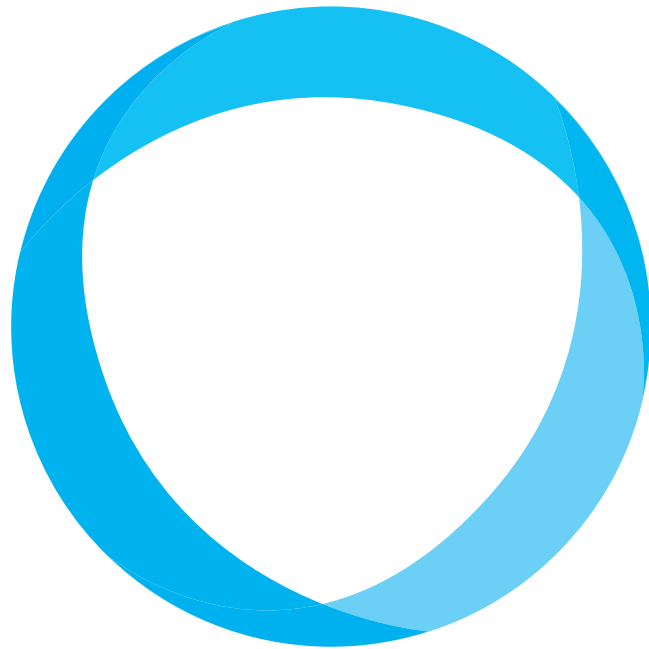


Charte Graphique



Touristhich

Développons un tourisme durable

La charte graphique est un élément de cohérence globale et de démarcation indispensable pour un bureau d'étude tel que le nôtre. Touristhic évolue dans l'univers du développement durable, un domaine très convoité en ces temps où il est impératif de se différencier.

En définissant les grands principes de l'identité visuelle de notre cabinet, la charte graphique nous permet d'en contrôler l'image et de rester cohérent face au client. En effet, une identification facile et directe est signe de qualité et de rigueur : deux valeurs qui nous sont chères.

_Son rôle premier est de définir techniquement, de manière précise et universelle l'utilisation du logotype.

_Son second rôle est de déterminer toutes les règles indispensables au respect de l'unité graphique de l'entreprise.

Il est défini ici la majorité des problèmes que vous pourriez rencontrer. Toutefois, pour une situation non décrite dans la charte, il est indispensable de contacter le responsable communication de l'entreprise ou la direction.

Logotype.....	Page 4
Symboliques	Page 5
Signature de marque.....	Page 6
Déclinaison	Page 7
Typographies.....	Page 8
Interdits	Page 9
Applications	Page 10
CD-rom.....	Page 12

Le logotype



Le logotype est le premier symbole qui véhicule l'image de notre cabinet. Il est impératif pour Touristhich de le maîtriser.

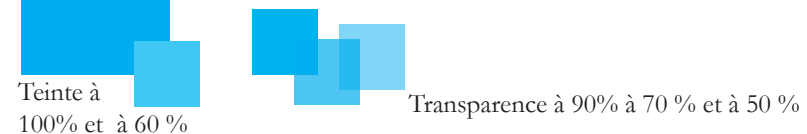
Il est donc indispensable que les règles définissant son utilisation soit respectées, pour ne pas créer de confusion auprès des clients ou du public.

Notre logotype est monochrome cyan à différentes valeurs. Lorsque l'utilisation de la couleur n'est pas possible, il sera en valeur de gris.

Les hachures définissent l'encadrement minimum devant rester libre autour du logotype. Cette exigence permet de ne pas le dénaturer ni de le noyer avec d'autres textes ou images. Cette taille est égale à la largeur du T de Touristhich.

La couleur

La couleur du logotype est le cyan, de différentes teintes et à différents % de transparence.



Symboliques

Les formes Le cercle : Symbole de la perfection, du temps et d'unité, le cercle a de nombreuses définitions sémantiques. Il nous rappelle bien évidemment notre planète Terre que nous avons pour rôle de protéger par nos actions de développement durable lié au tourisme.

Le triangle : A l'intérieur du cercle, on distingue un triangle qui symbolise alors la traduction schématique du développement durable. On peut également assimiler ce triangle à un écusson qui ramène à un esprit protecteur de l'environnement.

