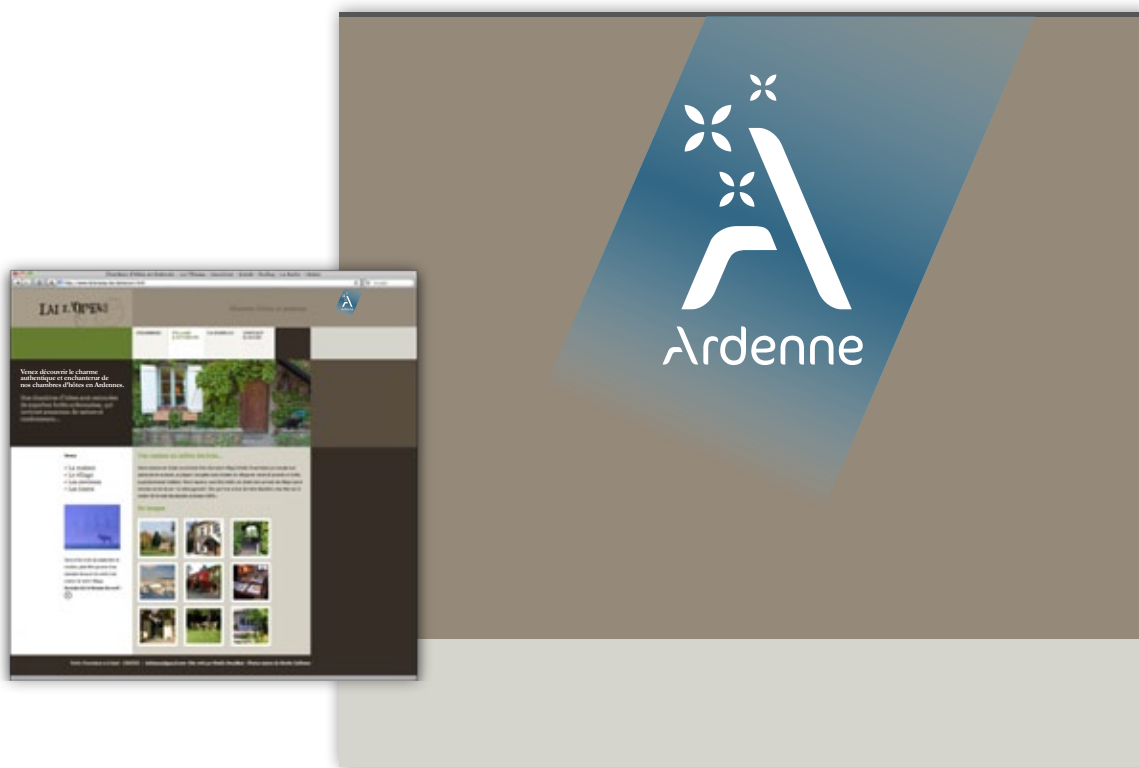
L'utilisation de deux verbes à l'infinitif donne de la puissance à la marque, tout en appelant à l'imaginaire, valeur du territoire.

La signature affirme notre positionnement : l'enchantement, tout en étant complémentaire à la marque qui exprime l'identité du territoire.

3 LE CONCENTRÉ DE LA MARQUE

TOUS SOUS LE MÊME EMBLÈME ! Conçu comme un faisceau venant s'ajouter à une identité existante, le concentré de la marque permet d'affirmer l'appartenance au territoire sans perdre sa propre identité. Il est composé de l'association du signe emblématique et du logotype, et s'intègre facilement à vos outils de communication, tout en soulignant clairement l'idée d'appartenance.

Zoom sur la version du concentré de la marque en faisceau.



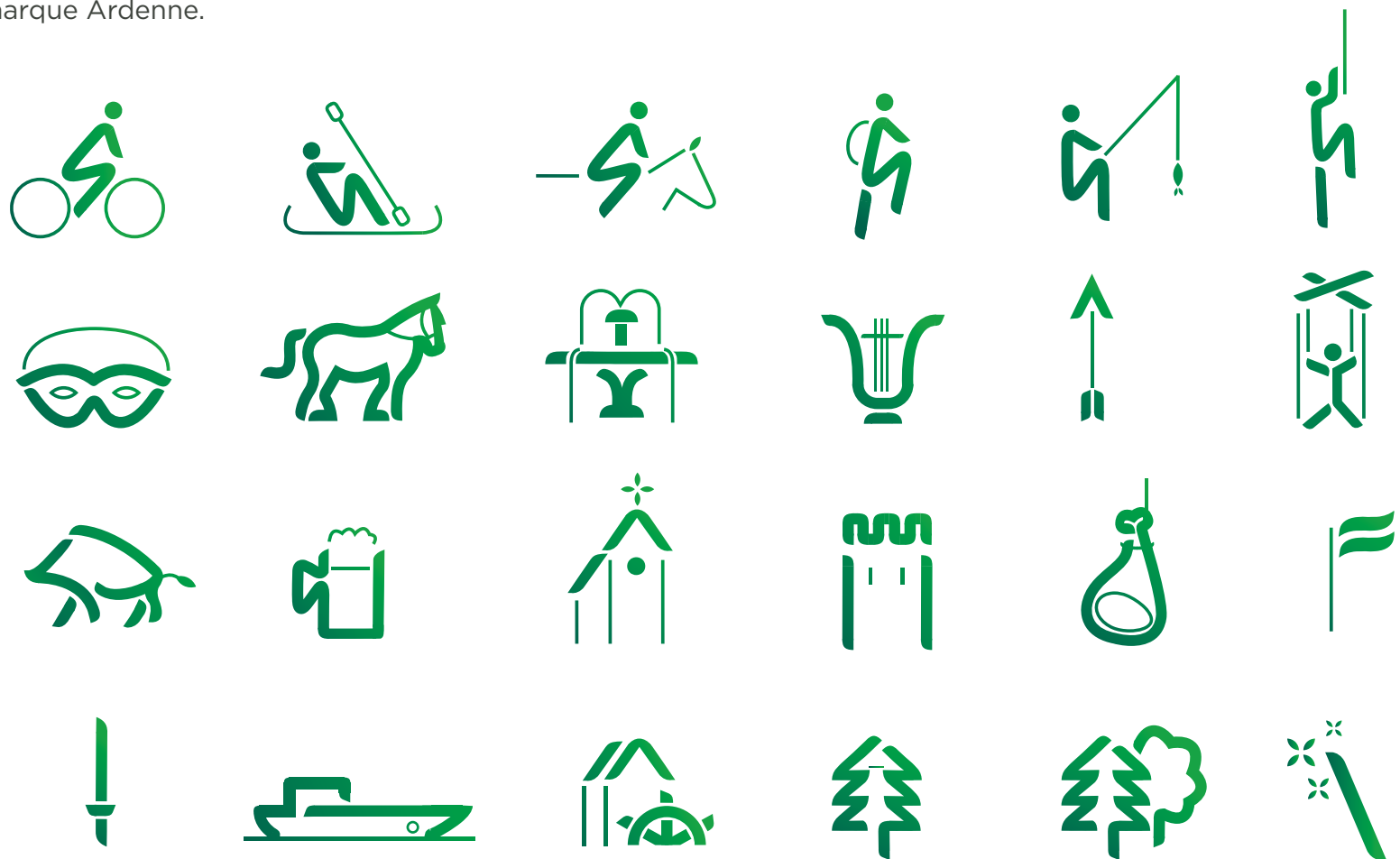
La version du concentré de la marque sur fond blanc.



NOUS AVONS CONÇU UNE SÉRIE D'ICÔNES,

permettant de prolonger l'identité de la marque lors de besoins de déclinaisons par secteurs ou thématiques.

Elles reprennent le tracé identitaire des éléments de la marque Ardenne.



LE CONCEPT

L'ENCHANTEMENT

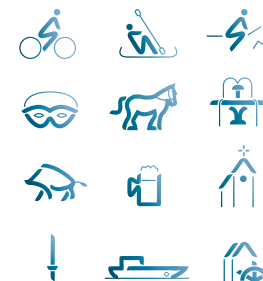
LES COMPOSANTES IDENTITAIRES



LE SCINTILLEMENT



LE BLOC MARQUE

LE CONCENTRÉ
DE LA MARQUE

LES ICÔNES

LES UTILISATIONS

Le scintillement peut être utilisé dans vos compositions ou sous forme d'exposant pour mettre en valeur un mot.

Le bloc marque est à utiliser dans le cadre d'actions collectives soit parce qu'il s'agit d'institutions représentatives de l'Ardenne, soit parce que l'action mise en oeuvre est collective.

Le concentré de la marque est à utiliser par les adhérents à la marque lorsque qu'ils s'expriment en mettant en avant leur propre marque et non pas la marque collective. Sur fond de couleur ou photographique, il doit être utilisé en faisceau.

Les icônes servent à qualifier une thématique ou un secteur, ou peuvent être utilisées sous forme de pluie d'icônes dans vos compositions.

4

LES UNIVERS DE LA MARQUE

Déployer une marque, c'est aussi adapter l'univers autour d'elle. Et notamment adapter le ton utilisé dans les différentes communications. Le positionnement « Ardenne Enchantement » est à l'origine d'un vaste champ lexical, qui, bien utilisé, permet de mettre en valeur le discours de la marque. Utilisez les bons mots, adverbess, ou expressions clés, et l'ensemble de votre communication sera en cohérence avec les 4 grandes valeurs de l'Ardenne !

LE BIEN-ÊTRE

Le bien-être est la conséquence de la qualité de vie globale (sensorielle, spirituelle et affective) qu'offre la destination Ardenne.

- **Mots clés** : Régénérer, se ressourcer, se réaliser, s'épanouir... Quiétude, sérénité, contentement, plaisir, liberté... Bienfait, détente, relaxation, énergie, équilibre, vitalité...
- **Expressions clés** : Un havre de paix. Vivre mieux. Être en forme. Reprendre des forces. Faire le plein d'énergie. Prendre soin de soi. Se sentir épanoui. Être en harmonie avec soi-même.

L'AUTHENTICITÉ

L'authenticité s'exprime dans la préservation du milieu naturel et l'ancrage du territoire et de ses habitants dans l'Histoire.

- **Mots clés** : Simplicité, sincérité, naturel, honnêteté, véracité... Conserver, préserver, perpétuer, être vrai, être naturel... Patrimoine, tradition, histoire, origines, racines... Nature, pureté, écologie, ...
- **Expressions clés** : Le respect des origines. La qualité des produits de terroir. La préservation de l'environnement. Faire vivre les traditions. Être imprunt de sincérité. Être plus vrai que vrai. Perpétuer le savoir-faire. Être fidèle aux traditions. En toute simplicité. Agir au naturel. Être d'une grande pureté.

L'IMAGINATION

La magie des paysages, les conditions favorables à la détente et à la richesse des échanges sont sources d'inspiration et sont propices à laisser libre cours à l'imagination pour le visiteur.

- **Mots clés** : Rêver, imaginer, figurer, projeter, ressentir, respirer...
Rêve, imagination, idée, créativité, émotion, spiritualité...
Féérique, légendaire, fantastique, évocateur, inspirant...
- **Expressions clés** : Ravir les sens et l'esprit. Force et beauté des paysages. Laisser opérer la magie du lieu / du site. Un royaume de l'imaginaire. Se laisser émouvoir; être porté par l'émotion. Provoquer l'engouement. Stimuler l'imagination. Favoriser la créativité. Naturellement inspiré.

LE PARTAGE

Le partage se manifeste au travers de la générosité du terroir et de la convivialité des échanges avec les Ardennais.

- **Mots clés** : Accueil, disponibilité, écoute, respect... Rencontre, échange, cordialité, liens, ouverture... Générosité, convivialité, gentillesse, amitié... Entraide, empathie, solidarité, collectif...
- **Expressions clés** : Gestes d'attention. S'ouvrir aux autres. Être à l'écoute, être chaleureux. Donner sans contrepartie. Interagir avec les autres et l'environnement. Favoriser le rapprochement. Témoigner du respect. Faire preuve d'humilité. Avoir le sens de l'accueil. Faire preuve de générosité.

TRADUIRE L'ENCHANTEMENT

Au-delà de son affirmation au travers de la signature, il est possible de traduire l'expression du positionnement «Ardenne Enchantement» par un champ sémantique spécifique.

- **Verbes** : ravir, exalter, charmer, subjuguier, emporter, transporter, inspirer, insuffler, entraîner, ensorceler, griser, fasciner, rêver, captiver, émerveiller, attirer, plaire, séduire, envoûter, éblouir, étonner, époustoufler, enivrer, enthousiasmer, imaginer...
- **Noms** : ravissement, joie, exaltation, charme, inspiration, fascination, rêve, émerveillement, plaisir, envoûtement, séduction, féerie, ensorcellement, imaginaire...
- **Adjectifs** : merveilleux, fascinant, grandiose, envoûtant, magique, fabuleux, onirique, légendaire, entraînant, grisant, captivant, plaisant, séduisant, époustouflant...
- **Expressions clés** : Comme par enchantement. Être un véritable enchantement. Être transporté par la féerie. Laisser le charme opérer. Insuffler de la vitalité. Causer/susciter l'émerveillement. Comme par magie. Vivre un rêve éveillé. Dégager un certain charme. Accomplir/réaliser un rêve. Faire entrer le merveilleux ...

