

POUR NOS PARTENAIRES



RÉGION
**Nouvelle-
Aquitaine**



CHARTRE GRAPHIQUE

“CRÉER UNE RÉGION
À NOTRE IMAGE :
UNE RÉGION
BIENVEILLANTE,
SOLIDAIRE,
PROTECTRICE
ET, BIEN SÛR,
INNOVANTE.”

ALAIN ROUSSET
Président du Conseil régional
Nouvelle-Aquitaine

SOMMAIRE

CHAPITRE 01	
INTRODUCTION	03

CHAPITRE 02	
LOGOS	09
TÉLÉCHARGEMENTS	11

CHAPITRE 03	
COULEURS	23

CHAPITRE 04	
TYPOGRAPHIE	27

CHAPITRE 05	
CO-SIGNATURE	33



CE PICTOGRAMME
INDIQUE QUE DES
FICHIERS D'EXÉCUTION
SONT DISPONIBLES EN
TÉLÉCHARGEMENT.
ILS DOIVENT ÊTRE UTILISÉS
POUR TOUTE REPRODUCTION.



CHAPITRE 01

INTRODUCTION

Cette charte graphique détermine les règles d'utilisation du nouveau logotype de la Région Nouvelle-Aquitaine.

Le respect de cette ligne graphique renforce l'image de qualité attachée au territoire et à l'institution, il est donc essentiel de s'y conformer. Cette charte présente également les principes de déclinaison sur les différents supports de communication.

Ces lignes directrices constituent les standards du logotype de l'institution régionale.

Toutes les règles ont été prises en compte pour créer un matériel de communication déclinable avec une certaine flexibilité créative.

Ce logo ne doit être ni déformé, ni amputé, ni penché, il devra respecter les indications techniques énumérées dans ce guide.

Ces règles d'utilisation s'adressent à tous nos partenaires, à tous ceux qui produisent des documents imprimés portant le logo de la Région Nouvelle-Aquitaine (affiches, dépliants, plaquette...).

En cas de difficulté, nous vous invitons à prendre contact avec :
la Direction de la Communication *Service Campagne & Création graphique* :
campagnecrea@nouvelle-aquitaine.fr

