

NOIRLAC

CENTRE CULTUREL DE RENCONTRE

Projet de système graphique

marquant la nouvelle identité visuelle

moulin du pont MDP

PRESSE – IMAGE – COMMUNICATION

Proposition, 14 février 2007

SOMMAIRE

• Argumentaire	3
La commande	3
Les contraintes / Points forts de l'agence / Méthode de travail / Nos choix	4, 5, 6
Production, contrôle-client, validation	7
• Proposition créative	8
Six propositions de logotype	9 à 14
Toutes les versions du logotype	15
Intégration des informations supplémentaires	16
Quatre déclinaisons de trois propositions distinctes	17, 18, 19
• Production	20
Planning créatif	21

ARGUMENTAIRE

LA COMMANDE

- **Objet de la consultation** : « La création de la nouvelle identité visuelle du nouveau Centre culturel de rencontre [CCR], installé dans l'abbaye cistercienne de Noirlac » (cf. "Objet de la consultation"). « Il s'agit de donner au [CCR] les moyens d'identifier clairement chacune de ses communications en les inscrivant dans une cohérence visuelle et graphique » (cf. "La commande").
- **Éléments explicites et contractuels** : « La nouvelle identité visuelle devra permettre d'identifier les missions du [CCR] (recherche et création artistique contemporaine pour faire vivre un lieu patrimonial et un domaine naturel en dehors de toute vision passéiste) » (cf. "La commande"). « Il est souhaité que le lettrage du logo soit particulièrement soigné » (cf. "Typographie").
- **Limites de la commande** : La consultation concerne : 1) Création de l'identité visuelle du CCR (logo et habillage du logo) ; 2) Réalisation de la charte graphique déclinant l'identité visuelle ; 3) Habillage du site internet.

LES CONTRAINTES

- La longueur de l'intitulé complet ("Noirlac, Centre culturel de rencontre") pose un problème de lisibilité dans les petites tailles du logotype...
- Donc, impossible de recourir à une trop forte hiérarchisation des tailles entre "Noirlac" et "Centre culturel de rencontre".
- Faire « référence à l'écriture manuscrite », « à l'écrit imprimé », « à l'écrit multimédia d'aujourd'hui » (cf. "Typographie").

POINTS FORTS DE L'AGENCE

- 1) La qualité de la typographie est requise dans cette consultation ; par son expérience et le "savoir-typo" de l'équipe, l'agence Moulin du pont (MDP) est fondée à présenter ses propositions.
- 2) MDP a développé ses activités en matière d'information et de communication des institutions politiques, sociales et culturelles.
- 3) MDP a acquis une expertise en matière de cahiers des normes, notamment lors de missions de mise en cohérence de l'image urbaine de plusieurs villes.
- 4) Nos propositions créatives intègrent les contraintes stipulées au cahier des charges et celles que nous avons relevées lors de l'étude initiale.

MÉTHODE DE TRAVAIL

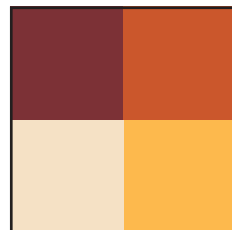
- **Étude initiale :**
 - a) Compréhension de la demande et relevé des contraintes
 - b) Choix créatifs, crayonnés, création à l'ordinateur.
- **Approche de masse du logotype :** Les premières études sont faites "au noir" : compacité, lisibilité, esthétique, validité du "message graphique", conformité à certains critères liés au genre "logotype institutionnel et culturel".
- **Le logotype dans son environnement :** Vérification de la bonne coexistence des formes du logotype avec les informations qui lui seront proches.
- **Système graphique :**

Nous profiterons de l'étude typographique pour réaliser le pré-presse complet du dépliant-programme.
- **Étude des couleurs :**
 - a) Mise au point des palettes chromatiques
 - b) Reprise du logotype à la couleur.

