



# CHARTE GRAPHIQUE



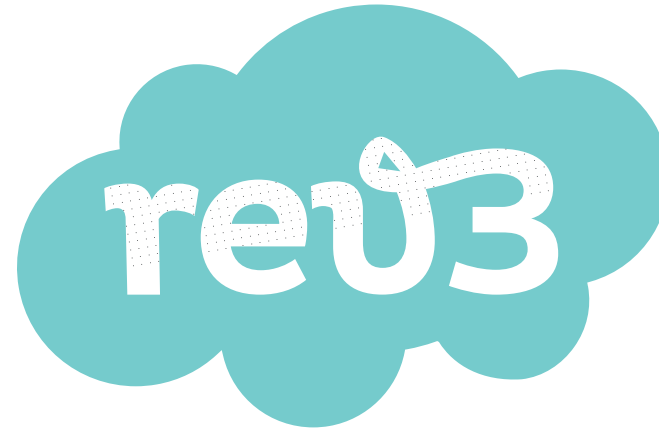
# 1. LE LOGOTYPE

## 1.1 LE LOGOTYPE

### LA MARQUE DE LA 3ÈME RÉVOLUTION INDUSTRIELLE EN NORD-PAS DE CALAIS

Le diminutif rev3 est le coeur du squelette de communication et crée des aspérités naturelles pour faire parler de lui plus facilement.

- Il forme un nom de code mystérieux et un accident verbal qui interpelle.
- Il lui confère au passage une dimension onirique bienvenue dans le contexte social
- Il permet de jouer sur la double compréhension du nom et ainsi créer des accroches plus déroutantes.



# 1. LE LOGOTYPE

## 1.2 LES COULEURS DU LOGOTYPE

En raison des contraintes techniques de reproduction propres à chaque support, le logotype rev3 existe en plusieurs versions :

- > une version couleurs en CMJN pour reproduction en quadrichromie
- > une version couleurs RVB pour utilisation écran et applications de bureautique (Microsoft Word, PowerPoint, etc.)
- > une version en noir et blanc pour reproduction monochrome.

**Les versions en couleurs sont à privilégier ; la version monochrome est réservée aux usages exceptionnels où une reproduction en couleurs est impossible.**



RÉFÉRENCES CMJN / RVB / HEXA / PANTONE



**RVB** 132/203/206  
**cmjn** 51/0/22/0  
**hexa** #84cbce  
**PANTONE** 318 C



**RVB** 51 / 51 / 51  
**CMJN** 69 / 60 / 56 / 66  
**HEXA** #333333  
**PANTONE** 447 C



# 1. LE LOGOTYPE

## 1.3 LE LOGOTYPE SUR FOND

De manière générale, **il est préférable d'utiliser le logo en défoncé**. Il peut néanmoins y avoir quelques exceptions lorsque le fond utilisé est trop clair. Dans ce cas, le logo en couleur sera à privilégier.

EN DÉFONCE SUR FOND COULEUR



SUR FOND DE COULEUR CLAIR



EN DÉFONCE SUR FOND IMAGE



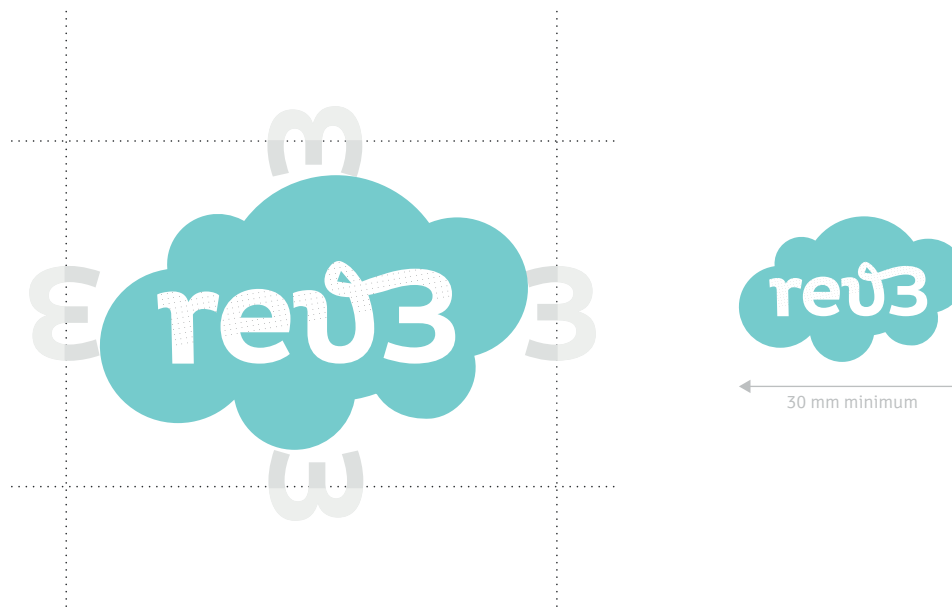
# 1. LE LOGOTYPE

## 1.4 LA ZONE DE PROTECTION

Le logotype dispose d'un espace de protection qui correspond à **la zone dans laquelle aucun élément graphique ne doit apparaître**, afin d'en préserver la lisibilité et l'impact. Cet espace est délimité par la moitié du chiffre "3".