L'HISTOIRE

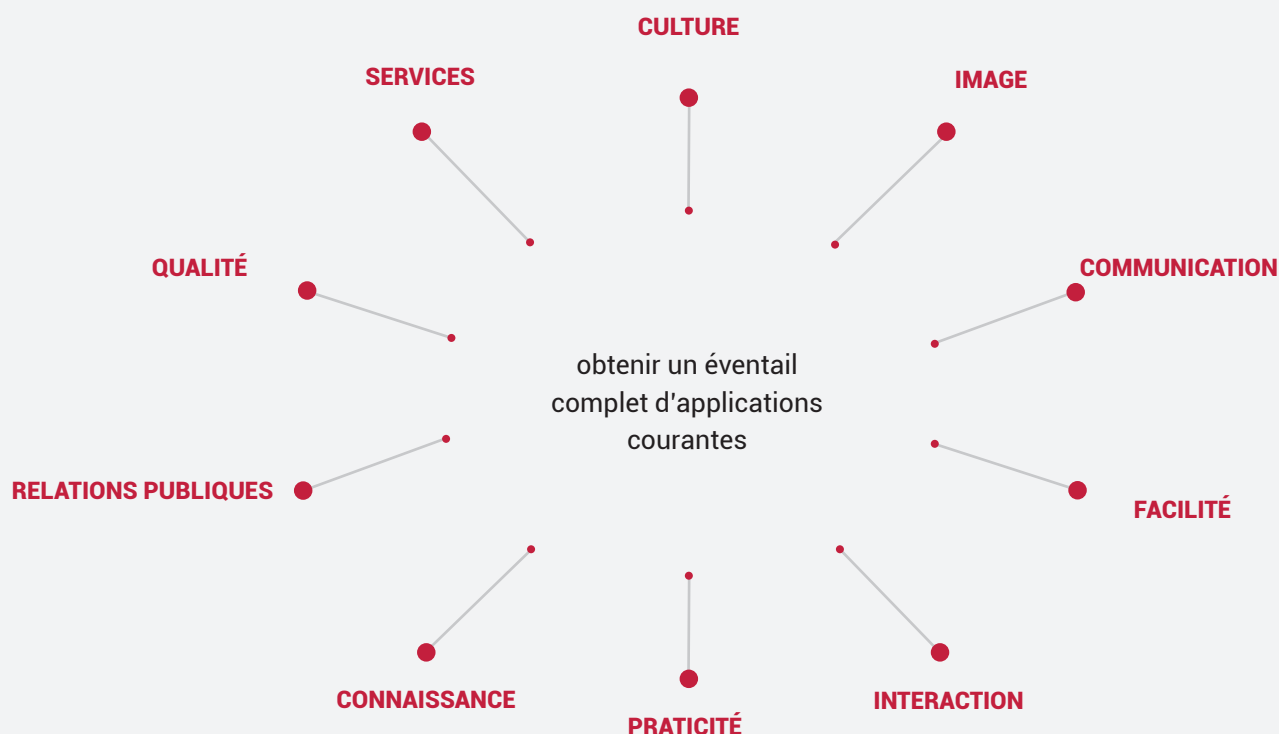
NOUVELLE-AQUITAINE ORIGINES

CE GUIDE A POUR OBJECTIF DE VOUS PRÉSENTER
LA RÉGION NOUVELLE-AQUITAINE,
SON IDENTITÉ GRAPHIQUE
ET LES CODES VISUELS QUI L'ACCOMPAGNENT.

Depuis le 1^{er} janvier 2016, l'Aquitaine, le Limousin et le Poitou-Charentes sont ainsi réunis au sein d'une même collectivité. Attractifs et complémentaires, nos anciens territoires possèdent tous les atouts nécessaires pour inspirer confiance et ambition.

Ce nouveau territoire, la Nouvelle-Aquitaine, s'est ainsi doté d'une identité dont voici les règles d'utilisation. Elles s'adressent à tous nos partenaires, à tous ceux qui produisent des documents imprimés portant le logo de la région Nouvelle-Aquitaine quel que soit le support.

LES OBJECTIFS DU LOGOTYPE



EN RÈGLE GÉNÉRALE,
NOTRE APPARENCE,
CE QUE NOUS FAISONS,
CE QUE NOUS DISONS,
TOUT A UN IMPACT DIRECT
SUR LA FAÇON DONT LE
MONDE NOUS PERÇOIT.

Le développement d'une identité de marque associe le logo ou les logos, les polices de caractères et les couleurs pour créer une image clairement marquante. Cette identité est importante et doit rester claire pour chaque cible.

La charte graphique permet de donner au territoire un image forte, unifiée et professionnelle à tous les publics, même si les communications viennent de centaines d'endroits différents.



DE L'ESQUISSE AU LOGOTYPE...

« Ce n'est pas un hasard si le périmètre de la Nouvelle-Aquitaine dessine un profil... Inspiré par la bravoure et la vaillance du lion, notre animal emblème historique, le nouveau logo de notre région approche dans ses contours les frontières du territoire pour **esquisser un visage**.

Les nombreux **cours d'eau** qui traversent notre région dessinent une **flamboyante crinière** à ce valeureux gardien de la côte Atlantique, nouveau symbole fort d'une région de caractères... »

“UNE IMAGE VAUT MILLE MOTS”

CONFUCIUS

Philosophe



CHAPITRE 02

LOGOS

LE CONTEXTE

LA RÉGULARITÉ EST CLÉ POUR LE SUCCÈS D'UN SYSTÈME IDENTITAIRE.

L'utilisation systématique du logotype de l'institution et de ses éléments renforcera sa valeur et sa résonance. Le résultat final étant la connaissance et la compréhension du logo par le public. Utilisez seulement les versions vectorielles pour toute reproduction du logo. Il ne doit pas être modifié numériquement ou manuellement. Il ne doit pas être déformé, redessiné, avoir des ombres portées, etc.

NOTRE POSITIONNEMENT

Fruit de l'union de trois régions possédant chacune une identité propre. Il traduit les origines historiques communes, notre force, nos richesses.

UN LOGO FÉDÉRATEUR

LE CARACTÈRE DE LA MARQUE

Au sein de cette nouvelle grande région, les identités infra-régionales vont retrouver toute leur vigueur, vont devenir plus fortes. Ce dynamisme s'illustre par le rouge, une couleur chaude ennoblie par une pointe de noir et par la figure du lion, emblème historique.

NOUS SOMMES : . FORTS . SOLIDAIRES . INNOVANTS

L'ENGAGEMENT

Notre crédibilité passe par une communication de qualité. Pour que chacun puisse se reconnaître sous l'égide de cette nouvelle identité, il est primordial que tous s'engagent à respecter les règles de ce guide. Le logo est l'emblème d'un tout qui ne saurait être modifié par un individu.