QUELQUES EXEMPLES D'ENCODAGE
SÉMANTIQUE :

« Situé dans la vallée de la Vesdre, au cœur d'une nature envoûtante et authentique, le Château des Thermes vous invite au repos et à la détente. Nous vous invitons à profiter pleinement des bienfaits du thermalisme à travers cet endroit magique qui vous ravira par sa convivialité. Venez vous ressourcer dans un cadre rêvé qui vous garantira un séjour inoubliable en Ardenne. Seul centre thermal en Belgique avec une eau de source à 34°C, ce lieu inspirant est synonyme d'accueil, de classe et d'élégance. »

CHÂTEAU DES THERMES CHAUDFONTAINE

Eislek trail ?

« Mais bien sûr ! Une « escapade en Ardenne »... !
Un Trail pour l'Eislek... !

Un grand itinéraire pour vous échapper du quotidien, pour laisser vagabonder votre imagination au gré des paysages verdoyants que vous croiserez.

De part et d'autre de la frontière belgo-luxembourgeoise, au cœur de l'Ardenne centrale, de l'Oesling, vous découvrirez plus de 300 km balisés. Laissez-vous guider par vos émotions qui vous conduiront à de petites découvertes discrètes – ancienne croix, murs de pierre sèche, ruisselets... – aux vastes étendues ouvrant de larges perspectives sur la richesse de paysages typiques, originaux et préservés...»

ESCAPARDENNE

« Situés au nord-est du département des Ardennes, voisin de la Belgique et du Luxembourg, baignés par les eaux de la Meuse et de ses affluents qui confèrent au site son charme unique, la ville de Sedan et ses alentours vous réservent le plus chaleureux des accueils.

Tourisme à Sedan : une affaire d'histoire

L'Office de Tourisme de Sedan vous invite à visiter l'une des plus célèbres expressions du patrimoine ardennais : le château fort de Sedan, le plus grand château fort d'Europe. En quittant la forteresse légendaire, empruntez les rues du vieux centre pour admirer les beaux bâtiments de caractère, témoins de la richesse de l'histoire sedanaise (...)

Tourisme à Sedan : une étape gourmande

Profitez de votre séjour à Sedan pour vous régaler de véritables produits du terroir. Vous trouverez des tables alliant authenticité et qualité dans notre liste de restaurants. Au menu : la salade au lard, la «cacasse à cul nu», la galette au sucre (aussi appelée «Tarte à suc») et des bières artisanales de Sedan (la Sedane, la Princesse, ...)

Bienvenue sur cette terre d'histoire, de contrastes et de saveurs, bienvenue à Sedan et en Pays Sedanais ! »

OFFICE DE TOURISME DE SEDAN

Le poids des mots, le choc des photos ! Il s'agit de définir une esthétique originale qui donnera un air de famille aux différentes communications et construira un style visuel repérable, bien identifié Ardenne.

Les pages qui suivent présentent des recommandations pour exprimer l'identité de l'Ardenne au travers de vos visuels, selon cinq thématiques :

- **L'enchantement**
- **Le bien-être**
- **L'authenticité**
- **L'imagination**
- **Le partage**



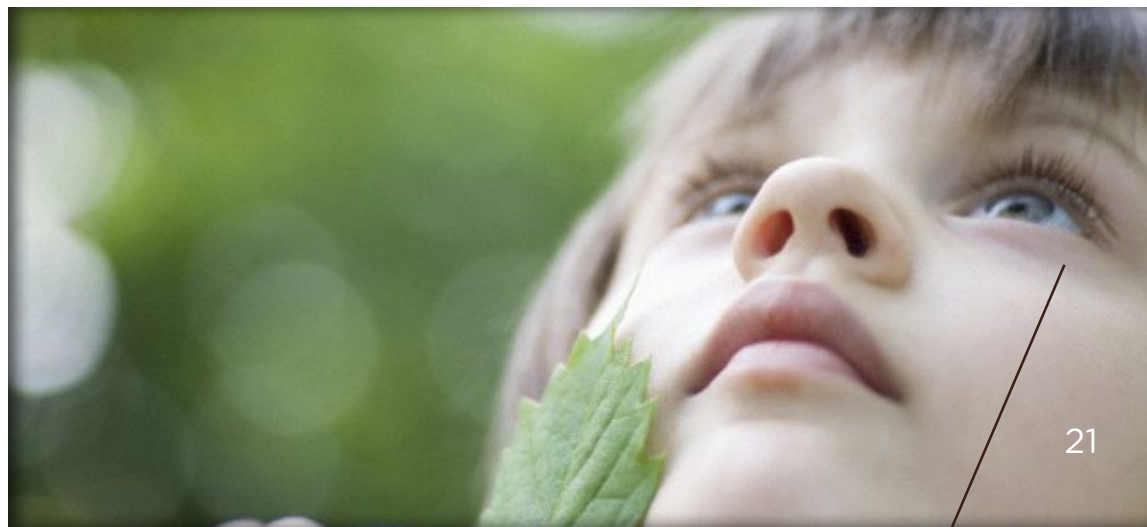
TRADUIRE L'ENCHANTEMENT

L'Ardenne est un territoire du merveilleux, un «berceau de légendes, considéré comme sacré par ses habitants dès l'origine».

L'univers photographique exprime le positionnement de l'enchantement à la manière des peintres, avec un travail sur les harmonies de couleurs, les lumières, les compositions pour sublimer le territoire et valoriser cette part d'onirisme qu'il porte en lui.

Les principes :

- Exprimer la puissance des contrastes et la profondeur des coloris afin de créer une atmosphère mystérieuse.
- Choisir une seule image, à la composition harmonieuse plutôt qu'un patchwork d'images disparates.
- Révéler la magie, la féerie des Ardennes.
- Saisir les éclats, les reflets chatoyants, les scintillements de lumière qui magnifient les paysages impressionnistes et pittoresques.
- Traduire l'émotion ressentie par des portraits, visages qui expriment l'étonnement, l'enchantement.



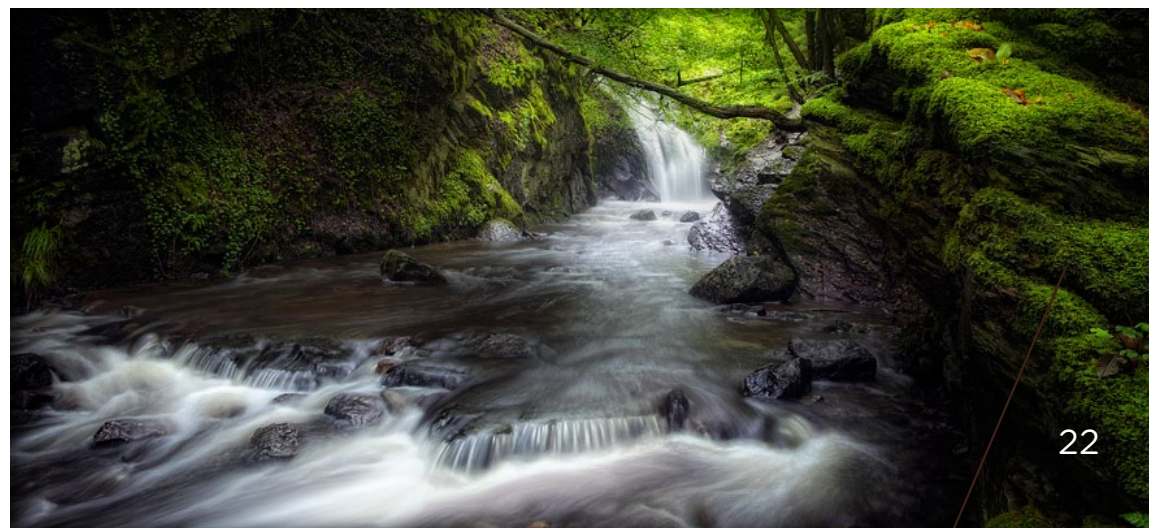
TRADUIRE LE BIEN-ÊTRE

Le territoire des Ardennes propose un cadre de vie naturel de grande qualité, source de bien-être, de sérénité pour ses habitants comme pour ses visiteurs. « Territoire-thérapie » : un bien-être né de la conjonction de tranquillité, de beauté, du sentiment de sécurité et des bienfaits naturels du territoire.

Il s'agit là d'exprimer par la photographie, la qualité de vie qu'offre le territoire dans ses différentes dimensions : sérénité, quiétude, liberté, vitalité.

Les principes :

- Privilégier des personnes en communion avec la forêt (un enfant qui enlace un arbre, etc.).
- Montrer des situations exprimant le ressourcement, la relaxation (spa, yoga, méditation).
- Choisir des scènes de détente, par exemple des personnes se reposant, assises, allongées, yeux fermés.
- Montrer des situations de loisirs sportifs en mettant l'accent sur le plaisir de l'expérience vécue.
- Faire ressentir la vitalité transmise par le territoire notamment en photographiant l'eau vive (cascade, rivière, barrage naturel).



TRADUIRE L'AUTHENTICITÉ

Sur ce territoire, la nature a forgé le caractère authentique des Ardennais. Cette authenticité se traduit par un art de vivre qui est fondé sur la simplicité et l'harmonie avec les éléments.

Le code photographique doit incarner cette valeur en mettant l'accent sur la naturalité, la pureté du territoire, le respect de l'environnement, la qualité des produits régionaux.

Les principes :

- En gastronomie, choisir des produits traditionnels (comme le jambon, la bière), présentés sur des décors ou matières naturels. Posés par exemple directement sur du bois brut, de la roche...
- Faire ressentir les odeurs, le toucher, par l'utilisation de gros plans, de lumières rasantes qui subliment les matières.
- Photographier des scènes de pêche, de cueillette qui montrent des moments simples et authentiques.
- Privilégier des cadrages horizontaux qui ouvrent l'horizon et donnent à voir aussi bien le ciel que la terre de manière à exprimer la pureté de la nature.



TRADUIRE L'IMAGINATION

Terre de contes et du légendaire, le massif ardennais est par essence une source d'inspiration, « carrefour de la poésie, de la géographie et de l'histoire ». C'est un territoire inspirant par ses paysages impressionnistes et son caractère pittoresque.

Le code photographique doit exprimer la puissance poétique qui émane de cette terre d'imaginaire, support aux méditations créatives de peintres, poètes et autres artistes d'hier et d'aujourd'hui.

Les principes :

- Choisir des photographies qui témoignent de la vitalité des événements célébrant les histoires légendaires (festivals de contes, reconstitutions, processions historiques).
- Privilégier les photographies de créations contemporaines et la relation de la pratique artistique avec la nature (forêt), par exemple Land Art.
- Saisir l'insolite, l'inattendu, qu'il s'agisse d'éléments naturels (rochers, arbres, paysages, etc.) ou de personnes, de lieux, qui interpellent par leur originalité et stimulent l'imagination.
- Utiliser des signes et symboles évocateurs de la dimension du rêve et de la magie : scintillements, étoiles...



TRADUIRE LE PARTAGE

Lieu de convivialité, l'Ardenne cultive l'idée d'être ensemble. Le sens de l'accueil caractérise des Ardennais ouverts et sincères, qui ont le goût de la transmission et le sens de la solidarité.

Le code graphique doit à la fois laisser transparaître l'esprit de générosité et le plaisir des moments partagés autour de choses essentielles (un repas familial, une bière entre amis...), mais aussi la notion d'échange à travers des moments de transmission de l'identité ardennaise et des valeurs portées par les habitants du territoire.

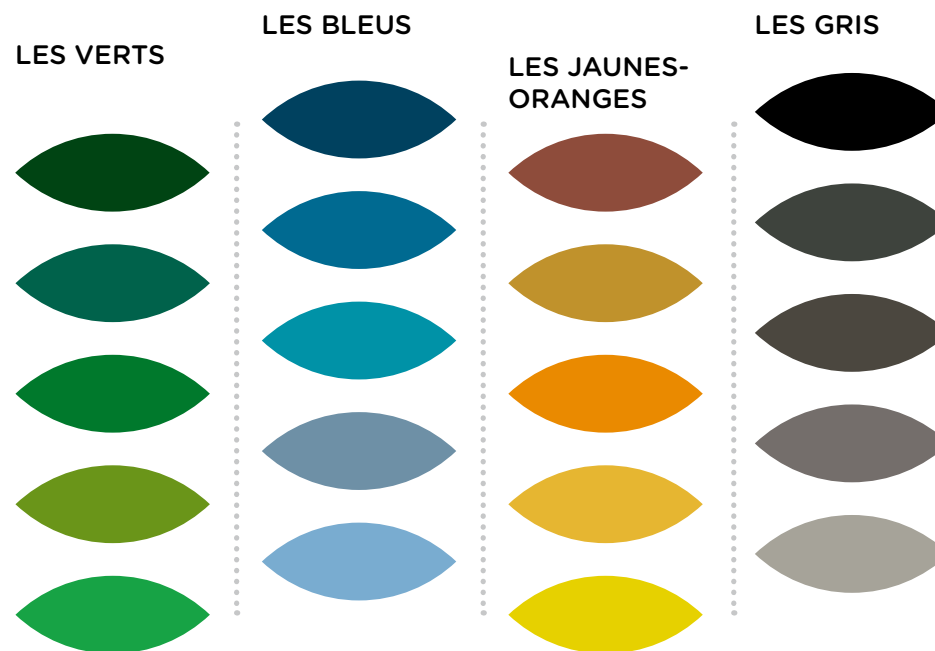
Les principes :

- Présenter des situations de rassemblement : festivals, fêtes, danses.
- Montrer le plaisir d'être ensemble autour d'une bière entre amis.
- Exprimer des scènes de lecture publique de contes, d'atelier avec les enfants sur le thème du légendaire.
- Donner à voir une famille de touristes avec grands-parents et petits-enfants rassemblés le temps d'un pique-nique en pleine nature.



