



CHARTE GRAPHIQUE

SOMMAIRE

1

ÉDITO
P.03 À 05

2

LOGOTYPE
P.06 À P.10

3

REGLES
D'UTILISATIONS

4

ÉLÉMENTS DE BASE
P.16 À P.19

5

IMPRIMÉS
P.20 À P.23

ÉDITO

1

LES VALEURS & L'IDENTITÉ	P.3
CRÉATION D'UN LOGOTYPE	P.4
POURQUOI UN BRAND BOOK ?	P.4

01 - ÉDITO

LES VALEURS & L'IDENTITÉ

LA LIMOGES GAMES CUP EST UN ÉVÉNEMENT E-SPORTIF INTERNATIONAL, ORGANISÉ PAR UNE ASSOCIATION DU MÊME NOM. POUR SA PREMIÈRE ÉDITION EN 2021, LA LGC PROPOSE DE VIVRE L'ESPORT AUTREMENT AVEC, PAR EXEMPLE, LA DIVERSITÉ DES JEUX PROPOSÉS AINSI QUE LES ANIMATIONS QUI FERONT VIVRE LIMOGES LE TEMPS D'UN WEEK-END. DIFFÉRENTS «FORAITS» SERONT AINSI PROPOSÉS POUR QUE TOUT UN CHACUN PUISSE PROFITER À SA GUISE DE L'ÉVÉNEMENT.

OBJECTIF DE LA COMMUNICATION : L'OBJECTIF EST DE CRÉER L'ENTIÈREté DE L'IDENTITÉ VISUELLE POUR LA LIMOGES GAMES CUP. PAR LA SUITE, IL S'AGIRA DE METTRE EN PLACE UNE COMMUNICATION RECONNAISSABLE ET ATTRAYANTE, DANS L'OPTIQUE DE CERNER L'ÉVÉNEMENT, AINSI QUE LE LIEU OU CE DERNIER SE DÉROULERA. SI L'ÉVÉNEMENT AFFICHE COMPLET SUR LE WEEK-END, ALORS NOUS POURRONS ÊTRE SATISFAIT DE CETTE ÉDITION 2021.

OBJECTIF DE L'ÉVÉNEMENT : LA LGC A POUR OBJECTIF DE DÉMOCRATISER L'ESPORT, EN FAIRE L'UNE DES VILLES PRÉCURSEURS DE CE NOUVEAU MODE DE DIVERTISSEMENT. EN SOMME, ELLE SOUHAITE FAIRE DÉCOUVRIR ET FAIRE PROFITER LES AMATEURS, PROFESSIONNELS, ET CURIEUX DE CE MILIEU.

POURQUOI UN BRAND BOOK ?

CE BRAND BOOK A POUR OBJECTIF D'HARMONISER LA COMMUNICATIONS EN INTERNE COMME EN EXTERNE AFIN DE RENFORCER L'IMAGE. LA MISE EN PLACE DE CODES DE MARQUE PERMET DE RÉUNIR SOUS UNE MÊME IDENTITÉ GRAPHIQUE L'ENSEMBLE DE VOS COMMUNICATIONS.

CE DOCUMENT DÉFINIT DES CODES GRAPHIQUES QUI RENFORCERONT VOTRE IMAGE DE MARQUE.

LE LOGOTYPE EST RÉSERVÉ AUX PARTENAIRES ET COLLABORATEURS DE LA LGC

CREATION D'UN LOGOTOYPE

VOTRE LOGOTYPE EST LE SOCLE DE LA COMMUNICATION VISUELLE, IL DOIT ÊTRE SIMPLE ET LISIBLE.

MAIS SOUS CETTE SIMPLICITÉ GRAPHIQUE SE CACHE UN TRAVAIL COMPLEXE.

VOTRE LOGO DOIT REPRÉSENTER L'ÉTAT D'ESPRIT ET VOTRE SECTEUR D'ACTIVITÉ.

VOTRE LOGO DOIT ÉGALEMENT APPORTER UNE VISION À LONG TERME DES CHOIX GRAPHIQUES POUR ASSURER LA PÉRENNITÉ DE L'IMAGE.

CETTE CHARTE GRAPHIQUE DICTE LES RÈGLES À APPLIQUER POUR UNE UTILISATION OPTIMALE DE VOTRE NOUVELLE IDENTITÉ.

SON UTILISATION EST SOUMISE À DES RÈGLES QUI DOIVENT ÊTRE RESPECTÉES POUR ASSURER UNE LISIBILITÉ ET UNE COHÉRENCE DANS SON DÉPLOIEMENT.



LOGOTYPE



UNE HISTOIRE DE SIGNE	P.7
LA TYPOGRAPHIE DU LOGOTYPE	P.8
LES COULEURS DU LOGOTYPE	P.9
LES VARIATIONS DU LOGOTYPE	P.10

02 - LOGOTYPE

UNE HISTOIRE DE SIGNE

NOUS AVONS RÉALISÉ UN LOGOTYPE COLORÉ, DÉGRADABLE EN NOIR ET BLANC.