ZOOM SUR : . LA QUALITÉ . LE RESPECT . L'INTÉGRITÉ

LE LOGO : HORIZONTAL & VERTICAL

L'ÉLÉMENT GRAPHIQUE



Inspiré par la bravoure et la vaillance du lion, notre animal emblème historique, le nouveau logo de notre région approche dans ses contours les frontières du territoire pour esquisser un visage. Les nombreux cours d'eau qui traversent notre région dessinent une flamboyante crinière à ce valeureux gardien de la côte Atlantique

LA MARQUE TYPOGRAPHIQUE

RÉGION
**Nouvelle-
Aquitaine**

La typo utilisée est la ITC Avant Garde Gothic Demi italisée à 7 %. les points des « i » ont été modifiés pour être ronds plutôt que carrés. La jambe du « q » a été légèrement allongée. Lorsqu'il est fait référence à la Région Nouvelle-Aquitaine, vous êtes tenus d'utiliser des majuscules à Nouvelle et à Aquitaine, sans oublier le tiret.

LE LOGO OFFICIEL



Par contre, dans son usage url, le nom sera écrit en minuscules.

nouvelle-aquitaine.fr

TÉLÉCHARGEMENTS

IL EXISTE 2 LOGOS, UN HORIZONTAL ET UN VERTICAL, QUI DEVRONT ÊTRE UTILISÉS EN FONCTION DE LEUR SUPPORT.

[I]
Logo en
quadrichromie
sur fond blanc



Le logo vertical est une alternative au logo principal. Plus simple d'utilisation, il intégrera des formes plus complexes (badges ronds par exemples).

[II]
Logo en réserve



LES CARACTÉRISTIQUES DU LOGOTYPE

FÉDÉRATRICE

Les deux duchés d'Aquitaine et de Gascogne réunis, avec leur trois villes principales (Limoges, Poitiers, Bordeaux) préfiguraient autrefois de manière étonnante ce que va être la « grande région ». C'est ce passé commun qui transparaît dans les lignes du logo.

FORTE

Une couleur chaude et dynamique, encore accentuée par le noir profond. L'emblème historique : une figure animale, sauvage et noble, tout évoque la puissance, la volonté, le mouvement.

MODERNE

La Nouvelle-Aquitaine possède une industrie particulièrement dynamique pouvant s'appuyer sur des filières d'excellence, le logo, avec ses formes épurées, traduit la modernité et l'innovation.

HUMAINE

Ce logo nous parle de solidarité, d'une histoire humaine. Le contour du territoire est retranscrit avec fidélité, s'attachant au réel, à la terre, loin de toutes digressions abstraites ou subjectives.

LES RÈGLES GÉNÉRALES

QUALITÉ



Pour des impressions de qualité optimale, nous préconisons l'utilisation des logos au format vectoriel .eps.ai. ou .pdf. Ces fichiers sont à votre disposition sur le site www.nouvelle-aquitaine.fr

COULEURS



Les couleurs du logo sont porteuses de sens, elles ont été choisies avec soin pour traduire au plus juste les valeurs du territoire. Vous trouverez dans un chapitre dédié toutes les références colorimétriques nécessaires. [Cf page 29](#)

TYPOGRAPHIE



La typographie est tout aussi déterminante dans l'identité visuelle qu'un trait de caractère dans la personnalité d'un individu. Vous trouverez dans un chapitre dédié les différentes polices de caractère à utiliser. [Cf page 21](#)

TAILLE



Dans un souci de lisibilité, une taille minimale du logo est requise. [Cf page 16](#)

EMPLACEMENT



L'emplacement du logo et sa mise en valeur sont réglementés selon les supports, leur taille ou leur finalité. [Cf page 14](#)

RÉSOLUTION



Dans le cadre d'une utilisation qui ne serait pas vectorielle, la résolution pour l'impression est de 300 dpi et pour le web 72 dpi.

LES ESPACES DE SÉCURITÉ

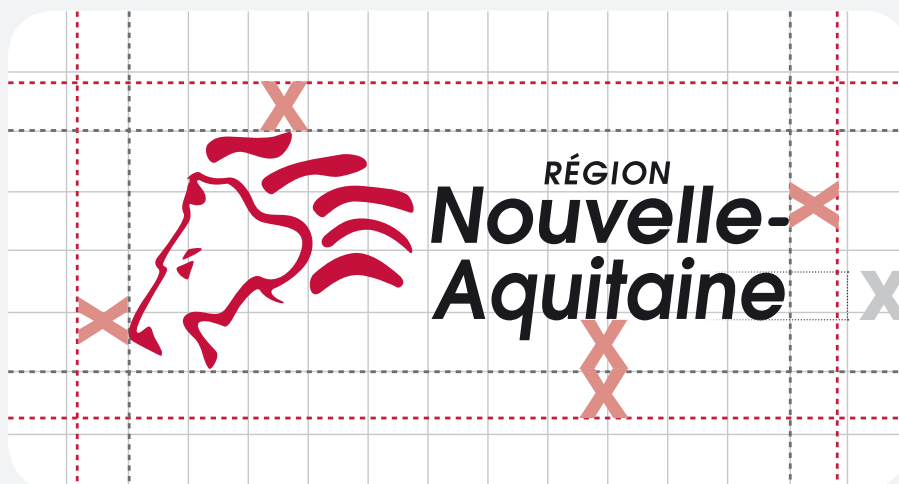
1 . LOGO PRINCIPAL



ESPACE DE SÉCURITÉ

X = valeur de référence pour calculer la zone de sécurité minimum.

