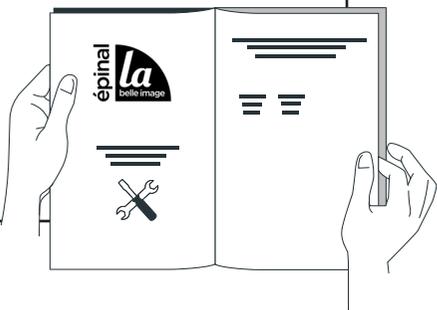


Guide d'utilisation

Marque territoriale
de l'agglomération d'Épinal



épinal

la
belle image

Présentation



Le guide d'utilisation de la marque « Épinal la belle image » est un outil destiné à tous ceux qui souhaitent promouvoir le territoire de la Communauté d'Agglomération d'Épinal (CAE) et ses nombreux atouts. Chacun est invité à utiliser la charte graphique, pour les besoins de sa communication.

La marque n'a pas vocation à se substituer aux identités graphiques de ceux qui veulent l'adopter. Elle permet aux acteurs du territoire de se fédérer, autour de signes identitaires communs et d'une expression de marque partagée, dans le respect de leur propre identité.

Le guide de marque donne l'ensemble des éléments de l'univers de la marque.

Il définit et codifie l'ensemble des signes écrits, visuels et graphiques, de la marque territoriale. Il est la traduction de la stratégie et du positionnement choisis : la mise en avant de ses atouts, savoirs et savoir-faire dans le but de séduire, attirer au-delà des frontières, des investisseurs et des créateurs entreprises, des nouveaux habitants et des touristes.

La marque a également pour objectif de développer la fierté des habitants. Les recommandations et prescriptions du présent guide sont ouvertes et adaptables en fonction de votre contexte.

Les objectifs



Inciter de nouvelles entreprises à venir s'installer sur le territoire

Faciliter le recrutement pour les entreprises locales

Attirer de nouveaux habitants actifs, investisseurs, étudiants et retraités

Développer la fierté d'appartenance des habitants de l'agglomération

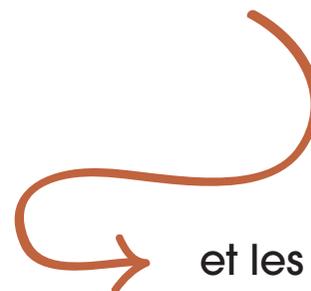
Attirer des touristes, visiteurs, festivaliers...

Les cibles



Principales cibles

- INVESTISSEURS
- PORTEURS DE PROJETS
- CADRES
- ÉTUDIANTS
- SENIORS
- TOURISTES



et les 120 000 habitants
de l'agglomération

La démarche



Une marque partagée ?

La marque partagée définit et codifie un langage commun. C'est une 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 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.

Quels avantages ?

Chaque acteur peut contribuer ainsi à la notoriété du territoire et renforcer son image positive et attractive. Plus la marque 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'agglomération, à travers une marque porteuse de sens. Se démarquer davantage et durablement de la concurrence, valoriser la destination et associer partenaires institutionnels et privés dans une démarche d'appropriation, d'ambassadeur et de contributeur.

La démarche > suite

C'est le territoire de la **convivialité**.
Un cadre de vie privilégié, des produits de proximité, une gastronomie de qualité...
Le territoire dispose d'une solide réputation de partage et de convivialité. Il fait bon vivre ici.

C'est le territoire de la **forêt**.
Elle occupe une grande partie du paysage. Feuillue ou résineuse, elle dispose de nombreuses essences. Qu'il s'agisse du tourisme ou de l'économie, elle constitue l'un des axes économiques forts du territoire.

C'est le territoire de la **qualité de vie**.
Sérénité, bien-être, mais aussi dynamisme, sport et culture sont les atouts d'une qualité de vie reconnue par les habitants et nouveaux arrivants.



C'est le territoire de **l'eau**.
Lacs, plans d'eau, canaux et rivières jalonnent nos paysages. L'eau est également une source de bien-être au sein de la station thermale de Bains-les-Bains.

C'est le territoire des **savoir-faire** et de la créativité. Cette terre de création et d'innovation fait le pari audacieux d'une dynamique économique autour des écomatériaux.

C'est le territoire du **sport** et de la **culture** pour tous et avec tous. Danse, théâtre, littératures, expositions, spectacles, festivals, concerts, vélo, rando, patrimoine... il se passe toujours quelque chose sur le territoire de la communauté d'agglomération.

Les éléments de la marque

Le logo

**Le logo est composé
d'un seul élément**

Couleur : C 100 M 0 Y 10 N 45

R 0 V 104 B 139
Pantone 308 C

Polices :
Lobster 1.4 Regular
Gotham médium
Largeur minimum : 15 mm



Les couleurs principales

La couleur identitaire est le bleu

Une variété de couleurs est possible afin de valoriser l'idée de dynamisme et de modernité.



