



CHARTÉ GRAPHIQUE

BY KATCHUP - 2022

Sommaire

01 Le Logo	5
Symbolique	5
Le Logo	6
Application sur fonds	6
Variation "blanche" ou défoncé	7
Variation horizontale	8
Noir et blanc	9
Zone de protection	10
Interdits	11
Bloc-marque Cobranding Horizontal	12
Bloc-marque Cobranding Vertical	13
Bloc-marque Cobranding Exemples	14
Bloc-marque Antenne Horizontal	15
Bloc-marque Antenne Vertical	16
02 Guide des couleurs	17
Couleurs principales - Références	19
Couleurs secondaires	20
Philosophie	21
Couleurs secondaires - Références	22
03 Typographies	23
Modern Love Caps	24
Titilium Web	25
Asitula	26
Calibri	27
04 Système graphique	28
Motifs	29
Brushes	30
05 Applications	31
Signalétique - Office du Tourisme "I"	32
Signalétique - Office du Tourisme "rectangulaire"	33
PLV - Oriflamme	34
Comm digitale - Réseaux sociaux - Facebook	35
Papeterie & bureautique	39
Signature mail	39
Carte de visite	40
PPT	42
Goodies - Bloc-notes	43
Goodies - Tablier	44



01

LOGOTYPE

01

LE LOGO



L'agence d'attractivité Sud Tourisme oeuvre pour l'ensemble des acteurs touristiques en province Sud.

Son objectif est de fédérer autour d'une nouvelle marque commune « Sud Tourisme Nouvelle Calédonie » afin de donner un maximum de visibilité à tous, et de valoriser la destination et l'offre touristique dans son ensemble.

Cette nouvelle marque remplace « Destination Province Sud » et doit refléter et servir la stratégie touristique de l'ensemble de la destination.

La volonté de la nouvelle organisation est d'être au plus proche des acteurs et de tout mettre en oeuvre pour permettre les retombées économiques. Cette nouvelle marque est l'outil commun qui s'impose comme une référence officielle pour les visiteurs locaux et internationaux.

C'est la marque du réseau d'Offices de Tourisme, ainsi que celle des canaux de communication de la destination.

01

LE LOGO Symbolique



Le logo invite au voyage et à la découverte d'une destination nature riche et variée.

Le SUD s'impose avec caractère et force car il représente toute les destinations de la province Sud et reflète la volonté provinciale, ainsi que celle des communes de la province, de faire du tourisme un enjeu majeur. Il est parcouru de motifs qui sont autant de représentations de la diversité de l'offre et symbolisent le décor des expériences qui sont à y vivre.

Le soleil des vacances irradie à la fois les sentiers de randonnées, les cascades et les rivières, la brousse, les forêts humides et tropicales, mais également les pins colonnaires et notre lagon. Cette nature va pouvoir accueillir le visiteur et répondre à chacune de ses envies.

Ces motifs s'inspirent également de la culture traditionnelle du monde mélanésien en proposant une modernisation des bambous gravés.

Le mot TOURISME est ancré dans la terre à la manière d'une empreinte dans le sol. Celle de l'homme en lien avec la nature, celle du souvenir du passage d'un visiteur.

NOUVELLE-CALÉDONIE est « signé à la main » à la base du logo. Au delà des paysages, ce sont bien les relations humaines qui marqueront le séjour du visiteur, depuis l'accompagnement personnalisé en Office de tourisme jusqu'aux rencontres des différents acteurs sur l'ensemble de la destination.

01

LE LOGO

Application
sur fonds

Le logotype s'applique sur les fonds de couleur et sur les fonds photographiques.
Pour garantir sa lisibilité il sera utilisé dans sa version "blanche" ou défoncée, voir page suivante.



01

LE LOGO

Variation

-

"blanche"
ou défoncé

Le logo en défoncé accompagné d'un bandeau jaune orangé est obligatoirement utilisé sur les fonds colorés une valeur de gris supérieure à 50% de noir



01

LE LOGO

Variation

- horizontale

Le logo SUD TOURISME pourra être utilisé **exceptionnellement** dans sa composition horizontale. L'utilisation de cette composition ne sera jamais privilégiée face à l'utilisation de sa composition initiale.



Le logo SUD TOURISME pourra être utilisé **exceptionnellement** dans sa composition simplifiée (sans Tourisme et Nouvelle-Calédonie). L'utilisation de cette composition ne sera jamais privilégiée face à l'utilisation de sa composition initiale.



01

LE LOGO

Noir et blanc

La version noir & blanc du logotype se fera sur des supports spécifiques ou impliquant des reproductions limitées au noir & blanc (photocopies...)

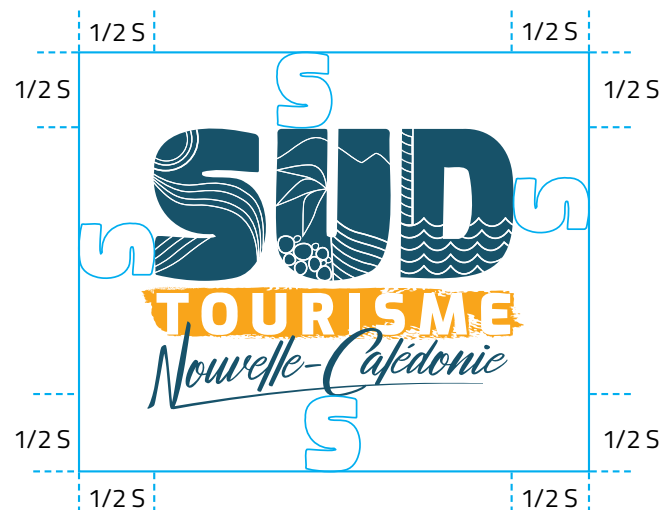


01

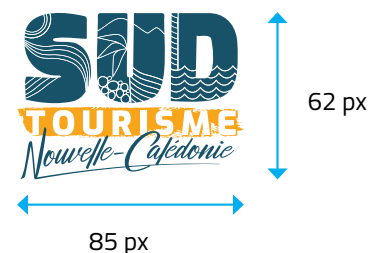
LE LOGO

Zone de protection

Une zone de protection ou « blanc tournant » est définie autour du logotype pour garantir sa visibilité dans un environnement perturbé ou le placer à une distance de sécurité du bord d'un document. Cette zone de protection doit être respectée.



