



# Guideline

**Saint-Nazaire Renversante**

---

Utilisation de la charte graphique

# Sommaire

3	Storytelling
4	le logo principal
6	espace de protection du logo
7	les interdits
8	le logo secondaire
10	le logo version internationale
11	blocs marque des 4 sites de visite
12	les couleurs
14	typographies
16	principes de mises en pages
18	les pictogrammes renversants
19	les pictogrammes itinérances
20	les pictogrammes secondaires

# storytelling

> SAINT-NAZAIRE RENVERSANTE

**L'histoire d'une ville, d'un territoire...**

**Une fois de plus, Saint-Nazaire est de retour.**

**Comme plusieurs fois depuis sa naissance, Saint-Nazaire a toujours su se réinventer.**

**Humblement. Opiniâtement. Obstinément. Comme toujours.**

**Et aujourd'hui comme toujours, Saint-Nazaire peut être fière.**

**Son architecture 1950 devient tendance.**

**Son histoire devient patrimoine.**

**Son présent industriel est fleuron et futur de l'industrie française.**

**Désormais c'est tout un territoire aux mille facettes, qui se complètent sans jamais s'opposer, qui peut être fier de ce qu'il est devenu.**

**...Urbain et balnéaire.**

**...XXL et intimiste.**

**...Historique et innovant.**

**...Industriel et bucolique.**

**...ingénieuse et littéraire.**

**De Besné à La Chapelle-des-Marais... De Donges à Montoir-de-Bretagne... De Pornichet à Saint-André-des-Eaux... De Trignac à Saint Joachim... Les habitants peuvent être fiers de ces contrastes, de cette force et de cette histoire, de cette culture.**

**Aux visiteurs et aux habitants de ressentir cette résilience sans pareille, qui a fait l'identité et la trempe de ce territoire unique.**

**Ses lumières singulières. Le caractère de sa Brière. La douceur de ses côtes aux plages et criques insoupçonnées. La puissance industrielle de son port unique en France. Sa capacité à inventer demain. La richesse de son patrimoine culturel vivant.**

**Aux côtés des stations balnéaires très convenues, Saint-Nazaire détonne. Etonne. Surprend. Comme une enfant surdouée à qui on pardonne sa turbulence.**

**Saint-Nazaire vous attend, prête à tout bousculer : les a priori, les conventions, les attendus. Prête à vous retourner.**

**Ouverte. Innovante. Insoupçonnée. Renversante. Saint-Nazaire mérite un voyage. Saint-Nazaire est une invitation à tous les voyages.**

**Alors, êtes-vous prêts à vous laisser surprendre ?**

# le logo principal

Le logotype *Saint-Nazaire* **RENVERSANTE** est une entité immuable, dont les transformations envisageables sont définies dans la charte graphique. Toutes autres interprétations graphiques de l'identité et de son logotype sont interdites.

Si la marque est mentionnée dans un texte, il est alors possible de la mettre en avant en utilisant un style CAP bold italic et CAP italic :

> ***SAINT-NAZAIRE RENVERSANTE***

---

saint-nazaire  
**RENVERSANTE®**



La taille minimale d'utilisation est de 3 cm de largeur.

# exemple d'utilisation



# espace de protection du logo

---

L'espace de protection du logo  
*Saint-Nazaire RENVERSANTE* se  
positionne sur la hauteur du R.

espace de protection du logo



# les interdits

---

~~RENVERSANTE®  
saint-nazaire~~

~~saint-nazaire  
RENVERSANTE®~~

~~saint-nazaire  
RENVERSANTE®~~

~~®  
saint-nazaire  
RENVERSANTE~~

~~saint-nazaire  
RENVERSANTE®~~

~~saint-nazaire  
RENVERSANTE ®~~

~~saint-nazaire  
RENVERSANTE®~~

~~saint-nazaire  
RENVERSANTE~~

# le logo secondaire

---

Le R est ici présent en majeur, il est associé au nom complet dans une police de taille réduite. Il devient le symbole facilement reconnaissable de l'offre touristique du territoire. Une estampille qui accrédite et balise l'expérience touristique des visiteurs.





# exemple d'utilisation

Suivant le support, le logo secondaire peut être utilisé avec ou sans le nom complet.



# le logo version internationale

---

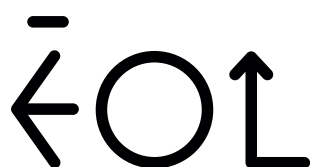
**STUNNING®**  
saint-nazaire



La taille minimale  
d'utilisation est de  
3 cm de largeur.