Un espace libre minimal ayant pour unité « X », soit la hauteur des lettres « ine » du nom « Aquitaine », doit entourer le logo. En le séparant des autres éléments de conception graphique, cette zone lui assure un impact visuel et préserve sa lisibilité.



QUADRICHROMIE

Le logo principal en quadrichromie est utilisé dans des supports où la couleur est désirée.

NOTEZ QUE LA FORME EN ARRIÈRE-PLAN NE FAIT PAS PARTIE DU LOGO.



2. LOGO CARRÉ



ESPACE DE SÉCURITÉ

X = valeur de référence pour calculer la zone de sécurité minimum.

Un espace libre minimal ayant pour unité « X », soit la hauteur des lettres « ine » du nom « Aquitaine », doit entourer le logo. En le séparant des autres éléments de conception graphique, cette zone lui assure un impact visuel et préserve sa lisibilité.

NOTEZ QUE LA FORME EN ARRIÈRE-PLAN NE FAIT PAS PARTIE DU LOGO.

LES ESPACES DE SÉCURITÉ

3 . MONOCHROMIE



NIVEAUX DE GRIS

Le logo principal en noir est utilisé dans des supports où la couleur n'est pas disponible.



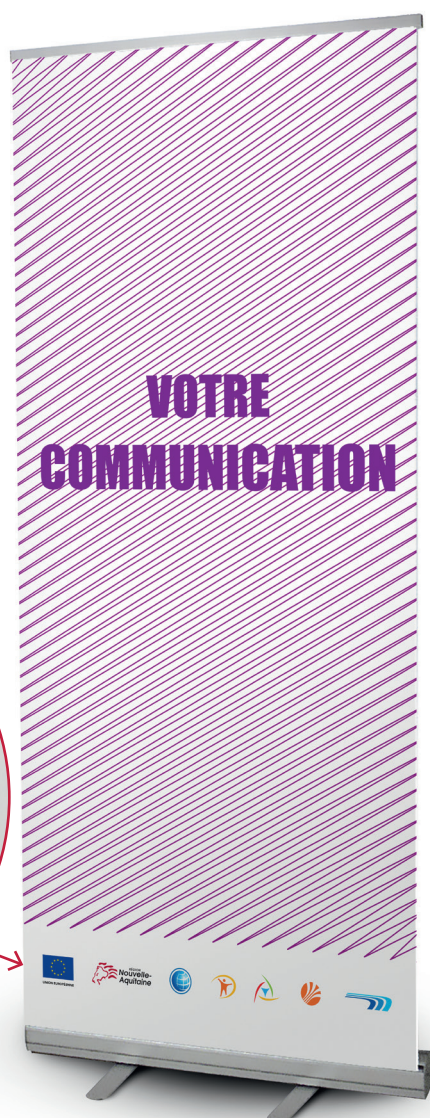
COULEUR UNIQUE

Le logo principal en blanc est utilisé dans des supports où la couleur ou le noir ne sont pas disponibles.

NOTEZ QUE LA FORME EN
ARRIÈRE-PLAN NE FAIT PAS
PARTIE DU LOGO.



LOGO RÉGION PARTENAIRE
EXEMPLE D'EMPLACEMENT



SON UTILISATION EN QUADRICROMIE

UTILISATION SELON LE PROCÉDÉ D'IMPRESSION

En quadrichromie,
le logo est utilisé sur des supports
où la couleur est permise.

Exemple : supports print quadri
offset, sérigraphie papier, etc.

EXEMPLE D'APPLICATION



TAILLE MINIMALE

Pour l'impression



Pour le web



3 VARIANTES DE LA MONOCHROMIE

ROUGE, NOIR ET BLANC - LES UTILISATIONS POSSIBLES

Couleur unique

Le logo monochrome est utilisé sur des supports où la couleur est permise.

Exemple : supports print quadri offset, sérigraphie papier, etc.