La taille minimum du logotype est fixée à 50mm de largeur et 36 mm de hauteur pour le Print et 100px sur 54px pour le web.



01

LE LOGO Interdits



Ne pas utiliser le logo sans les motifs dans le mot SUD



Ne pas effectuer de rotation sur le logo



Ne pas utiliser les éléments séparément



Ne pas déplacer les éléments du logo ou les combiner dans un ordre différent



Ne pas changer les couleurs du logo, hors celles comprises dans la charte



Ne pas utiliser le logo bleu sur fond à valeur de gris (ou couleur équivalente) > ou = à 50%



Ne pas supprimer la forme brush derrière le mot TOURISME



Ne pas modifier la couleur de la forme brush derrière le mot tourisme



Ne pas utiliser le logo bleu sur fond à valeur de gris (ou couleur équivalente) < à 50%



Ne pas utiliser de version monochrome du logo

01

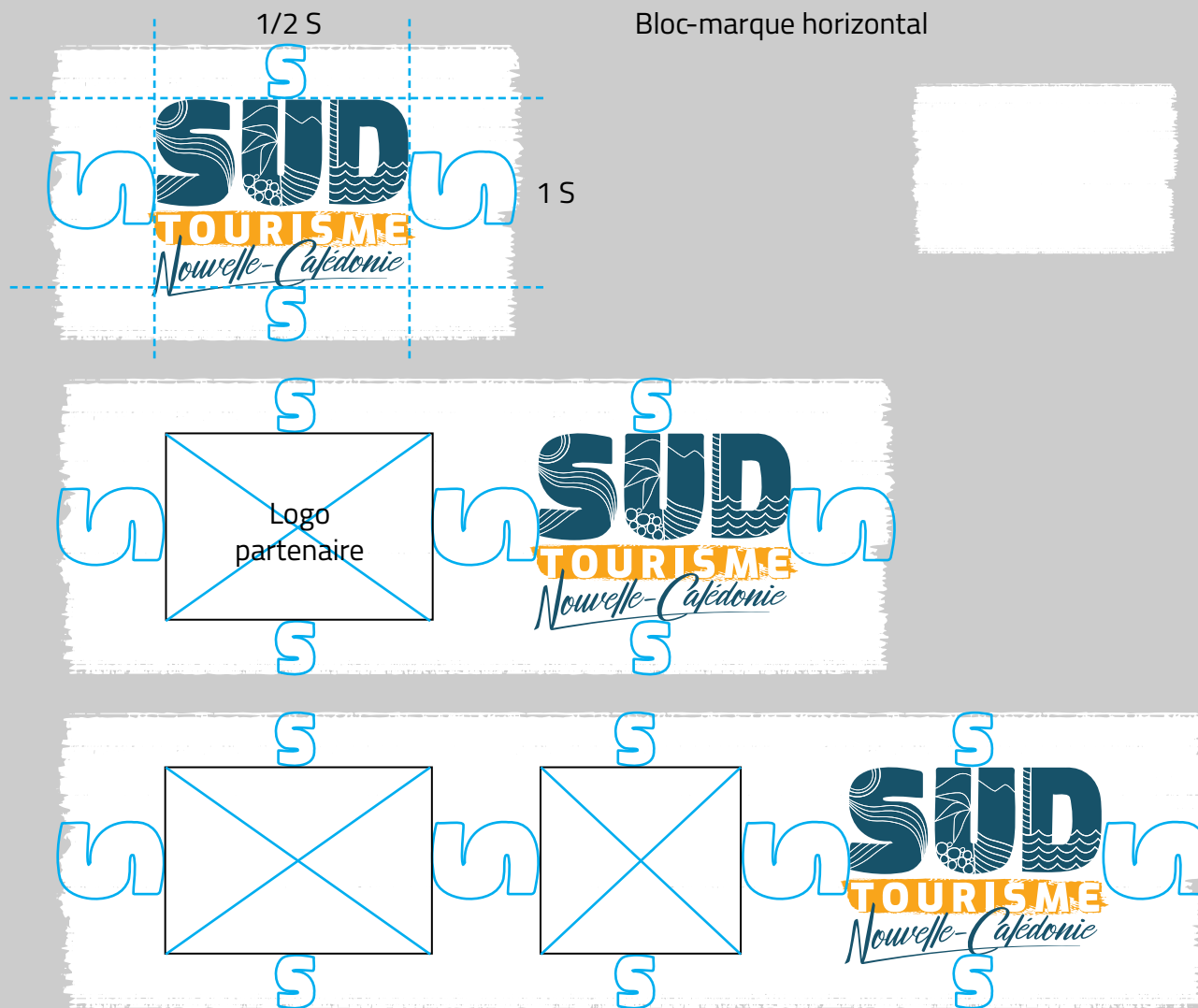
LE LOGO

Bloc-marque Cobranding

- Horizontal

SUD TOURISME Nouvelle-Calédonie dans sa mission travaillera en étroite collaboration avec des partenaires aux identités variables : institutions, partenaires, entreprises privées.

Il conviendra d'utiliser le bloc-marque cobrandé ci-dessous pour afficher le ou les autres logos adjoints.