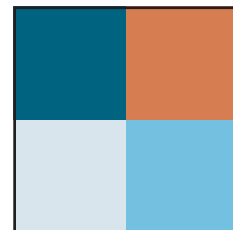
NOS CHOIX

LIGNE TYPOGRAPHIQUE : En liaison avec le site de Noirlac et la précision des objectifs du projet éducatif, patrimonial, culturel, nous proposons une ligne typographique alliant simplicité, luminosité et équilibre.

PALETTES CHROMATIQUES : Nos premières approches ont envisagé quatre palettes chromatiques. L'énergie (l'humain) est représentée par les teintes rouges. L'étude sera affinée autour du logotype retenu.



- Palette énergie terre



- Palette énergie minérale



- Palette énergie nature



- Palette typographique

PRODUCTION, CONTRÔLE-CLIENT, VALIDATION

Si l'agence Moulin du pont est retenue :

- 1) Le client choisit une ou deux hypothèse(s) de logotype
- 2) Discussion concernant les modifications éventuelles
- 3) L'agence met au point la / les proposition(s) de logotype
- 4) Le client choisit le logotype définitif
- 5) L'agence finalise le système graphique
- 6) Le client transmet à l'agence les textes et images du dépliant
- 7) L'agence réalise le pré-presse du dépliant (conception, validation, maquette, corrections, BâT, document pour le flashage, suivi) (*cf.* Planning créatif)
- 8) Habillage du site internet
- 9) Réalisation de la charte graphique (« Manuel d'aide à l'utilisation du logotype » et documents types) définissant les grands principes de mise en page autour du logotype. La charte est livrée par cahiers : Papeterie-carterie, Enseignes-banderoles, Plaquette-prospectus, Affiches-couvertures-PLV, Véhicules, Site web.

PROPOSITIONS CRÉATIVES

SIX PROPOSITIONS DE LOGOTYPE

GLOSSAIRE

- (1) **Marque** = "Noirlac".
- (2) **Raison sociale** = "Centre culturel de rencontre".
- (3) **Cursives** = Typographie façon "écriture moyenâgeuse à la plume".
- (4) **Mécanes** = Famille de caractères sans empattement.
- (5) **Onciales** = Caractères à empattements en grandes capitales de forme arrondie.
- (6) **Manuaires** = Famille de caractères fantaisie librement formés à la main.

DESRIPTIF

Marque ⁽¹⁾ et raison sociale ⁽²⁾ superposées, ornées d'un pictogramme symbolique.

AVANTAGES

Voûtes + sigle évocateur de la raison sociale (CCR) = architecture, culture, abbaye.

Typographie en cursives ⁽³⁾ + mécanes ⁽⁴⁾ = histoire, modernité, lisibilité, objectivité.

Format carré = la plus grande souplesse d'utilisation.



PROPOSITION

1



DESRIPTIF

Marque ⁽¹⁾ et raison sociale ⁽²⁾ avec initiale ornée d'un point symbolique.

AVANTAGES

Initiale en cursive ⁽³⁾
+ point = culture, dynamisme, rencontre.

Chromie = nature (vert), énergie (rouge) et clarté (blanc).

Symbolique : l'ensemble "N + point" forme un monogramme identitaire.



PROPOSITION

2

DESRIPTIF

Marque ⁽¹⁾ et raison sociale ⁽²⁾ avec initiale posée sur un point symbolique.

AVANTAGES

Voûte esquissée + point = architecture et rencontre.

Voûte et mécanes ⁽⁴⁾ = histoire, modernité.

Symbolique : l'ensemble "N + point" forme un monogramme identitaire.



PROPOSITION

3



DESRIPTIF

Marque ⁽¹⁾ et raison sociale ⁽²⁾ avec initiale symbolique dans un bloc carré..

AVANTAGES

Voûte + typographie en onciales ⁽⁵⁾ = culture, classicisme.

Forme carrée = la plus grande souplesse d'utilisation.

Chromie = couleurs conventionnelles en matière de manuscrits contemporains.



PROPOSITION

4



DESSCRIPTIF

Marque ⁽¹⁾ et
raison sociale ⁽²⁾ 100 %
typographie.