Portons haut et fort nos couleurs ! La gamme chromatique de l'Ardenne, issue du portrait de territoire, reflète l'harmonie de couleurs bien spécifiques au territoire. Il offre un bouquet de couleurs très variées, avec des teintes naturelles. La profondeur et l'intensité de la gamme, des gris minéraux, des couleurs chaudes et denses, des subtilités de bleus, des verts dominants et de l'or, expression de la féérie, de l'onirisme et de l'enchantement, évoquent la diversité et la richesse de l'Ardenne.

LES ESSENTIELS



TOUS LES VERTS DE LA FORÊT

Pantone 350 C
C 79 / M 0 / J 100 / N 75
R 0 / V 68 / B 19

Pantone 336 C
C 100 / M 0 / J 67 / N 47
R 0 / V 98 / B 75

Pantone 341 C
C 100 / M 0 / J 67 / N 29
R 0 / V 118 / B 90

Pantone 356 C
C 95 / M 0 / J 100 / N 27
R 0 / V 121 / B 44

Pantone 362 C
C 70 / M 0 / J 100 / N 9
R 81 / V 106 / B 38

Pantone 360 C
C 58 / M 0 / J 80 / N 0
R 125 / V 185 / B 86

Pantone 338 C
C 47 / M 0 / J 32 / N 0
R 149 / V 205 / B 186

Pantone 344 C
C 27 / M 0 / J 23 / N 0
R 200 / V 227 / B 208



Pantone 357 C
C 80 / M 0 / J 100 / N 56
R 0 / V 94 / B 29

Pantone 364 C
C 65 / M 0 / J 100 / N 42
R 69 / V 122 / B 28

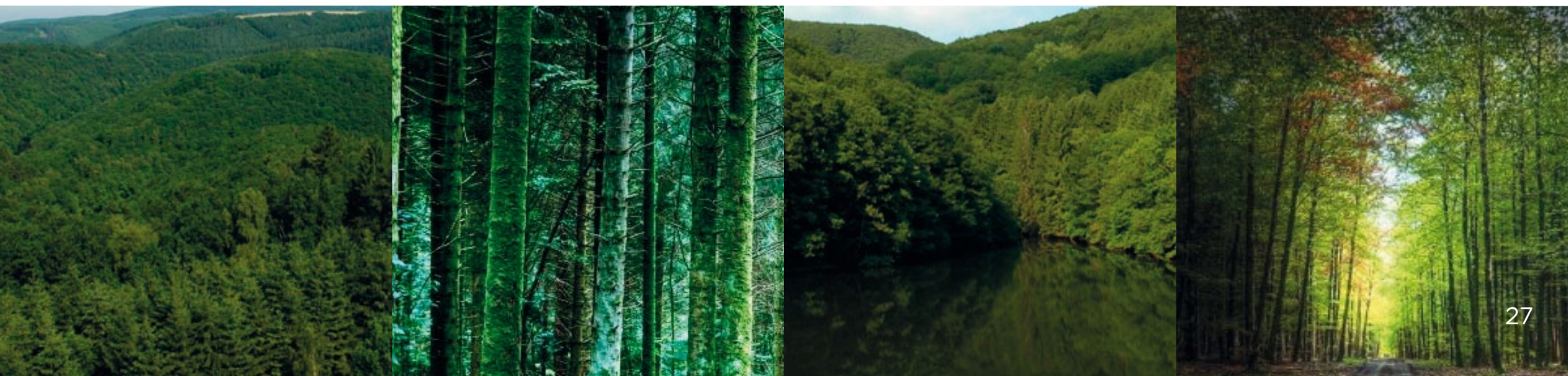
Pantone 370 C
C 56 / M 0 / J 100 / N 27
R 106 / V 149 / B 25

Pantone 354 C
C 80 / M 0 / J 90 / N 0
R 23 / V 163 / B 69

Pantone 368 C
C 57 / M 0 / J 100 / N 0
R 131 / V 184 / B 26

Pantone 375 C
C 41 / M 0 / J 78 / N 0
R 173 / V 203 / B 87

Pantone 372 C
C 10 / M 0 / J 33 / N 0
R 238 / V 240 / B 192



UNE GAMME SUBTILE DE BLEUS

Pantone 539 C
C 100 / M 49 / J 0 / N 70
R 0 / V 32 / B 67

Pantone 540 C
C 100 / M 55 / J 0 / N 55
R 0 / V 56 / B 103

Pantone 7477 C
C 100 / M 0 / J 10 / N 68
R 0 / V 81 / B 101

Pantone 5473 C
C 82 / M 0 / J 28 / N 52
R 0 / V 104 / B 113

Pantone 321 C
C 100 / M 0 / J 31 / N 23
R 0 / V 129 / B 147

Pantone 320 C
C 100 / M 0 / J 31 / N 7
R 0 / V 146 / B 167

Pantone 297 C
C 49 / M 1 / J 0 / N 0
R 136 / V 208 / B 240

Pantone 2975 C
C 30 / M 0 / J 5 / N 0
R 190 / V 227 / B 239



Pantone 303 C
C 100 / M 11 / J 0 / N 74
R 0 / V 59 / B 90

Pantone 5405 C
C 58 / M 17 / J 0 / N 46
R 70 / V 106 / B 145

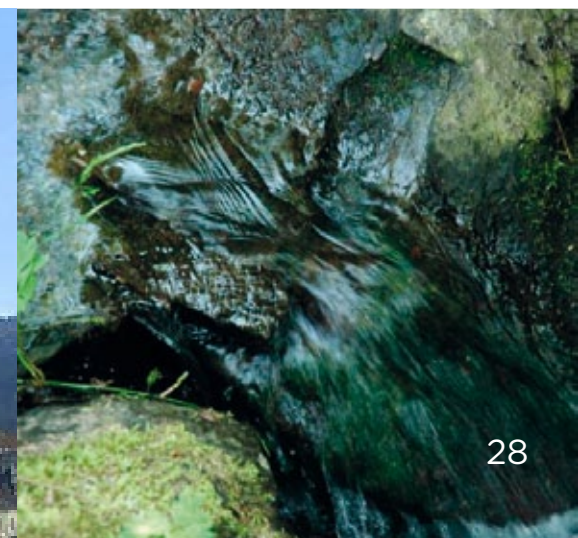
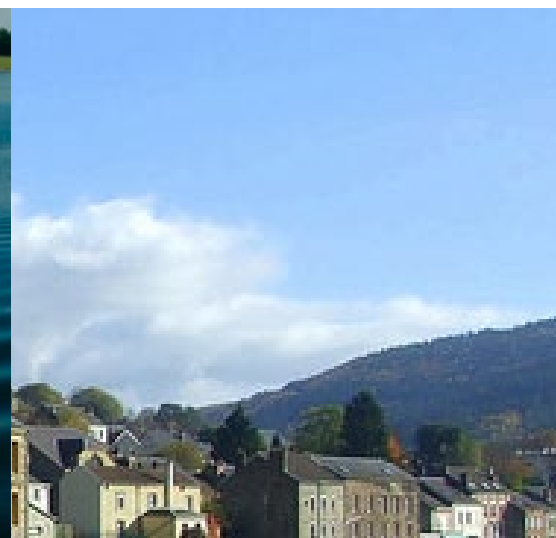
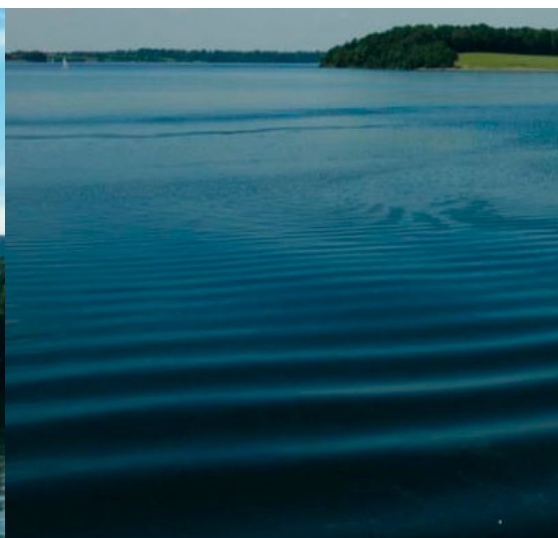
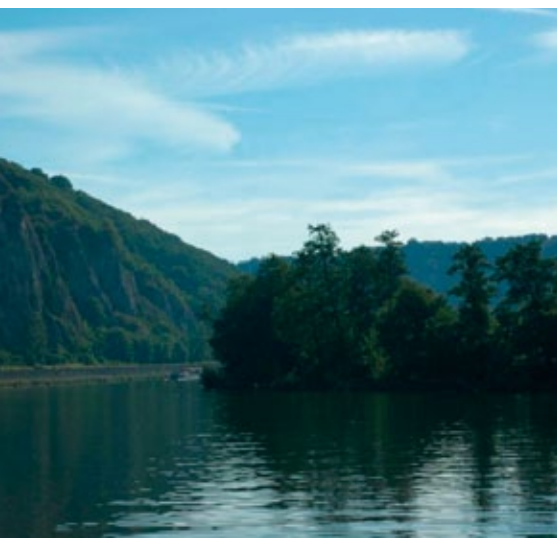
Pantone 7470 C
C 80 / M 15 / J 0 / N 45
R 0 / V 106 / B 145

Pantone 300 C
C 100 / M 44 / J 0 / N 0
R 0 / V 113 / B 185

Pantone 542 C
C 62 / M 22 / J 0 / N 3
R 98 / V 164 / B 211

Pantone 545 C
C 22 / M 3 / J 0 / N 0
R 208 / V 231 / B 246

Pantone 5455 C
C 6 / M 0 / J 0 / N 9
R 227 / V 234 / B 238



LES JAUNES-ORANGES

Pantone 463 C
C 30 / M 56 / J 100 / N 37
R 136 / V 89 / B 21



Pantone 7577 C
C 0 / M 60 / J 100 / N 44
R 157 / V 86 / B 11



Pantone 7417 C
C 0 / M 75 / J 75 / N 0
R 233 / V 94 / B 63



Pantone 7413 C
C 0 / M 53 / J 100 / N 4
R 234 / V 138 / B 0



Pantone 143 C
C 0 / M 35 / J 85 / N 0
R 248 / V 179 / B 52



Pantone 7407 C
C 0 / M 22 / J 85 / N 11
R 232 / V 186 / B 49



Pantone 7408 C
C 0 / M 25 / J 92 / N 0
R 253 / V 196 / B 0



Pantone 106 C
C 0 / M 0 / J 95 / N 0
R 255 / V 237 / B 0



Pantone 455 C
C 0 / M 17 / J 100 / N 65
R 123 / V 103 / B 0



Pantone 7516 C
C 0 / M 52 / J 100 / N 35
R 177 / V 107 / B 3



Pantone 7323 C
C 0 / M 40 / J 35 / N 20
R 208 / V 151 / B 134



Pantone 173 C
C 0 / M 69 / J 100 / N 4
R 228 / V 104 / B 11



Pantone 472 C
C 0 / M 34 / J 52 / N 0
R 248 / V 186 / B 130



Pantone 4505 C
C 0 / M 15 / J 78 / N 36
R 184 / V 157 / B 58



Pantone 4515 C
C 0 / M 9 / J 50 / N 24
R 210 / V 190 / B 125



DES GRIS MINÉRAUX

Pantone Process Black C
C 0 / M 0 / J 0 / N 100
R 0 / V 0 / B 0



Pantone 432 C
C 23 / M 2 / J 0 / N 77
R 75 / V 87 / B 95



Pantone Black 7 C
C 0 / M 0 / J 15 / N 82
R 83 / V 83 / B 16



Pantone 425 C
C 0 / M 0 / J 0 / N 77
R 95 / V 96 / B 98



Pantone Cool Gray 9 C
C 0 / M 1 / J 0 / N 51
R 154 / V 154 / B 157



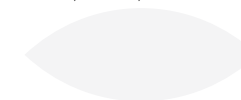
Pantone Cool Gray 6 C
C 0 / M 0 / J 0 / N 31
R 196 / V 197 / B 198