# blocs marques des 4 sites de visite

---



CENTRE ÉOLIEN  
SAINT-NAZAIRE



L'AVENTURE DES PAQUEBOTS



# les couleurs

Les documents de communication doivent respecter les couleurs référencées par la charte graphique.

Chaque couleur correspond à une tonalité de communication et doit être utilisée indépendamment les unes des autres.

Le rouge est utilisé pour promouvoir la destination, le bleu les visites et le vert la nature et le slow tourisme.

## WEB

### RVB

saint-nazaire  
**RENVERSANTE®**

saint-nazaire  
**RENVERSANTE®**

saint-nazaire  
**RENVERSANTE®**

### PANTONE

saint-nazaire  
**RENVERSANTE®**

saint-nazaire  
**RENVERSANTE®**

saint-nazaire  
**RENVERSANTE®**

### CMJN

saint-nazaire  
**RENVERSANTE®**

saint-nazaire  
**RENVERSANTE®**

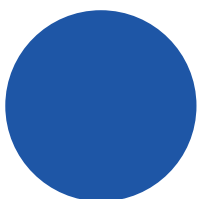
saint-nazaire  
**RENVERSANTE®**

WEB

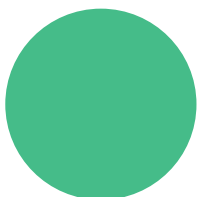
RVB



#FF0000  
RVB : 255/0/0

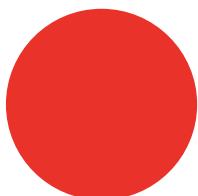


#0000FF  
RVB : 0/0/255

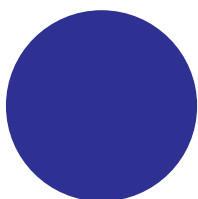


#00DC8C  
RVB : 0/220/140

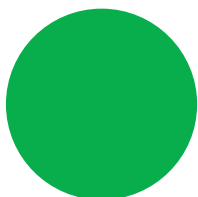
PANTONE



485 C

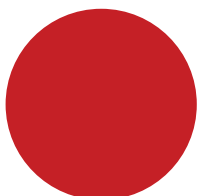


072 C

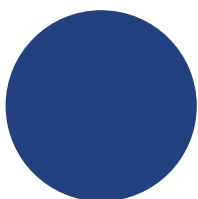


2423 C

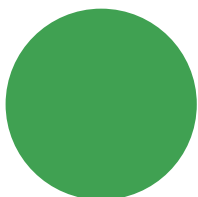
CMJN



CMJN : 0/100/100/0



CMJN : 100/87/19/2



CMJN : 91/0/100/0



Teinte : 60%



Teinte : 30%



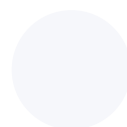
Teinte : 15%



Teinte : 60%



Teinte : 30%



Teinte : 15%



Teinte : 60%



Teinte : 30%



Teinte : 15%

# les typographies

---

Les documents de communication doivent être mis en page avec les polices référencées par la charte graphique.

**telerysm mono 2 regular**

**TELERYSM MONO 2 REGULAR CAP**

**Aa**

typographie à utiliser  
principalement pour le  
titrage, de préférence  
en minuscule

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**0123456789 (« ' ! ? / ; : + = % \* € )**

# roboto

ROBOTO CAP

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789 («'!/?/;;+=%\*€)

typographie à utiliser  
principalement pour le  
traitement de texte.

# roboto condensed

ROBOTO CONDENSED CAP

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789 («'!/?/;;+=%\*€)

typographie à utiliser  
principalement pour  
le traitement de texte.  
Son style condensé  
lui permet de gagner  
en respiration sur des  
documents chargés  
en contenu.



# principes de mises en pages





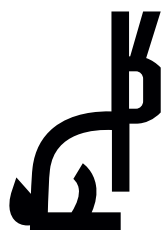
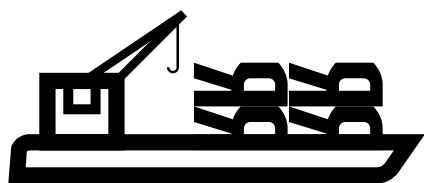
La clé pour réussir les mises en page des supports de communication de Saint-Nazaire **RENVERSANTE** est une utilisation maximale du blanc, ce qui va permettre d'avoir des documents esthétiques et de pouvoir hiérarchiser correctement les informations.



# Les pictogrammes renversants

Ces pictogrammes doivent être utilisés en habillage graphique. Isolés ou en motifs, en goodies ou en mise en page, ils vous permettront d'enrichir l'univers graphique de *Saint-Nazaire RENVERSANTE*.

