

la charte graphique



AGENCE RÉGIONALE
DU LIVRE & DE LA LECTURE
HAUTS-DE-FRANCE



index de la chartre

1. le logotype	3
présentation	4
variantes	6
utilisations	7
interdits	9
2. les couleurs	10
3. les typographies	12
4. les éléments graphiques	15
la frise	16
les motifs	17
les pictos	18
5. exemples d'applications	19





le logotype





**AGENCE RÉGIONALE
DU LIVRE & DE LA LECTURE**
HAUTS-DE-FRANCE

L'AR2L HAUTS-DE-FRANCE EST UNE **AGENCE DE COOPÉRATION INTERPROFESSIONNELLE DÉDIÉE À LA FILIÈRE DU LIVRE ET DE LA LECTURE**, À LA VALORISATION ET AU SOUTIEN À LA CRÉATION LITTÉRAIRE SOUS TOUTES SES FORMES AINSI QU'À LA PRODUCTION ÉDITORIALE, À L'ÉCHELLE RÉGIONALE, NATIONALE ET INTERNATIONALE. ELLE EST NÉE DE LA **FUSION DE DEUX STRUCTURES EXISTANTES** : L'ARLL DANS LE NORD-PAS DE CALAIS ET LE CR2L EN PICARDIE.

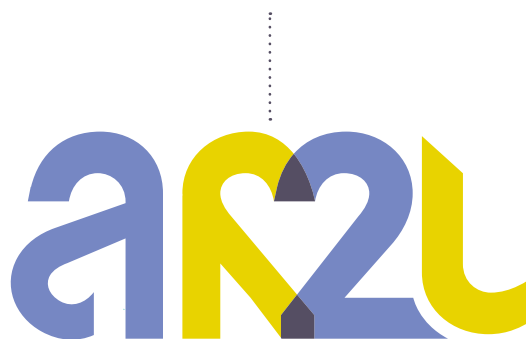
La création d'une nouvelle identité répond à deux objectifs majeurs :

- > **féderer** les équipes, les partenaires et tous les acteurs du livre autour d'une seule et même structure
- > **véhiculer les valeurs portées par l'agence** (Soutien à la filière livre et lecture / accompagnement des acteurs dans leur professionnalisation / accès de tous à la Culture / lutte contre l'illettrisme / service public / intérêt général / créer du lien / interprofessionnalité)

La superposition de la lettre R et du chiffre 2 évoque la coopération, la mise en réseau.

Elle est aussi une évocation assumée du cœur. Elle humanise le message et replace la passion pour le livre, l'amour de la lecture au centre de la vocation de l'agence.

des formes arrondies, des courbes généreuses pour exprimer l'accompagnement, la proximité et le rapport humain



Les formes se répètent, se croisent, se complètent pour créer une typographie unique et différenciante. Elle privilégie les bas de casse dans une volonté d'accessibilité et de démystification de l'objet livre.

**AGENCE RÉGIONALE
DU LIVRE & DE LA LECTURE
HAUTS-DE-FRANCE**

La baseline prend le contrepied de l'acronyme en utilisant des capitales pour offrir au logotype une assise rassurante et structurante.

POUR FACILITER SON INTÉGRATION,
LE LOGOTYPE A ÉTÉ PENSÉ EN PLUSIEURS DÉCLINAISONS.

version de base
(quadri avec baseline)



versions monochromes

(en blanc, en noir ou autre couleur issue de la charte avec baseline)
Dans ces cas, le logotype devient empreinte pour simuler la superposition



versions en bichromie

(en utilisation sur fond de couleur de la charte)



versions sans baseline

(chaque version du logotype existe sans baseline)
Ces versions ne peuvent être utilisées qu'en signature si la baseline est déjà présente sous une autre forme



AVEC OU SANS BASELINE ? EN MONOCHROMIE, EN BICHROMIE OU EN QUADRI ?
VOUS ÊTES PERDU ? PETIT GUIDE POUR VOUS AIDER À SAVOIR QUELLE VERSION UTILISER !