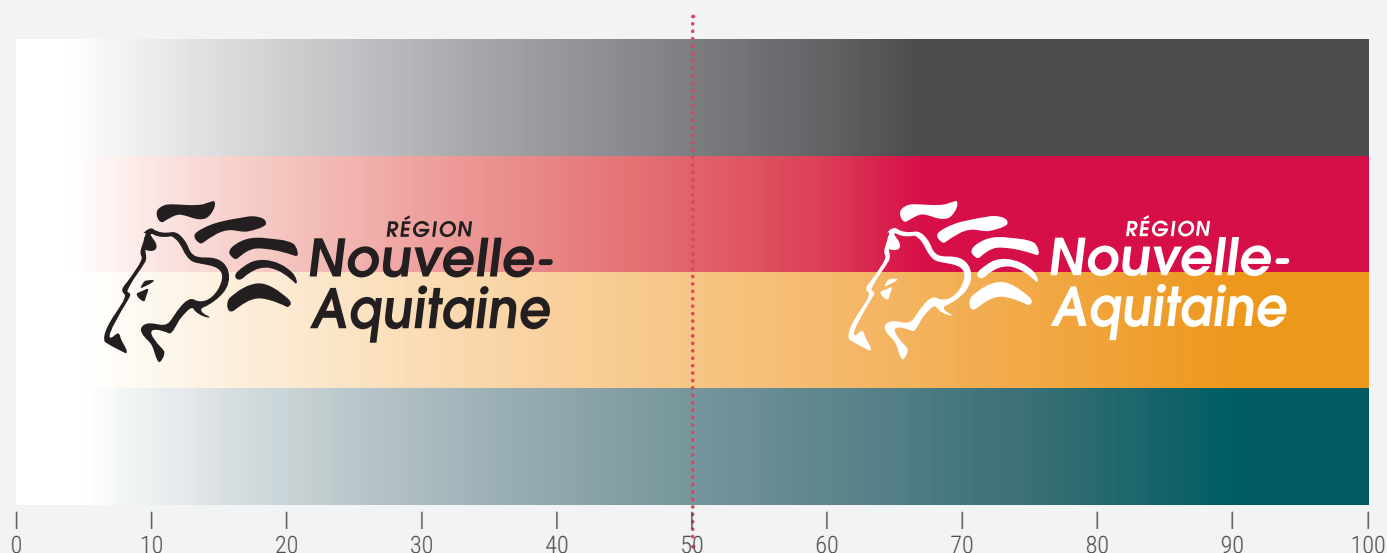


EXEMPLE D'APPLICATION



SON UTILISATION EN MONOCHROMIE

REPÈRES SELON LA DENSITÉ DES COULEURS



EXEMPLES

En règle générale, on utilisera le logo blanc sur fond foncé et le logo noir sur fond clair, la version principale restant celle en couleur (à n'utiliser que sur fond blanc).



LES USAGES INTERDITS



1. Ne pas modifier les couleurs



2. Ne pas modifier les proportions



3. Ne pas effacer des éléments



4. Ne pas pivoter



5. Respecter la zone de sécurité



6. Ne pas utiliser d'ombre portée



7. Ne pas déformer



8. Ne pas incliner



9. Ne pas changer la typographie



10. Ne pas changer la grille



11. Ne pas couper le logo

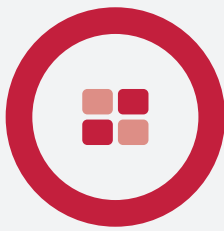


12. Ne pas ajouter des éléments

“MANIER
DES COULEURS ET DES LIGNES,
N’EST-CE PAS UNE VRAIE DIPLOMATIE,
CAR LA VRAIE DIFFICULTÉ C’EST
JUSTEMENT D’ACCORDER TOUT CELA.”

RAOUL DUFY

Artiste-peintre, dessinateur



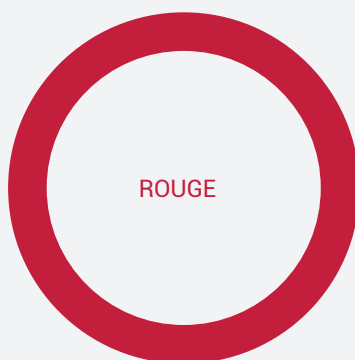
CHAPITRE 03

COULEURS

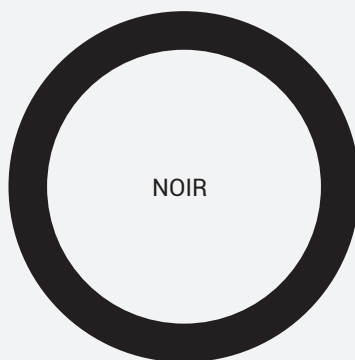
LA PALETTE DES COULEURS PRINCIPALES

Références des couleurs principales en Pantone®, CMJN, RVB et valeurs hexadécimales (web) : Celles-ci doivent toutes être utilisées de façon pertinente.