Pantone Cool Gray 3 C
C 0 / M 0 / J 0 / N 17
R 223 / V 224 / B 225



Pantone Cool Gray 1 C
C 0 / M 0 / J 0 / N 6
R 244 / V 244 / B 244



Pantone 447 C
C 16 / M 0 / J 31 / N 82
R 72 / V 78 / B 65



Pantone Black 2 C
C 0 / M 3 / J 55 / N 87
R 72 / V 68 / B 40



Pantone Black 4 C
C 0 / M 22 / J 100 / N 89
R 66 / V 54 / B 4



Pantone Warm Gray 11 C
C 0 / M 17 / J 34 / N 62
R 129 / V 114 / B 94



Pantone Warm Gray 7 C
C 0 / M 8 / J 14 / N 38
R 180 / V 171 / B 162



Pantone Warm Gray 4 C
C 0 / M 4 / J 9 / N 24
R 209 / V 204 / B 196



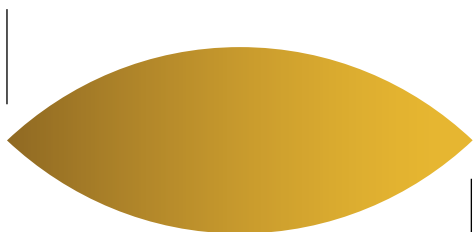
Pantone Warm Gray 1 C
C 0 / M 2 / J 3 / N 6
R 244 / V 240 / B 238



LA COULEUR OR

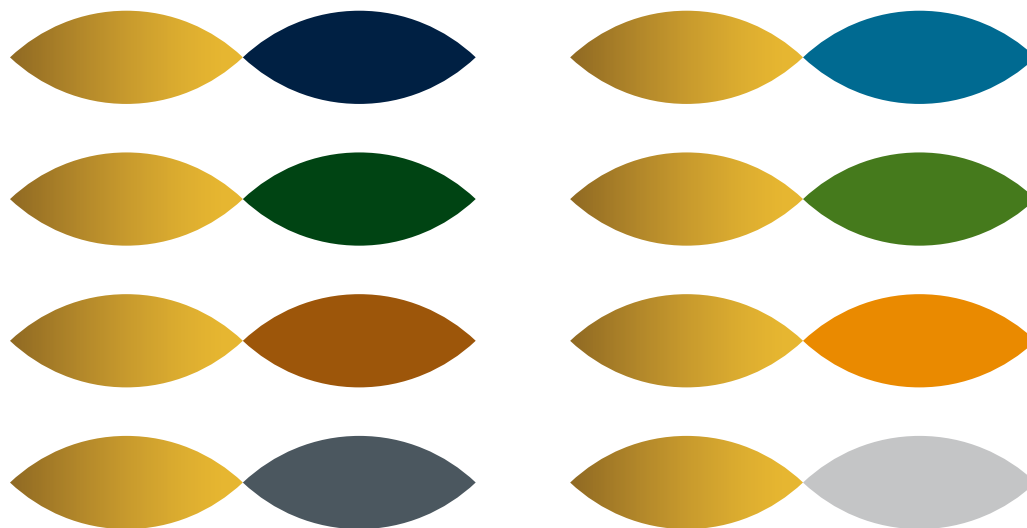
Pantone metallic 872 ou 873

C O / M 35 / J 85 / N 54
R 132 / V 104 / B 40



C O / M 24 / J 85 / N 12
R 216 / V 180 / B 63

LES ASSOCIATIONS OR + COULEUR



LA TYPOGRAPHIE DU LOGOTYPE : COCON

La marque, les titres

Cocon
light

AaBbCcDdEe
FfGgHhIiJjKk
LlMmNnOo
PpQqRrSsTt
UuVvWw
XxYyZz

Créé par Evert Bloemsma en 1998, ce caractère fluide se distingue par son originalité. Multipliant les courbes, avec des empattements pointus, il fait référence au paysage naturel de l'Ardenne. Le dessin des lettres donne une impression de robustesse, de solidité mais reste ouvert et chaleureux.

Cette famille de polices est constituée de plusieurs graisses, permettant une utilisation diversifiée dans vos éditions : mise en valeur de titres, de chapeaux, etc.

Cette typographie est un élément immuable de la marque et ne pourra donc être remplacée. Il n'est pour autant pas nécessaire d'acheter la police pour utiliser le bloc-marque ou le concentré de la marque.

LA TYPOGRAPHIE DU TEXTE : GOTHAM ROUNDED

Les titres, les textes

GOTHAM
ROUNDED

LIGHT
BOOK
MEDIUM
BOLD

LIGHT ITALIC
BOOK ITALIC
MEDIUM ITALIC
BOLD ITALIC

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed non risus. Suspendisse lectus tortor, dignissim sit amet, adipiscing nec, ultricies sed, dolor. Cras elementum ultrices diam. Maecenas ligula massa, varius a, semper congue. Caecestrumqui aut iunti nobistiis dis et volupta spelit idit odi blaccae volute omnim sitionsed quasinulpa volorem. Odis

Créé par la fonderie Hoefler & Frère-Jones, ce caractère moderne et arrondi s'accorde parfaitement avec le Cocon. Contrastant par sa finesse et sa construction géométrique, il apporte une dimension contemporaine.

Cette famille de polices n'est pas libre de droits. L'achat d'une licence d'utilisation est possible en ligne sur le site <http://www.fontshop.com/> par exemple (différentes options de prix sont proposées). Nous recommandons vivement d'acquérir et d'utiliser cette typographie pour la rédaction de vos supports de communication. En revanche, si vous choisissez d'exploiter une police libre de droits, il faudra veiller à retrouver un équivalent proche de la Gotham rounded.

4 L'UNIVERS TYPOGRAPHIQUE

LES TYPOGRAPHIES COMPLÉMENTAIRES (USAGE GRATUIT)

Ubuntu Titling

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj

Ubuntu Light

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj

Ubuntu Light Italic

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj

Ubuntu Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj

Ubuntu Italic

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj

Ubuntu Bold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj

Ubuntu Bold Italic

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj

Hero

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj

Hero Light

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj

Yanone Kaffeesatz Thin

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk

Yanone Kaffeesatz Light

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk

Yanone Kaffeesatz Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk

Yanone Kaffeesatz Bold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk

Lane Narrow

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk

District Thin

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk

NOVECEN TO WIDE LIGHT

ABCDEFGHIJK

NOVECEN TO WIDE BOOK

ABCDEFGHIJK

NOVECEN TO WIDE NORMAL

ABCDEFGHIJK

NOVECEN TO WIDE DEMIBOLD

ABCDEFGHIJK

NOVECEN TO WIDE BOLD

ABCDEFGHIJK

Des typographies complémentaires peuvent être utilisées en remplacement de la Gotham rounded pour l'élaboration de l'ensemble des supports de communication afin d'enrichir la palette.

Les polices présentées sont libres de droits et disponibles notamment sur le site <http://www.fontsquirrel.com/>

5

LES APPLICATIONS



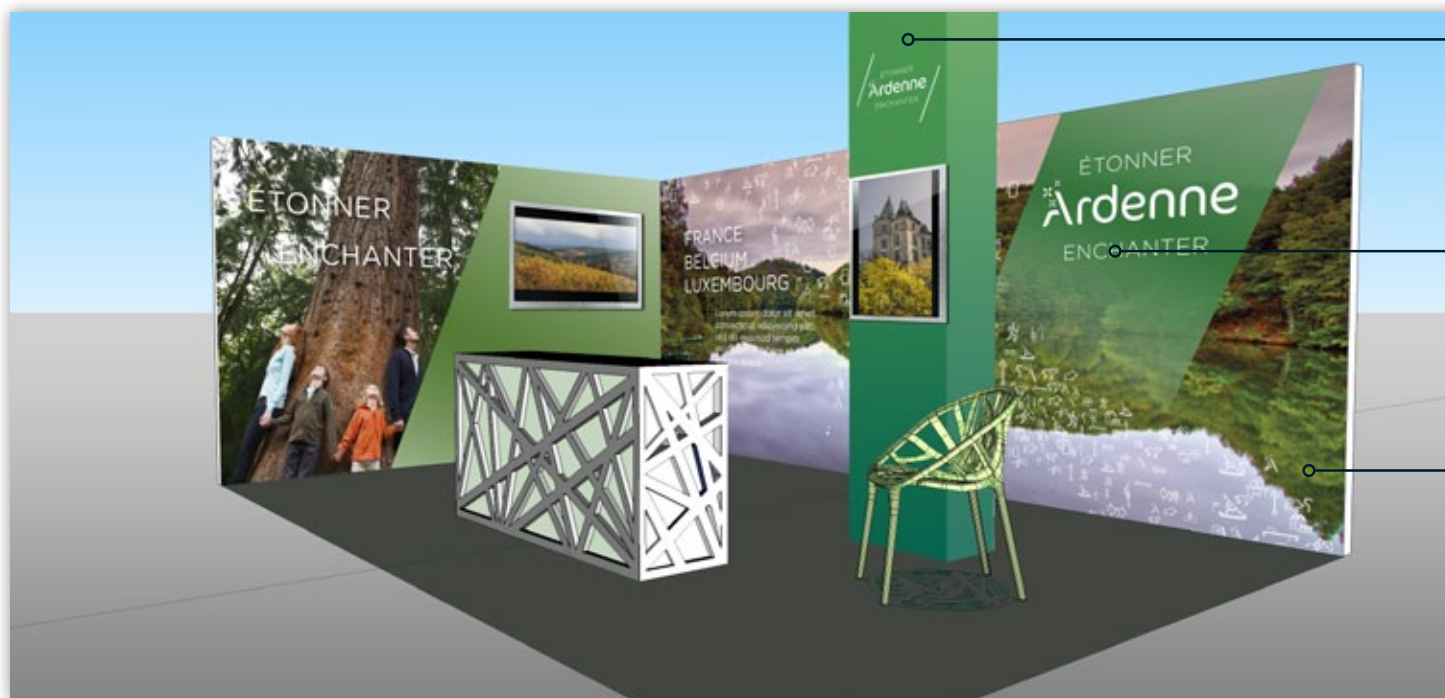
Donnons vie à la marque ! Vous trouverez ici quelques exemples d'application de la marque dans des univers différents. Vous constaterez qu'elle peut parfaitement s'intégrer avec des identités existantes, quelque soit le type d'acteur ou le secteur concerné.

- Partenaires institutionnels
- Multipartenaires institutionnels
- Partenaires institutionnels dans le cadre d'une articulation de marque
- Partenaires privés



5 PARTENAIRES INSTITUTIONNELS

ACTION COLLECTIVE : STAND SALON



Utilisation du bloc-marque Ardenne
en version anglaise

Utilisation du bloc-marque sur un fond
photographique correspondant à l'univers préconisé

Pluie magique d'icônes pour marquer
la diversité de l'offre de territoire.

5 PARTENAIRES INSTITUTIONNELS

ACTION COLLECTIVE : SIGNALÉTIQUE RANDONNÉE



Utilisation du concentré de la marque
comme point de repère.

Utilisation du faisceau oblique et des icônes pour
qualifier le parcours.

Choix de couleurs identitaires
pour marquer une différenciation (ici directionnelle)

5 / PARTENAIRES INSTITUTIONNELS

ACTION INDIVIDUELLE : ARTICLE TOURNATUR



Le titre est inséré dans un faisceau vert, couleur identitaire de l'Ardenne.

Utilisation d'icônes pour qualifier l'article.

Les éléments iconographiques répondent à l'univers photographique préconisé.

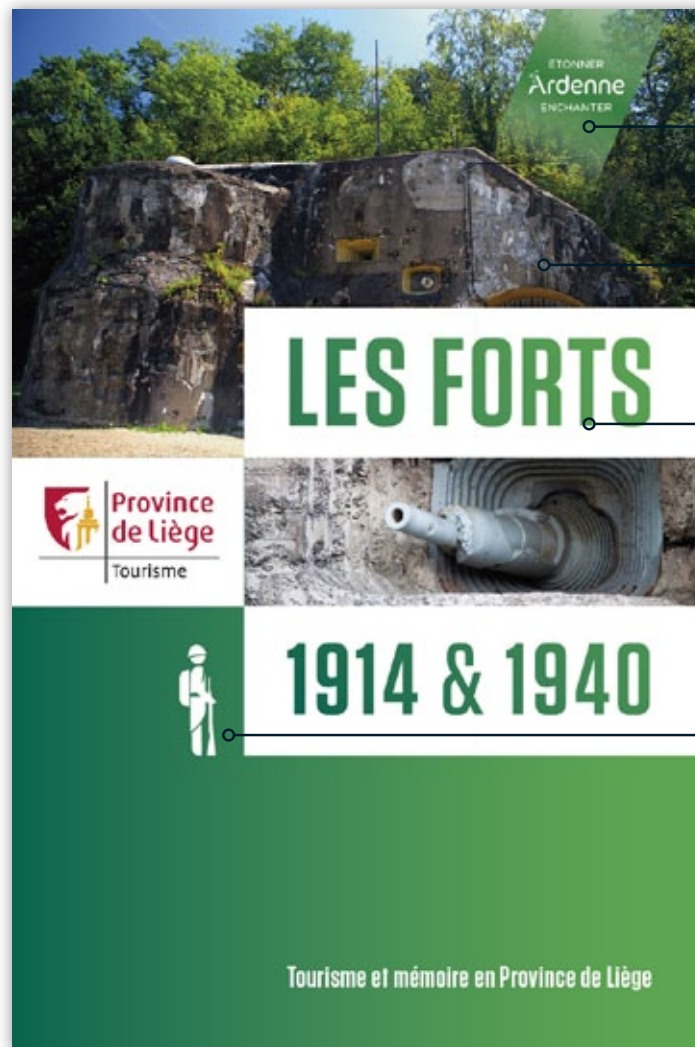
AVANT



5 PARTENAIRES INSTITUTIONNELS

ACTION INDIVIDUELLE : DOCUMENTATION FORTS DE LIÈGE

AVANT



Utilisation du bloc-marque en faisceau

Choix répondant aux recommandations de l'univers photographique.