Ceci est la taille minimale d'utilisation de la version avec baseline
En deçà, on utilisera la version sans baseline.



Sur fond bleu

On utilise la version monochrome blanc ou la version bichrome



Sur fond jaune

On utilise la version monochrome violine ou la version bichrome



Sur fond blanc

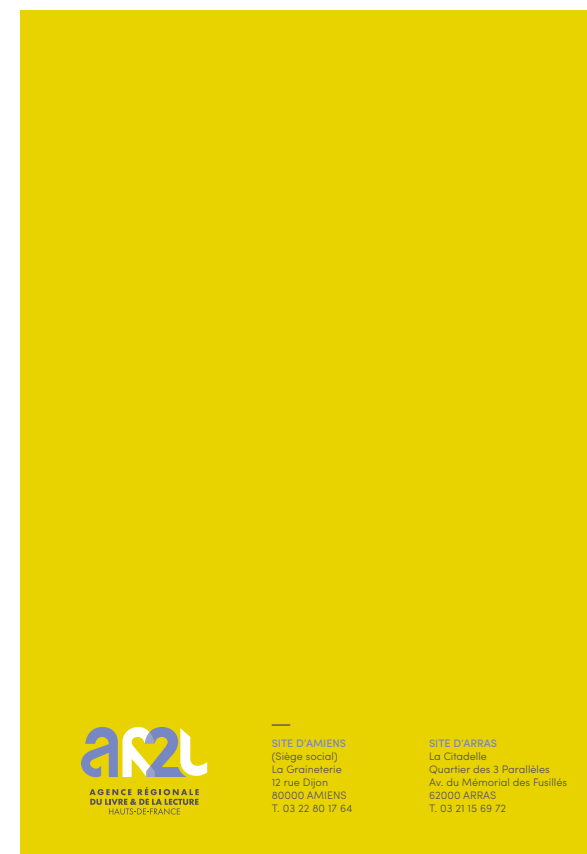
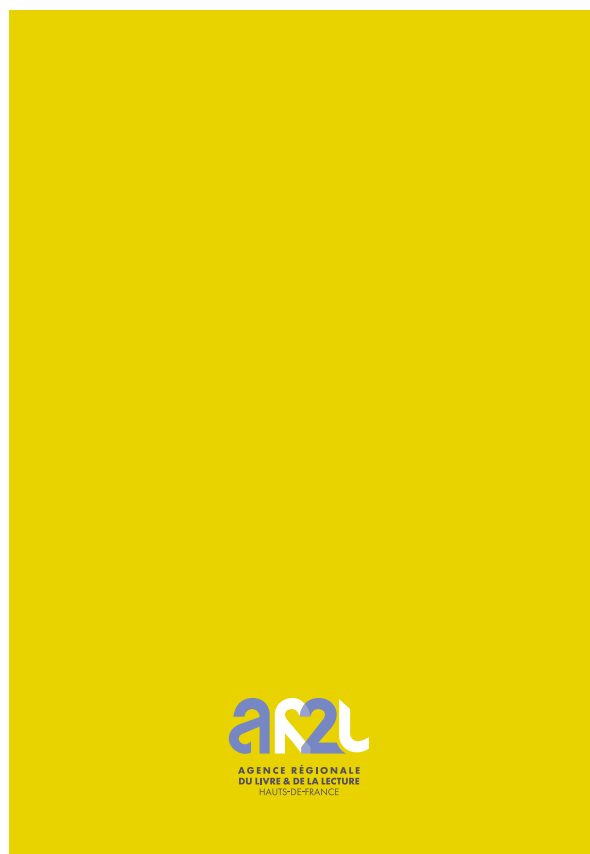
On utilise la version quadri ou monochrome



Sur tout autre fond de couleur

On utilise les versions monochromes
(blanc pour fond foncé, noir ou violine pour fond clair)

LE LOGOTYPE, COMMENT LE PLACER ?
EN HAUT OU EN BAS, C'EST VOUS QUI CHOISISSEZ ! MAIS DE PRÉFÉRENCE, CENTRÉ.
CAS PARTICULIER : AVEC L'ADRESSE ON LE PRÉFÈRE SUR LE CÔTÉ.