L'utilisation des couleurs doit toujours prendre en compte la lisibilité du logo.



PANTONE	Rouge 200C
CMJN	16/100/77/6
RVB	194/0/47
WEB	#C31632



PANTONE	Neutral Black
CMJN	0/0/0/100
RVB	24/23/22
WEB	#181716



PANTONE	
CMJN	0/0/0/0
RVB	255/255/255
WEB	#FFFFFF

“EN TERME DE DESIGN,
IL Y A SELON MOI
DEUX CHOSES ESSENTIELLES :
LA SIMPLICITÉ
ET LA CLARTÉ.
UN BON DESIGN
NAÎT DE CES DEUX ÉLÉMENTS.”

LINDON LEADER

Designer



CHAPITRE 04

TYPOGRAPHIES

LE JEU TYPOGRAPHIQUE

Le système typographique de la Nouvelle-Aquitaine repose sur un jeu de deux familles :

TeX Gyre Adevantor, sous licence publique GUST, police de titre vient en substitution de la ITC Avant Garde Gothic originale.

Roboto, sous licence APACHE, police de texte est disponible sous GoogleFont.

Ces deux familles de polices de caractères sont librement téléchargeables et exploitables sur tous types de supports.

TeX Gyre Adevantor

Roboto

LA TYPOGRAPHIE DOIT RESTER SIMPLE. NE CHARGEZ PAS LA GRILLE ET N'UTILISEZ PAS TROP DE TAILLES DIFFÉRENTES. UTILISEZ PLUTÔT LES DIFFÉRENTS STYLES POUR CONTRASTER VOTRE MISE EN PAGE.

La typographie est l'art et la **technique d'arranger les différents types de caractères pour que le message soit le plus attirant tout en restant lisible**. L'esthétique ne doit pas nuire à l'efficacité mais plutôt la servir. L'arrangement des types comprend la sélection des polices de caractères, leur taille, la longueur des lignes, l'interlignage, l'interlettrage et l'ajustement des espaces entre les paires de lettres.

LA POLICE DE CARACTÈRE - TITRES

Aa

TeX Gyre Adventor

L'HISTOIRE

La famille TeX Gyre Adventor des polices SansSerif est basée sur la **ITC Avant Garde Gothic**, conçue par Herb Lubalin et Tom Carnase en 1971 pour la fonderie ITC. L'influence de Herb Lubalin (1918-1981) est prépondérante dans la publicité américaine et les arts graphiques.

Caractère typographique aux lignes géométriques, particulièrement lisible. Il appartient à la famille des antiques. Les 4 styles standards contiennent près de 1 250 glyphes chacun.

RECOMMANDÉ POUR

Les titres et les sous-titres.

LICENCE

<http://tug.org/fonts/licenses/GUST-FONT-LICENSE.txt>



DISPONIBLE SUR

<https://www.fontsquirrel.com/fonts/TeX-Gyre-Adventor>

REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

LA POLICE DE CARACTÈRE - TEXTE

Aa

ROBOTO

L'HISTOIRE

Designé par Christian Robertson, Roboto a une double nature. Avec son squelette mécanique, ses formes sont largement géométriques. Parallèlement, la police comporte des courbes amicales et ouvertes pour donner un rythme de lecture plus naturel (plus couramment trouvé dans les types humaniste et serif).

La typographie courante utilisée par la région comporte 4 styles issus de la famille régulière : REGULAR, BOLD, ITALIC, BOLD ITALIC. Ils peuvent être complétés au besoin par les autres styles.

RECOMMANDÉ POUR

Le texte.

LICENCE

<http://www.apache.org/licenses/license-2.0>



DISPONIBLE SUR

<https://fonts.google.com/specimen/Roboto>

REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

LES STYLES TYPOGRAPHIQUES

TITRE/CHAPÔ

TEX GYRE ADVENTOR

VESTIBULUM RHONCUS NISL IN
FAUCIBUS VIVERRA. CURABITUR A
ENIM NON LOREM DICTUM.

SOUS-TITRES

TEX GYRE ADVENTOR BOLD

**Sed dignissim urna et purus tristique consequat.
Mauris blandit arcu a erat consequat pulvinar.**

INTRODUCTION

ROBOTO Bold

**Praesent in venenatis dui, vitae tempor arcu. Proin sodales,
justo nec consequat tempor, est felis ultrices nisl, in interdum
mi est vel ante.**

TEXTE COURANT

ROBOTO Regular

Nulla in quam a ipsum pulvinar dapibus. Nulla aliquet ornare
velit sit amet commodo.