La **forme brush**
"rectangle" sera
dupliquée autant de fois
qu'il y aura de logos
additionnels

En respectant les marges
suivantes :
1/2 S dans la hauteur
1 S entre chaque logo et
les bords extérieurs
de la brush

Le logo
SUD TOURISME
se positionnera
en **clôture
de bandeau**

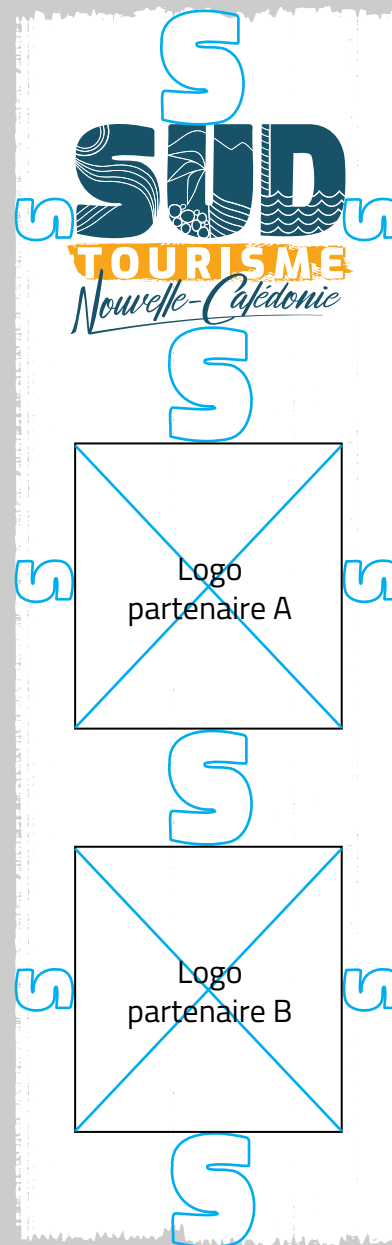
01

LE LOGO

Bloc-marque
Cobranding

-
Vertical

Bloc-marque
vertical



01

LE LOGO

Bloc-marque
Cobranding

-
Exemples



Brush blanche pour usage du bloc-marque sur fond coloré ou photo



Brush "Sable/Roche" (CMJN : 0-15-45-0) pour usage du bloc-marque sur fond coloré ou photo

01

LE LOGO

Bloc-marque
Antenne

-

Horizontal

SUD TOURISME Nouvelle-Calédonie en tant que marque mère, aura dans sa désignation à préciser les antennes "filles" qui lui seront attachées. Ci-dessous le bloc-marques "antenne" spécifique à la désignation des ces dépendances.



Logo SUD TOURISME

Antenne

Logo OT

Le bloc-marque est bi-colore pour distinguer l'espace du logo SUD TOURISME NC et l'espace "Antenne"

01

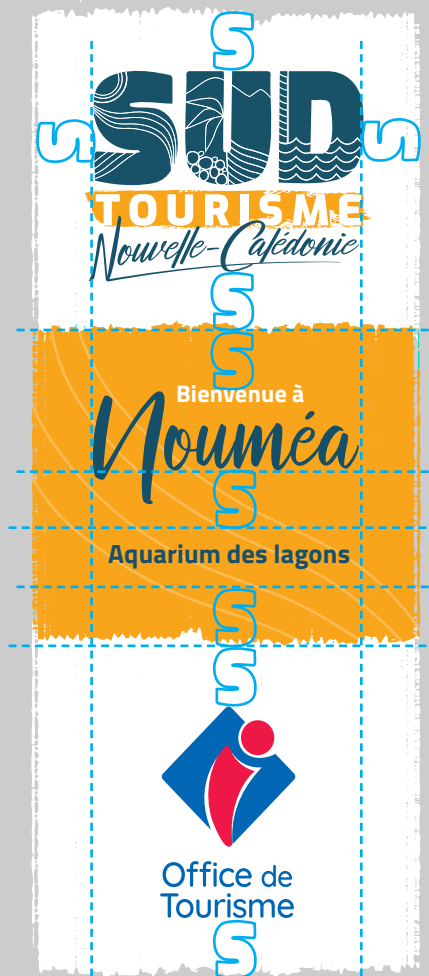
LE LOGO

Bloc-marque

Antenne

-

Vertical



Le nom de l'Antenne est
contraint à la largeur du
logo SUD TOURISME NC

02

GUIDE DES COULEURS

02

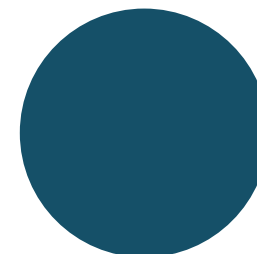
GUIDE DES COULEURS

Couleurs principales

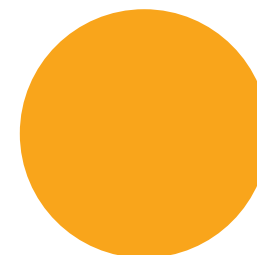
Le logo de SUD TOURISME s'organise autour de 2 couleurs principales et une sélection de couleurs secondaires qui le fera vivre au travers de plusieurs thématiques.



Couleurs principales



Bleu Marine :
Île Nature



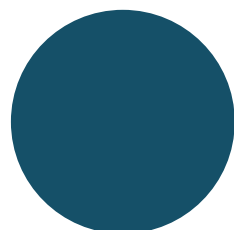
Jaune orangé :
Terre de soleil

02

GUIDE DES COULEURS Références

Bleu Marine : Île Nature

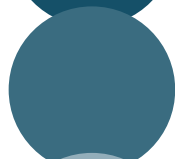
Couleur 1



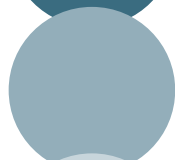
C: 94%	R: 21
M: 69%	V: 64
J: 45%	B: 86
N: 35%	
#154056	RAL5011 Pantone 7708 C