POUR RESPECTER L'ESTHÉTIQUE ET LA LISIBILITÉ DU LOGOTYPE,
IL Y A QUELQUES PETITES RÈGLES À SUIVRE.
ATTENTION, LA POLICE DU BON GOÛT VEILLE ;-)



Le logotype en dessous de la version minimale, tu n'utiliseras point.

Ça ne vous aura pas échappé, c'est illisible.



La bonne version bichromie, tu appliqueras.

Ça pique les yeux, ça vibre, il en manque une partie ?
Alors ça n'est pas la bonne association (*voir page 7*).



En fonction du fond, la meilleure version monochrome, tu choisiras.

Sur les exemples ci-contre, on sent bien que quelque chose cloche, non ?
En fonction du fond, on choisit la version la plus lisible.



L'homothétie initiale du logotype, tu respecteras.

Ça nous est tous arrivé un jour : on oublie d'appuyer sur la touche Shift en voulant agrandir le logo et... patatra ! Le voilà tout déformé. Pas de panique, il suffit de remettre le lien à 100% en largeur et en hauteur et tout rentrera dans l'ordre.



les couleurs



CINQ COULEURS PRINCIPALES COMPOSENT LA CHARTE.
ELLES SERONT UTILISÉES EN PRIORITÉ SUR
TOUS LES SUPPORTS DE COMMUNICATION DE L'AR2L.



Le violine

C=45 M=45 J=10 N=60
R=85 V=78 B=99
hexacode= #554E63
Pantone 2363 C ou U*

Le bleu

C=60 M=45 J=0 N=0
R=118 V=135 B=195
hexacode= #7687C3
Pantone 2114 C ou U*

Le bleu descendu

C=46 M=34 J=0 N=0
R=151 V=162 B=211
hexacode= #97A2D3
Pantone 2113 C ou U*

Le jaune

C=0 M=0 J=100 N=15
R=232 V=211 B=0
hexacode= #E8D300
Pantone 604 C ou U*

Le jaune descendu

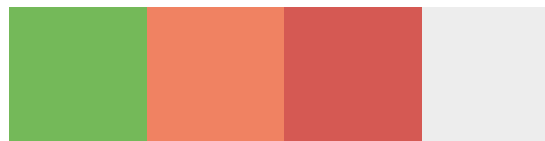
C=0 M=0 J=74 N=3
R=255 V=236 B=87
hexacode= #FFEC57
Pantone 602 C ou U*

Il n'y a pas assez de couleurs ?

De façon exceptionnelle et encadrée par l'équipe communication de l'AR2L, nous pourrions envisager d'ajouter quelques couleurs complémentaires, **si et seulement si**, elles sont en parfaite harmonie avec l'ensemble des couleurs de base.

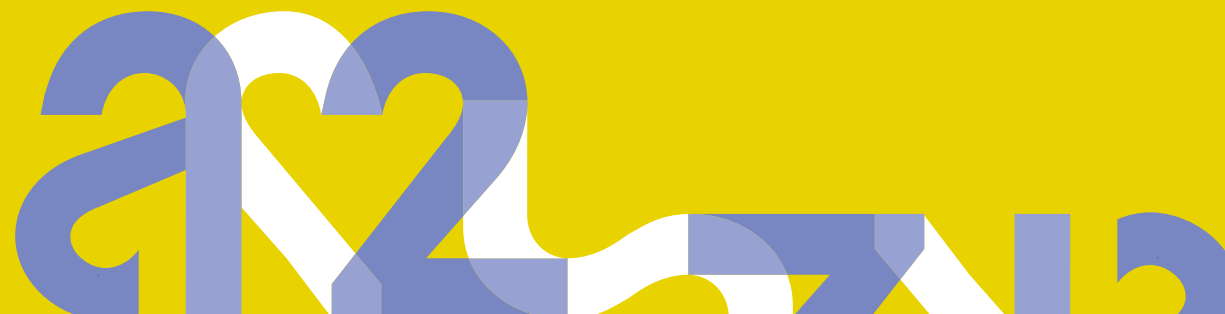
***C ou U ?? Vous pouvez m'éclairer ??**