STYLE DE PUCES

ROBOTO Regular

- Aliquam id enim vitae urna.
- Lobortis varius at nec sem.
- Interdum et malesuada fames.
- Aliquam id enim vitae urna.
- Lobortis varius at nec sem.
- Interdum et malesuada fames.

CITATION

ROBOTO Italic

*Pellentesque eleifend, sem vel pharetra imperdiet, eros eros
facilisis dolor, ut consectetur purus nulla non ipsum. Aliquam et
consectetur orci. Proin nunc tellus, iaculis ac imperdiet fermentum,
congue vehicula felis.*

LETTRINE

TEX GYRE ADVENTOR

Pellentesque eleifend, sem vel pharetra imperdiet, eros eros
facilisis dolor, ut consectetur purus nulla non ipsum. Aliquam et
consectetur orci. Proin nunc tellus, iaculis ac imperdiet fermentum,
congue vehicula felis.

LE TON TYPOGRAPHIQUE

Déterminez la police de caractères, sa taille et son style en fonction du message et de la direction esthétique à transmettre.



COURANT

ROBOTO REGULAR

ROBOTO ITALIC

ROBOTO BOLD

ROBOTO BOLD ITALIC

ACCENTUATION

TEX GYRE ADVENTOR BOLD

TEX GYRE ADVENTOR BOLD ITALIC

ROBOTO BLACK

“VENIR ENSEMBLE
EST UN COMMENCEMENT ;
RESTER ENSEMBLE EST UN PROGRÈS ;
TRAVAILLER ENSEMBLE
EST UN SUCCÈS.”

HENRY FORD

Industriel



CHAPITRE 05

CO-SIGNATURE

PRINCIPES DE CO-SIGNATURE

Le co-branding (ou co-signature) est une synergie qui permet de combiner les points forts de deux entités amenant ainsi quelque chose de nouveau ou

différent sur le marché grâce à cette collaboration.

Un système spécifique est mis en place pour la co-signature.

Il doit permettre à d'autres institutions, à des agences, d'être associées et indissociables de la nouvelle identité de la Région.

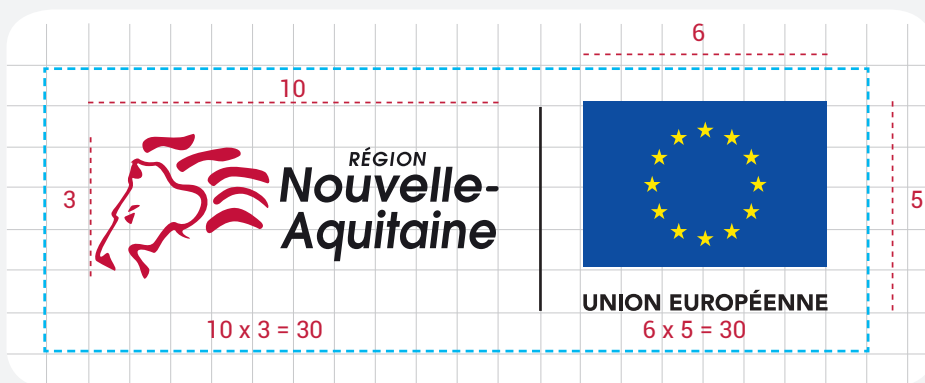
LE CAS MAJORITAIRE...

juxtapose les deux identités dans un cartouche blanc séparées par un filet noir centré sur la hauteur et réparti sur la largeur.

Les 2 logos doivent occuper une surface équivalente.



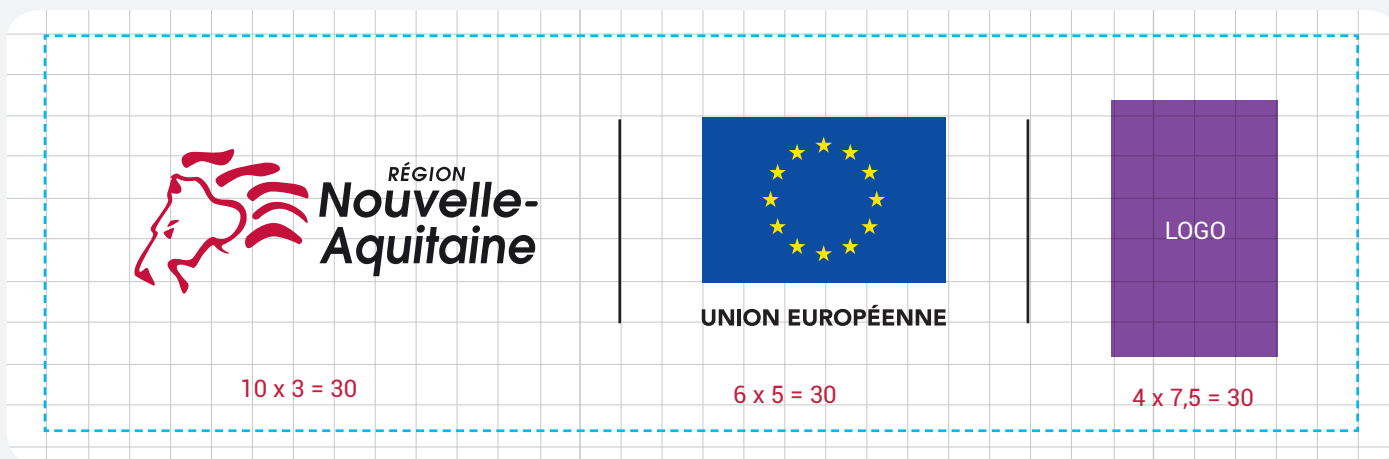
Exemple de co-signature avec le logo de l'Union Européenne :



