

COMMUNICATION
INSTITUTIONNELLE



Les Gets
Portes du Soleil

CHARTRE GRAPHIQUE SIMPLIFIÉE

MADE IN LES GETS

www.lesgets.com







SOMMAIRE



La marque Les Gets P.6

1. Le Logo P.10

2. Les couleurs..... P.18

3. Les typographies P.22

4. Le Label «Made In Les Gets» P.28

5. Le graphisme..... P.32

LA MARQUE LES GETS

La marque les Gets est là pour renforcer l'attractivité d'une station toute entière. Elle permet de rassembler les différents acteurs sociaux professionnels afin de répondre ensemble à une nécessité : mieux faire connaître nos atouts et nos qualités ; mieux préparer l'avenir de notre station.

Les Gets possède des atouts économiques, humains & culturels de premier ordre. Nous devons impérativement mieux faire rayonner ces richesses et mieux les partager pour améliorer la visibilité !









1. LE LOGO

Le nouveau positionnement graphique préconise l'utilisation de la version aplatie du logo afin d'épurer le graphisme. L'idée générale est de créer un territoire de communication propre et stable pour sortir du lot, attirer l'oeil et vous faire reconnaître par vos publics cibles.



Les Gets
Portes du Soleil



Les Gets
Portes du Soleil



Logotype - Fond clair

Deux couleurs sont préconisées pour l'utilisation de logo sur un fond blanc, clair ou une image ne nuisant pas à la lisibilité globale du logo : le noir et le bleu myrtille.

Si ce n'est pas le cas, intégrer le logotype dans un cartouche blanc en utilisant les zones de protection pour en définir la taille. La couleur du logotype peut varier selon les supports.





Logotype - Fond foncé

La couleur blanche est préconisée pour l'utilisation de logo sur un fond noir, foncé ou une image ne nuisant pas à la lisibilité globale du logo.

Si ce n'est pas le cas, intégrer le logotype dans un cartouche noir en utilisant les zones de protection pour en définir la taille. La couleur du logotype peut varier selon les supports.





Logotype - Estampe

Cette déclinaison est destinée à une utilisation monobloc et reste spécifique, il est préférable de demander une validation de son utilisation auprès de Les Gets Tourisme. Les contraintes d'utilisations sont les mêmes que pour les logos principaux.

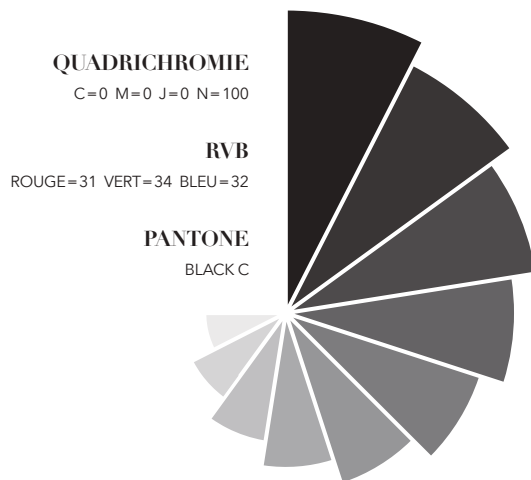






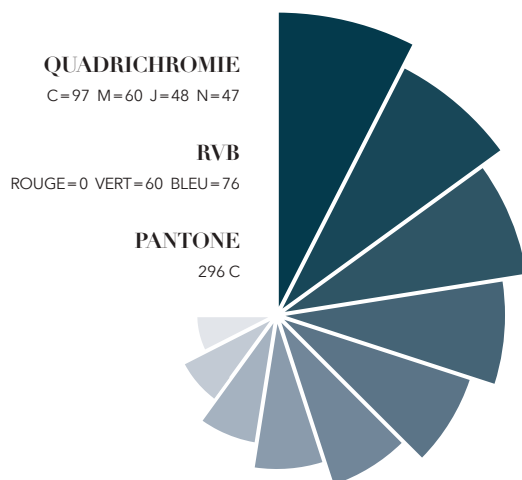


2. LES COULEURS



Couleurs principales

Les couleurs noire et bleu myrtille introduisent doucement certains codes graphiques un peu plus «haut de gamme» en relation avec le positionnement de la station.







3. LES TYPOGRAPHIES

TYPOGRAPHIE

AVENIR

is our corporate
typography.

We use it in
**many different
weights.**

Police titraille

Pour l'ensemble des éléments entrant dans la composition d'un titre (surtitre, titre, sous-titre ou accroche, intertitre...), la police «Didot LT Pro» est la police de référence pouvant être traitée dans les différentes graisses proposées.

