



Centropôle

SOMMAIRE DE LA CHARTE DE CENTROPÔLE

Les chapitres de la charte graphique dévoilent progressivement la nouvelle identité à partir de ses caractéristiques intrinsèques vers son application sur les supports.

INTRODUCTION	p. 3
<ul style="list-style-type: none">• L'architecture des identités• Autorisation pour utiliser et recevoir les fichiers adéquats des identités	
Chapitre 1	
LES PARAMÈTRES DE L'IDENTITÉ GÉNÉRALE	p. 6
<ul style="list-style-type: none">• Les différentes versions du logo• Les paramètres essentiels pour la reproduction des logos (couleur, taille minimale et zone de protection)• Le placement du logo• Le comportement avec d'autres logos• Les interdictions	
Chapitre 2	
L'UNIVERS GRAPHIQUE	p. 18
<ul style="list-style-type: none">• La palette de couleurs• Les typographies• Le signe• Les coupoles• Les expressions textuelles	
Chapitre 3	
LES APPLICATIONS	p. 27
<ul style="list-style-type: none">• La papeterie• Les profils de réseaux sociaux• Autres supports potentiels	
Chapitre 4	
LES INSPIRATIONS	p. 38

La charte graphique de Centropôle contient les règles d'utilisation de l'identité graphique.

Son objectif est double : mettre en place une nouvelle identité visuelle mais aussi conserver, à travers le temps, une cohérence graphique et un impact visuel dans la communication.

Cette charte graphique s'adresse aux différents intervenants de la chaîne de communication et de production : services internes, graphistes, imprimeurs, partenaires et autres institutions.

En illustrant des métrarègles souples dans divers contextes, la charte graphique laisse ainsi une certaine liberté aux utilisateurs pour produire des applications graphiques et exercer leur créativité, tout en restant dans les limites d'un cadre garant de l'image de marque de Centropôle.



Toutes les créations, les fichiers et autres contenus ont été conçus pour la communication de Centropôle. Sans autorisation, ils ne peuvent en aucune façon être reproduits pour l'identité et la communication d'une structure tierce, publique ou privée, que ce soit sur le même territoire ou ailleurs.

Commanditaire : Communauté Urbaine du Centre

Auteur : Studio Synthèse, Liège
Les modèles dessinés qui illustrent la charte restent la propriété de Synthèse.

Crédits photographiques : © Tous droits réservés, Leslie Artamanow, WBT, CGT, Centrissime, Centropôle. Nous remercions les différents photographes pour leur contribution. Les photos insérées dans la charte n'ont qu'une simple valeur d'exemple et ne peuvent être réutilisées en aucun cas.

INTRODUCTION

L'ARCHITECTURE DES IDENTITÉS DE CENTROPÔLE

Cette page présente les différentes versions de l'identité de Centropôle. Pour savoir comment les utiliser de manière adéquate pour votre support et recevoir les fichiers appropriés, veuillez contacter le service de communication.

LE LOGO ROND



LE LOGO LIGNE

Centropôle

LE LOGURL

www.centropôle.be

LE SIGNE



LA COUPOLE SIMPLE



LA COUPOLE DOUBLE



INTRODUCTION

FICHIERS ET AUTORISATION

L'utilisation des fichiers identitaires et des visuels photographiques doivent obligatoirement recevoir l'autorisation préalable de service communication de Centropôle.

INFORMATION ET AUTORISATION

Service communication de Centropôle

Chaussée de Jolimont, 263
7100 HAINE-SAINT-PIERRE

Pauline DUHAUT
cuc@skynet.be

Tél : 064 84 91 17

UTILISATION DES FICHIERS

La charte est disponible au format PDF.

La plupart des fichiers de logos et d'autres éléments sont disponibles dans le kit de communication :

- Au format .eps (noir, blanc).
- Au format .png (noir, blanc).
- Au format .svg (noir, blanc).

.eps > format vectoriel PC/Mac

- Le format .EPS peut être ouvert par tous les logiciels graphiques (Illustrator, In Design, CorelDraw, Photoshop, les logiciels similaires opensource, etc.).
- Le fichier .eps est universellement utilisable et sera donc à envoyer à chaque prestataire graphique.
- Le fichier .eps est également le seul à pouvoir fournir une reproduction du logo sans perte de qualité en grand format.

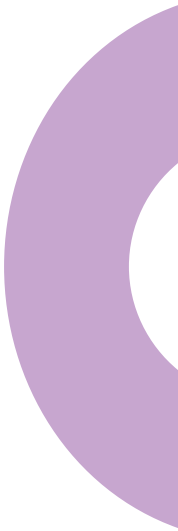
.png > format compressé d'image numérique PC/Mac

- Ce fichier est une image en RVB. Il présente une grandeur limitée et donc une résolution à surveiller selon l'utilisation voulue. Il peut avoir un fond transparent.
- A utiliser pour le multimédia, pour les réseaux sociaux, pour internet et pour vos logiciels de bureautique (Word, OpenOffice, Pages) avec la fonction « insérer une image ».

.svg > format vectoriel optimisé pour le web

- Le format .SVG peut être ouvert par la plupart des logiciels vectoriels (Illustrator, CorelDraw, les logiciels similaires opensource, etc.).
- A utiliser pour le web, le multimédia ou pour vos applications de mise en page telle que, par exemple, Canva.

1. LES PARAMÈTRES DE L'IDENTITÉ



1. LES PARAMÈTRES DE L'IDENTITÉ

LE LOGO ROND

Cette version du logo sera la plus couramment utilisée dans la communication externe et interne. Le mauve est la couleur « officielle » du logo. Cependant le rond peut se parer d'autres couleurs en fonction de l'environnement graphique. La mention « Centropôle » doit rester bien lisible. Le noir est utilisé quand c'est demandé ou lorsque la technique ne permet pas une bonne reproduction des couleurs (cachet, photocopie, gravure...).