La transparence : Il est important de nos jours d'afficher une transparence maximale face à nos clients. La transparence entre également dans notre définition de l'éthique et notre politique de travail.

Les couleurs Le cyan : Une des trois couleurs primaires, le bleu a pour principales symboliques la pureté et la profondeur. Le regard s'y enfonce à l'infini, sans rencontrer d'obstacle. Appliquée à un logo, la couleur bleue allège les formes, les ouvre. Elle calme et apaise l'esprit. Plutôt masculine, c'est une couleur qui souligne le sérieux, la compétence et l'avancée technologique qui s'applique à notre cabinet d'expertise.

Le blanc : Couleur de pureté par excellence mais aussi de passage. Le passage du tourisme d'avant au tourisme de demain, où le développement durable sera de rigueur.

Typographie La typographie s'inscrit dans la tendance actuelle, tout en restant simple et durable. Malgré son rapport hauteur/chasse, elle reste très lisible. Cette caractéristique lui procure un côté dynamique et une tonalité noble et distinctive.

La signature de marque

La signature est toujours associée au logotype, pour appuyer ce dernier dans la compréhension du secteur d'activité, et des valeurs de notre cabinet d'études.

Développons un tourisme durable

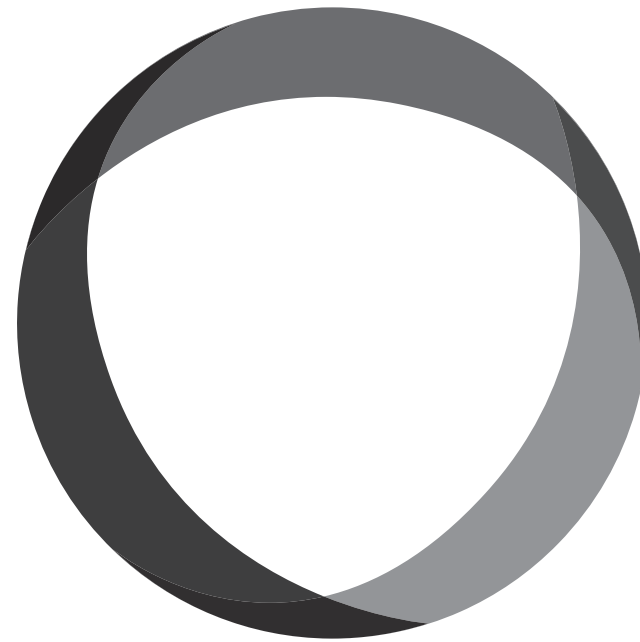
A l'expression consacrée « développement durable » se substitue la notion de « tourisme durable » transposant toutes les valeurs de cette idéologie au secteur du tourisme.

L'emploi en tête de phrase du verbe d'action « développer » à la première personne du pluriel a une notion englobante de la cible potentielle

Déclinaison

Le noir et blanc n'est en fait présent que dans le cas de photocopies, de fax, ou de rares documents à imprimer en noir et blanc.

Son utilisation est à limiter au maximum car la couleur du logo est importante pour notre image.



Touristhic
Développons un tourisme durable

Les typographies

Libel Suit

abcdefghijklmnopqrstuvwx
abcdefghijklmnopqrstvwxyz
1234567890 & ? ! , ; . : € £ \$ % @

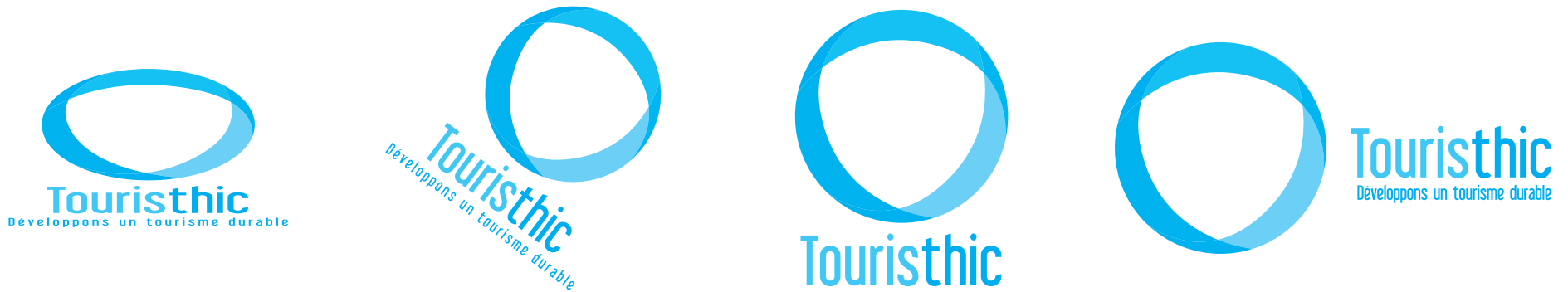
Dessinée en 1999 par Ray Larabie, c'est une typographie gratuite que l'on peut trouver sur ce site internet : <http://www.larabiefonts.com/>