Si votre support est imprimé sur un papier couché, prenez la référence C,
Si c'est sur un papier offset ou kraft, prenez la référence U.





les typographies



LA SOFIA PRO EST LA TYPOGRAPHIE PRINCIPALE UTILISÉE SUR LES SUPPORTS DE L'AR2L (TITRES ET TEXTE COURANT).

ON PEUT L'UTILISER DANS TOUTES SES VARIANTES : EN GRAS, EN ITALIQUE, EN CAPITALES, ... DEUX SEULES RÈGLES : L'ESTHÉTIQUE ET LA LISIBILITÉ.

Sofia Pro

azertyuiopqsdfghjklmwxcvbn
@&é»'(§è!çà)-^\$ù` ,;:=
AZERTYUIOPQSDFGHJKLMWXCVBNNN
#1234567890° _ ``%£,./+

Sofia Pro

azertyuiopqsdfghjklmwxcvbn
@&é»'(§è!çà)-^\$ù` ,;:=
AZERTYUIOPQSDFGHJKLMWXCVBNNN
#1234567890° _ ``%£,./+

Sofia Pro

azertyuiopqsdfghjklmwxcvbn
@&é»'(§è!çà)-^\$ù` ,;:=
AZERTYUIOPQSDFGHJKLMWXCVBNNN
#1234567890° _ ``%£,./+

Où se la procurer ?

> **gratuitement**, via le typekit du Creative Cloud d'Adobe : <https://typekit.com/fonts/sofia>

> **en version payante** si vous n'avez pas d'abonnement au Creative Cloud : <https://www.myfonts.com/fonts/mostardesign/sofia-pro>

! ALERTE BUREAUTIQUE !

Sur les postes administratifs, on privilégiera une google font : **la Muli**
<https://fonts.google.com/specimen/Muli>

EN COMPLÉMENT DE LA SOFIA PRO, POUR TOUTES LES INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES OU ANNEXES, ON UTILISERA L'AKROBAT (TYPO CONDENSÉE).

Akrobat

azertyuiopqsdfghjklmwxvbn
@&é»'(§è!çà)-^\$ù` ;:=-
AZERTYUIOPQSDFGHJKLMWXCVBNNN
#1234567890°_`%£./+`

Akrobat

azertyuiopqsdfghjklmwxvbn
@&é»'(§è!çà)-^\$ù` ;:=-
AZERTYUIOPQSDFGHJKLMWXCVBNNN
#1234567890°_`%£./+`

Akrobat

azertyuiopqsdfghjklmwxvbn
@&é»'(§è!çà)-^\$ù` ;:=-
AZERTYUIOPQSDFGHJKLMWXCVBNNN
#1234567890°_`%£./+`

Où se la procurer ?

> **gratuitement**, directement sur le site de la fonderie : <https://www.fontfabric.com/akrobat/>

! ALERTE BUREAUTIQUE !

Bonne nouvelle, l'Akrobat est une typo gratuite et libre de droits.
Vous pouvez donc la télécharger gratuitement pour une utilisation bureautique.



les éléments graphiques

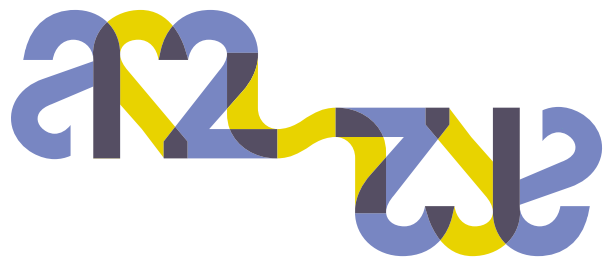


LE LOGOTYPE S'ACCOMPAGNE D'ÉLÉMENTS GRAPHIQUES QUI METTENT DE LA VIE DANS LES SUPPORTS DE COMMUNICATION.