DIDOT LT PRO - BOLD

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,:;!€&@*)

DIDOT LT PRO - ROMAN

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,:;!€&@*)

Police principale

Pour les textes, les contenus rédactionnels, la police «Avenir» est la police de référence pouvant être traitée dans les différentes graisses proposées.

AVENIR - ULTRA LIGHT

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,:;!€&@*)

AVENIR - REGULAR

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,:;!€&@*)

AVENIR - MEDIUM

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,:;!€&@*)

AVENIR - DEMI BOLD

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,:;!€&@*)

AVENIR - BOLD

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,:;!€&@*)

AVENIR - HEAVY

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,:;!€&@*)





4. LE LABEL

#MADEINLESGETS

Made in Les Gets n'est pas seulement un #. C'est bien plus que ça. C'est l'expression parfaite d'un état d'esprit qui se cristallise en 4 mots précédés d'un signe typographique croisillon.

LE concept #MadeInLesGets s'incarne à travers l'ensemble des actions de tous. Il appartient donc à chacun de le faire vivre et rayonner dans toutes les situations qui le permettent. C'est une démarche fédératrice pour l'ensemble des personnes qui apprécient et qui vivent Les Gets. Ce concept permet de créer du lien et de partager des produits, des services, des événements, des moments de vies, des émotions... C'est l'occasion de créer d'avantage de sens entre la station, la montagne, les habitants, les institutions, les professionnels et la clientèle. Le label #MadeInLesGets exprime un caractère unique et exclusif, une dimension expérientielle et aspirationnelle, la promesse de vivre des moments exclusifs. Il permet de faire vivre au quotidien une communauté de personnes qui partagent les mêmes valeurs de la station. #MadeInLesGets incarne la possibilité de s'approprier la destination et de prendre part à sa philosophie et à tous ses charmes. Ce slogan donne la possibilité d'être une alternative au logo de la station, lui, plus institutionnel. Avez vous

vécu des moments spécialement Made in Les Gets qui nourrissent vos souvenirs lorsque vous êtes en pleine déprime au bureau ? Cette pensée réconfortante qui donnerait l'envie de tout plaquer pour se faire téléporter directement sur les pistes tout en haut du Mont-Chéry ou au coin du feu dans un chalet bien au chaud. Des véritables instants Made in Les Gets qui sont une expression forte. Habitants et acteurs de la station, client "fan", personnalités, journalistes, blogueur... Tous ceux qui aiment Les Gets et son état d'esprit forment une communauté, des ambassadeurs et peuvent promouvoir la station auprès de leur propre cercle d'influence. Avec cette emblème ils disposent ainsi d'un signe pour afficher leur fierté d'appartenance ou de rattachement. Vraiment plus qu'un hashtag, tout un symbole !

Nous vous proposons de renforcer efficacement ce label, marqueur fort pour développer la mémorisation de la marque «Les Gets» et d'augmenter la communauté qui se reconnaît dans les valeurs de la station.



L'idée est de proposer un graphisme exclusif à ce label fort.
Ici le bloc est en accord avec le positionnement de la station : chic international, naturel, simplement beau.
Qui plus est, il est pratique dans son utilisation.