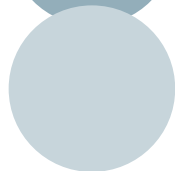
teinte 100%



teinte 84%



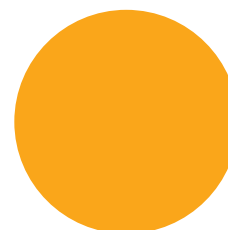
teinte 46%



teinte 24%

Jaune orangé : Terre de soleil

Couleur 2



C: 0%	R: 226
M: 40%	V: 144
J: 100%	B: 0
N: 0%	
#faa519	RAL1006 Pantone 137 C



teinte 100%



teinte 84%



teinte 46%



teinte 24%

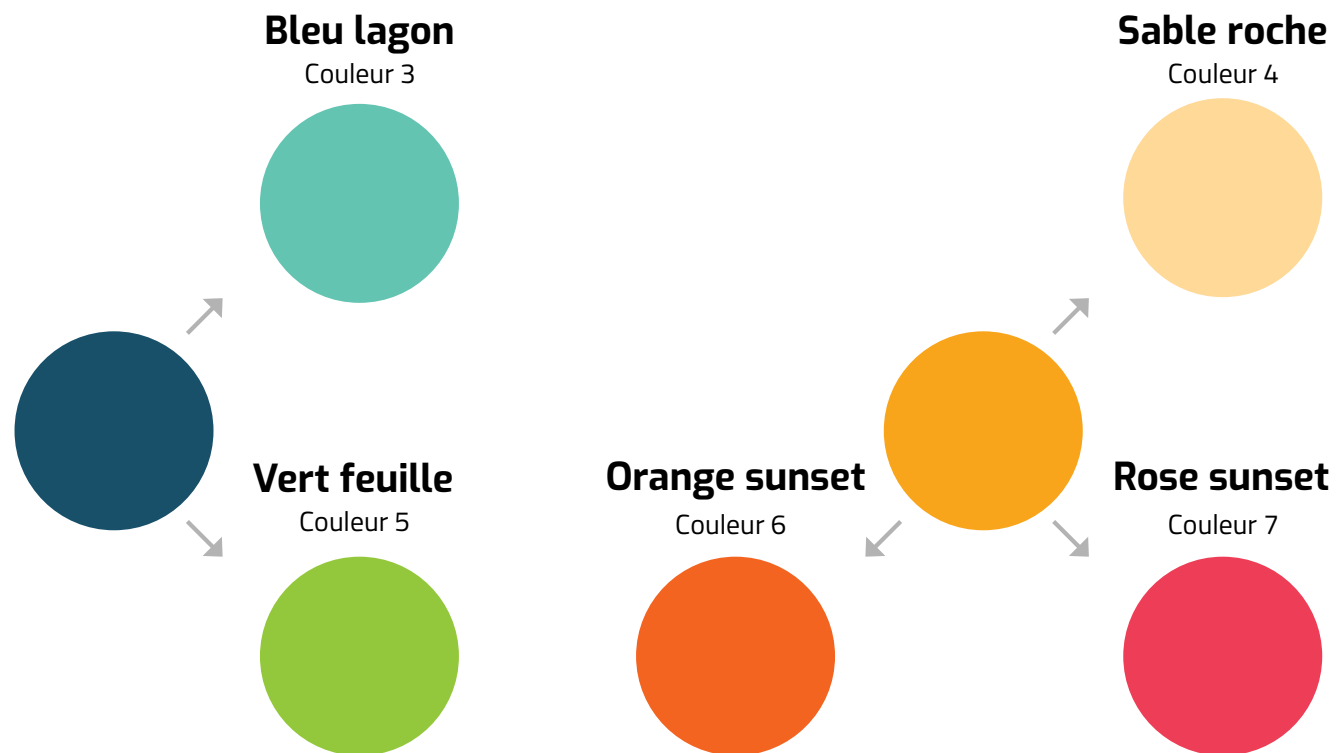
02

GUIDE DES COULEURS

Couleurs secondaires

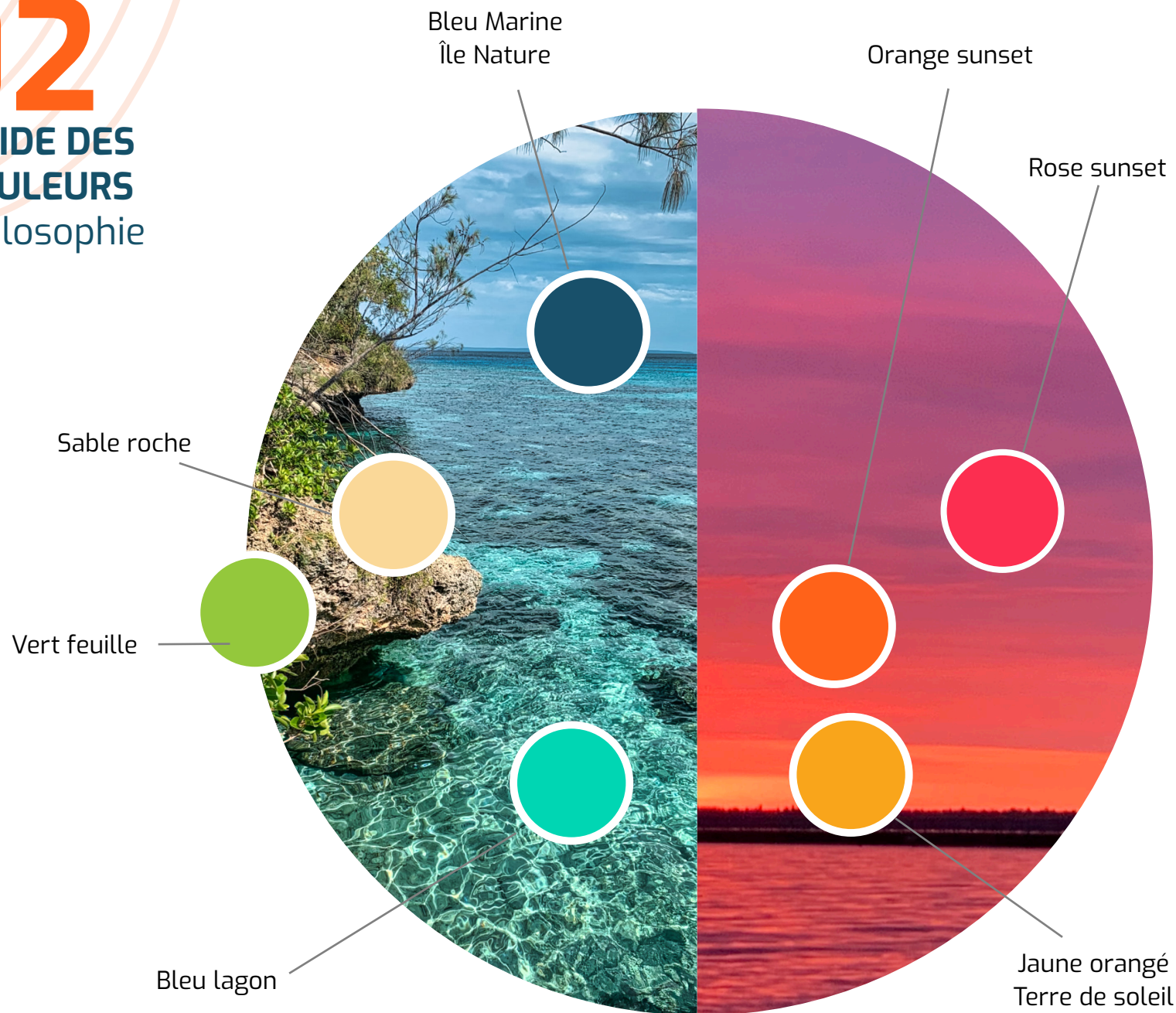
Couleurs secondaires

Les 2 couleurs principales seront accompagnées de 5 couleurs secondaires.



02

GUIDE DES COULEURS Philosophie



l'île nature

Les couleurs SUD TOURISME font appel à ce que la NOUVELLE-CALEDONIE réserve de meilleur en terme de décor et d'expérience visuel.

Deux ensemble de couleurs s'expriment dans cette charte colorimétrique, l'un découle du milieu marin et du littoral avec ses couleurs fraîches à froides. Le second ensemble se construit autour des couleurs chaleureuses et brillantes des couchers de soleil.

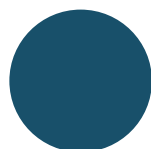
02

GUIDE DES COULEURS

Couleurs secondaires

Bleu Marine : Île Nature

Couleur 1



C: 94%
M: 69%
J: 45%
N: 35%

R: 21
V: 64
B: 86

#154056

RAL5011
Pantone 7708 C



teinte 100%



teinte 84%



teinte 46%



teinte 24%

Jaune orangé : Terre de soleil

Couleur 2



C: 0%
M: 40%
J: 100%
N: 0%

R: 226
V: 144
B: 0

#faa519

RAL1006
Pantone 137 C



teinte 100%



teinte 84%



teinte 46%



teinte 24%

Bleu lagon

Couleur 3



C: 58%
M: 0%
J: 38%
N: 0%

R: 0
V: 214
B: 179

#00D6B3

RAL5018
Pantone 570 C



teinte 84%



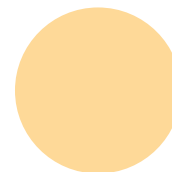
teinte 46%



teinte 24%

Sable & roche

Couleur 4



C: 0%
M: 15%
J: 45%
N: 0%

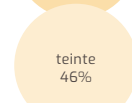
R: 250
V: 216
B: 152

#FAD898

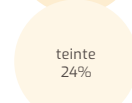
RAL 1013
Pantone 7506 C



teinte 84%



teinte 46%



teinte 24%

Vert feuille

Couleur 5



C: 47%
M: 0%
J: 100%
N: 0%

R: 149
V: 201
B: 61