LA VERSION COULEURS



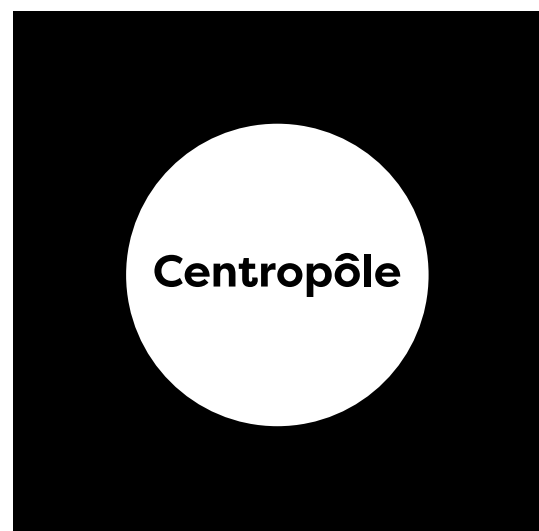
LA VERSION NOIRE



LA VERSION NÉGATIVE SUR MAUVE



LA VERSION NÉGATIVE SUR FOND NOIR



1. LES PARAMÈTRES DE L'IDENTITÉ

LE LOGO LIGNE

Cette version du logo est utilisée dans 2 situations :

- Lorsque l'espace disponible est réduit ou ne convient pas à la forme ronde.
- Lorsque que le logo est utilisé lors de « sponsoring » avec la nécessité d'avoir un logo bien visible et lisible. Il peut se présenter horizontalement ou à verticalement à 90°.

La seule variation de couleur possible du logo en positif est le noir et blanc. Le noir est utilisé quand c'est demandé ou lorsque la technique ne permet pas une bonne reproduction des couleurs (cachet, photocopie, gravure...).

LA VERSION COULEURS



Centropôle

LA VERSION NOIRE



Centropôle

LA VERSION NÉGATIVE SUR FOND MAUVE



Centropôle

LA VERSION NÉGATIVE SUR FOND NOIR



Centropôle

1. LES PARAMÈTRES DE L'IDENTITÉ

LES CODES COULEURS

La composition des couleurs doit impérativement suivre les valeurs reprises ci-dessous.

Modes d'utilisation :

Pantone : utilisation pour impression en 1, 2 ou 3 couleurs

CMJN : utilisation pour impression en quadrichromie

RVB : utilisation pour le multimedia

HTML : utilisation pour le web

VINYLE : utilisation pour du lettrage adhésif découpé



Mauve

Pantone 269

CMJN C 82 M 98 J 5 N 26

RVB R 72 V 32 B 105

HTML # 482069

VINYL MACal 9839-13

RAL ± 4007



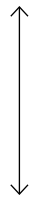
Le présent document ne peut servir pour l'étalonnage des couleurs. Pour cela, encodez les valeurs du spectre ad hoc.

1. LES PARAMÈTRES DE L'IDENTITÉ

LA TAILLE MINIMALE

Afin de ne pas nuire à la bonne lisibilité du logo, une hauteur minimale est recommandée.

D'une manière générale, il faut toujours respecter la zone de protection et la taille minimale. Le graphiste veillera toujours à la bonne lisibilité du logo et des mentions.



25 mm ou 71 px

Centropôle



5 mm ou 14 px

EXEMPLES DE DIFFÉRENTES TAILLES RÉELLES



40 mm



55 mm

Centropôle



8 mm

Centropôle



10 mm

Centropôle



15 mm

1. LES PARAMÈTRES DE L'IDENTITÉ

LA ZONE DE RESPIRATION

La zone de respiration définit l'espace minimum nécessaire autour du logo afin de le laisser « respirer » et lui donner la visibilité nécessaire à son identification. Cette zone définit le périmètre dans lequel aucun autre élément (logos, texte, forme) n'est autorisé. Elle est appliquée de la même manière pour les différentes variantes du logo.

LE DELTA



δ = La hauteur de la lettre « l » de Centropôle.

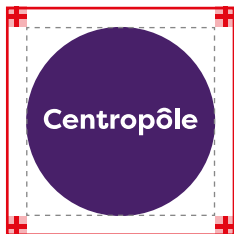
Le delta est reporté autour de l'empreinte, tel que ci-dessous.