5. LE GRAPHISME

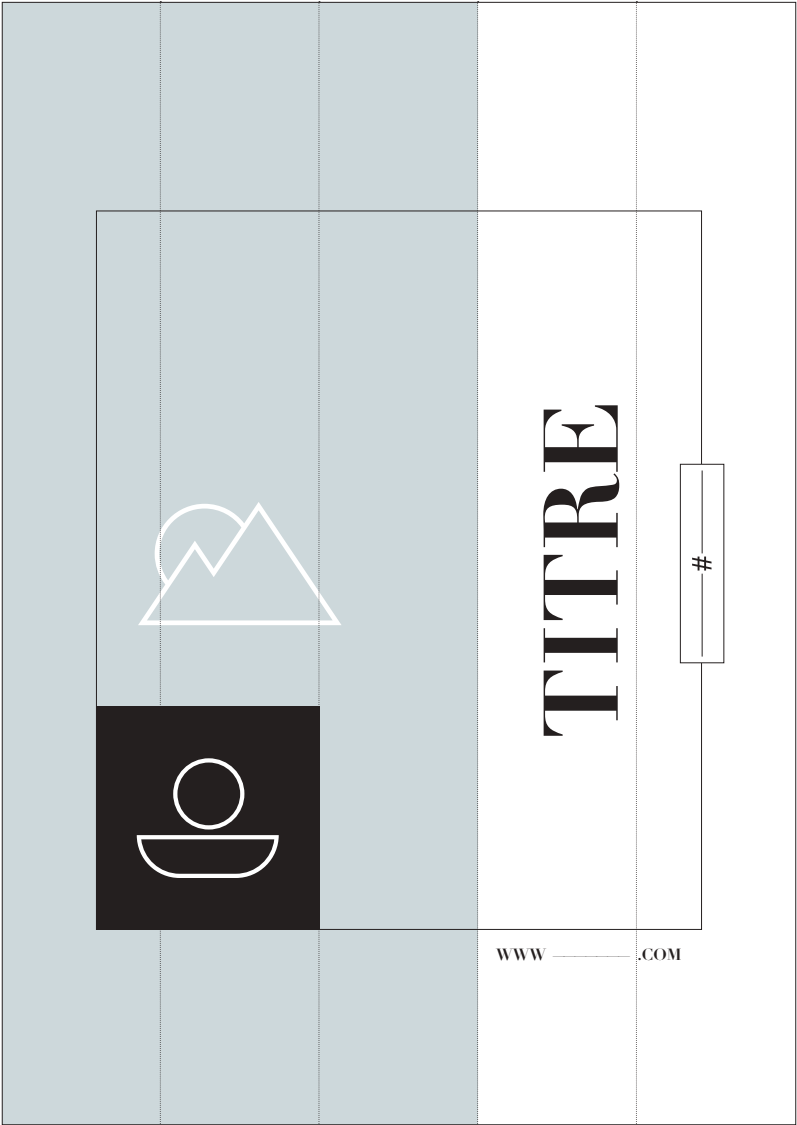
La création graphique installe un nouveau style épuré. La titraillie est nouvelle. La typographie aussi. Les lignes sont fines et ciselantes. La couleur noire introduit doucement certains codes graphiques un peu plus «haut de gamme» en relation avec le positionnement de la station. La mise en page & les proportions textes/photos sont légèrement déstructurées. Le traitement des visuels est dynamique.



Exemple 1 : communication institutionnelle

Format portrait, mise en page verticale.

Les proportions sont données à titre indicatif, elles peuvent varier selon les supports



Exemple 2 : communication institutionnelle

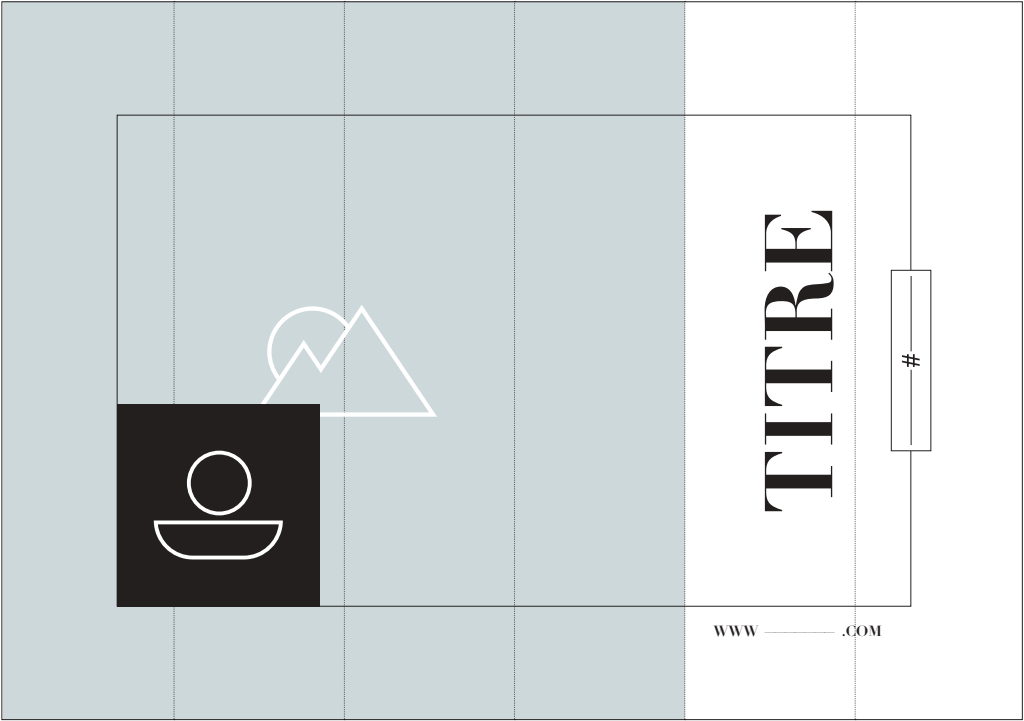
Format portrait, mise en page horizontale