#95C93D

RAL 6018
Pantone 376 C



teinte 84%



teinte 46%



teinte 24%

Orange sunset

Couleur 6



C: 0%
M: 75%
J: 100%
N: 0%

R: 255
V: 98
B: 25

#FF6219

RAL 2003
Pantone 1505 C



teinte 84%



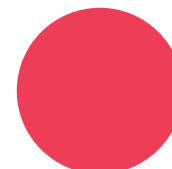
teinte 46%



teinte 24%

Rose sunset

Couleur 7



C: 0%
M: 90%
J: 60%
N: 0%

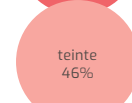
R: 252
V: 46
B: 80

#FC2E50

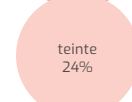
RAL 3017
Pantone 710 C



teinte 84%



teinte 46%



teinte 24%

TYPOGRAPHIES

Trois typographies sont principalement utilisées dans cette charte :

Les titres sont des messages forts qui engagent la marque dans une approche sensible et d'accessibilité.
Le typo Modern love Caps transmet cette notion "HAND MADE", artisanale.

TITRE 1 - Modern love caps

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Les sous-titres explicitent les messages.
Ils sont en Titilium web et bas de casse. On utilisera indifféremment toutes les déclinaisons
au service du contenu

La typographie Titilium web est disponible sur google font.

TITRE 2 - Titilium web - bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

CORPS DE TEXTE - Titilium regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

EXERGUE- Titilium semi bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

La typographie Astitula, utilisée en tant que "Signature" du logo SUD TOURISME Nouvelle-Calédonie, pourra être utilisée dans le cadre des localités : communes, villes ou tribus et permettre d'identifier les lieux et lieux-dits.

La typographie Astitula est disponible sur : freefonts.co/fonts/astitula-regular

TITRE 2 - Astitula regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9

Calibri sera la typographie référente en bureautique dans le cas où il est impossible, pour l'utilisateur, d'installer la typographie titilium web (restrictions de droits etc).

Callibri est installer par défaut sur les systèmes MAC et PC.