Utilisation d'une police correspondant à celles préconisées dans l'univers typographique.

Le soldat est dessiné en icône, selon les règles de construction.

5 / PARTENAIRES INSTITUTIONNELS

ACTION INDIVIDUELLE : OFFRE TOURISTIQUE LIÈGE

AVANT



Thermalisme

2 jours à pd.
79€ / personne

Spa retour aux sources

Les Thermes de spa offrent 800 m2 de bains thermologiques intérieurs et extérieurs avec jets d'eau hydro-massants, des saunas, jacuzzis, hammams, sessions d'aquagym ainsi que des espaces de relaxation avec infrarouge, lumière de Wood et aromathérapie.

Le prix comprend :

- > Une nuitée dans un hôtel **** avec petit déjeuner L'entrée aux Thermes de spa (forfait 3 h)
- > L'entrée à l'Abbaye de stavelot
- > Une pochette de documentation touristique

UNE AUTRE SUGGESTION
2 jours à pd.
195€ / personne

Plaisirs de l'eau au Château des Thermes de Chaudfontaine

Nature

2 jours à pd.
287€ / personne

Randonnée sans bagage à travers les hautes fagnes

Découvrez les joies de la randonnée pédestre sans bagage, à travers les hautes fagnes belges et allemandes. Vous serez hébergés en demipension dans des hôtels agréables, vos pique-niques étant réalisés par l'hôtelier qui s'occupera également du transport de vos sacs et valises. Des cartes en couleurs décrivant les itinéraires vous seront remises, accompagnées d'informations détaillées sur les curiosités à voir au cours des randonnées.

Le prix comprend :

- > 2 nuitées dans un hôtel **** avec petit déjeuner
- > 2 repas du soir + 2 pique-niques + boisson rafraîchissante
- > Le transfert des bagages
- > Le retour en taxi au point de départ
- > Les cartes routières et le descriptif des itinéraires

UNE AUTRE SUGGESTION
3 jours à pd.
130€ / personne

Week-end insolite en roulotte

Les icônes permettent de thématiser les documents

Le texte est encodé selon l'univers sémantique

L'utilisation des couleurs et des obliques rappellent clairement l'univers de la marque Ardenne.

5 / PARTENAIRES INSTITUTIONNELS

ACTION INDIVIDUELLE : BROCHURE D'APPEL - ARDENNES LUXEMBOURGEOISES

AVANT



Utilisation du bloc-marque en faisceau

Iconographie correspondant aux recommandations de l'univers photographique

Le titre est encodé selon l'univers sémantique de la marque Ardenne

Le logo de l'institution est clairement visible, sans concurrence avec le bloc-marque

AFFICHE N°1 ARDENNE ALL ACCESS

**Découvrez un territoire
qui vous transporte**

Utilisation du concentré de la marque en faisceau

Le titre est encodé selon l'univers sémantique

L'image correspond aux recommandations de l'univers photographique de la marque

Les icônes permettent de thématiser l'offre

SUR LES CHEMINS **SUR L'EAU** **SUR LA ROUTE**

Téléchargez l'application
Ardenne All Access
directement sur
votre smartphone

www.ardenneallaccess.com

Ardenne All Access est notre nouveau programme
de localisation-navigation, conçu pour découvrir l'Ardenne
grâce aux technologies GPS.

Ardenne Access, ce sont toutes les clés pour découvrir un
nouveau territoire mystérieux et attachant, des itinéraires
 inédits, des points d'intérêt étonnants.

INTERREG III
Région Wallonie-Lozère

Logo of the European Union

Logo of the French Republic

Logo of the Walloon Region

Logo of the Ardennes Region

Logo of the Ardennes All Access

AFFICHE N°2 ARDENNE ALL ACCESS



Le choix du faisceau s'accorde à la photographie utilisée

Le jeu d'obliques rappelle l'univers de la marque Ardenne tout en mettant en valeur la marque pré-existante.

FLYER LA MEUSE ET VOUS

ÉTONNER
Ardenne
ENCHANTER

NATURE & BIEN-ÊTRE

Week-end
étonnante découverte « au vert »

à partir de 57€
par personne*

Une escapade au cœur des Vallées de Meuse et Semoy
à la découverte de notre patrimoine et de nos sites touristiques inoubliables

Le programme :

- 1 nuitée en chambres d'hôtes labellisées Ardennes de France, au cœur de la vieille ville, à proximité de la Voie Verte. Petit déjeuner inclus
- 1 dîner traditionnel avec des spécialités ardennaises (hors boissons)
- 1 entrée pour le Musée de la Métallurgie Ardennaise à Bogny-sur-Meuse
- En option : 1 entrée pour le Musée des Minéraux et Fossiles à Bogny-sur-Meuse
- 1 pack touristique, pour découvrir, librement, toutes nos richesses touristiques

Le pack touristique est une pochette renfermant toutes les informations touristiques (brochures, cartes, livret...) sur le territoire.

Information et réservation :
Office de Tourisme Communautaire des Boucles de Meuse et Semoy
Place JB CLEMENT - BP 33 - 08800 MONTHERME -
Tél : 03 24 54 46 73
contact@meuse-semoy-tourisme.com

*Le prix ne comprend pas :
Extras et dépenses de nature personnelle,
transports et assurances.
Validité : du 12/12/2012 au 12/12/2013.*

*Sous réserve de disponibilités des prestataires aux dates souhaitées. Prix 2012. Possibilité de 2 jours hors WE sous réserve de disponibilités de nos prestataires - Avec l'option du Musée des Minéraux et Fossiles.

Mentions légales Harum eariore laborrae et ped ma et quam, aut quo molorepta cum.

L'utilisation d'une icône permet de thématiser l'offre

Le bloc-marque est placé en faisceau sur un fond photographique

Le choix de couleur, le jeu d'obliques et les typographies rappellent clairement l'univers de la marque Ardenne

nature & bien-être

Week-end
escapade découverte « au vert »

à partir de 57€
par personne*

Une escapade au cœur des Vallées légendaires de Meuse et Semoy
À la découverte de notre patrimoine et de nos sites touristiques inoubliables

Le programme :

- 1 nuitée en chambres d'hôtes labellisées Ardennes de France, au cœur de la vieille ville, à proximité de la Voie Verte. Petit déjeuner inclus
- 1 dîner traditionnel avec des spécialités ardennaises (hors boissons)
- 1 entrée pour le Musée de la Métallurgie Ardennaise à Bogny-sur-Meuse
- En option : 1 entrée pour le Musée des Minéraux et Fossiles à Bogny-sur-Meuse
- 1 pack touristique, pour découvrir, librement, toutes nos richesses touristiques

Le pack touristique est une pochette renfermant toutes les informations touristiques (brochures, cartes, livret...) sur le territoire.

Information et réservation :
Office de Tourisme Communautaire des Boucles de Meuse et Semoy
Place JB CLEMENT - BP 33 - 08800 MONTHERME -
Tél : 03 24 54 46 73
Contact : contact@meuse-semoy-tourisme.com

*Le prix ne comprend pas :
Extras et dépenses de nature personnelle,
transports et assurances.
Validité : du 12/12/2012 au 12/12/2013.*

*Sous réserve de disponibilités des prestataires aux dates souhaitées. Prix 2012. Possibilité de 2 jours hors WE sous réserve de disponibilités de nos prestataires.

Avec l'option du Musée des Minéraux et Fossiles.

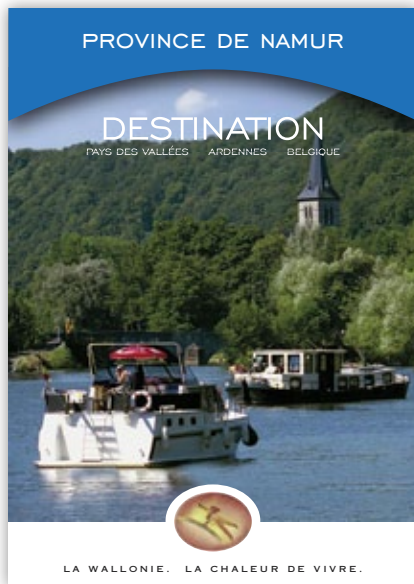
AVANT

5 / ARTICULATION DE MARQUE

PROVINCE DE NAMUR :

BROCHURE EN ARTICULATION AVEC L'IDENTITÉ DE LA WALLONIE

AVANT



Utilisation du bloc-marque en faisceau

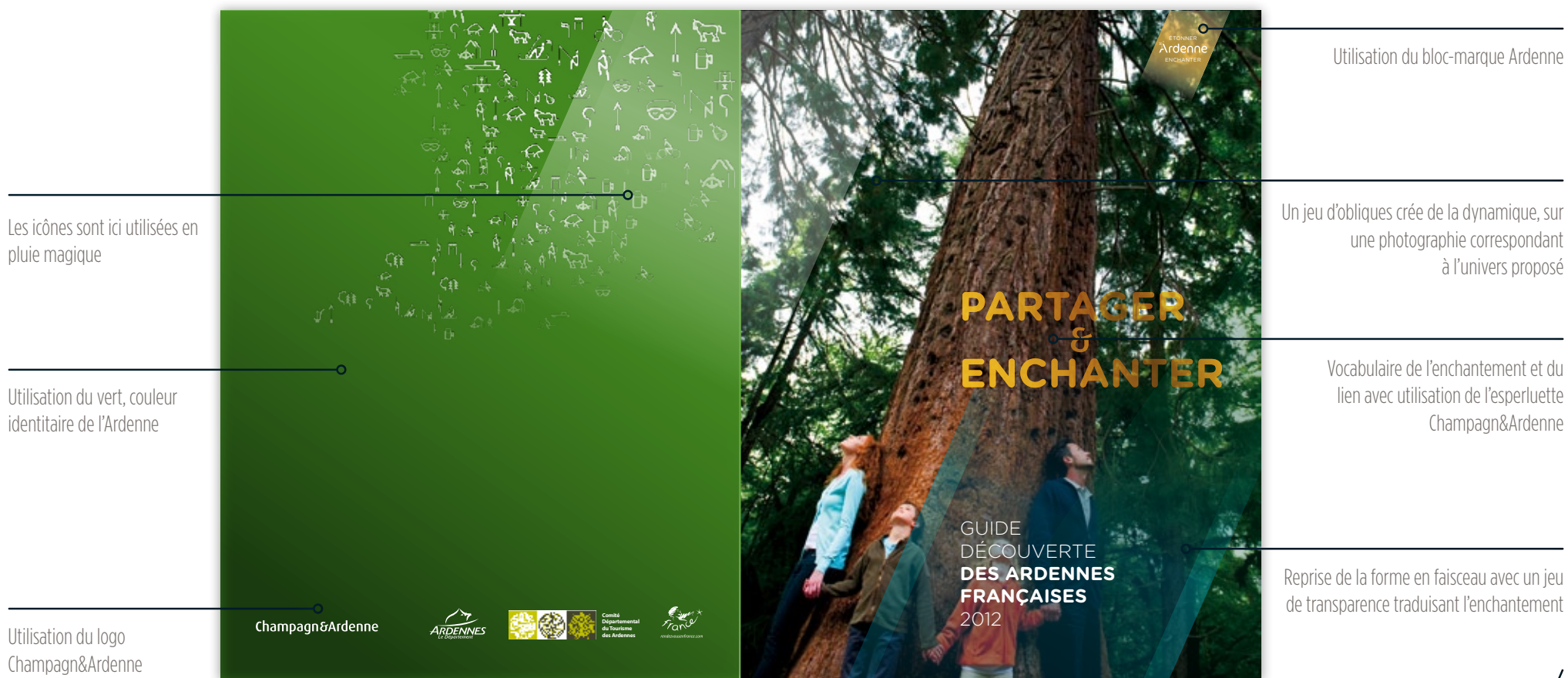
Un jeu d'obliques crée de la dynamique, sur une photographie correspondant à l'univers proposé

Titre encodé selon l'univers sémantique de la marque Ardenne, associé à des icônes thématiques

L'oblique «fil d'ariane» permet de mettre en valeur les territoires institutionnels, avec l'utilisation du bleu de la charte Wallonie

5 / ARTICULATION DE MARQUE

CDT ARDENNES (UTILISATION EN MAJEURE DU CODE DE MARQUE ARDENNE) : BROCHURE EN ARTICULATION AVEC LE CODE CHAMPAGN&ARDENNE



5 / ARTICULATION DE MARQUE

CDT ARDENNES (UTILISATION EN MAJEURE DU CODE DE MARQUE CHAMPAGN&ARDENNE) : BROCHURE EN ARTICULATION AVEC LE CODE CHAMPAGN&ARDENNE

Utilisation de la couleur
Or identitaire du territoire
Champagn&Ardenne

Utilisation du bloc-marque
Ardenne en filaire, dans le
cadre d'une utilisation en
«logo partenaire».