L'EMPREINTE



Centropôle

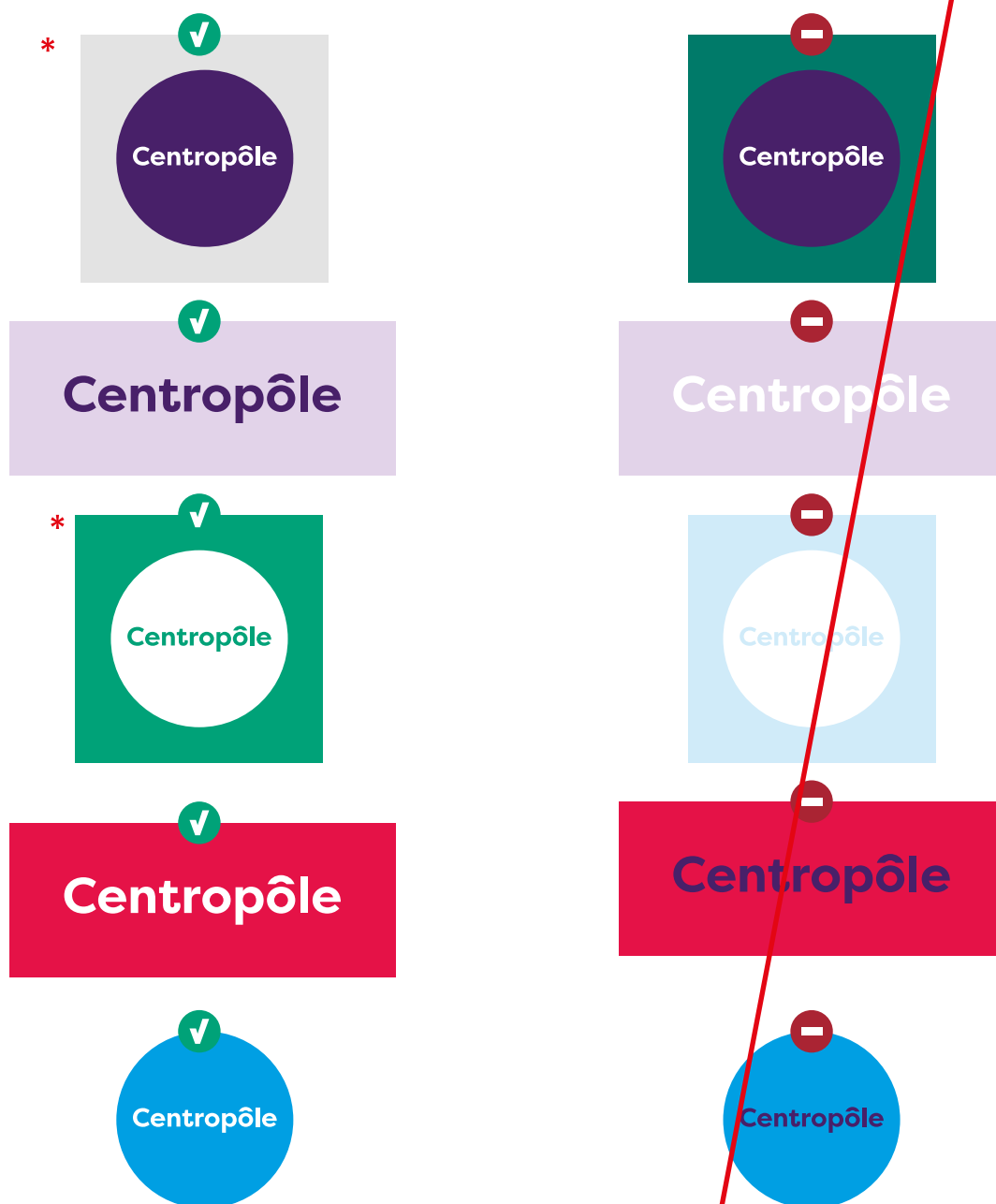
LA ZONE DE RESPIRATION



1. LES PARAMÈTRES DE L'IDENTITÉ

LE COMPORTEMENT SUR FOND DE COULEUR

Le logo en mauve ou dans des couleurs foncées ou vives sera toujours utilisé sur un fond blanc ou clair*. Sur un fond coloré vif ou foncé, le logo sera utilisé dans sa version blanche ou dans une couleur claire. Le logo peut être utilisé sur tous les fonds de couleurs souhaités pour autant que les critères de lisibilité et de contraste soient respectés.



1. LES PARAMÈTRES DE L'IDENTITÉ

LE COMPORTEMENT SUR PHOTO

Sur photos, le logo suivra les mêmes règles de contraste que sur fonds de couleur. En fonction des usages et des arrière-plans, il sera utilisé dans sa version mauve ou de couleurs foncées sur les parties claires et en blanc ou de couleurs pâles sur les parties foncées.



1. LES PARAMÈTRES DE L'IDENTITÉ GÉNÉRALE

LE PLACEMENT DU LOGO ROND

Différenciant, décalé, audacieux, le logo rond apporte du mouvement et de la dynamique.

Il est autorisé de lui donner différentes inclinaisons : 0°, 15°, -30°, 45°, etc.

Le concept est celui-ci : Centropôle est dans le jeu et met votre région en valeur.

Selon le contexte, on l'utilisera en petit ou en grand.

Quand le support a pour vocation de mettre en valeur la région du Centre, le logo Centropôle sera plus discret et positionné contre les bords du support.

Quand il s'agit d'une communication sur l'institution Centropôle, le logo sera mieux mis en évidence en plus grand et dans une position plus centrale.



1. LES PARAMÈTRES DE L'IDENTITÉ GÉNÉRALE

LE PLACEMENT DU LOGO LIGNE

Concernant le logo ligne, il peut se placer à l'horizontal ou à la verticale (variante plus audacieuse). Aucune autre inclinaison n'est autorisée. Selon le contexte, on l'utilisera en petit ou en grand. C'est le logo à utiliser dans le cadre de partenariat.



1. LES PARAMÈTRES DE L'IDENTITÉ GÉNÉRALE

LE COMPORTEMENT AVEC D'AUTRES LOGOS

C'est la version ligne qui sera obligatoirement utilisée dans les bandeaux partenaires que ce soit sur des supports produits par Centropôle ou par une autre organisation. La version Cercle ne peut donc pas être appliquée dans ce contexte pour des raisons de lisibilité. La mise en page de plusieurs logos voisins (partenaires) doit respecter une lisibilité indispensable. Les logos seront alignés de manière proportionnelle et équilibrée en respectant la taille minimale et la zone de respiration.



Sur un fond de couleur ou sur une photo, il est préférable de rassembler tous les logos sur un seul grand rectangle blanc et non de les insérer individuellement dans des cartouches blancs séparés.