BUREAUTIQUE - Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

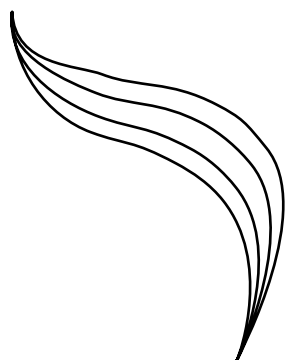
123456789

04

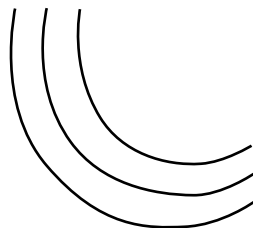
SYSTÈME GRAPHIQUE

04

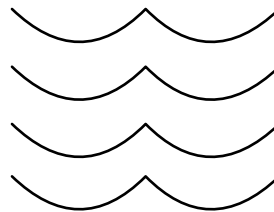
MOTIFS



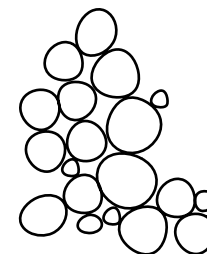
Cascade



Soleil



Vague



Coco



Paradis

L'identité visuelle SUD TOURISME s'enrichie de l'utilisation de 5 motifs reprennant les symboles du logo et le style des bambous gravés.

Chacun de ces motifs pourra être utilisé en ornementation de manière librement dans les compositions d'image et en utilisant les couleurs de la charte.

04

BRUSHES

Les brushes sont des éléments supplémentaires dans la dynamisation des visuels de SUD TOURISME. Ils pourront servir d'encadrement, de soulignement ou d'éléments graphiques en soi.



brush
"rectangle"



brush
"dynamique 1"



brush
"dynamique 2"

05

APPLICATIONS

05

APPLICATIONS

Signalétique

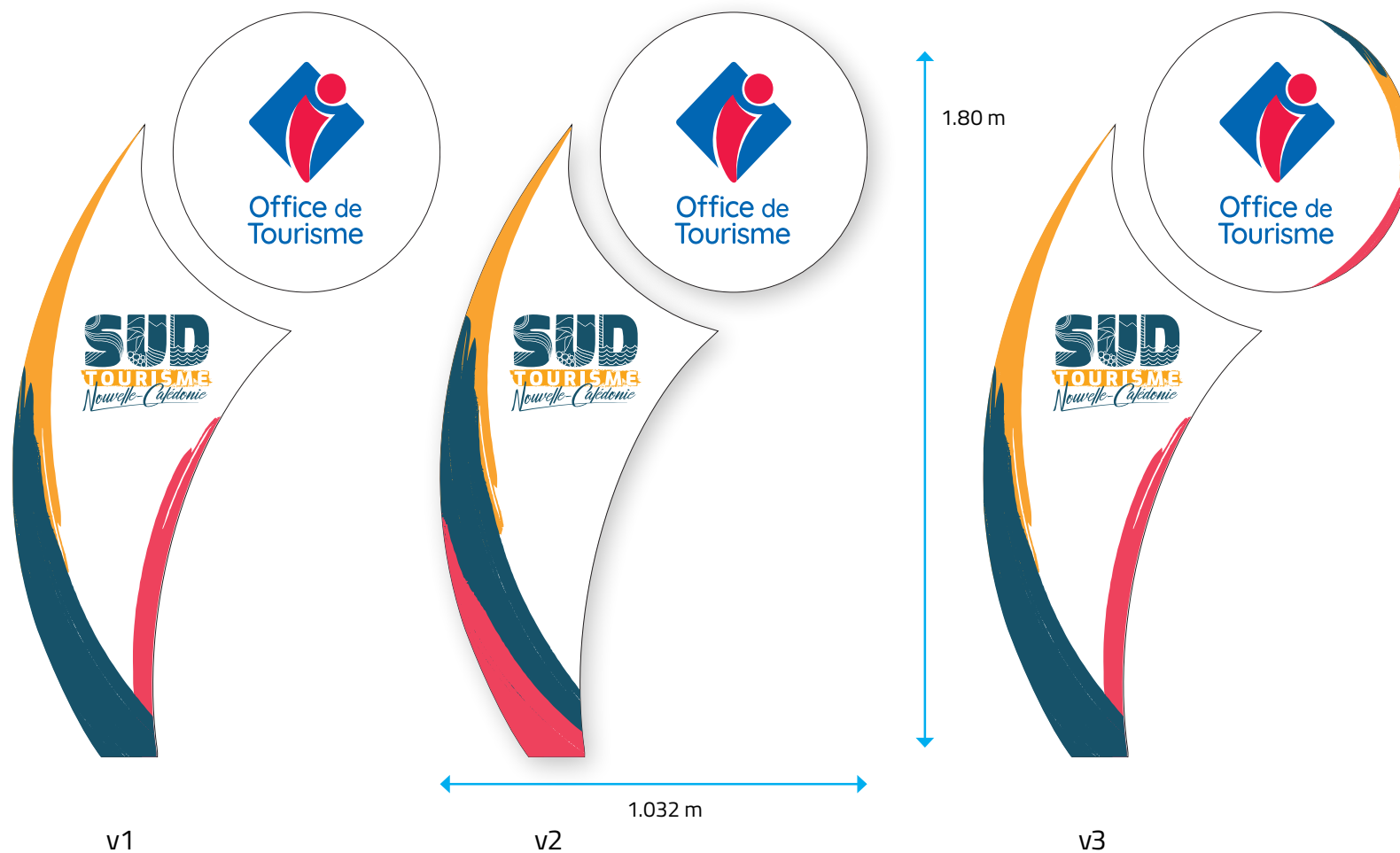
Office du

Tourisme

-

Forme "i" OT

Les panneaux de signalétique de Office du Tourisme (OT) seront reconnaissable à leur forme reprenant la forme du "i" du logo Office de Tourisme.



05

APPLICATIONS

Signalétique
Office du
Tourisme

-
Signalétique
rectangulaire

Les panneaux de signalétique pourront faire apparaître plusieurs logos, en utilisant un séparateur sur la base d'un brush dynamique, dont l'échelle de l'épaisseur est réduite pour former une ligne. Les espacements en 1/2 S seront utilisés pour sécuriser les espaces.