Les icônes sont ici utilisées en pluie magique

Utilisation du concept &moi en accroche

Photographie exprimant le lien
avec un décor ardennais

Mise en avant du logo
Champagn&Ardenne

5 / ARTICULATION DE MARQUE

OT SEDAN (VERSION MAJEURE ARDENNE)

L'identité de l'OT s'intègre aux univers Ardenne pour assurer une cohérence en haut de page. On y associe ici une accroche concept & moi.

Les illustrations du site correspondent à l'univers photographique de la marque Ardenne

Utilisation du vert, couleur identitaire de l'Ardenne



Utilisation du bloc-marque Ardenne en faisceau

La photographie utilisée en fond répond aux recommandations de l'univers photographique de la marque Ardenne

Rappel des marques Champagne&Ardenne et OT Sedan en bas de page

OT SEDAN (VERSION MAJEURE CHAMPAGN&ARDENNE)

L'identité de l'OT s'intègre aux univers
Champagn&Ardenne pour assurer une cohérence
en haut de page. On y associe ici le scintillement
ardennais.

Utilisation du bloc-marque Champagn&Ardenne

La photographie utilisée en fond répond aux recommandations de l'univers photographique de la marque Ardenne

Utilisation de l'Or, couleur identitaire du territoire
Champagn&Ardenne

Rappel du logo de l'OT Sedan

Rappel du bloc-marque Ardenne



5 / PARTENAIRES PRIVÉS

DÉPLIANT PARC D'ATTRACTIONS PLOPSACOO

AVANT



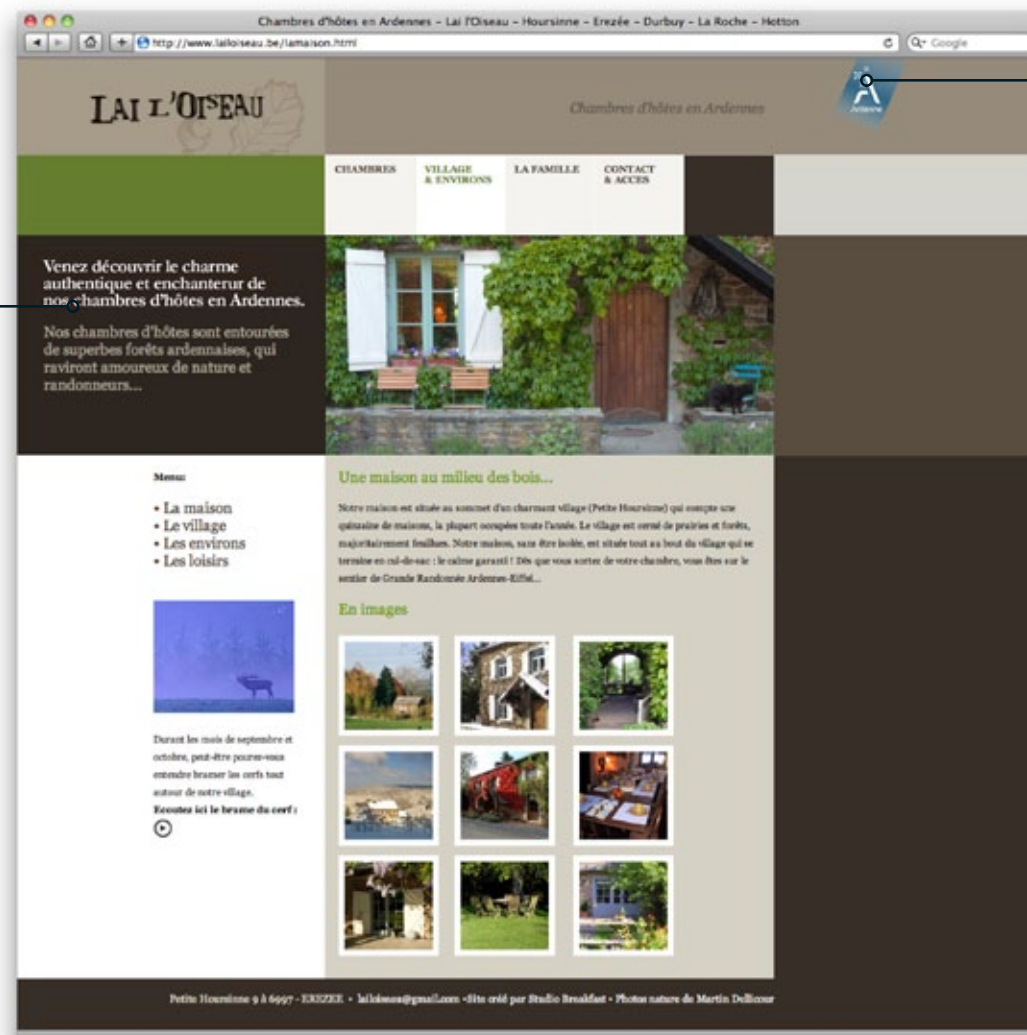
Utilisation du concentré de la marque Ardenne
en faisceau sur aplat de couleur

Utilisation du scintillement

5 / PARTENAIRES PRIVÉS

CHAMBRE D'HÔTES «LAI L'OISEAU»

Le texte d'accroche est encodé selon les recommandations de l'univers sémantique de la marque Ardenne



Utilisation du concentré de la marque Ardenne en faisceau sur aplat de couleur

6

LES RÈGLES D'UTILISATION



Ici, bloc-marque
en faisceau bleu

Dans la majorité des cas, il convient d'utiliser le bloc-marque en faisceau. Décliné en 4 couleurs (les 3 couleurs identitaires plus une version blanche) Il permet d'assurer une parfaite lisibilité du logotype quel que soit le contexte visuel.

Ce faisceau existe exclusivement en version haut de page, comme présenté ici, afin de répondre à tous les cas de figure. Il doit lui aussi répondre à des règles précises

de taille (pas moins de 25 mm de large) et de disposition, comme indiqué en page 61.



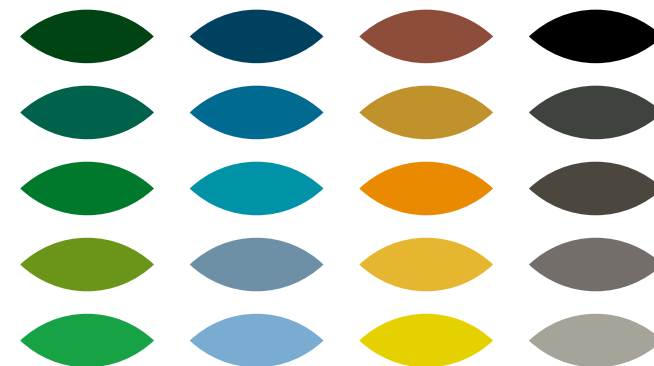
Ici, bloc-marque
en faisceau vert.

Dans la majorité des cas, il convient d'utiliser le bloc-marque en faisceau. Décliné en 4 couleurs (les 3 couleurs identitaires plus une version blanche) Il permet d'assurer une parfaite lisibilité du logotype quel que soit le contexte visuel.

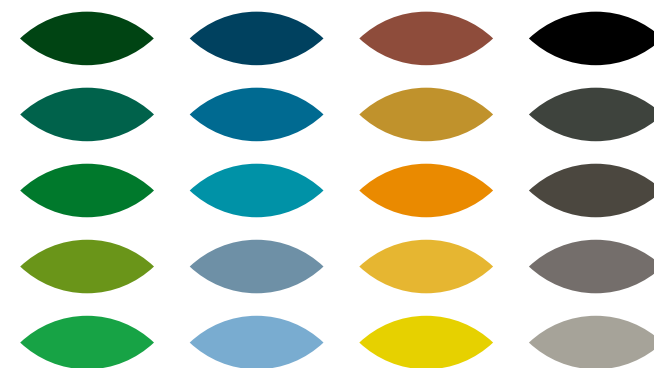


Ici, bloc-marque
en faisceau Or.

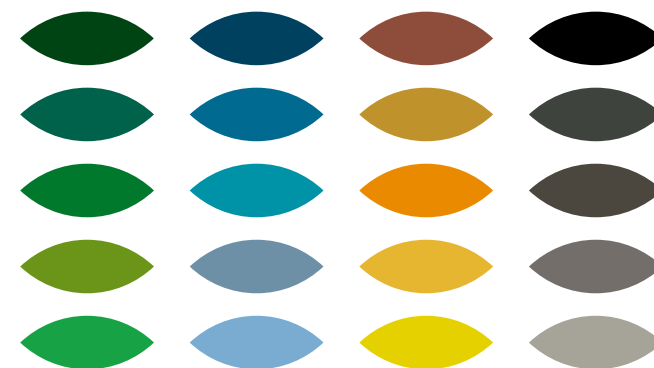
Dans la majorité des cas, il convient d'utiliser le bloc-marque en faisceau. Décliné en 4 couleurs (les 3 couleurs identitaire plus une version blanche) Il permet d'assurer une parfaite lisibilité du logotype quel que soit le contexte visuel.



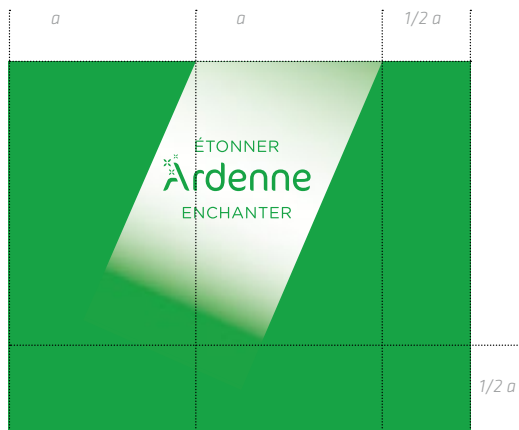
Dans le cas de l'utilisation du faisceau blanc, la couleur du bloc marque doit être adaptée en fonction de la dominante couleur du fond photo ou aplat en s'appuyant sur la gamme couleur définie ci-après, le but étant de donner le meilleur impact possible.



Dans le cas de l'utilisation du faisceau blanc, la couleur du bloc marque doit être adaptée en fonction de la dominante couleur du fond photo ou aplat en s'appuyant sur la gamme couleur définie ci-après, le but étant de donner le meilleur impact possible.



Dans le cas de l'utilisation du faisceau blanc, la couleur du bloc marque doit être adaptée en fonction de la dominante couleur du fond photo ou aplat en s'appuyant sur la gamme couleur définie ci-après, le but étant de donner le meilleur impact possible.



Zone protégée

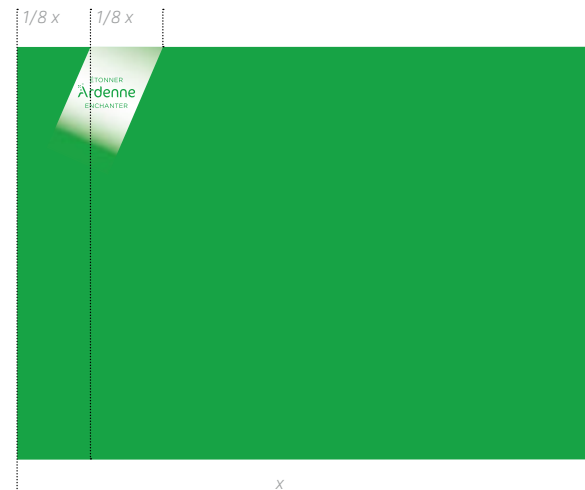
Taille minimum : $a=25\text{ mm}$

Format horizontal



retrait
à droite: une
demi largeur
de bandeau

retrait
à gauche: une
largeur



L'utilisation du faisceau assure une pleine visibilité du logotype. Il convient de prêter attention aux proportions et à sa disposition lors de l'insertion du faisceau dans vos compositions.

Dans les supports de communication, il convient de le ferrer en haut, à droite ou à gauche, pour une plus grande souplesse d'utilisation selon une marge équivalant à la moitié de la largeur du faisceau. Les exemples ci-dessus présentent une utilisation adéquate.

Format vertical

Format allongé,
(type kakémono etc.)

L'utilisation du faisceau assure une pleine visibilité du logotype. Il convient de prêter attention aux proportions et à sa disposition lors de l'insertion du faisceau dans vos compositions.

Dans les supports de communication, il convient de le fixer en haut, à droite ou à gauche, pour une plus grande souplesse d'utilisation selon une marge équivalant à la moitié de la largeur du faisceau. Les exemples ci-dessus présentent une utilisation adéquate.

6 VARIANTES DE SIGNATURE



La signature « étonner / enchanter » a été conçue en vue de déclinaisons éventuelles afin qu'elle puisse s'adapter au ton de communication.

Notons que le verbe « enchanter » est invariablement placé en bas et qu'il sera possible de le coupler à un autre verbe en haut qui devra faire l'objet d'une validation auprès du Comité de marque.

Nous vous présentons ici et en pages suivantes quelques exemples de variantes.