### Taille minimale d'utilisation

Pour garantir une bonne lisibilité de la marque, il est interdit d'utiliser le logotype en deçà de 30 mm.



# 1. LE LOGOTYPE

## 1.5 LES INTERDITS

Le logotype **ne peut en aucun cas être modifié.**

La taille du mot rev3 ne peut être agrandie ou diminuée dans le nuage.

La typo ne peut être changée.

La trame doit toujours apparaître.

Les couleurs sont à respecter.



# 1. LE LOGOTYPE

## 1.6 LE BLOC-MARQUE

Pour créer du lien et une continuité avec le travail de communication fait sur les cibles institutionnelles et économiques, la nouvelle appellation sera comprise dans un bloc marque reprenant la dénomination entière dans les couleurs et la typographie utilisées jusqu'alors.

Une transition en douceur pour donner sens au concept et ne pas remettre en cause la dynamique et le travail réalisé à la genèse du projet. Enfin cette explication de texte, permet une filiation forte avec le Nord-Pas de Calais, qui ressort du bloc marque.

### VERSION VERTICALE



### VERSION HORIZONTALE



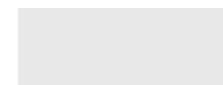
### RÉFÉRENCES CMJN / RVB / HEXA / PANTONE



**RVB** 132/203/206  
**cmjn** 51/0/22/0  
**hexa** #84cbce  
**PANTONE** 318 C



**RVB** 11/115/146  
**CMJN** 85/39/28/11  
**HEXA** #0b7392  
**PANTONE** 7468 C



**RVB** 236 / 236 / 236  
**CMJN** 9 / 7 / 7 / 0  
**HEXA** #ecec  
**PANTONE** 663 C



# 1. LE LOGOTYPE

## 1.6 LE BLOC-MARQUE

LA ZONE DE PROTECTION



# 1. LE LOGOTYPE

## 1.6 LE BLOC-MARQUE

SUR FOND DE PHOTO



## 1. LE LOGOTYPE

### 1.7 COHABITATION AVEC D'AUTRES LOGOS

Lors d'une cohabitation avec un autre logo, la version avec le bloc marque est à privilégier.

Le format portrait ou paysage doit être choisi en fonction du logo avec lequel il va cohabiter. La taille des logos doit être similaire.



# 1. LE LOGOTYPE

## 1.7 COHABITATION AVEC D'AUTRES LOGOS

Lors d'une cohabitation avec un autre logo sur un site web, le logo rev3 est utilisé sans baseline. Exceptionnellement, sa taille doit être adaptée à la place disponible à côté du logo de la marque.

fugitem des voluptas iasimagnatis at rest, con reriaste omnim qui omnis veles dis dolorem que dempore veles volupti buscil molo ea volore, quatectate eum ut ut voluptas pro et vel ipsam que parum ullore num qui cum.



## **2. Les éléments IDENTITAIRES**



## 2. LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

### 2.1 LES TYPOGRAPHIES D'ACCOMPAGNEMENT

Pour toute sa communication, la marque rev3 utilise la typographie Signika, disponible en plusieurs graisses.

La Signika étant une webfont, elle sera également utilisée pour les supports web.

Signika Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
123456789

Signika Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
123456789

Signika Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
123456789



# 2. LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

## 2.2 LES COULEURS D'ACCOMPAGNEMENT

GAMME DE COULEUR



RÉFÉRENCES CMJN / RVB / HEXA / PANTONE



**CMJN** 80 / 49 / 2 / 0  
**RVB** 53 / 117 / 184  
**HEXA** #3575b8  
**PANTONE** 660 C



**CMJN** 0 / 66 / 42 / 0  
**RVB** 240 / 118 / 120  
**HEXA** #f07678  
**PANTONE** 177 C



**CMJN** 53 / 4 / 11 / 0  
**RVB** 123 / 198 / 222  
**HEXA** #7bc6de  
**PANTONE** 630 C



**CMJN** 0 / 40 / 53 / 0  
**RVB** 248 / 173 / 125  
**HEXA** #f8ad7d  
**PANTONE** 7410 C



**CMJN** 5 / 13 / 80 / 0  
**RVB** 247 / 214 / 69  
**HEXA** #f7d645  
**PANTONE** 114 C



**CMJN** 44 / 0 / 76 / 0  
**RVB** 463 / 205 / 95  
**HEXA** #a3cd5f  
**PANTONE** 367 C

## 2. LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

### 2.3 LA TRAME

La trame constitue un élément identitaire de la marque.