05

APPLICATIONS

PLV

-
Oriflamme



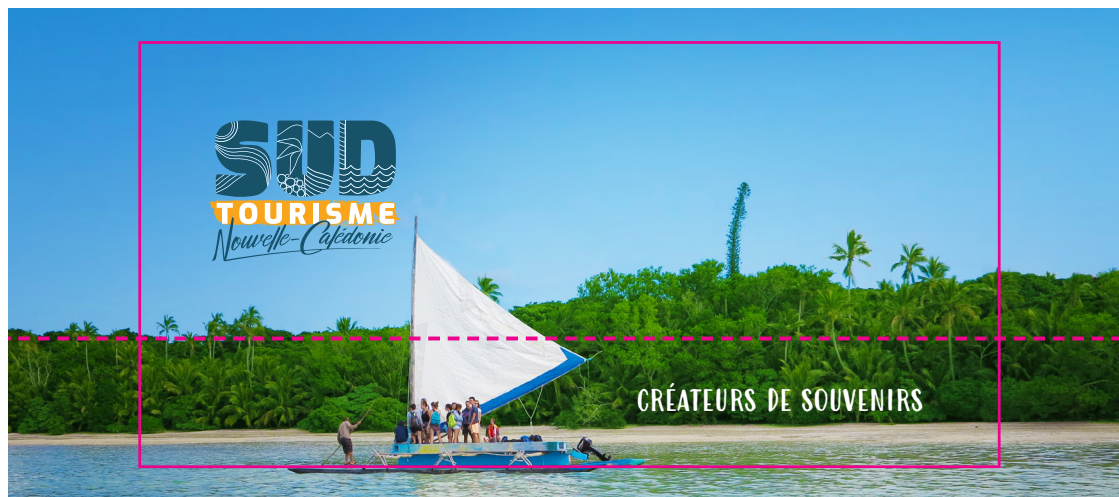
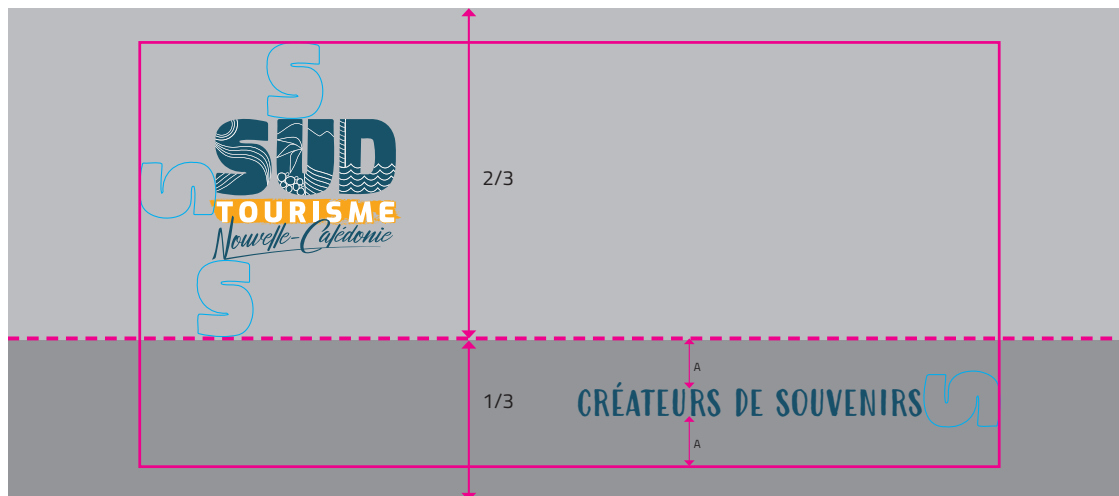
05

APPLICATIONS

Comm digitale

- Réseaux sociaux
- Facebook

Les visuels de communication digitale seront régies par une règle unique des 2/3 - 1/3.
2/3 réservé au visuel et 1/3 réservé au message ou à l'information.



05

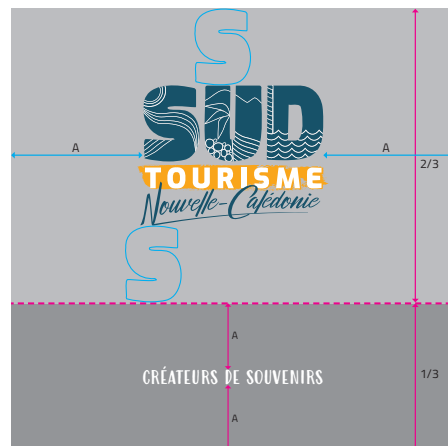
APPLICATIONS

Comm digitale

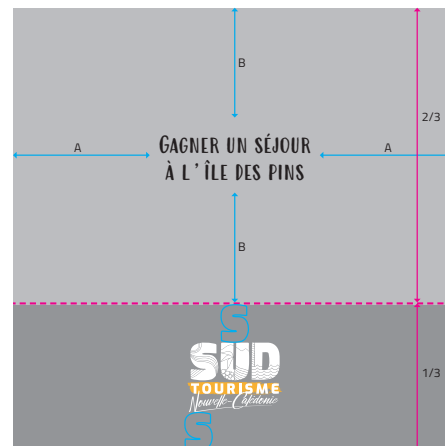
- Réseaux sociaux

- Facebook

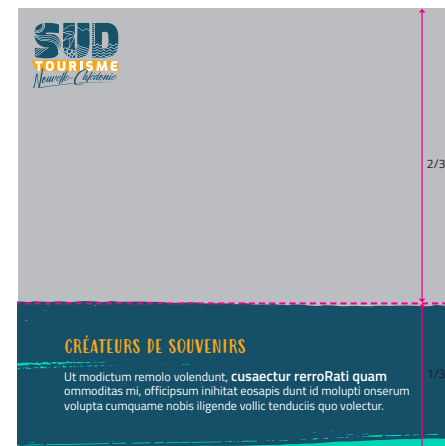
Exemples de posts format carré



Mise en avant de la marque
SUD TOURISME



Mise en avant d'un message.
La taille de la police est libre,
mais sera centré dans les 2/3
haut du visuel