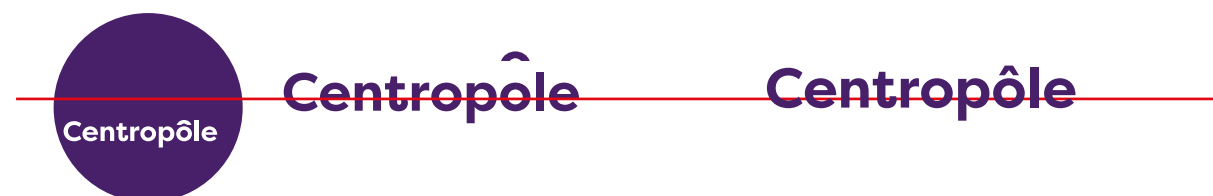
Quand les logos sont utilisés en 1 couleur :



1. LES PARAMÈTRES DE L'IDENTITÉ

LES INTERDITS

DÉPLACEMENTS D'ÉLÉMENTS DU LOGO



MODIFICATION DU SIGNE
EN ACCENT CIRCONFLEXE « NORMAL »

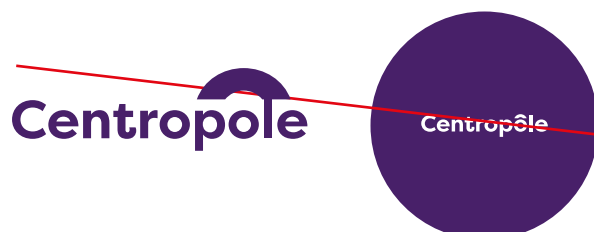
NON-RESPECT DE LA ZONE DE RESPIRATION



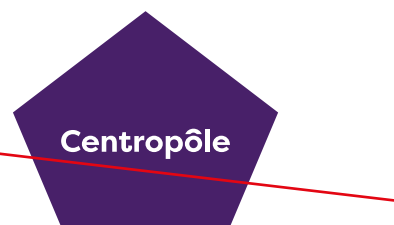
DÉFORMATIONS



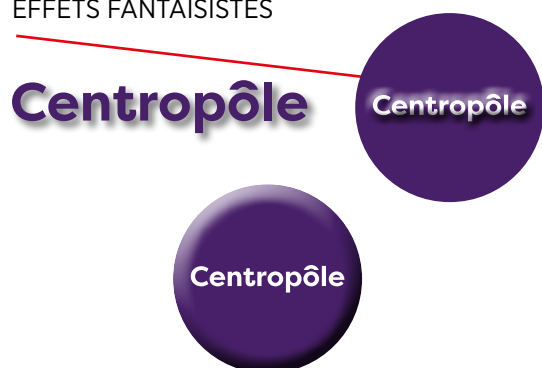
CHANGEMENTS DE PROPORTIONS



LE LOGO DANS DES FORMES FANTAISIES



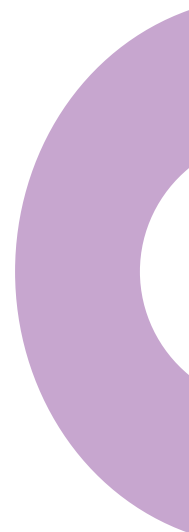
EFFETS FANTASISTES



TOUS TYPES DE DÉGRADÉS



2. L'UNIVERS GRAPHIQUE



2. L'UNIVERS GRAPHIQUE

LES PALETTES DE COULEURS

Voici quelques exemples de couleurs qui peuvent aider à construire l'environnement graphique de votre support. Nous proposons une palette de variations de mauves, elle fonctionne très bien avec la couleur principale. En seconde palette, nous proposons des couleurs plus tranchées. En fonction de l'environnement du support, vous pouvez utiliser l'une ou l'autre ou les mixer. Ces couleurs peuvent être tramées à 50%, 25%, etc. Pour élargir la palette chromatique, nous préconisons d'utiliser des tons assortis aux visuels utilisés dans les différents supports via la pipette.

COULEUR PRINCIPALE



PIPETTE



PALETTE DE COULEURS SECONDAIRES POUR LA MISE EN PAGE



CMYK 10/30/0/0
RVB 229/195/222
HTML # E5C3DE



CMYK 20/60/0/0
RVB 205/128/180
HTML # CD80B4



CMYK 50/65/0/0
RVB 148/106/171
HTML # 946AAB



CMYK 70/80/0/0
RVB 108/71/50
HTML # 6C4796



CMYK 25/40/0/0
RVB 199/166/207
HTML # C7A6CF



CMYK 30/20/0/0
RVB 189/197/230
HTML # BDC5E6



CMYK 0/15/90/0
RVB 255/214/24
HTML # FFD618



CMYK 65/0/10/0
RVB 70/191/224
HTML # 46BFEO



CMYK 70/0/50/0
RVB 63/180/152
HTML # 3FB498



CMYK 0/55/70/0
RVB 242/139/82
HTML # F28B52



CMYK 0/80/50/0
RVB 234/81/96
HTML # EA5160



CMYK 25/0/0/0
RVB 201/232/251
HTML # C9E8FB

2. L'UNIVERS GRAPHIQUE

LA TYPOGRAPHIE CORPORATE FILSON

Pour tous les documents produits par le service communication de Centropôle, nous proposons pour les titres et les mises en exergue de texte, les punchlines, etc. la police de caractère Filson Pro. Elle dsponible via un abonnement à Adobe Creative Cloud ou à l'achat sur par exemple : www.myfonts.com. En l'absence de celle-ci, il est possible d'utiliser la police de caractère Montserrat, elle est libre de droit et téléchargeablesur la site Google Fonts.

