



Concept Créatif & Charte Graphique

Sommaire

1. LE CONCEPT	
A. Généralité	4
B. Logo	5
C. Signature	6
D. Anachronisme Visuel / Accroche	7
2. LA CHARTE GRAPHIQUE	
A. Logo	
a. Original et ses références couleurs	9
b. Références typographiques	10
c. Déclinaisons valeurs de gris, tramé et négatif tramé	11-12
d. Guide d'utilisation	13
e. Inclusion dans cartouche	14
f. Signature	15
B. Visuels de campagne	
a. Principe graphique	17-18
b. Références typographiques	19
c. Références photographiques	20
d. Références illustratives	21
e. URL et son utilisation	22
f. Luminosité	23

1. LE CONCEPT

A. Général

La Route des Châteaux d'Alsace - Des châteaux et bien plus encore

Le concept de la campagne s'appuie sur différents éléments :

- un logo qui affirme et assoit l'identité de la Route des Châteaux d'Alsace, en cohérence avec la communication environnante (Région Alsace, CRT Alsace) et la hisse au rang de véritable marque.
- une signature (« Des châteaux et bien plus encore ») qui présente une véritable promesse d'ouverture : la Route des Châteaux propose ce qu'elle annonce (des châteaux et cités fortifiées) certes, mais pas seulement.
- un anachronisme entre le visuel et l'accroche, qui attire l'attention.

1. LE CONCEPT

B. Logo



LE LOGO «Route des Châteaux d'Alsace» comme véritable référence touristique.

Le logo se compose d'un visuel reprenant les proportions du bretzel Alsace et matérialisant la topographie vallonnée des sites, surmontée par la silhouette stylisée d'un château médiéval et du phrasé « Route des Châteaux d'Alsace ».

Sa lecture est simplifiée à «Route Châteaux Alsace» pour un impact plus fort et une mémorisation plus efficace.

Le parti pris coloré est guidé par un besoin d'attractivité et de cohérence visuelle, ainsi que par une volonté de s'affirmer face à une concurrence souvent timide et (trop) fade.

Les couleurs vives et les contrastes apportent du peps et de la fraîcheur.

Le travail de dessin vectoriel fait aussi référence aux éléments existants dans la communication touristique de la région (Alsaquizz par exemple).

L'ensemble est traité graphiquement dans un style simple, épuré et contemporain.

1. LE CONCEPT

C. Signature

**Des châteaux,
et bien plus encore**

**«Des châteaux et bien plus encore»
ou rêver en gardant les pieds sur terre (au sens propre)**

Les châteaux et cités fortifiées qui ponctuent cette route en sont les piliers. Ils guident les visiteurs, comme les phares guident les marins en mer. Ils forment un itinéraire qui offre, non seulement, de véritables écrans d'histoire en pleine nature, mais qui permet au visiteur d'EN PLUS découvrir des lieux d'exception et vivre des moments inoubliables. Car cette Route des Châteaux propose, en toile de fond, des sites naturels splendides, des vues époustouflantes, des aventures inoubliables, des moments de détente et de bien-être, des moments de bonheur en famille, de convivialité entre amis, etc.

Plus encore qu'une simple Route, c'est une Terre, un Territoire que l'on promeut ici.

En randonnée, à pied, à cheval ou à vélo, la découverte de ces lieux légendaires transporte le visiteur dans des temps oubliés et ces moments se transforment en de magnifiques souvenirs.

1. LE CONCEPT

D. Anachronisme Visuel / Accroche

L'ANACHRONISME VISUEL/ACCROCHE : surprendre et séduire le grand public.

En s'appuyant sur la thématique de célèbres légendes médiévales connues du grand public, nous faisons appel à des représentations «positives» du Moyen-âge. Le mystère, la magie, le courage, la bravoure, etc. En les associant à des scènes contemporaines, nous montrons que chacun, à sa manière, peut entrer dans la légende.