LE LOGO MONTRE UN ASPECT RELATIVEMENT IMPOSANT, FORT. OUTRE LES COULEURS, BLEU ROI ET OR, LA SYMBOLIQUE DE L'AIGLE, ANIMAL AMBLÉMATIQUE, PERMET DE CERNER ASSEZ SIMPLEMENT LE DOMAINE D'ACTIVITÉ DE LA LGC.

CE LOGO S'APPUIE PAR AILLEURS SUR LES VALEURS DE L'ÉVÉNEMENTS : LA DÉCOUVERTE D'UNE COMPÉTITION DE JEUX VIDÉOS HAUTE EN COULEURS.

LES AILES ONT ÉTÉ INTÉGRÉES DE FAITE À CE QU'ELLES ENTOURENT ET INDIQUENT LE TITRE DE NOTRE LOGO «LIMOGES GAMES CUP». LA TYPOGRAPHIE UTILISÉ POUR CE LOGO EST UN ÉLÉMENT INDISPENSABLE PUISQU'ELLE A L'AVANTAGE DE CORRESPONDRE AU «GENRE» DE TYPOGRAPHIE UTILISÉE LORSQUE L'ON PARLE D'ESPORT.

C'EST AUSSI ÇA UN LOGOTYPE, REPRÉSENTER L'ÉNERGIE D'UN LIEU.



LA TYPOGRAPHIE DU LOGOTYPE

LA TYPOGRAPHIE EST UN ÉLÉMENT CLÉ DE L'IDENTITÉ VISUELLE.

«RESISTANCE IS LOWERED BOLD», C'EST LE NOM DE LA TYPOGRAPHIE UTILISÉE. CELLE CI PRÉSENTE DE NOMBREUX AVANTAGES, OUTRE LE FAIT D'ÊTRE ÉPAISSE, ET DONC PAR CONSÉQUENT, LISIBLE, ELLE FAIT RESSORTIR UN ASPECT ASSEZ FUTURISTE, SANS ÊTRE DANS L'EXCÈS... A L'IMAGE DE LA DÉMOCRATISATION DE L'ESPORT, IL Y A QUELQUES ANNÉES CONSIDÉRÉ COMME ÉTANT UN PASSE TEMPS FUTILE.

ABCDEFGHI
JKLMNOPQ
RSTUVWXYZ

123
456
7890

LES COULEURS DU LOGOTYPE

LES COULEURS FONT PARTIE INTÉGRANTE DU LOGOTYPE, ET PAR EXTENSION DE L'IDENTITÉ VISUELLE.

POUR DÉVELOPPER UNE COMMUNICATION COHÉRENTE, IL EST INCONTOURNABLE DE PRÉVOIR LES COULEURS DU LOGOTYPE.

CHOIX DES COULEURS :

NOUS AVONS FAIT LE CHOIX DE COISIR DES COULEURS RAFFRAICHISSANTES, INSPIRANT LA COMPÉTITION TOUT EN RESTANT ACCESSIBLE.



BLANC CMJN

CYAN : 0 %
MAGENTA : 0 %
JAUNE : 0 %
NOIR : 0 %

BLANC RVB

ROUGE : 255 %
VERT : 255 %
BLEU : 255 %



BLANC CMJN

CYAN : 100 %
MAGENTA : 94 %
JAUNE : 29 %
NOIR : 20 %

BLANC RVB

ROUGE : 38 %
VERT : 43 %
BLEU : 97 %



BLANC CMJN

CYAN : 20 %
MAGENTA : 61 %
JAUNE : 100 %
NOIR : 10 %

BLANC RVB

ROUGE : 191%
VERT : 108 %
BLEU : 20 %

LES VARIATIONS DU LOGOTYPE

UN LOGOTYPE DOIT POUVOIR S'ADAPTER À TOUS LES USAGES, C'EST POUR CELA QUE DIFFÉRENTES VERSIONS SONT CRÉÉES. CHAQUE VERSION CORRESPOND À UN USAGE DÉFINI.



VERSION OFFICIELLE EN COULEUR & TEXTE COULEUR.



VERSION EN NIVEAU DE GRIS DU LOGOTYPE, À UTILISER EXCLUSIVEMENT SUR LES DOCUMENTS IMPRIMÉS EN NIVEAUX DE GRIS.



VERSION EN NOIR ET BLANC DU LOGOTYPE, À UTILISER SUR D'AUTRES TYPES DE FONDS (LORSQUE LE FOND NE S'ACCORDE PAS AVEC LE LOGO EN COULEURS).



VERSION EN BLANC DU LOGOTYPE, À UTILISER PRINCIPALEMENT SUR DES FONDS PLUS FONCÉS.

REGLES D'UTILISATION

UNE HISTOIRE DE SIGNE	P.7
LA TYPOGRAPHIE DU LOGOTYPE	P.8
LES COULEURS DU LOGOTYPE	P.9
LES VARIATIONS DU LOGOTYPE	P.10

LA TYPOGRAPHIE DU LOGOTYPE

POUR RESTER LISIBLE, UNE TAILLE MINIMALE EST DÉFINIE POUR LE LOGOTYPE. EN DESSOUS DE CETTE TAILLE, LE NOM «LIMOGES GAMES CUP» SERA ÉCRIT EN TOUTES LETTRES.