Elle doit-être utilisée en blanc, sur les des fonds photos et / ou couleur simple.

Pour garder une certaine cohérence, **elle doit toujours respecter une inclinaison de 10°.**

Un nuage se dessine dans la trame : il permet de dévoiler le visage d'un acteur de la 3ème révolution industrielle, ses revendications...

Il permet de mettre en avant un élément fort.



## 2. LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

### 2.4 LE FOND BLEU

Un fond bleu a été créé pour appuyer le nuage et la trame.



RÉFÉRENCES CMJN / RVB / HEXA / PANTONE

---

**CMJN** 86 / 39 / 27 / 11  
**RVB** 14 / 116 / 147  
**HEXA** #0e7493  
**PANTONE** 7468 C

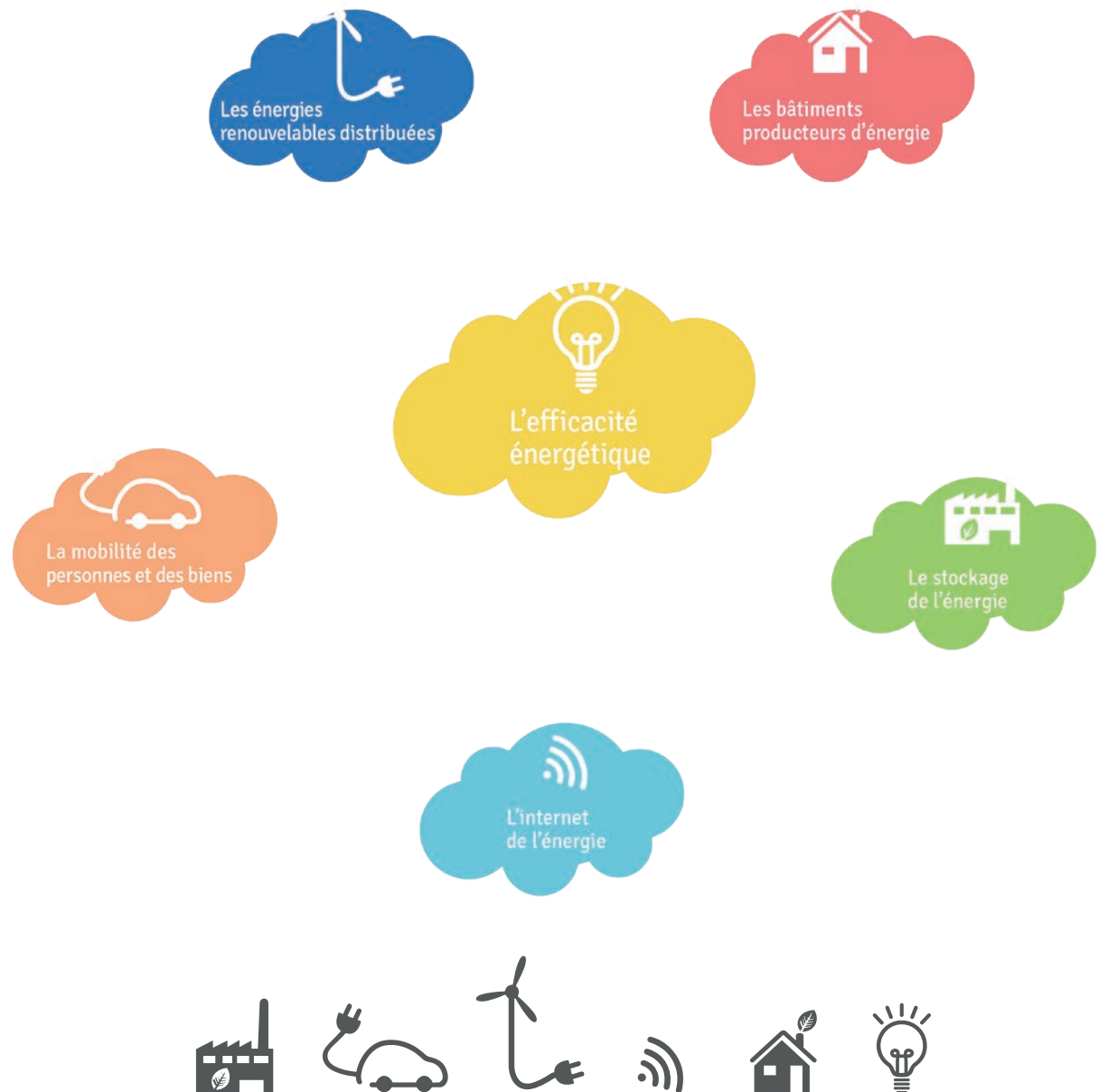
**CMJN** 80 / 27 / 19 / 3  
**RVB** 27 / 143 / 178  
**HEXA** #1b8fb2  
**PANTONE** 7459 C