Le touriste cherche une destination qui le fasse rêver et la région ne manque pas d'atouts. Alors, oui. Les passionnés d'histoire, de châteaux forts et de cités fortifiées ne se retrouveront peut-être pas dans cette représentation du Moyen-âge. Mais il n'est pas ici question de justifier l'authenticité du patrimoine castral alsacien. Il s'agit plutôt d'attirer l'attention du public sur l'existence d'une concentration exceptionnelle de «médiévalité» en Alsace. De montrer que ces terres ont été foulées par des hommes et des femmes d'un autre temps... et que ces légendes vivent encore un peu à travers nous.








Il ne s'agit donc pas de se cantonner à une poignée de passionnés des châteaux forts (qui de toute façon visiteront un jour un ou plusieurs châteaux d'Alsace). La Route des Châteaux d'Alsace a vocation à séduire une bien plus large cible :

- des non-alsaciens mais aussi des alsaciens (qui méconnaissent leur patrimoine)
- des familles
- des passionnés d'histoire
- des passionnés de nature
- des passionnés d'activités nature (vélo, équitation)
- etc.

2. LA CHARTE GRAPHIQUE

A. Logo

a. Original et ses références couleurs

	CMJN	RVB	#
	15 / 41 / 40 / 4	214 / 161 / 143	D6A18F
	20 / 0 / 100 / 0	222 / 220 / 0	DEDCOO
	20 / 0 / 100 / 0	222 / 220 / 0	DEDCOO
	50 / 0 / 100 / 0	149 / 193 / 31	95C11F
	57 / 46 / 46 / 34	100 / 100 / 99	646463
	56 / 63 / 82 / 75	54 / 40 / 20	362814
	0 / 100 / 100 / 0	227 / 6 / 19	E30613



Le logotype de la Route des Châteaux d'Alsace fait référence à l'identité de la marque Alsace autant qu'au patrimoine médiéval et géographique de la région. Solide et impactant, il donne à voir une synthèse de la Route : relief, vestiges, affirmation régionale dans un ton contemporain et frais.

2. LA CHARTE GRAPHIQUE

A. Logo

b. Références typographiques

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789








Le logotype utilise la typographie UBUNTU CONDENSED, en référence à l'identité de la marque Alsace.

La version CONDENSED permet une différenciation visuelle de la version MONOSPACE utilisée par la marque Alsace.

2. LA CHARTE GRAPHIQUE

A. Logo

c. Déclinaisons valeurs de gris, tramé et négatif tramé

	CMJN	RVB	#
	59 / 49 / 47 / 40	90 / 90 / 90	5A5A5A
	26 / 19 / 20 / 2	197 / 197 / 197	C5C5C5
	26 / 19 / 20 / 2	197 / 197 / 197	C5C5C5
	49 / 38 / 38 / 19	130 / 130 / 130	828282
	56 / 46 / 45 / 34	100 / 100 / 100	646464
	78 / 69 / 61 / 80	21 / 21 / 21	151515
	80 / 70 / 62 / 89	16 / 16 / 16	101010



La déclinaison du logotype en valeurs de gris est particulièrement utile pour les impressions monochromes type photocopie N&B, fax, etc.

Il est important d'utiliser ce format et non pas de passer automatiquement le logo couleur en N&B pour ne pas perdre les valeurs de contraste entre les différents éléments constitutifs du logotype.

2. LA CHARTE GRAPHIQUE

A. Logo

c. Déclinaisons valeurs de gris, tramé et négatif tramé



Les versions tramées et tramées négatives permettent l'utilisation du logotype sur des supports à impression monochrome (type sérigraphie), ne jouant que sur la densité de l'encre (noir d'un côté, blanche de l'autre). Ces formats sont particulièrement utiles pour le marquage de merchandising, panneaux extérieurs, etc.

2. LA CHARTE GRAPHIQUE

A. Logo

d. Guide d'utilisation



Le logotype s'utilise EXCLUSIVEMENT sur fond blanc, en respectant l'espace de respiration décrit ci-dessus : il correspond à la hauteur de la lettre «X».
Les fonds colorés, noirs ou photographiques sont prohibés. Dans ces cas, le logotype doit être incorporé dans un cartouche blanc, ou dans le cartouche complet comme décrit page suivante.