AVANTAGES

Mécanes ⁽⁴⁾ + empreinte
d'une manuaire ⁽⁶⁾
= humanité, simplicité,
objectivité.

Forme ouverte et en
mouvement.

Simplicité et lisibilité.

NOIRLAC
**CENTRE CULTUREL
DE RENCONTRE**

PROPOSITION

5

DESRIPTIF

Marque ⁽¹⁾ et raison sociale ⁽²⁾ superposées, ornées d'un pictogramme symbolique.

AVANTAGES

Pictogramme géométrique = architecture, histoire, abbaye ;
l'ensemble "o + symbole" forme un signe identitaire fort.

Typographie en mécanes ⁽⁴⁾ = impact, lisibilité, objectivité.

Chromie = référence à l'eau (bleu).



NOIRLAC
**CENTRE CULTUREL
DE RENCONTRE**

PROPOSITION

6

TOUTES LES VERSIONS DU LOGOTYPE

• Quadrichromie



• Bichromie



• Niveaux de gris



• En réserve

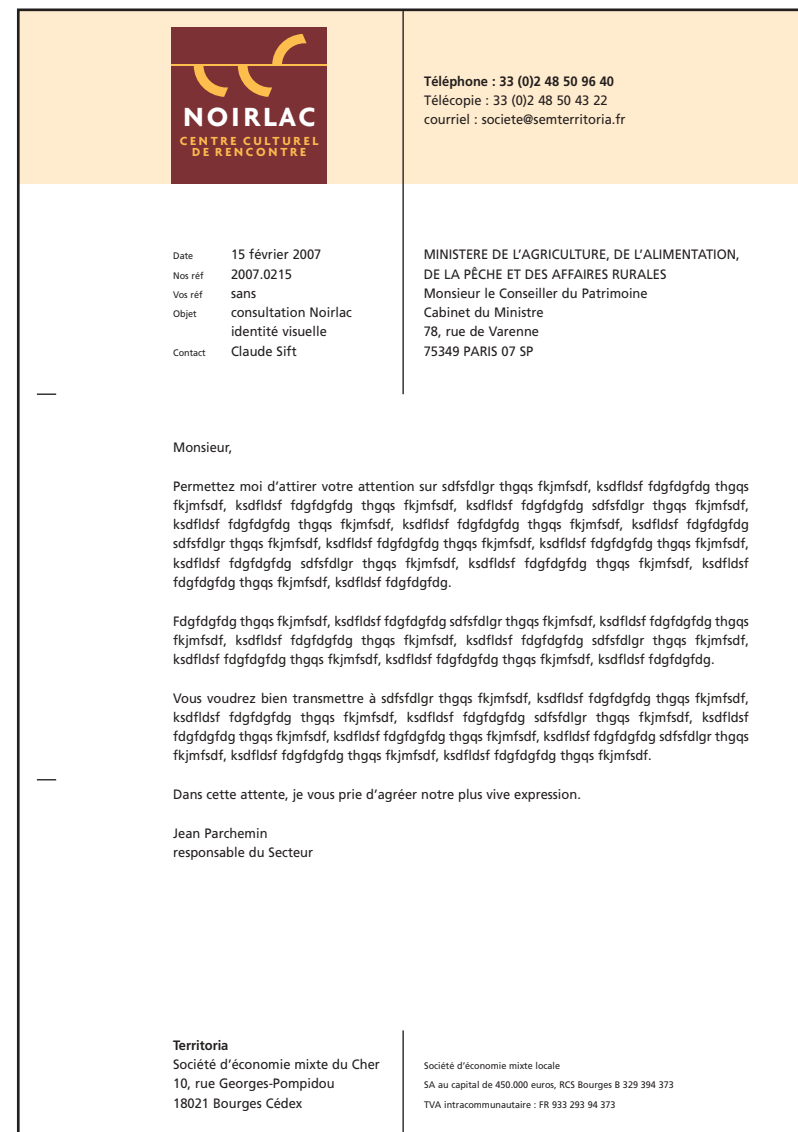


Pas de "noir au blanc" (inversion des teintes), qui dénature l'identité visuelle. Sur fond moyen ou foncé, nous préconiserons une défoncé (blanche ou couleur), d'une surface de 110 % minimum.