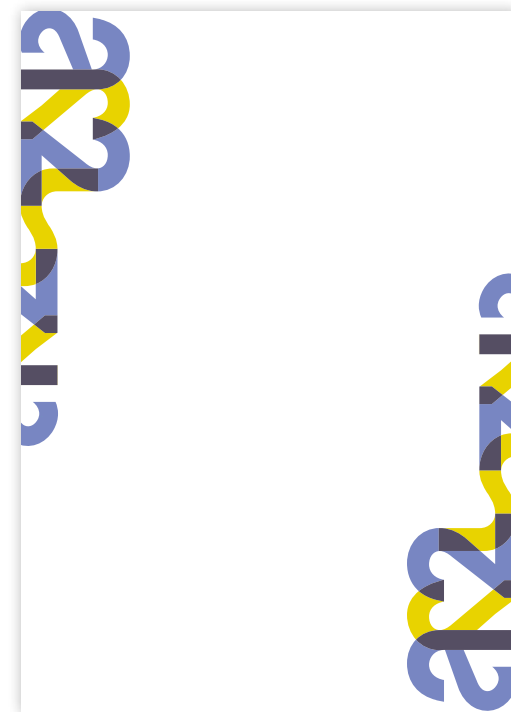
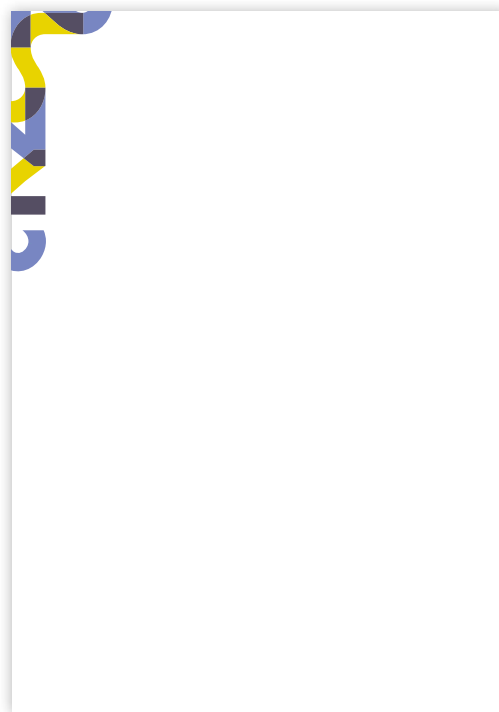
La frise

Créée par la compression du sigle et sa duplication en symétrie horizontale, la frise existe pour fond blanc, pour fond jaune et pour fond bleu. Elle s'inverse, elle se coupe, elle sort de la page pour venir encadrer vos propos.