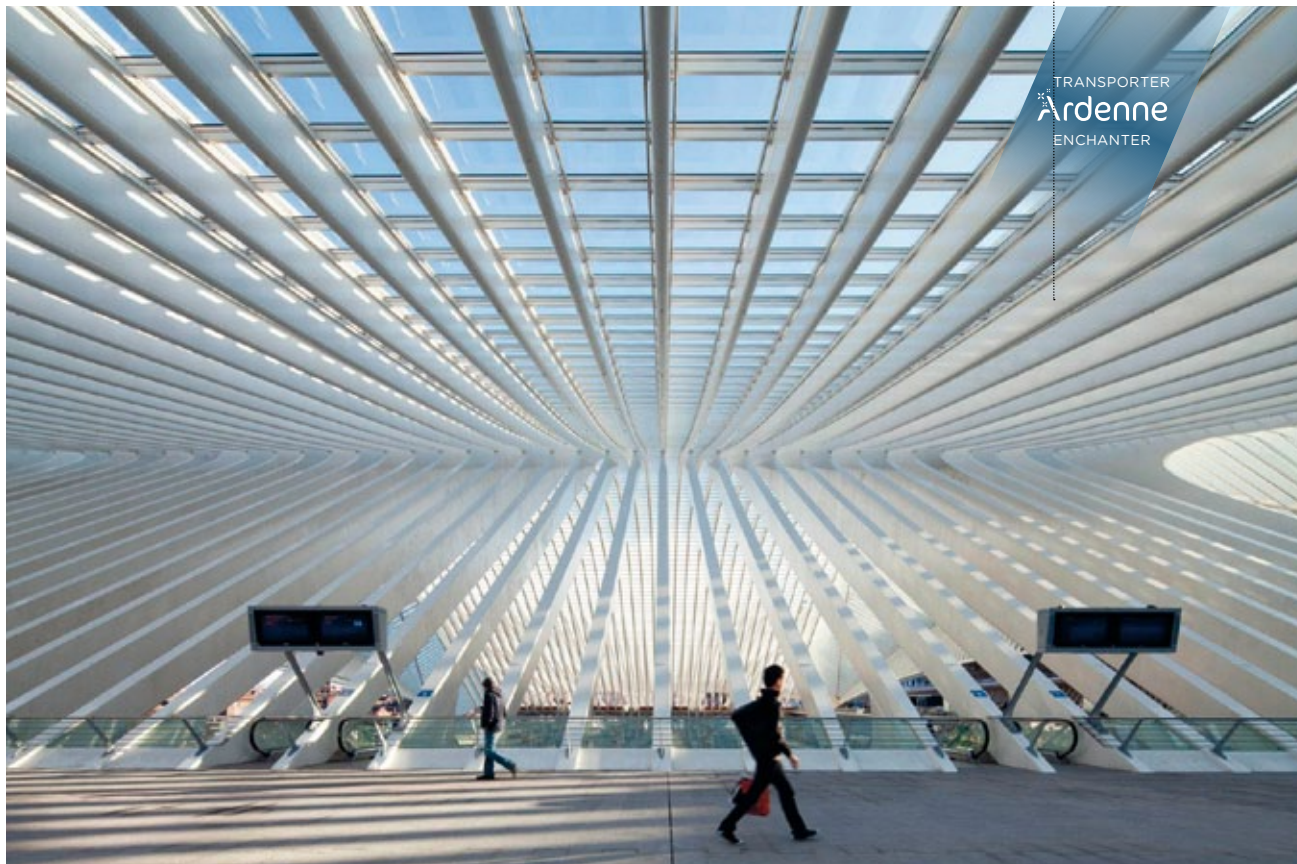
6 VARIANTES DE SIGNATURE



La signature « étonner / enchanter » a été conçue en vue de déclinaisons éventuelles afin qu'elle puisse s'adapter au ton de communication.

6 VARIANTES DE SIGNATURE

*cas particulier:
mots alignés à gauche*



La signature « étonner / enchanter » a été conçue en vue de déclinaisons éventuelles afin qu'elle puisse s'adapter au ton de communication.

6 VARIANTES DE SIGNATURE

EXPLORER
Ardenne
ENCHANTER

ÉMERVEILLER
Ardenne
ENCHANTER

IMAGINER
Ardenne
ENCHANTER

RÉVÉLER
Ardenne
ENCHANTER

VIBRER
Ardenne
ENCHANTER

CONTEMPLER
Ardenne
ENCHANTER

ADMIRER
Ardenne
ENCHANTER



Zone protégée



Le logotype de la marque est associé en permanence à la signature « étonner / enchanter ». Son utilisation sans faisceau est exclusivement réservée à des cas particuliers notamment lorsque le support ou la technique d'impression ne permettent pas la bonne reproduction du faisceau, ou dans le cadre d'une utilisation avec des logos de partenaires.

L'utilisation du bloc-marque doit respecter quelques règles pour assurer sa lisibilité : il ne doit pas faire moins de 25 mm de large. Par ailleurs, une zone d'exclusion a été définie autour du bloc-marque, à l'intérieur de laquelle aucun texte ne peut figurer.

Cette zone se détermine à l'aide du signe identitaire, qui devient unité de mesure, comme indiqué sur le schéma de gauche.



Le bloc-marque sans faisceau existe également en version noir et blanc. L'utilisation de cette adaptation du bloc-marque ne doit être faite qu'en cas de contrainte de fabrication.

Attention. L'adaptation noir et blanc du bloc-marque répond aux mêmes règles de lisibilité que la version couleur (taille, zone d'exclusion, etc.).

6

VARIATIONS INTERDITES DU BLOC-MARQUE

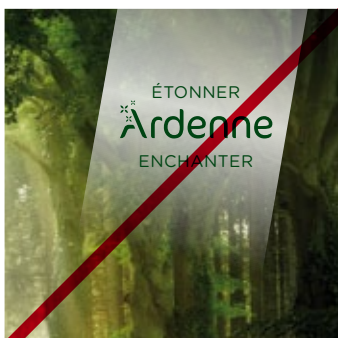
Suppression du
bandeau interdite



Déplacement
d'éléments interdit



Changement
de l'angle du
bandeau interdit



Suppression de la
signature interdite



ÉTONNER
Ardenne
ENCHANTER
ÉTONNER

ÉTONNER
Ardenne
ENCHANTER

Modification ou suppression
des obliques interdite

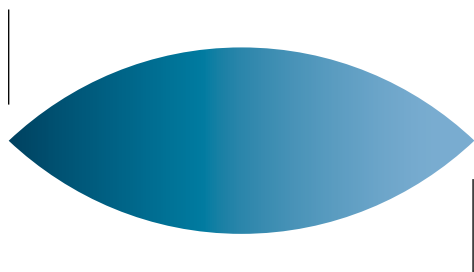
ÉTONNER
Ardenne

ÉTONNER
Ardenne
ENCHANTER

6 LES COULEURS DE LA MARQUE



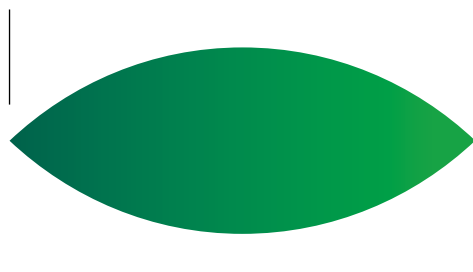
C 100 / M 10 / J 5 / N 70



C 55 / M 20 / J 5 / N 3



Pantone 336 C
C 100 / M 0 / J 67 / N 47

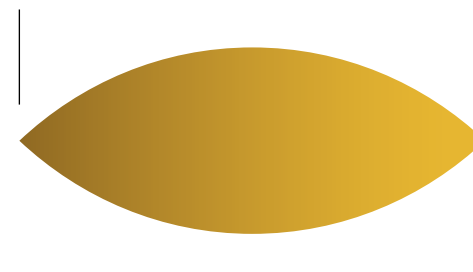


Pantone 354 C
C 80 / M 0 / J 90 / N 0
R 23 / V 163 / B 69



Pantone metallic 872 ou 873

C 0 / M 35 / J 85 / N 54
R 132 / V 104 / B 40

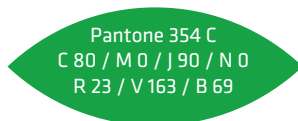
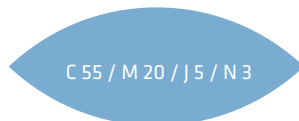


C 0 / M 24 / J 85 / N 12
R 216 / V 180 / B 63

Un trio de couleurs forme la marque Ardenne. Il s'agit du bleu, du vert et de la couleur or, propres au territoire ardennais.

Elles sont présentées ici avec leurs valeurs de référence afin de les utiliser au mieux dans vos associations chromatiques. Selon le type de support, le papier utilisé, le procédé

de fabrication, ces références couleurs sont à adapter pour être au plus près des références « Pantone couché » indiquées ci-dessus.

Les verts*Les bleus**Les jaunes-oranges**Les gris*

La palette de couleurs complémentaires est tirée du portrait identitaire de l'Ardenne.

Selon le type de support, le papier utilisé, le procédé de fabrication, ces références couleurs sont à adapter pour être au plus près des références « Pantone couché » indiquées ci-dessus.



Le concentré de la marque sur fond blanc est à utiliser par les adhérents à la marque lorsque qu'ils s'expriment en mettant en avant leur propre marque et non pas la marque collective. Il permet de définir l'appartenance à la marque partagée, sans pour autant parasiter le territoire d'expression de la marque préexistante.

Le concentré de la marque est constitué de l'initiale du logo en majeure et de la dénomination typographique « Ardenne » en-dessous.

Son application sur fond blanc est particulièrement adaptée aux communiqués de presse, à la papeterie et au merchandising. Il existe en 4 couleurs (les 3 identitaires + le blanc).



Dans le cadre d'une utilisation du concentré de la marque sur fond coloré ou sur une photographie, il convient d'utiliser le concentré de la marque en faisceau et de choisir un des 4 faisceaux colorés en fonction de la nature du fond.



Dans le cadre d'une utilisation du concentré de la marque sur fond coloré ou sur une photographie, il convient d'utiliser le concentré de la marque en faisceau et de choisir un des 4 faisceaux colorés en fonction de la nature du fond.

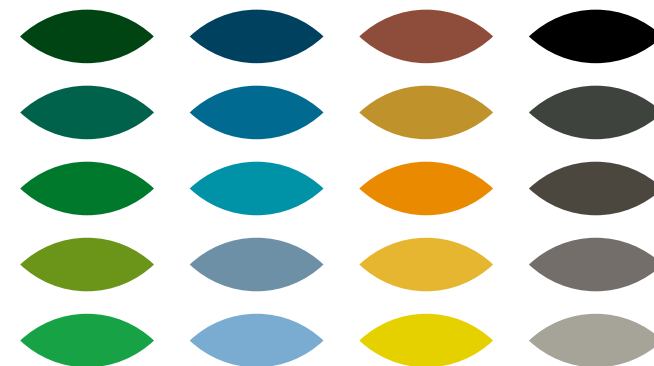


Dans le cadre d'une utilisation du concentré de la marque sur fond coloré ou sur une photographie, il convient d'utiliser le concentré de la marque en faisceau et de choisir un des 4 faisceaux colorés en fonction de la nature du fond.



Dans le cadre d'une utilisation du concentré de la marque sur fond coloré ou sur une photographie, il convient d'utiliser le concentré de la marque en faisceau et de choisir un des 4 faisceaux colorés en fonction de la nature du fond.

Le blanc constitue également une spécificité « faisceau » qui s'adapte à tous les fonds. Dans ce cadre, la couleur du bloc-marque peut s'adapter dans les limites de la palette chromatique (voir page suivante).

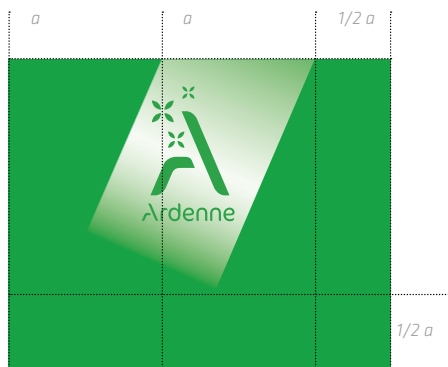


Dans le cadre de l'utilisation du concentré de la marque avec un faisceau blanc, la couleur du concentré peut varier sur la gamme chromatique pour correspondre au mieux à la couleur dominante du visuel (ou aplat) utilisé.