INTÉGRATION DES INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES



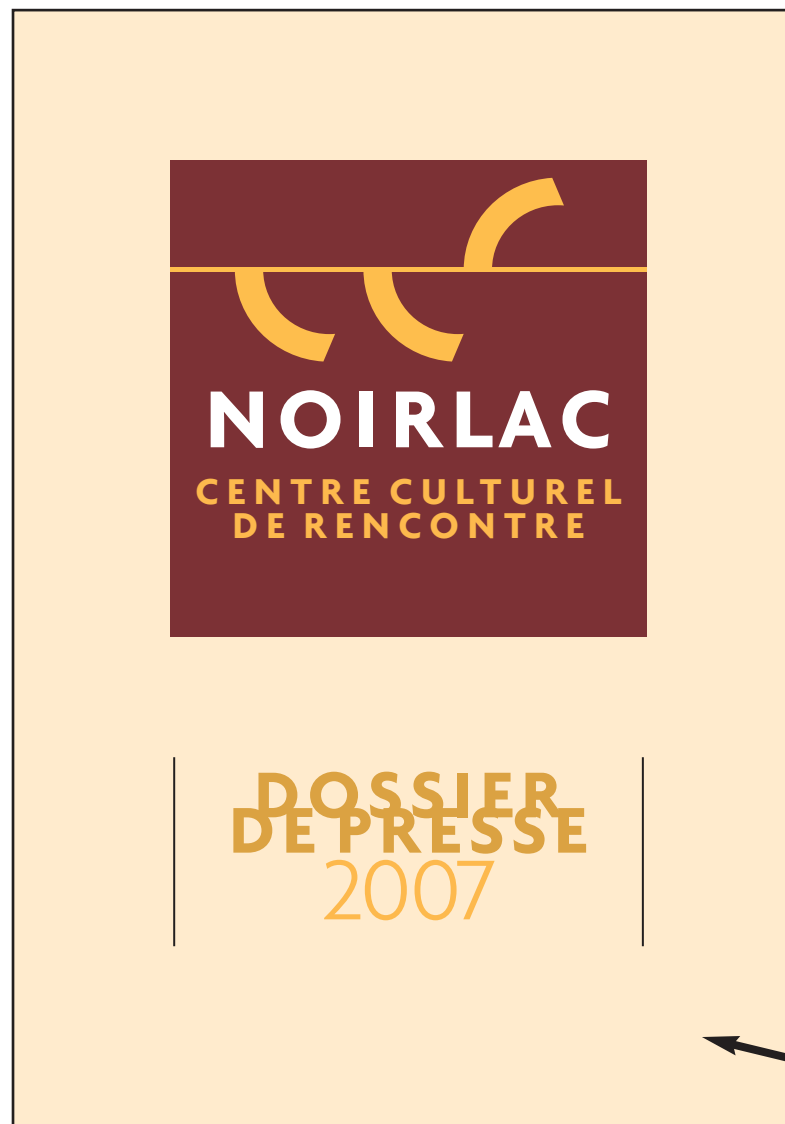
QUATRE DÉCLINAISONS AUTOUR DE TROIS PROPOSITIONS DISTINCTES



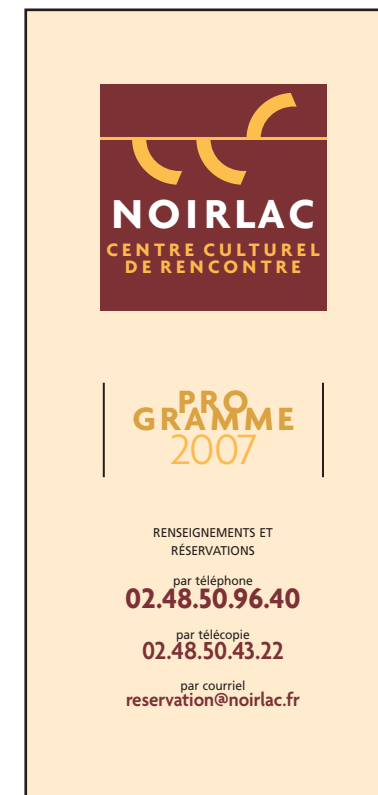
• Tête de lettre
210 x 297



• Carte de visite
90 x 55



• Couverture dossier