## 2. LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

### 2.5 LES PICTOS PILIERS

Chaque pilier dispose d'une couleur et d'un picto propre.

Les 5 piliers développés par Jeremy Rifkin sont matérialisés par des pictos.



## 2. LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

### 2.6 L'ÉLÉMENT DE LANGUAGE

Le « chez nous » est la clé d'entrée et permet une appropriation du message par n'importe quel acteur.

Un « Chez nous » qui peut désigner une entreprise, une famille, une association, mais par extension et grâce au bloc marque désigne toujours la région Nord-Pas de Calais.

# « Chez nous, ... »

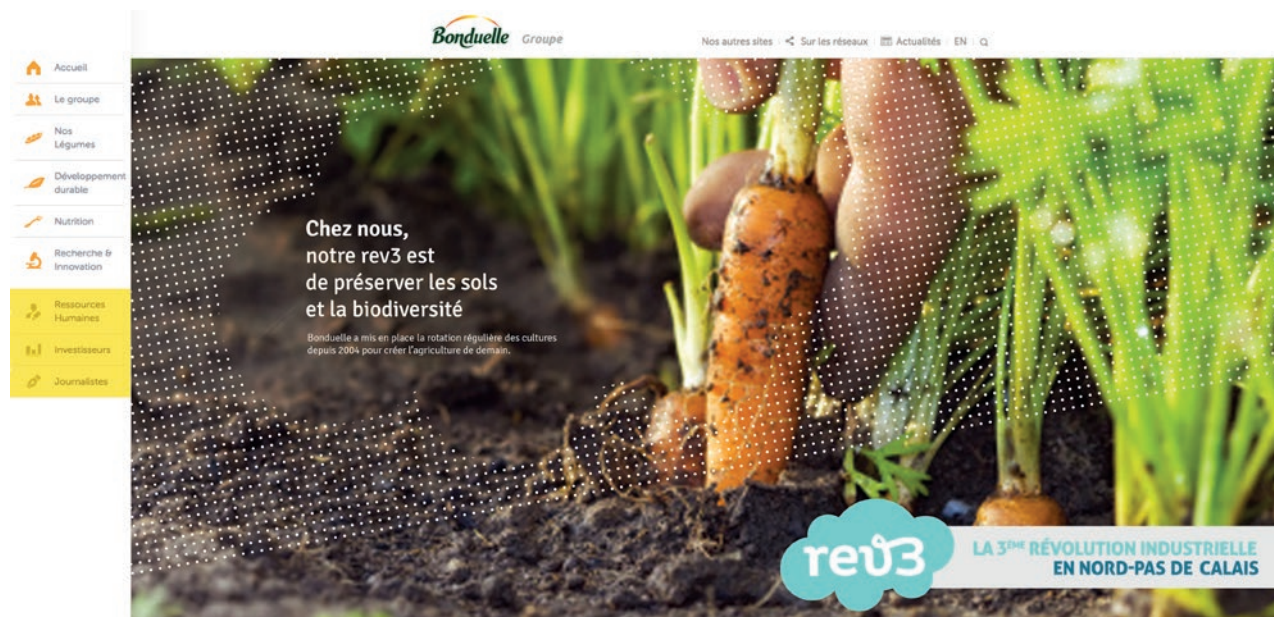
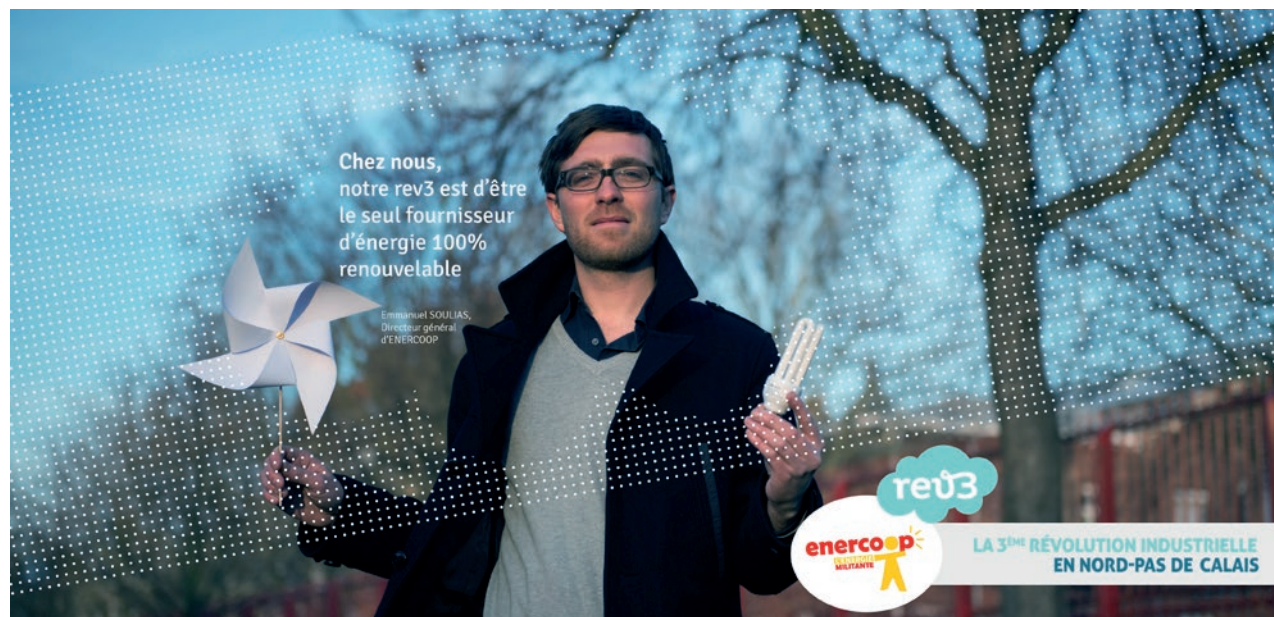