LAISSEZ RESPIRER LE LOGOTYPE

QUEL QUE SOIT L'USAGE QUE VOUS FEREZ DU LOGOTYPE, UNE ZONE DE PROTECTION EST À RESPECTER. LA ZONE DE PROTECTION CORRESPOND À UN ESPACE AUTOUR DU LOGOTYPE DANS LEQUEL AUCUN ÉLÉMENT NE PEUT APPARAÎTRE. CETTE ZONE A POUR OBJECTIF DE PROTÉGER VISUELLEMENT LE LOGOTYPE AFIN DE VEILLER À SA BONNE RECONNAISSANCE. CET ESPACE NE DOIT ÊTRE ENCOMBRÉ D'AUCUN ÉLÉMENT DE TEXTE OU DE VISUEL.



LES INTERDITS & OBLIGATIONS

POUR POUVOIR ÊTRE RECONNU, UN LOGOTYPE SE DOIT DE RESTER SIMILAIRE D'UN VISUEL À UN AUTRE. C'EST DONC PAR SOUCI DE COHÉRENCE QUE LE LOGO EST SOUMIS À DES RÈGLES STRICTES QUI DEVRONT S'APPLIQUER SUR TOUS LES SUPPORTS DE COMMUNICATION.

VOICI UNE LISTE NON EXHAUSTIVE DES DÉFORMATIONS À NE PAS FAIRE.

CETTE PAGE RASSEMBLE LES ERREURS LES PLUS COURANTES. IL APPARTIENT À CHACUN D'ENTRE NOUS D'EXERCER SA VIGILANCE EN VEILLANT À CE QUE LA REPRODUCTION DU LOGOTYPE NE SOIT EFFECTUÉE QU'À PARTIR DE CE LIVRET DE RÉFÉRENCE.



L'APPLICATION DU LOGO SUR UN FOND

SUR LES FONDS DE COULEUR, UNE VERSION EN DÉFONCE DU LOGOTYPE DEVRA ÊTRE UTILISÉE AFIN DE GARANTIR LA BONNE LECTURE DE CELUI-CI.

CETTE VERSION DU LOGOTYPE POURRA ÉGALEMENT ÊTRE UTILISÉE SUR DES PHOTOGRAPHIES AYANT UN FOND FONCÉ PEU COMPLEXE (À CONDITION DE NE PAS PERTURBER SA LISIBILITÉ).



ÉLÉMENTS DE BASE



LA TYPOGRAPHIE PRINCIPALE	P.17
LA TYPOGRAPHIE PRINCIPALE VARIANTE	P.18
LA TYPOGRAPHIE D'ACCENTUATION	P.19

LA TYPOGRAPHIE PRINCIPALE

LES TYPOGRAPHIES PRINCIPALES DOIVENT ÊTRE UTILISÉES SUR TOUTE LA COMMUNICATION DU CLIENT.
CETTE TYPOGRAPHIE NE DOIT PAS ÊTRE UTILISÉE AVEC DES CORPS DE PETITE TAILLE.
ELLE PERMET DE COMPLÉTER LE LOGOTYPE.
L'UTILISATION DE CETTE TYPOGRAPHIQUE EST ESSENTIELLE À LA COHÉRENCE GRAPHIQUE DE TOUS LES SUPPORTS DE COMMUNICATION.

TYPOGRAPHIE PRINCIPALE

— ACIER BAT, TEXT SOLID

ACIER BAT TEXT NOIR

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

É È Ç À Ù Ä Æ Ï Ö

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

® # & « » ' () ? ! { } * € \$ £ % = + - , ; . : : < > / ° -

LA TYPOGRAPHIE PRINCIPALE VARIANTE

CI-APRÈS LES DIFFÉRENTES VARIANTES DE LA TYPOGRAPHIE ACIER BAT. SES DIFFÉRENTS CORPS DE GRAISSE POURRONT ÊTRE UTILISÉS DANS LES COMMUNICATIONS INTERNES ET EXTERNES.

TYPOGRAPHIE PRINCIPALE

- ACIER BAT, TEXT NOIR
- ACIER BAT, TEXT GRIS

ACIER BAT TEXT NOIR

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

É È Ç À Ù Ä Æ Ï Ö

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

@ # & « » ' () ? ! { } * € \$ £ % = + - , ; . : : < > / ° - _

ACIER BAT TEXT GRIS

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

É È Ç À Ù Ä Æ Ï Ö

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

@ # & « » ' () ? ! { } * € \$ £ % = + - , ; . : : < > / ° - _

LA TYPOGRAPHIE D'ACCENTUATION

AFIN DE DYNAMISER LES MISES EN PAGE, UNE TYPOGRAPHIE D'ACCENTUATION S'AJOUTE À LA TYPOGRAPHIE PRINCIPALE.
CELLE-CI EST UTILISÉE DE MANIÈRE PONCTUELLE.

TYPOGRAPHIE PRINCIPALE

— VOICE IN MY HEAD

VOICE IN MY HEAD

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

© # & () ? ! () + \$ % = + - , ; . : : () / -