2. LA CHARTE GRAPHIQUE

A. Logo

e. Inclusion dans cartouche



Dans la plupart des cas, le logo est utilisé avec sa signature et les logos des partenaires de la promotion Route des Châteaux d'Alsace.

L'ensemble de ces éléments forment un cartouche en trois parties utilisable sur tous types de supports.


S'il est utilisé sur fond blanc, les logos partenaires sont cerclés pour maintenir l'intégrité du cartouche global. Ce dernier cartouche peut être sujet à modification.

2. LA CHARTE GRAPHIQUE

A. Logo

f. Signature

**Des châteaux,
et bien plus encore**

	CMJN	RVB	#
	0 / 0 / 0 / 90	60 / 60 / 59	3C3C3B
	20 / 0 / 100 / 0	222 / 220 / 0	DEDC00
	50 / 0 / 100 / 0	149 / 193 / 31	95C11F

La signature de la Route des Châteaux a son cartouche propre. Il peut être utilisé seul, ou dans le cartouche global décrit en page précédente.

2. LA CHARTE GRAPHIQUE

B. Visuels de campagne

a. Principe graphique



2. LA CHARTE GRAPHIQUE

B. Visuels de campagne

a. Principe graphique



Les visuels de promotion suivent une ligne graphique cohérente, synthétique et facilement identifiable. Principalement destinés à l'affichage public, ils permettent une reconnaissance immédiate, une lecture rapide et une mémorisation efficace. Ils se constituent de photographies, d'illustrations vectorielles, d'une accroche propre à chaque format, et de la signature cartouche/URL, comme décrit ci-après.

2. LA CHARTE GRAPHIQUE

B. Visuels de campagne

b. Références typographiques

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Les accroches utilisent la typographie HOUSE HOLIDAY GOTHIC, synthèse parfaite entre la référence médiévale et la modernité graphique du projet.
Les accroches ne sont pas ponctuées, courtes et respectent la luminosité globale de l'image (CF : 2.f. Luminosité).

2. LA CHARTE GRAPHIQUE

B. Visuels de campagne

c. Références photographiques



Bien que sujettes à modification, les photographies utilisées pour les visuels de campagne doivent respecter une uniformité pour le bien de la cohérence graphique.

On veillera à utiliser des photographies aux couleurs saturées et aux contrastes élevés, avec une dominante chaude, et une lumière clairement orientée.

On veillera également à centrer un point d'intérêt de manière isolée, en lui laissant un bel espace de respiration, facilitant la lecture.

Les images ternes, plates, peu lumineuses, trop complexes ou aux perspectives fermées sont proscrites.

2. LA CHARTE GRAPHIQUE

B. Visuels de campagne

d. Références illustratives



Les apports illustratifs aux photographies se constituent d'éléments «clin d'oeil» à la culture médiévale. Ils reprennent très simplement châteaux, épées ou autres accessoires médiévaux, et se basent sur la ligne graphique du logotype, notamment en terme de gamme chromatique. Il respectent également, dans un souci d'intégration, la luminosité globale de l'image (CF : 2.f. Luminosité).

2. LA CHARTE GRAPHIQUE

B. Visuels de campagne

e. URL et son utilisation



CMJN

RVB

#



20 / 0 / 100 / 0

222 / 220 / 0

DEDCOO

En complément du cartouche de signature, l'URL du site de la Route des Châteaux d'Alsace vient signer le bas de format.
Elle utilise la typographie UBUNTU MONO BOLD et est appliqué en blanc ou en vert selon la photographie de support, pour privilégier la lisibilité.

2. LA CHARTE GRAPHIQUE

B. Visuels de campagne

f. Luminosité



	CMJN	RVB	#
	67 / 57 / 54 / 60	60 / 60 / 60	3C3C3C
	75 / 66 / 60 / 81	29 / 29 / 29	1D1D1D

Sur les éléments d'illustration, le cartouche du logotype et sur la typographie d'accroche, on veillera à respecter la diffusion lumineuse induite par la photographie. Cartouche et typographie utilisent le dégradé de couleur décrit ci-dessus (sauf exception pour la typographie qui peut être utilisée en blanc).