1 unité = 1 carreau

LE CAS EXCEPTIONNEL...

deux logotypes distincts se juxtaposent au logo de la Région Nouvelle-Aquitaine.



ZONE DE PROTECTION

Les règles d'espaces de sécurité doivent être respectées dans ces cas de figure, de la même façon que pour le logo seul.

S'agissant de la co-signature, on observera le même espace autour que de part et d'autre du filet, à savoir :

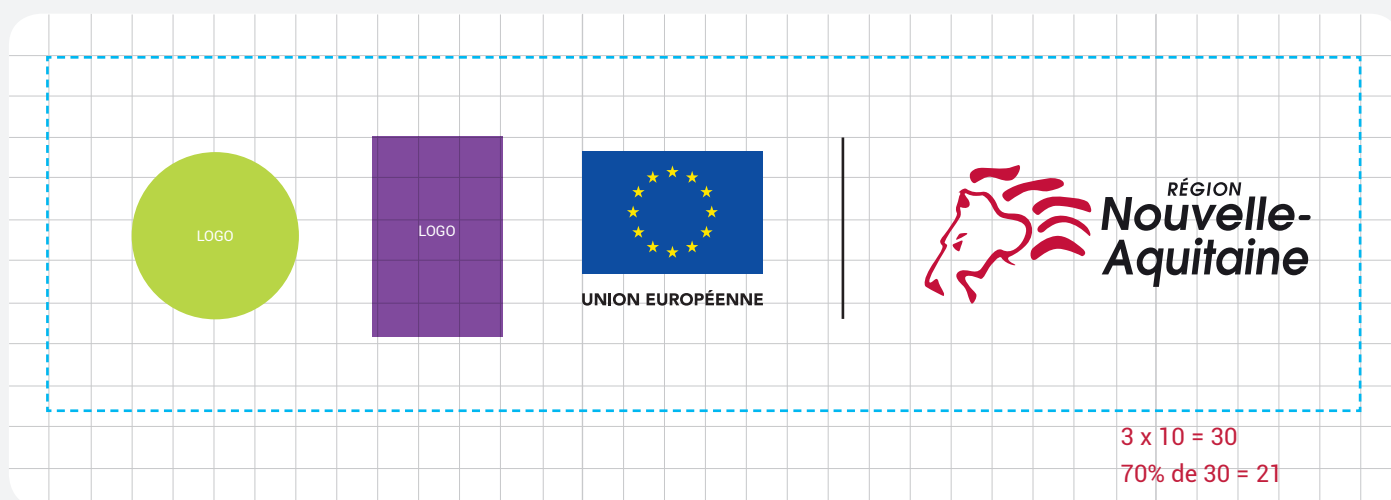
CAS MAJORITAIRE > 1 unité

CAS EXCEPTIONNEL > 2 unités

PARTENARIAT & COHABITATION

Dans le cadre d'une communication commune les logos partenaires occupent 70% de l'espace du logo dit «partenaire principal».

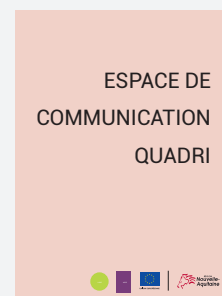
Exemple de placement et d'occupation de l'espace dans un partenariat :



ZONE DE PROTECTION

Les règles d'espaces de sécurité doivent être respectées dans ces cas de figure, de la même façon que pour le logo seul.

EXEMPLE D'APPLICATION



Partenariat



Hôtel de Région
Direction de la Communication
14 rue François-de-Sourdis
CS 81 383
33 077 BORDEAUX Cedex
T. : +33 (0) 5 57 57 80 00
nouvelle-aquitaine.fr