Garamond

abcdefghijklmnopqrstuvwx
abcdefghijklmnopqrstvwxyz
1234567890 & ? ! , ; . : € £ \$ % @

Le « Garamond » est l'un des caractères les plus mythiques de la typographie. Abondamment copié et interprété depuis sa création vers 1532, il est disponible aujourd'hui en de nombreuses versions dont les différences trouvent leur explication dans un savoir-faire ancien, la gravure de poinçons typographiques. Claude Garamond, est célèbre dans l'histoire de la typographie ; sa carrière et sa vie privée sont mal connues. D'abord apprenti chez l'imprimeur parisien Antoine Augereau, qui aurait taillé des poinçons pour des caractères romains, il travaille ensuite chez Pierre Haultin et chez les Chevallon à son compte. En 1545 et 1546, Garamond s'occupe de la librairie ; il publie, en association avec Jean Barbé une dizaine de volumes imprimés par Pierre Gaultier. Après sa mort, l'essentiel de son matériel est racheté par son collègue Guillaume Le Blé, et le reste par Christophe Plantin à Anvers et par André Wechel à Paris.

Les interdits



Il est interdit de modifier quelques composantes que ce soit de notre logotype (changer la position ou la forme du rond ...)
Il est interdit de déformer, de couper ou d'appliquer une rotation ou un miroir à notre logotype.

Il est interdit d'intervertir les couleurs de notre logotype ou de les changer.
Il est interdit d'appliquer notre logotype sur un fond ne permettant pas une lisibilité parfaite.