version de base



exemples d'utilisation

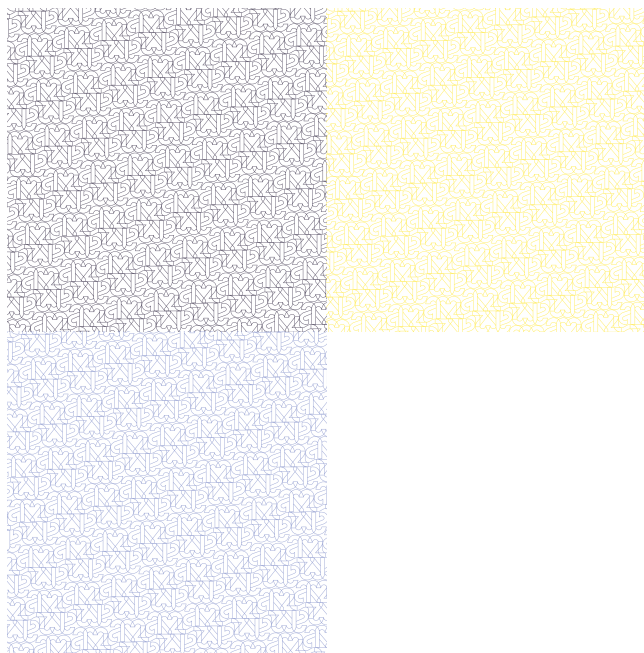


Le motif

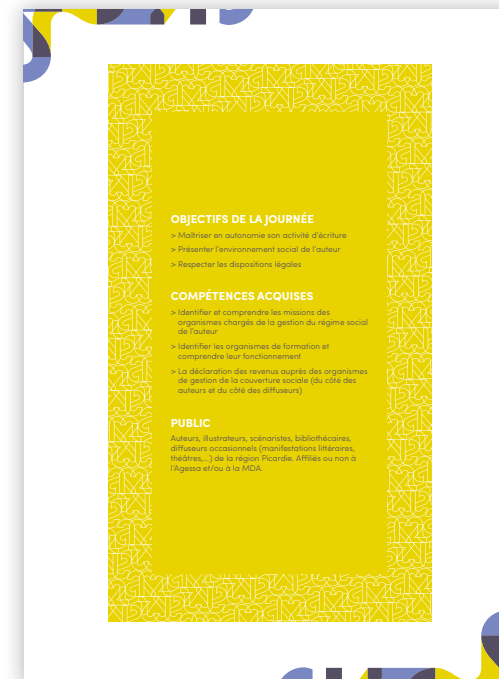
Créé par la compression du sigle et sa duplication à l'infini en contours, le motif est une trame discrète qui met en exergue des éléments ou habille votre mise en page.

Il existe en violette, en blanc, en bleu descendu et en jaune descendu.

version de base



exemples d'utilisation



Les pictos

Créés sur le principe des formes et des chevauchements initiés par le logo, les pictos viennent illustrer un discours, renforcer un message.



CRÉER DE L'ÉMOTION



DÉVELOPPER L'IMAGINAIRE



SOUTENIR LA CRÉATION



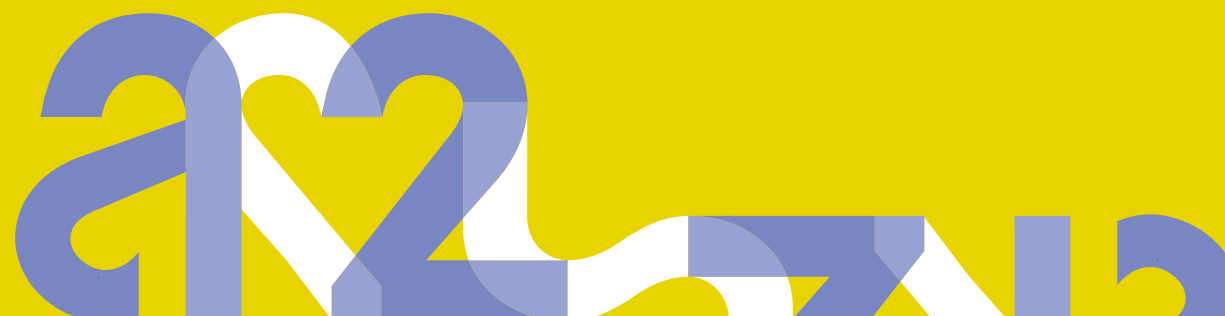
FAVORISER LES ÉCHANGES

Tous les pictos créés dans le cadre des supports de communication de l'AR2L devront être déclinés dans un même esprit graphique :