Filson Pro

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

0123456789

(!?.;,><&%#/_*ùèéàç@€\$:-)

Filson Pro Book

Filson Pro Book Italic

Filson Pro Regular

Filson Pro Regular Italic

Filson Pro Medium

Filson Pro Medium Italic

Filson Pro Bold

Filson Pro Bold Italic

Filson Pro Heavy

Filson Pro Heavy Italic

2. L'UNIVERS GRAPHIQUE

LA TYPOGRAPHIE CORPORATE SÉRIF

Pour tous les documents produits par le service communication de Centropôle, nous proposons une typo sérif, qui sera complémentaire à la Filson Pro : La Roboto Serif, elle est libre de droit et téléchargeable sur le site Google Fonts.

Roboto Serif

abcdefghijklmnopqrstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
0123456789
(!?.><&%#/_*ùèéàç@€\$:-)

Roboto Serif Light

Roboto Serif Light Italic

Roboto Serif Regular

Roboto Serif Italic

Roboto Serif Medium

Roboto Serif Medium Italic

Roboto Serif SemiBold

Roboto Serif SemiBold Italic

Roboto Serif Bold

Roboto Serif Bold Italic

Roboto Serif Black

Roboto Serif Heavy Italic

2. L'UNIVERS GRAPHIQUE

LA TYPOGRAPHIE DE LABEUR

Pour les documents administratifs, nous préconisons la police Calibri pour tous les textes de labeur.

Calibri

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
0123456789
(!?.;,><&%#/_*ùèéàç@€\$:-)

Calibri Light

Calibri Light Italic

Calibri Regular

Calibri Italic

Calibri Bold

Calibri Bold Italic

2. L'UNIVERS GRAPHIQUE

LE SIGNE

Le signe est un élément de reconnaissance qui est utilisé principalement dans la mise en page. Il ne s'agit pas d'un sigle à placer à côté du logo.

Utilisation : filigrane, favicon, animation, etc.

Occasionnellement, il sera doublé pour symboliser des yeux étonnés ou des roues de vélos.

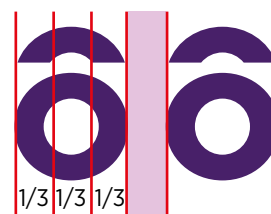
LA VERSION SIMPLE



LA VERSION DOUBLE



L'espace entre les 2 signes doit correspondre à 1/3 de la largeur d'un signe.

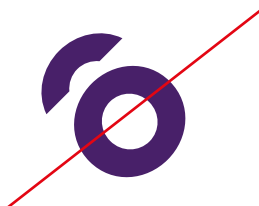


LA VERSION SUR FONDS DE COULEURS



LES INTERDITS

Les inclinaisons



L'espacement trop grand ou trop petit dans la version double



2. L'UNIVERS GRAPHIQUE

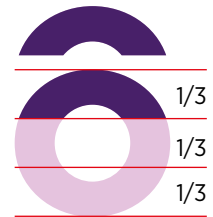
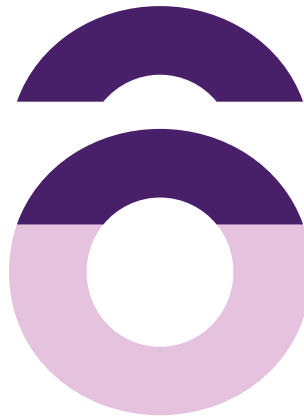
LA COUPOLE DOUBLE

La coupole double est un élément graphique à utiliser uniquement pour la mise en page. Elle est composée de la coupole simple et du tiers supérieur du «o» de Centropôle. Elle peut aussi être utilisée seule ou avec ce cercle au 2/3. Comme sa version simple, elle peut être inclinée à 90°. Voir § Applications.

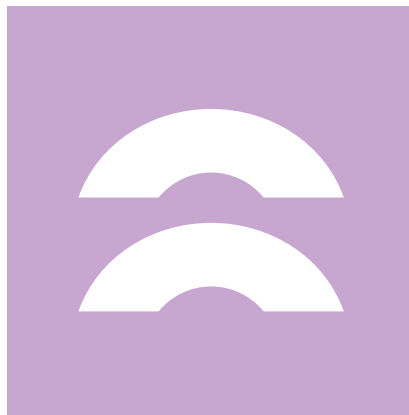
LA VERSION COULEUR



LA VERSION AVEC «O»



LA VERSION NÉGATIVE SUR FONDS DE COULEURS

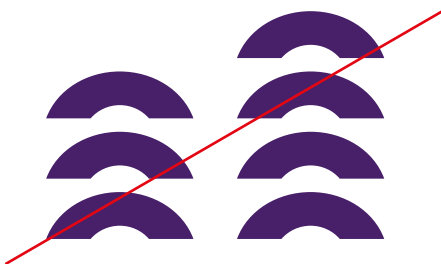


LES INCLINAISONS À +90° OU -90°

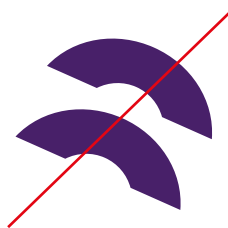


LES INTERDITS

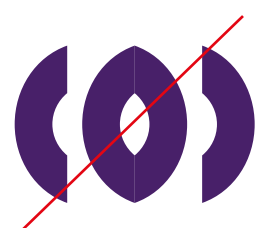
Superposer plus de deux coupoles



Les inclinaisons autres qu'à 90°



Les versions jointes



 VOIR LOGOTHÈQUE

2. L'UNIVERS GRAPHIQUE

LA COUPOLE SIMPLE

La coupole simple est un élément graphique qui est utilisé uniquement pour la mise en page. Il peut se placer discrètement à divers endroits. Il peut être incliné avec un angle à 90°. Voir § Applications.