Le contenu texte sera mis en
place sur des "Brushes" dans le
1/3 bas du visuel

05

APPLICATIONS

Comm digitale

- Réseaux sociaux
- Facebook

Exemples de posts format paysage



05

APPLICATIONS

Comm digitale

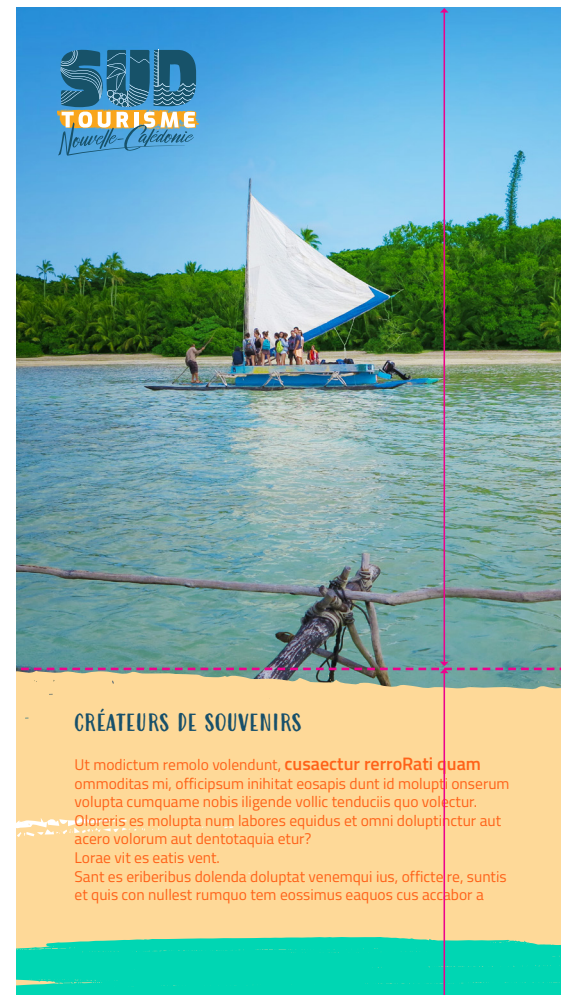
-

Réseaux sociaux

-

Facebook

Exemples de posts format portrait



L'utilisation des "brushes" est contrainte à la règle unique du 2/3-1/3. Les couleurs de la charte est libre en terme de positionnement et d'utilisation de la couleur de la charte.

05

APPLICATIONS

Papeterie
& bureautique

-
Signature mail

Signature mail HTML



Logo animé
au format
GIF

05

APPLICATIONS

Papeterie
& bureautique

-
Carte de visite



05

APPLICATIONS

Papeterie & bureautique

En-tête de lettre classique et word



Document impression pro



Document impression bureautique

05

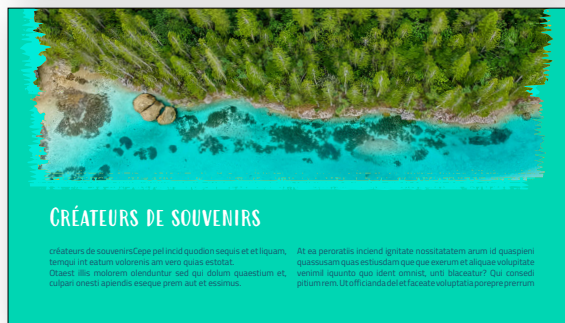
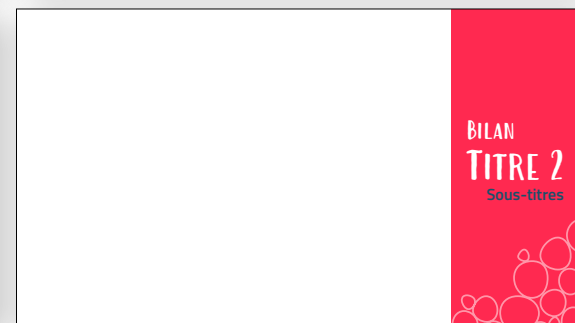
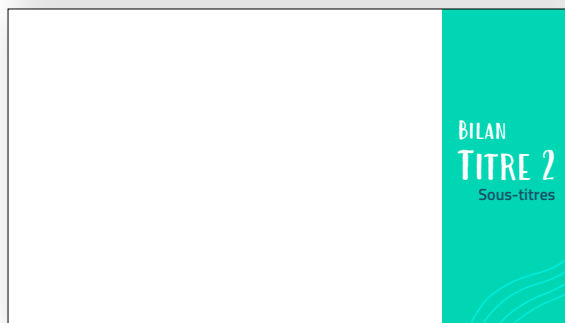
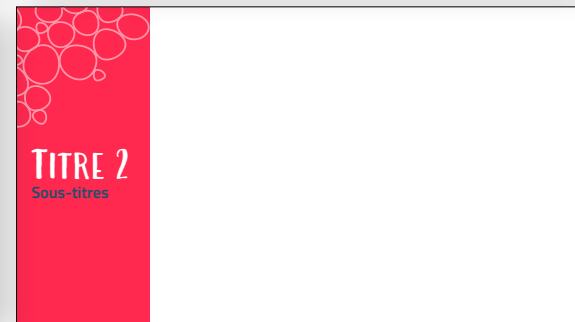
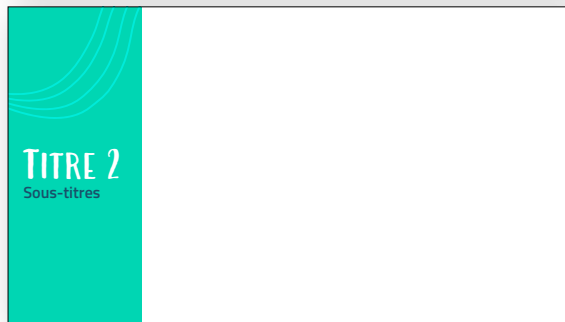
APPLICATIONS

Papeterie

& bureautique

-

PPT



05

APPLICATIONS

Goodies

-

Bloc-notes



05

APPLICATIONS

Goodies

-

Tablier





CRÉONS ENSEMBLE VOS PLUS BEAUX SOUVENIRS