Les proportions sont données à titre indicatif, elles peuvent varier selon les supports



Exemple 3 : communication institutionnelle

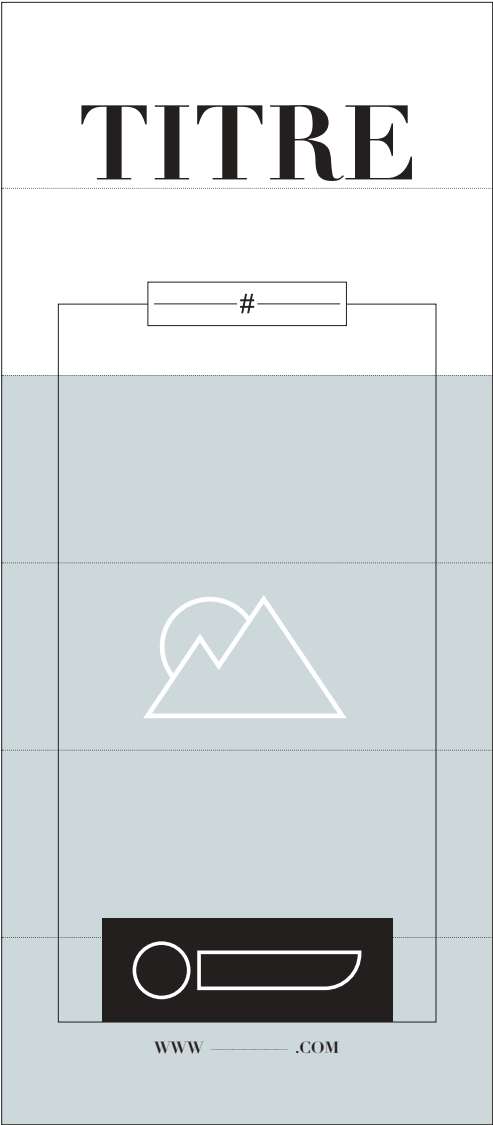
Format paysage, mise en page verticale.
Les proportions sont données à titre indicatif, elles peuvent varier selon les supports



Exemple 4 : communication institutionnelle

Format allongé, mise en page horizontale

Les proportions sont données à titre indicatif, elles peuvent varier selon les supports



AUTRES DÉCLINAISONS

WEB, ÉVÉNEMENTIEL, COVERING...

Bien évidemment, tous les exemples illustrés ci-avant (et d'autres) peuvent être déclinés et adaptés sur tous les supports si cela reste cohérent, tout en respectant des proportions et un aspect en accord avec le graphisme général.

Sinon, voici les éléments à respecter et les autres que vous pourrez utiliser ou non pour vos supports de communication.

Éléments graphiques à respecter :

Le logo

Utiliser la version aplatie dans ses différentes déclinaisons. La couleur du logotype peut varier selon les supports. Voir la partie 1 (Page 10).



La typo

La typo « Avenir » peut être utilisée dans les différentes graisses proposées. Voir la partie 3 (Page 22).

AVENIR - REGULAR

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,:;?!€&@*)

Éléments graphiques en option :

Les autres éléments graphiques dont ceux ci-dessous peuvent également être utilisés.

La typo «Didot LT Pro»

Voir la partie 3 (Page 22).

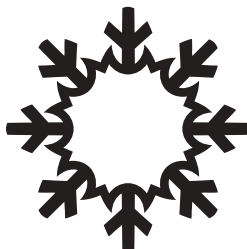
Aa abcd efgh ijkl mnop qrst uvwx yz
ABCDEF GHIJ KLMN OPQR STUV WXYZ
(...:?!€&@*)

Le Label

Voir la partie 4 (Page 28).



La Griffe









Dans le but de véhiculer au mieux l'image et les valeurs de la station, il est conseillé de bien faire valider à Les Gets Tourisme toute publication mettant en scène les éléments graphiques précédemment évoqués dans ce document.

Contact : **Chrystelle FELISAZ**

Tél. direct : +33 (0)4 50 75 81 70

Mobile : +33 (0)6 10 23 77 47

communication@lesgets.com

Les Gets Tourisme

B.P. 27 - 74260 Les Gets - France

Tél. standard : +33 (0)4 50 75 80 80

lesgets@lesgets.com

WWW.LESGETS.COM