LA VERSION COULEUR



L'INCLINAISON À +90°



L'INCLINAISON À -90°

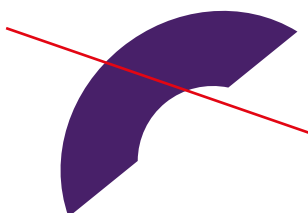


LA VERSION NÉGATIVE SUR FONDS DE COULEURS

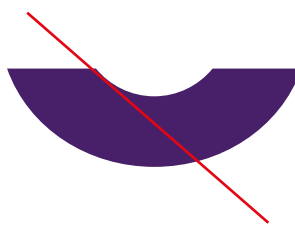


LES INTERDITS

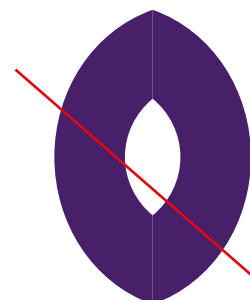
Les inclinaisons autres que 90°



La version inversée



La version assemblée



1. LES PARAMÈTRES DE L'IDENTITÉ GÉNÉRALE

EXPRESSIONS TEXTUELLES

Pour la communication, nous identifions 3 niveaux d'expressions qui véhiculent l'image de marque de Centropôle : une tagline, 2 slogans et des punchlines. D'un point de vue graphique, ces expressions peuvent être écrites avec la police de caractère du logo (Filson Bold) ou dans une autre typo ad hoc. A priori, on n'utilise qu'une expression à la fois. Le choix de celle-ci doit se faire sous le contrôle du service communication de Centropôle.

NIV 1 - TAGLINE

Il s'agit de l'expression corporate la plus couramment utilisée.

Ici, c'est le Centre !

Quand la taille de typo est supérieure à 48 pts, une demi-casse est préférable avant le point d'exclamation.

NIV 2 - SLOGANS

Ces 2 slogans peuvent être régulièrement utilisés pour communiquer sur l'image de marque.

- **Ma région, le Centre**
OU Lorem ipsum ma région, le Centre
- **Pour une région dynamique, le Centre**

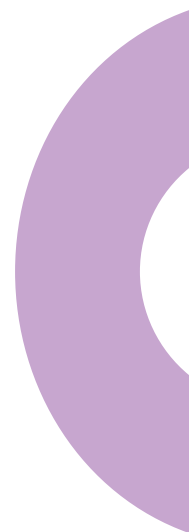
NIV 3 - PUNCHLINES

Les punchlines alimentent le storytelling et soutiennent des visuels ou vidéos adéquat avec le message concerné. Exemples dans le § Inspirations.

- **C'est au Centre qu'il faut viser.**
- **Ici, l'histoire est au Centre de nos vies.**
- **L'accueil n'est jamais loin du Centre.**



3. LES APPLICATIONS



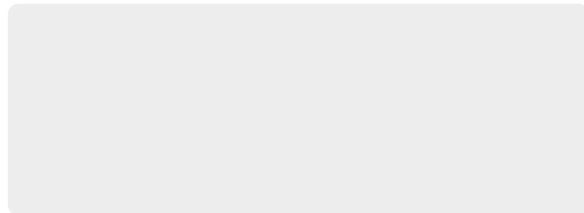
3. LES APPLICATIONS

LES ENVELOPPES

La typo utilisée pour les coordonnées est la Filson Pro Book.
En l'absence de celle-ci, vous pouvez utiliser la Calibri Regular.



Chaussée de Jolimont, 263
7100 Haine-Saint-Pierre
centropole.be



Chaussée de Jolimont, 263 - 7100 Haine-Saint-Pierre
centropole.be

3. LES APPLICATIONS

LES EN-TÊTES BUREAUTIQUE

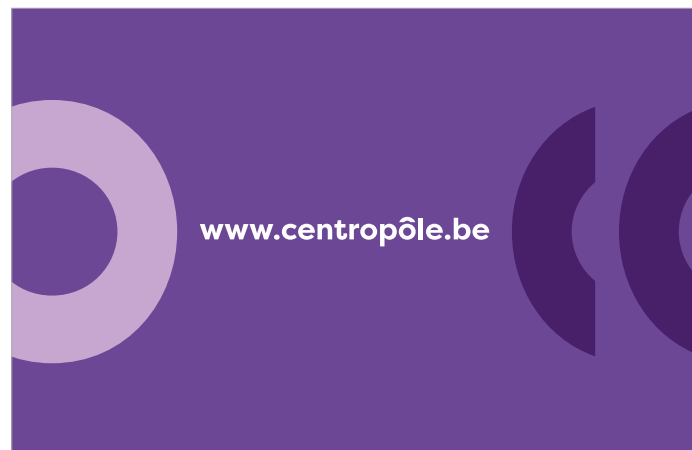


Ici, c'est le Centre !

Chaussée de Jolimont, 263 • 7100 Haine-Saint-Pierre • 064 84 91 17 • info@centropole.be • www.centropole.be