210 x 297



• Couverture dépliant
100 x 210

PROPOSITION



À ce stade, nous présentons quatre déclinaisons autour des trois propositions de logotype présentant des structures géométriques distinctes.

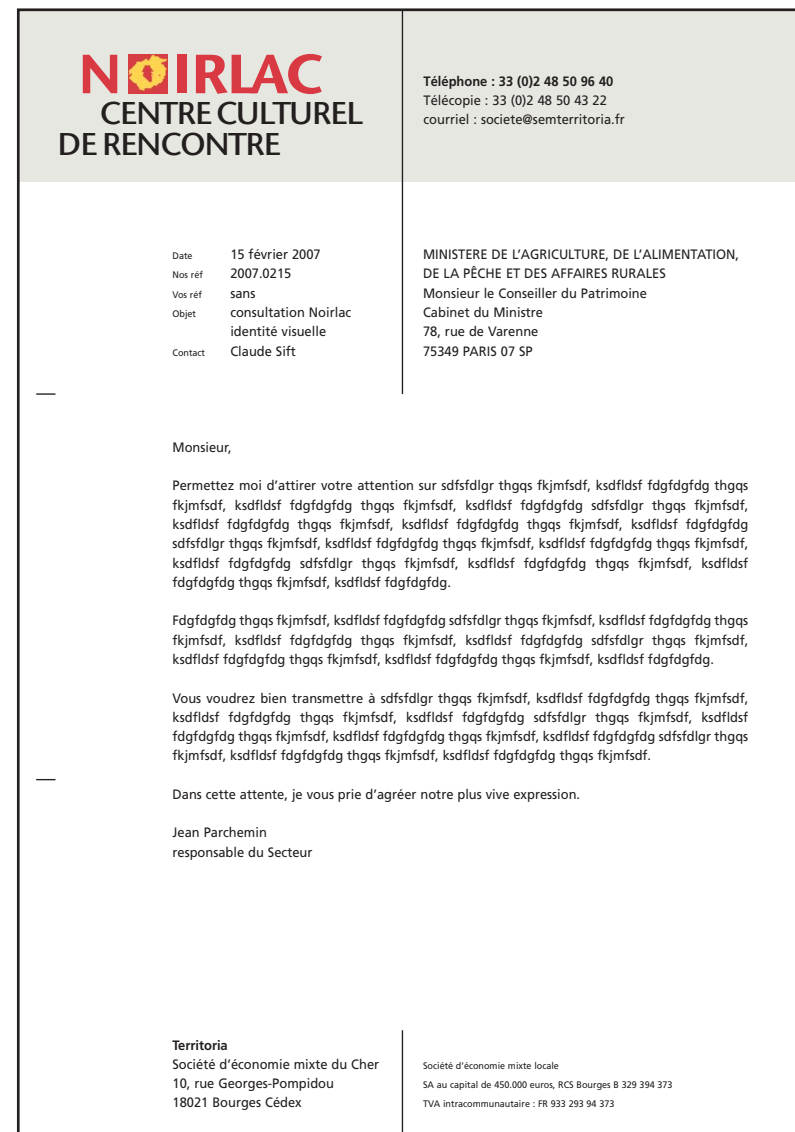
Notre ligne graphique allie simplicité, luminosité et équilibre.