6 LE CONCENTRÉ DE LA MARQUE

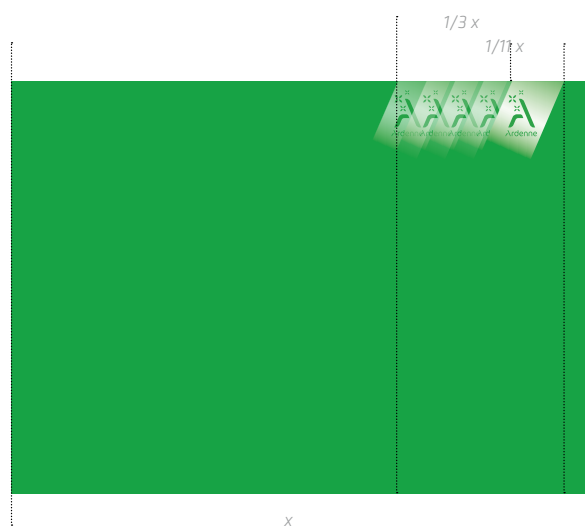


Zone protégée

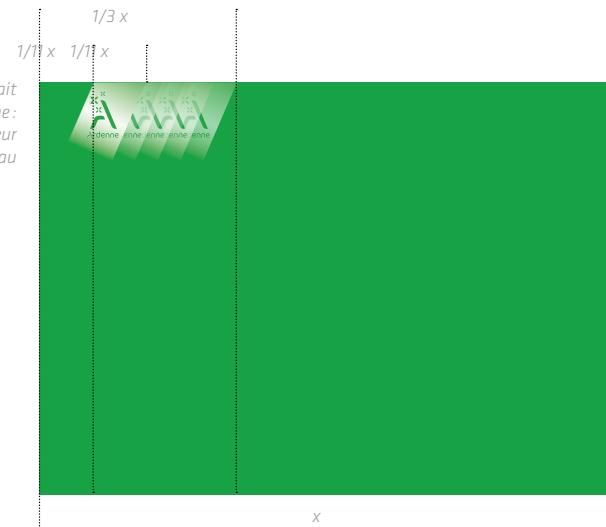


Taille minimum : $a=15\text{ mm}$

Format horizontal



retrait
à droite : une
demi largeur
de bandeau



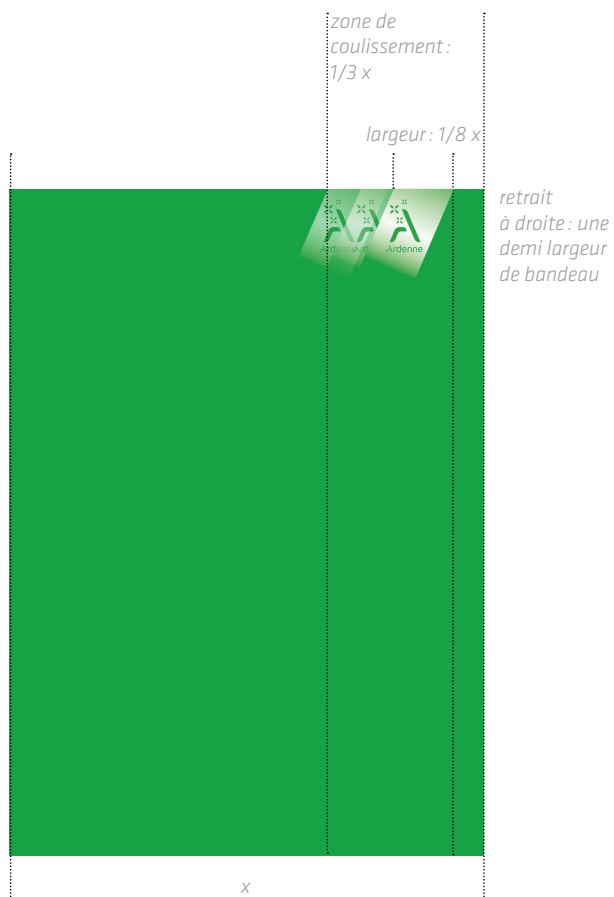
retrait
à gauche :
une largeur
de bandeau

Il est nécessaire d'observer une règle de taille, pas moins de 15 mm, afin de conserver une bonne lisibilité du concentré de la marque et pour lui assurer un meilleur impact.

Dans le but de garantir une souplesse d'utilisation, l'espace prédéfini dans lequel on peut faire coulisser le logo (en haut : droite ou gauche) correspond à 1/3 de page.

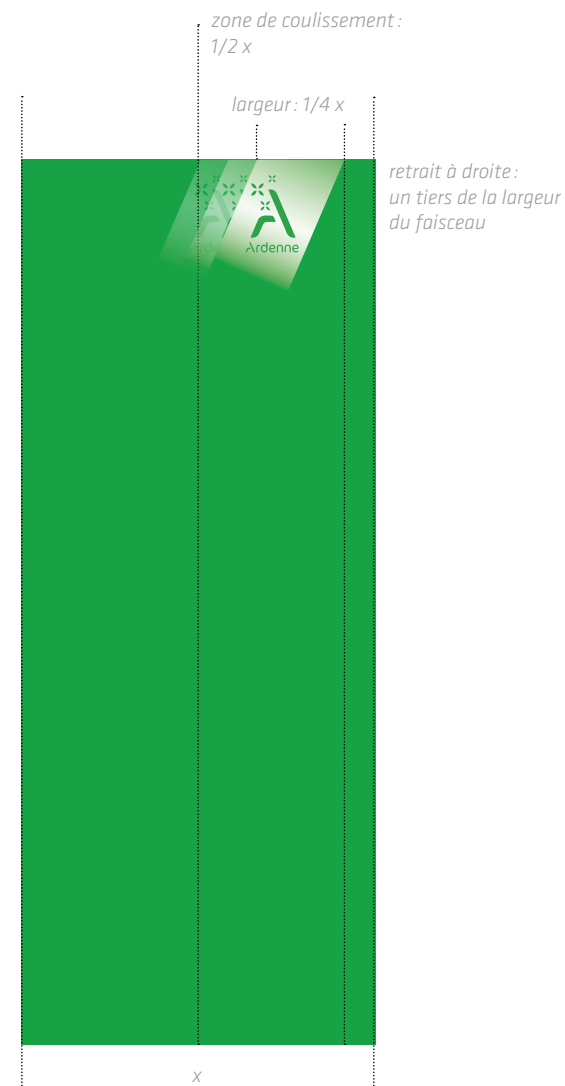
6 LE CONCENTRÉ DE LA MARQUE

Format vertical



Il est nécessaire d'observer une règle de taille, pas moins de 15 mm, afin de conserver une bonne lisibilité du concentré de la marque et pour lui assurer un meilleur impact.

Format allongé,
(type kakémono etc.)



Dans le but de garantir une souplesse d'utilisation, l'espace prédéfini dans lequel on peut faire coulisser le concentré de la marque (en haut : droite ou gauche) correspond à $1/3$ ou $1/2$ demi de la largeur selon le format.

*Suppression du
bandeau interdite*



*Suppression
du nom du territoire
interdite*



*Changement d'orien-
tation du bandeau
interdit*



*Déplacement
ou modification
des proportions*



Le dessin de la marque est immuable. Aucune modification ou déformation du concentré de la marque n'est autorisée.



icône
seule



icônes en
pluie magique



icônes
en trame



icônes
en ligne

Les icônes ont été créées non seulement pour exprimer les composantes identitaires du territoire (Cf code de marque), mais aussi pour qualifier la variété de son offre.

Une première série de 12 icônes a été élaborée selon 11 registres (« restauration », « hébergement »...), libre à chaque acteur de proposer des déclinaisons et de les soumettre au

Comité pour validation. Les icônes peuvent être utilisées de trois manières : en pluie scintillante, en ligne ou individuellement pour qualifier un produit ou une offre.



vélo



canoë/kayak



équitation



rando



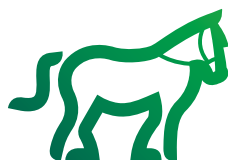
pêche



escalade



carnaval



cheval de trait ardennais



thermalisme



musique traditionnelle



tir à l'arc



marionnette



sanglier



brasserie



église



château



produit du terroir



site légendaire



folklore



bateau



moulin



sapin



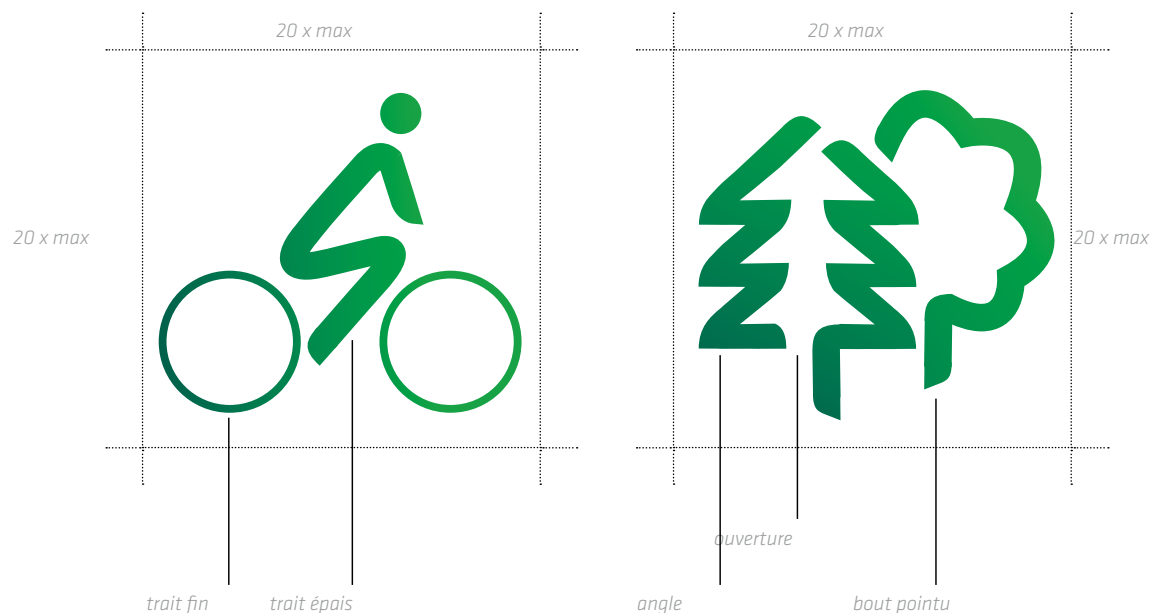
forêt



baguette magique

*parc animalier**monument**gastronomie**point de vue**bureau d'accueil
info**accès handicapé**wellness**parking**camping**insecte**mémorial*

6 LES ICÔNES : CONSTRUCTION



Les éléments de construction



La liste des icônes présentées n'est pas exhaustive. Il est donc possible d'en créer de nouveau afin d'enrichir la palette.

Il est impératif de se servir des éléments de construction présentés ci-dessus pour réaliser de nouvelles icônes de manière à respecter la cohérence graphique de l'ensemble.

Ci-dessus présentées en vert, les icônes peuvent librement être utilisées dans la gamme des couleurs complémentaires de la marque afin de mieux s'adapter à vos communications.

FESTIVAL DE MARIONNETTES

LE CHÂTEAU DES THERMES



Le scintillement symbolisé par les trois étoiles, peut-être utiliser dans vos supports de communication, intégré au titre à la manière d'un chiffre en exposant. Cela constitue une manière simple et efficace d'encodage sans dénaturer le style de vos communications.

7

LES RÈGLES JURIDIQUES

DROIT À L'IMAGE

Les photos et citations contenues dans ce document sont données seulement à titre d'exemples. Elles ne sont pas libres de droit et les acteurs s'interdisent donc d'en faire un quelconque usage commercial ou publicitaire.

Si vous envisagez une utilisation d'une des photographie présentée ici, renseignez-vous auprès du propriétaire* de la marque.

CRÉDITS PHOTOGRAPHIQUES

Lars Van de Goor : p.1, p.3, p.20, p.21, p.31, p.58

Peter Baas : p.21, p.66

Pascal Willems : p.21, p.31

Corbis Images : p.21

Masterfile : p.22, p.58, p.59 (632-05845373, 639-03661507), p.23 (649-03797266, 600-03778004), p.25 (641-02071000)

Alfonso Salgueiro : p.23, p.57

Tourisme en Champagne-Ardenne : p.24

Age Fotostock : p.24 (PLP-071216P099)

Hervé Dapremont : p.24, p.14, p.66, p.69

Landry Noblet (Flickr) : p.25

Getty Images : p.25 (200278039-001)

Maria Netsounski : p.47

David Herreman : p.47

Nathalie Turon : p.57

James Ewing : p.60

Steve Davis : p.60

Kaj-Ivar van der Wijst : p.66

iStockphoto : p.69 (2210981)

Sorenza (Flickr) : p.13, p.36, p.46, p.55

Images issues du portrait identitaire CoManaging : p.27, p.28, p.29, p.30, p.69

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Afin de garantir aux adhérents de la marque partagée, le maintien de l'intégrité intrinsèque et le respect des valeurs qu'elle est destinée à défendre, des mesures juridiques propres à réduire les risques suivants :

- utilisation illicite de la marque partagée à l'initiative de tiers illégitimes ;
- dilution de la marque partagée par une utilisation non maîtrisée et par une absence de réaction en cas de détection d'une utilisation sans autorisation ;
- utilisation devenue incompatible avec les règles et les valeurs initialement acceptées par le candidat adhérent ;
- utilisation contraire aux bonnes mœurs et à l'ordre moral.

Ont été mis en œuvre par le propriétaire* de la marque partagée. Ces mesures se manifestent notamment par l'obligation pour le candidat adhérent de signer un contrat de licence pour l'utilisation de la marque, lequel prévoit notamment, en cas de non-respect des conditions d'utilisation générales et des dispositions du contrat de licence, la destruction des supports litigieux portant la marque partagée.

* l'UDOTSI des Ardennes

CONTACTS

UDOTSI des Ardennes
4, place Ducale - B.P. 229
08102 Charleville-Mézières CEDEX
Tél. (+33) 0 3 24 29 64 17

www.marque-ardenne.com