3. LES APPLICATIONS

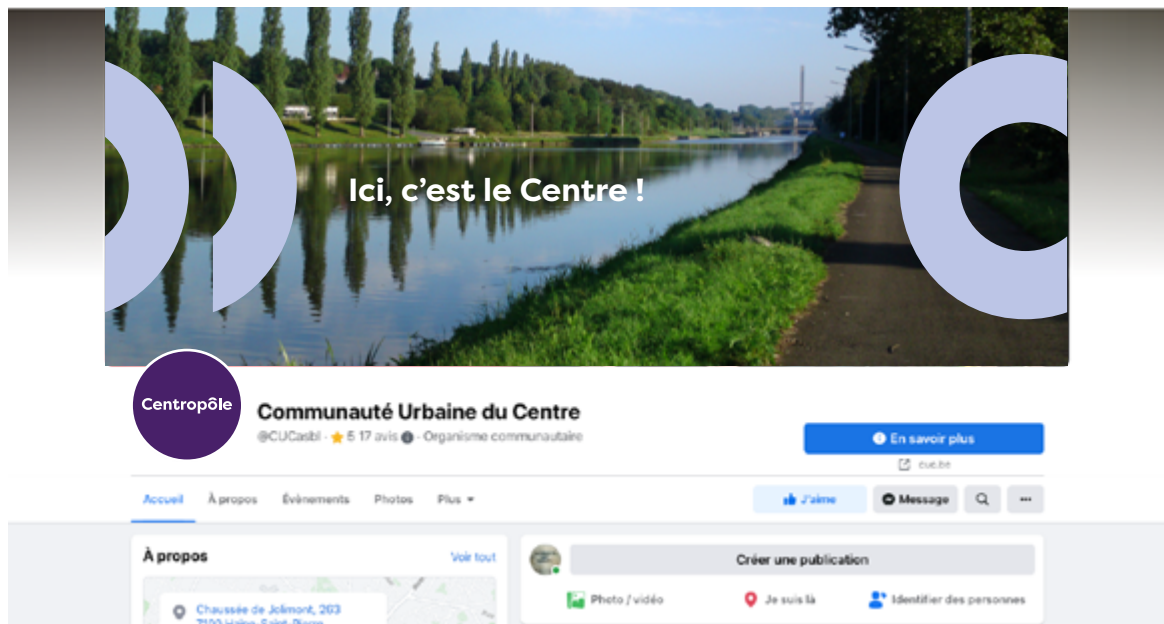
LES CARTES DE VISITE



3. LES APPLICATIONS

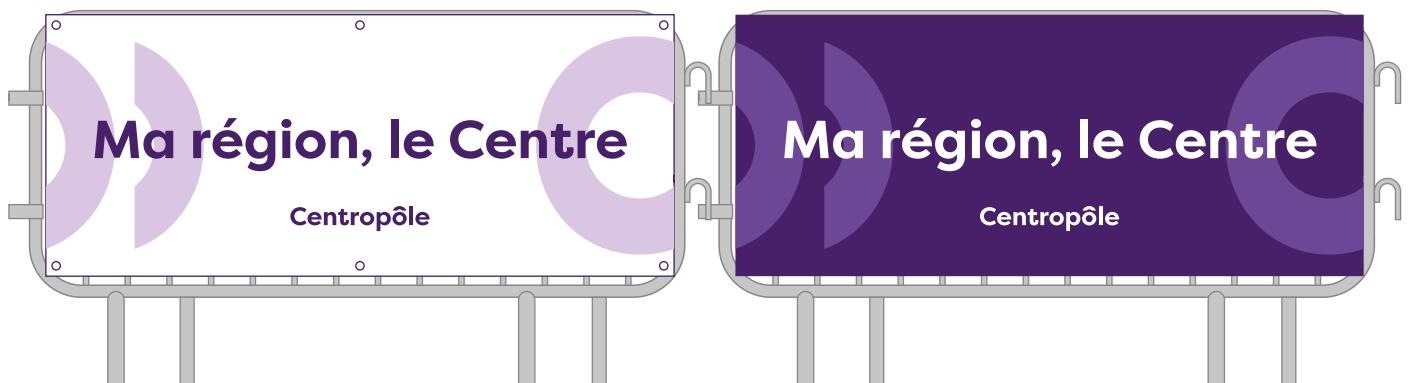
PROFILS DE RÉSEAUX SOCIAUX

Pour les profils des réseaux sociaux, nous utiliserons toujours le logo Rond. Il peut être utilisé en couleurs sur fond blanc ou en blanc sur fond mauve.