PROPOSITION

5



- Carte de visite
90 x 55



- Tête de lettre
210 x 297



- Couverture dossier
210 x 297



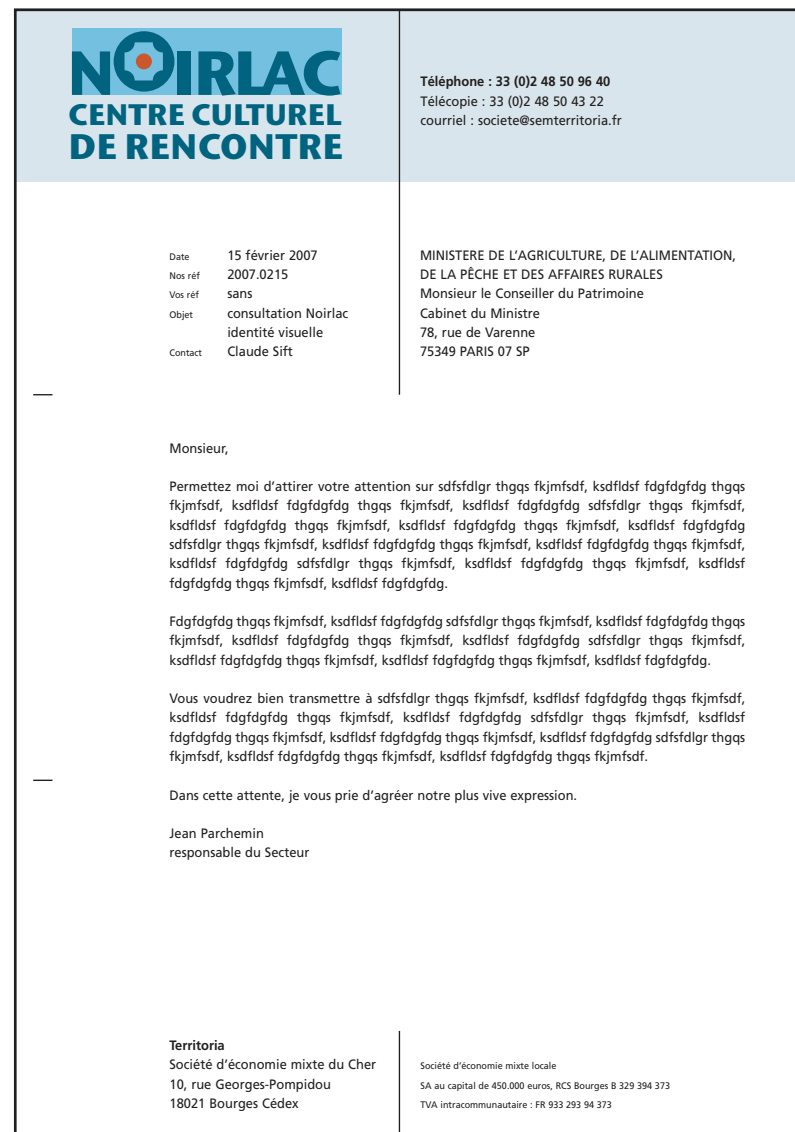
- Couverture dépliant
100 x 210

PROPOSITION

6



- Carte de visite
90 x 55



- Tête de lettre
210 x 297



- Couverture dossier
210 x 297



- Couverture dépliant
100 x 210

PRODUCTION

PLANNING CRÉATIF

Tenant compte des nécessités de la commande, voici les délais de transmission des documents de l'identité visuelle.

Jours ouvrés ; hors délais d'acceptation-client.

- **Mise au point du logo toutes versions et du système graphique**

> 5 jours après commande

Les délais ci-dessous s'établissent après validation par le client du logo et du système graphique.

- **Pré-presse du dépliant, environ 6 jours :**

> maquette 3 jours (après transmission des textes et images par le client)

> intégration des corrections 2 jours (après transmission des demandes de corrections par le client)

> transmission des documents prêts-à-flasher 1 jour (après bon-à-tirer du client)

- **Projet d'habillage du site web**

> 3 jours (après réception du brief créatif du client)

- **Charte graphique complète**

> maxi 30 jours

Selon nos prévisions, compter un peu plus de 30 jours ouvrés de production après la validation du logo et du système graphique.