exemples d'application





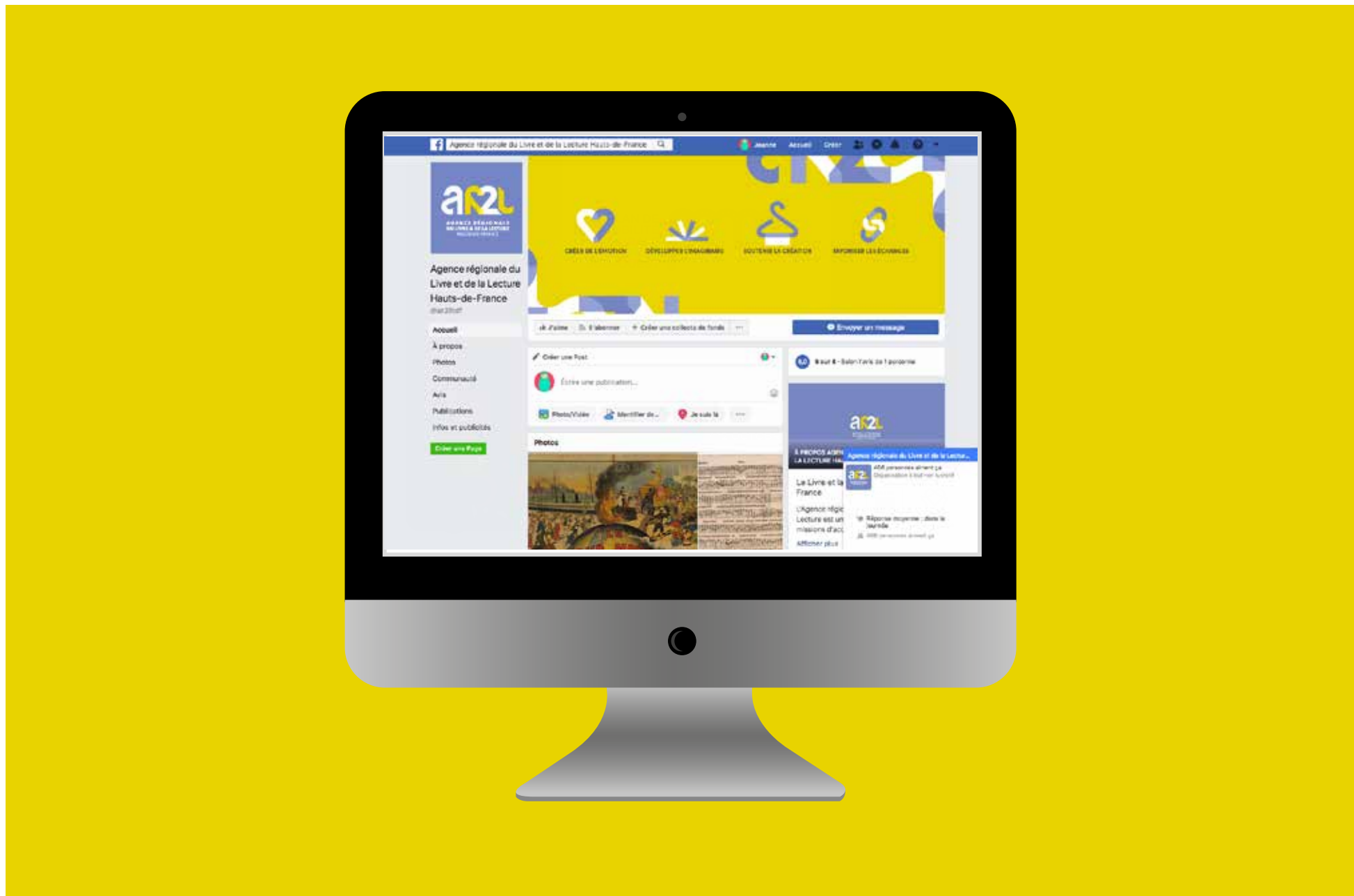














L'une de vos interrogations n'a pas trouvé réponse dans cette charte ?
Vous avez besoin d'un fichier source ?
Pas de panique, nous sommes là pour vous aider :-)

Service communication AR2L

Nathalie Rost / Maëlle Ubico
nrost@ar2l-hdf.fr / mubico@ar2l-hdf.fr
T. 03 65 80 14 53 / T. 03 65 80 14 57

Studio oKoWoKo

Joanne Urbanski
joanne@okowoko.fr
T. 06 63 04 49 57