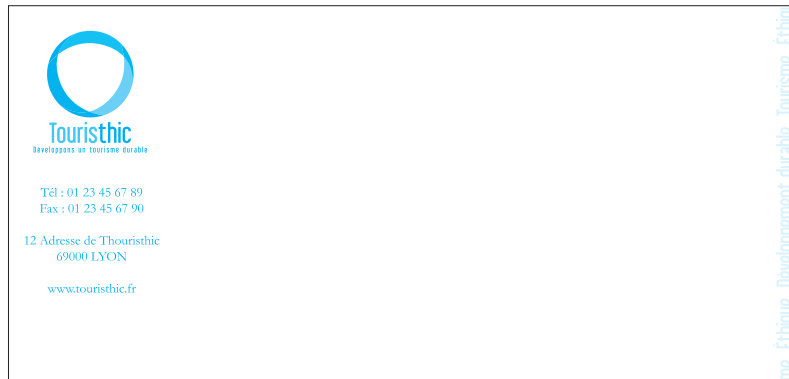
Applications

Les documents présentés dans la charte sont à l'échelle 1/2

Carte de visite



Carte de correspondance



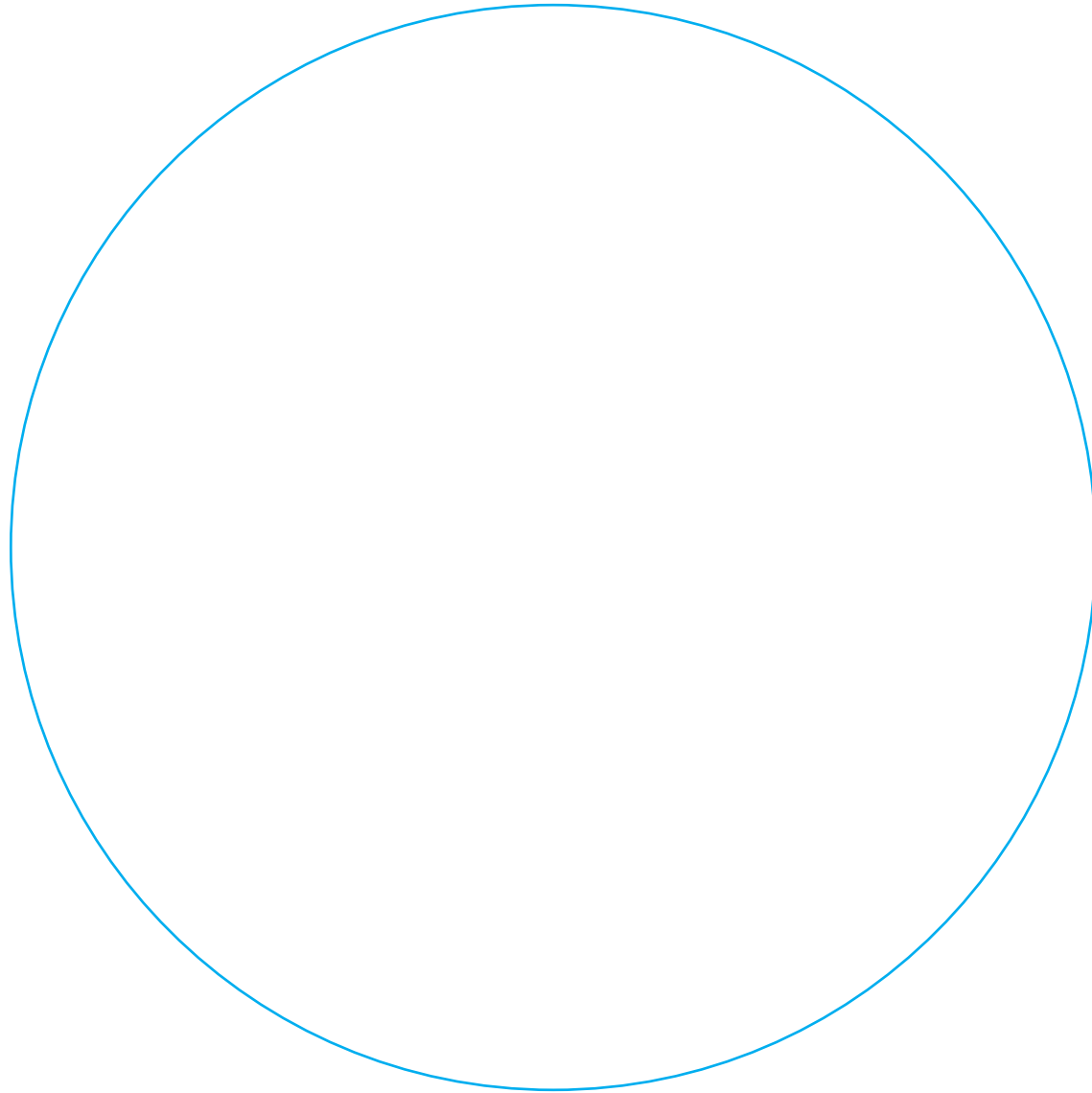
Enveloppe

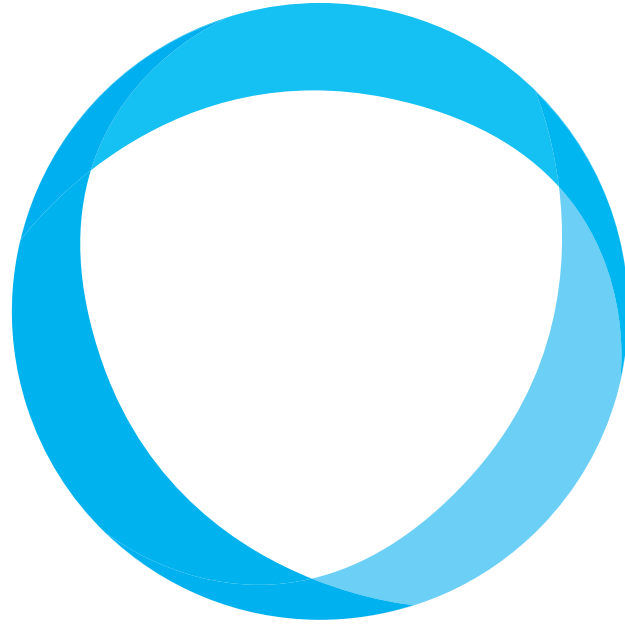


Papier en tête



Cd-rom





Touristhic

Développons un tourisme durable