### **3. Les exemples de communication**



### 3. LES EXEMPLES DE COMMUNICATION





### 3. LES EXEMPLES DE COMMUNICATION

The image shows a screenshot of the Decathlon Facebook page. The header includes the Decathlon logo, the name 'Decathlon', and the description 'Magasin d'articles de sport'. Navigation links for 'Acheter', 'J'aime', and 'Contacter' are present. The page shows 12,449 likes and 876 check-ins. A post from Decathlon, dated August 17, 2017, at 09:59, features a blue background with a white cloud shape containing the text: 'Chez nous, notre #rev3 de l'économie circulaire fête ses 25 ans avec le Trocathlon.' The hashtag #nouvelle.génération is at the bottom right of the post. The left sidebar shows the 'À PROPOS' section with a map of the location (4, bd de Mons, Villeneuve-d'Ascq) and contact information. The 'APPLICATIONS' section shows a Twitter link.

**DECATHLON** Magasin d'articles de sport

Acheter J'aime Contacter

Journal À propos Photos Avis Plus

12 449 personnes aiment ça

876 personnes sont venues ici

Inviter des amis à aimer cette Page

4,2 sur 5 étoiles · 286 avis Voir les avis

**À PROPOS**

4, bd de Mons  
Villeneuve-d'Ascq

03 20 33 75 00

<http://corporate.decathlon.com/>

**APPLICATIONS**

Twitter

**Decathlon**  
17 août, 09:59

Chez nous,  
notre #rev3  
de l'économie circulaire  
fête ses 25 ans  
avec le Trocathlon.

#nouvelle.génération

The image is a vertical advertisement for the Trocathlon event. It features a silhouette of a runner in a blue tank top and white sneakers, running on a grassy path. The background is a bright, sunny sky with a dotted pattern. The text 'LE TROCATHLON POUR DONNER UNE SECONDE VIE À VOS AFFAIRES DE SPORT' is written in a bold, white, sans-serif font, slanted upwards. Below the text is the Decathlon logo and the tagline 'A FOND LA FORME'. A small 'rev3' logo is also visible. At the bottom, a line of text reads 'CET ÉVÉNEMENT PARTICIPE À LA 3ÈME RÉVOLUTION INDUSTRIELLE DU NORD PAS DE CALAIS'.

LE TROCATHLON  
POUR DONNER  
UNE SECONDE VIE  
À VOS AFFAIRES DE SPORT

rev3

**DECATHLON**  
A FOND LA FORME

CET ÉVÉNEMENT PARTICIPE À LA 3ÈME RÉVOLUTION INDUSTRIELLE DU NORD PAS DE CALAIS