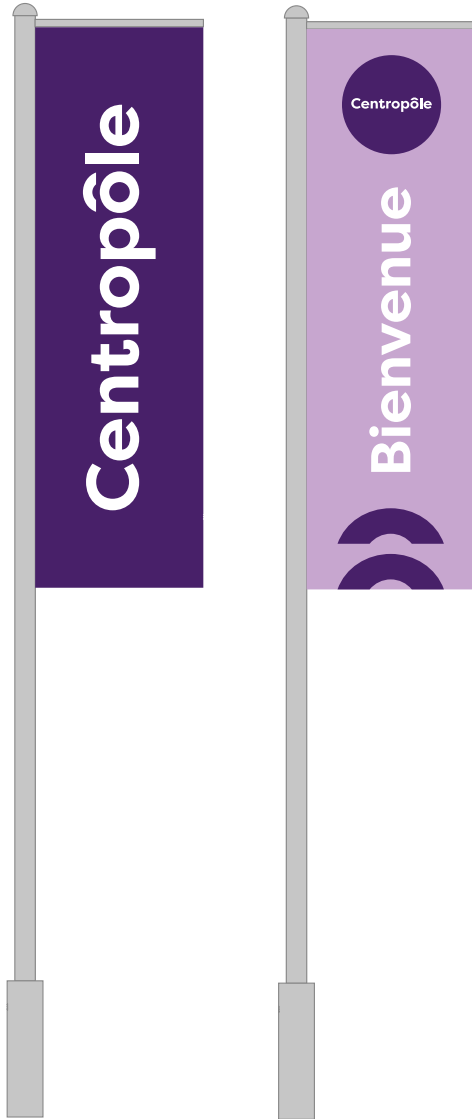
3. LES APPLICATIONS

LES PHOTOWALL ET LES BÂCHES



3. LES APPLICATIONS

LES BEACH-FLAG ET KAKEMONOS



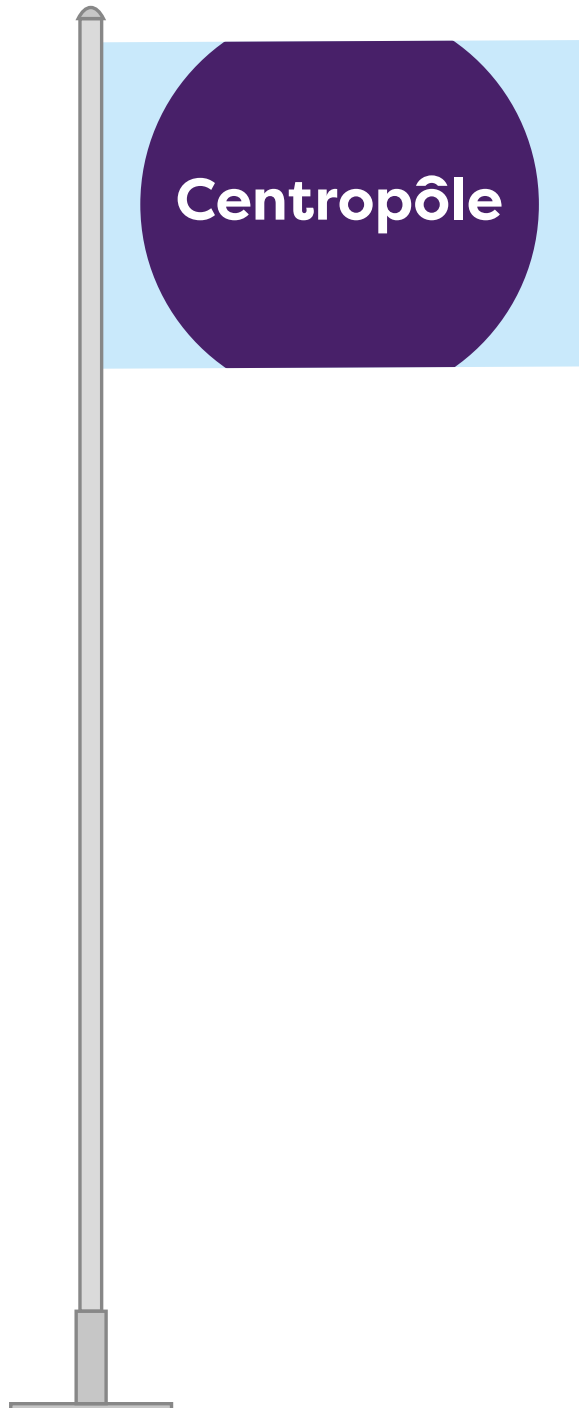
3. LES APPLICATIONS

LES GOURDES



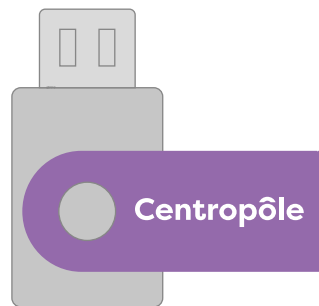
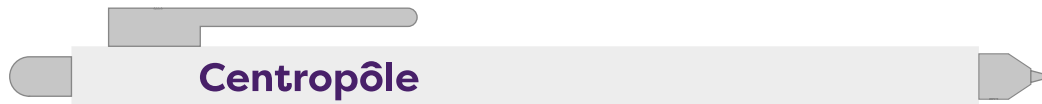
3. LES APPLICATIONS

LES DRAPEAU ET LES ROLLUPS



3. LES APPLICATIONS

OBJETS

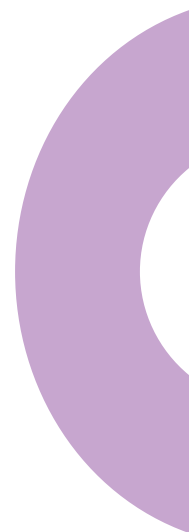


3. LES APPLICATIONS

TEXTILE



4. LES INSPIRATIONS



4. LES INSPIRATIONS



4. LES INSPIRATIONS

ENTREPRISES :

ici, on fait tout ce qu'il faut
pour vous accueillir.

www.centropôle.be

Ne cherchez pas
plus loin ...que le Centre.

Centropôle



20 raisons
d'aimer le Centre.

Ronquières Festival,
élu meilleur nouveau
festival européen.

À DÉCOUVRIR SUR

www.centropôle.be

4. LES INSPIRATIONS

ANDERLUES



BINCHE



4. LES INSPIRATIONS

BRAINE-LE-COMTE

Le Centre, c'est aussi géant.

Lorem ipsum centro sit amet,
consectetur adipis cing elit.
Vivamus coliptus.

www.centropôle.be

Centropôle



CHAPELLE-LEZ-HERLAIMONT

Domaine de Clairefontaine

C'est au Centre qu'il faut viser.

Lorem ipsum centro sit amet,
consectetur adipis cing elit.
Vivamus coliptus.

www.centropôle.be

Centropôle



4. LES INSPIRATIONS

ECAUSSINNES



ESTINNES



4. LES INSPIRATIONS

LA LOUVIÈRE



LE ROEULX



4. LES INSPIRATIONS

MORLANWELZ



MANAGE



4. LES INSPIRATIONS

SENEFFE



SOIGNIES



4. LES INSPIRATIONS



Nouveau plan de mobilité entre les 12 communes

La ligne CENTRO pour vous rapprocher !

Lorem ipsum centro
 sit amet, consectetur
 adipiscing elit.
 Vivamus coliptus.

Centropôle



Le Pass CENTRO

offert aux citoyen.ne.s de la région du Centre.

Une initiative des musées,
des centres culturels,
de Centrissime et de Centropôle.

Lorem ipsum centro
 sit amet, consectetur
 adipiscing elit.
 Vivamus coliptus.

Centropôle

www.centropôle.be



www.centropôle.be