Ils vous est possible d'en créer de nouveau. Il vous faudra alors respecter le style graphique, l'épaisseur du trait et y dissimuler un ou plusieurs petit «R» à la manière d'un «Mais où est Charlie ?»



# Les pictogrammes itinérances

---

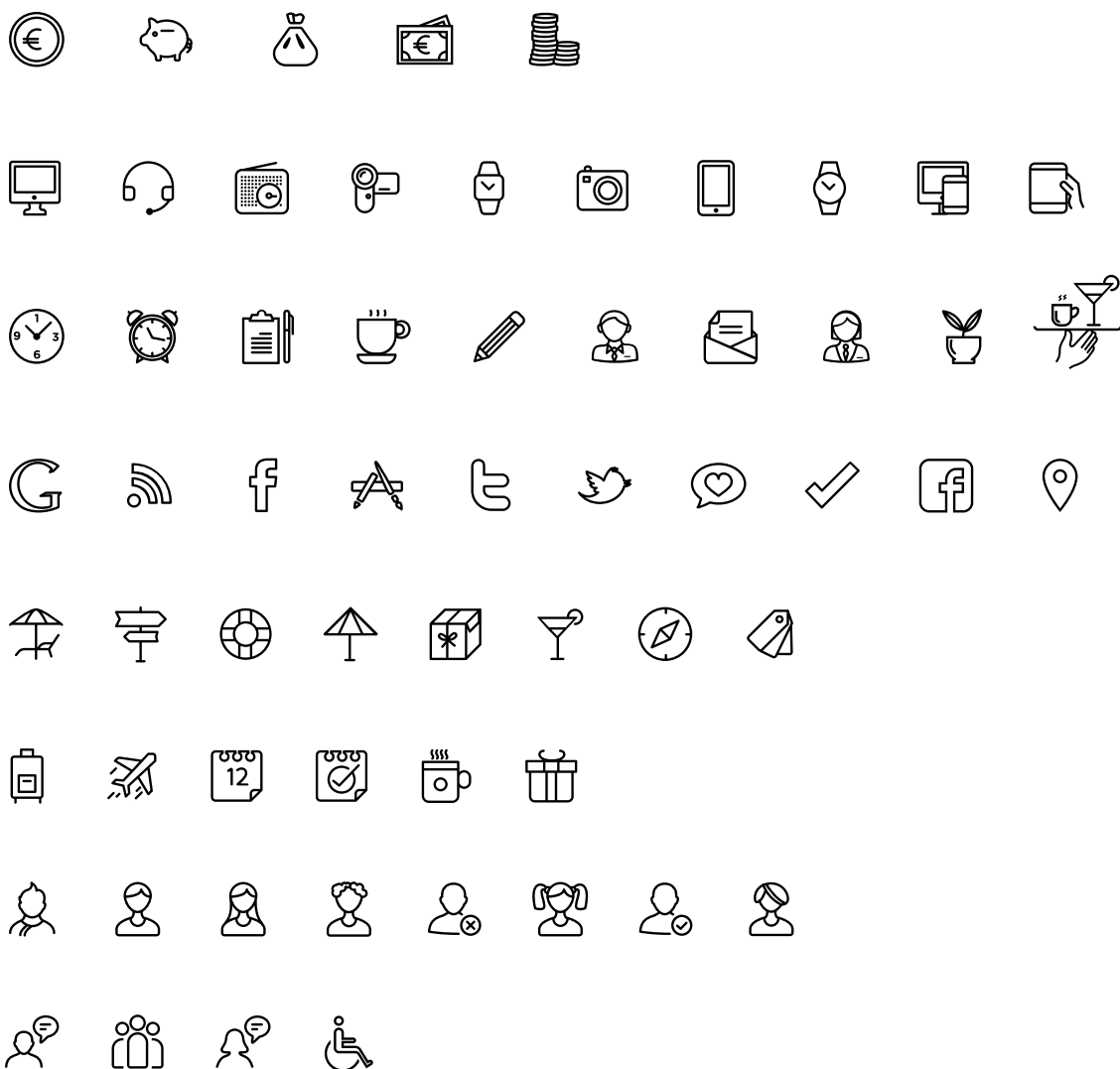
Ils vous serviront à segmenter l'offre touristique pour une meilleure compréhension et hiérarchisation. Ils seront principalement utilisés en intercalaire sur une brochure de communication ou en onglets sur un site internet.



# Les pictogrammes secondaires

Ces pictogrammes vous serviront de balises pour retrouver plus rapidement une information que ce soit sur un document imprimé ou sur un site internet.

Ils devront être utilisés indépendamment des pictogrammes renversants.



# exemples d'utilisations



saint-nazaire  
**RENVERSANTE®**