cyan : 100%
magenta : 0%
jaune : 10%
noir : 45%

rouge : 0
vert : 104
bleu : 139

pantone : 308 C



cyan : 0%
magenta : 63%
jaune : 70%
noir : 26%

rouge : 191
vert : 100
bleu : 63

Pantone P41-12V



cyan : 70%
magenta : 31%
jaune : 95%
noir : 16%

rouge : 85
vert : 124
bleu : 53

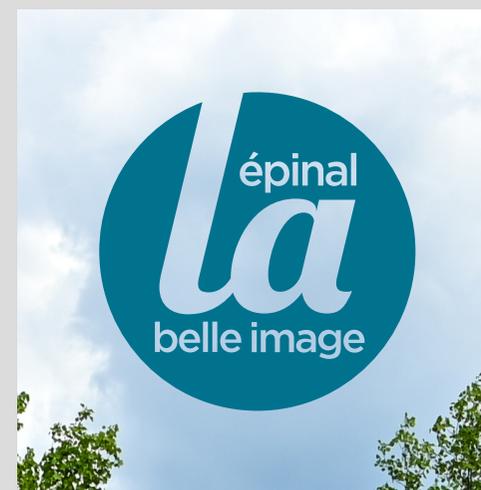
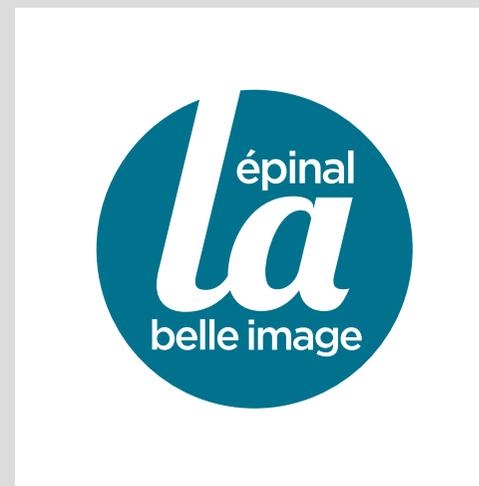


Les éléments de la marque

Application du logo quadri sur un fond

La couleur identitaire est le bleu

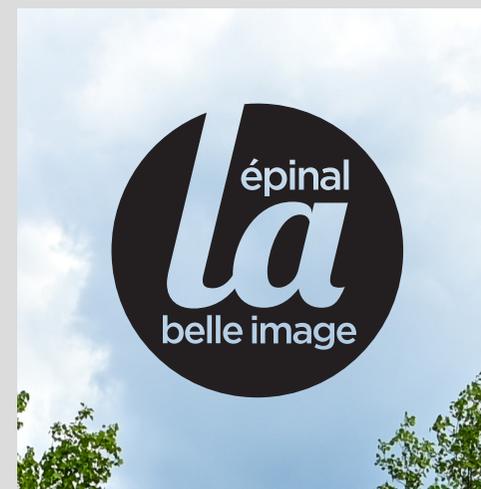
Possibilité d'utiliser le logo quadri ou transparent (uniquement pour le mot LA) sur tous les fonds si la lisibilité est respectée.



Les éléments de la marque

Application du logo noir et blanc sur un fond

Possibilité d'utiliser le logo
en version n/b - tramé - blanc
ou transparent (uniquement pour le mot LA)
sur tous les fonds si la lisibilité est respectée.



Les éléments de la marque

La typographie principale

Elle doit être utilisée sur toute la communication et est essentielle à la cohérence graphique de tous les supports.

ITC Avant Garde Gothic Pro Book
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

ITC Avant Garde Gothic Pro Medium
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

ITC Avant Garde Gothic Pro Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

Le slogan

Un slogan qui invite à la réflexion

À cette marque s'ajoute une question, une antiphrase qui joue sur l'ironie, pour donner le contraire du sens littéral :

« *On n'est pas bien là ?* ».

La formule invite à réfléchir.

Effectivement, regardez bien là autour de vous...

On n'est quand même pas mal sur notre territoire.

À ce slogan peut être associé le logo.
Téléchargeable sur epinal-labelleimage.fr

À ce slogan peuvent être ajoutés des mots clés
pour partager sur les réseaux sociaux :

#epinallabelleimage

#onestpasbienla

On n'est pas bien  ?

Les éléments de la marque

Notre univers photographique

Le poids des mots, le choc des photos !
Il s'agit de mettre en avant l'ensemble
de notre territoire au travers de visuels
qui traduisent nos valeurs et nos atouts.

Un pack de différents outils de communication
vous est proposé pour participer à la marque sur
vos différents supports. N'hésitez pas à nous faire
remonter vos idées, pour les nouvelles collections
de cartes postales.

RDV sur notre site internet epinal-labelleimage.fr
rubrique : **soyez-la-belle-image**

■ COMMUNAUTÉ
■ D'AGGLOMÉRATION
■ ÉPINAL



Les éléments de la marque

Notre univers filmographique

Des films de promotion du territoire sont également à la disposition de chacun pour partager les valeurs de la marque :

**Bien-être, Forêt , Vélo et bien d'autres
à découvrir**

SPORT
RANDO
PATRIMOINE
CONVIVIALITE
CULTURE
INNOVATION
SAINT-NICOLAS
NEIGE

Pour les visionner :
epinal-labelleimage.fr

[vimeo](https://www.vimeo.com) [YouTube](https://www.youtube.com)

■ COMMUNAUTÉ
■ D'AGGLOMÉRATION
■ ÉPINAL



Bien-être



Forêt



Vélo

Les éléments de la marque

Les différentes applications de la marque

Événements

Vous créez un événement dont l'agglomération est partenaire.

Nous vous invitons à faire figurer le logo de l'agglomération et celui de notre marque de territoire sur vos supports de communication.

Le logo de la marque doit être apposé après celui de l'agglomération (dans le sens de lecture soit à droite de celui de l'agglomération, si les logos sont côte à côte) OU sur le visuel de votre événement.

Des cadeaux à l'effigie de la marque peuvent également être mis à votre disposition lors de votre événement : autocollant, badges...

Adhésifs • Documents • Adhésifs • Cartes postales • Textiles • Badges • Sous-bock

...

■ COMMUNAUTÉ
■ D'AGGLOMÉRATION
■ ÉPINAL



Renseignements

Direction de la communication
Communauté d'Agglomération d'Épinal
1 avenue Dutac, 88000 ÉPINAL

Tél : 03 57 37 54 60
communication@agglo-epinal.fr
epinal-labelleimage.fr

