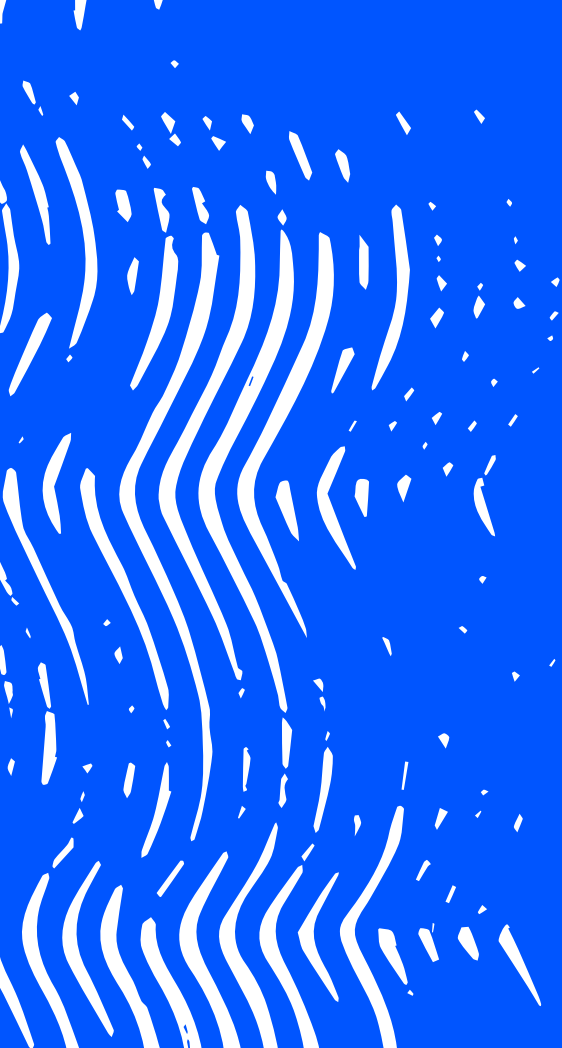




Charte graphique

les règles d'utilisation

Ville de Tours **/2024**
maj avril 2024

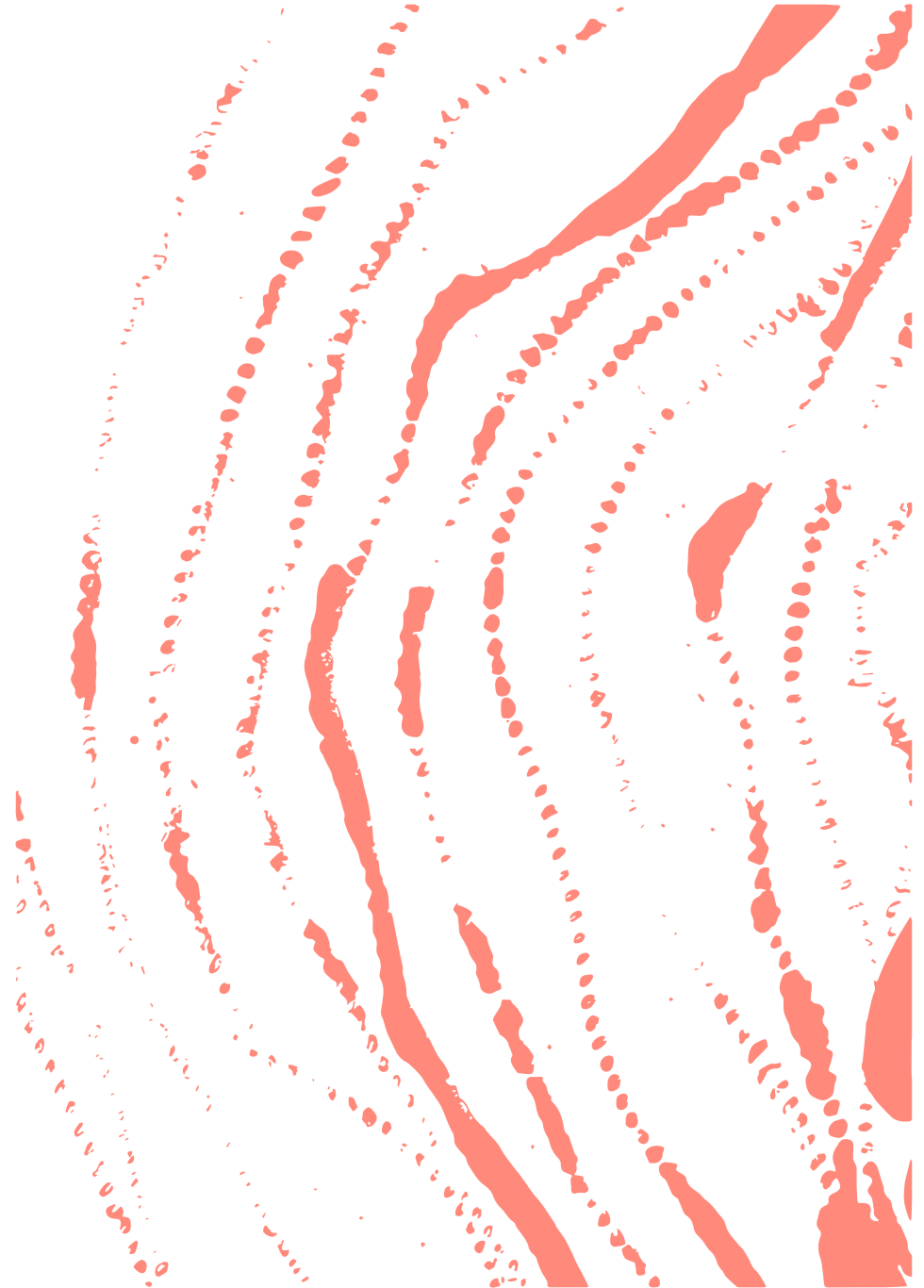
VILLE DE 
TOURS

avant-propos

Ce document est une charte graphique présentant les éléments de marque à déployer par des designers graphiques.

Il explicite des règles d'utilisation afin de **garantir la cohérence graphique de la marque sur l'ensemble de ses déclinaisons.**

Les éléments de marque présentés dans ce document sont disponibles **sous forme de gabarits.**





1 les ingrédients de la marque

● *le logotype*

VILLE DE 
TOURS

logotype

Le logotype de Tours ne change pas de forme, mais de couleurs.

Uniquement en monochrome avec les couleurs de la nouvelle Charte.

VILLE DE 
TOURS

VILLE DE 
TOURS

logotype

Taille minimale et seuil de lisibilité

La taille minimum autorisée est de 6,5 mm de hauteur.

VILLE DE
TOURS

150px de hauteur
pour du web

VILLE DE
TOURS

6,5 mm de hauteur
pour du print

seuil de lisibilité

logotype

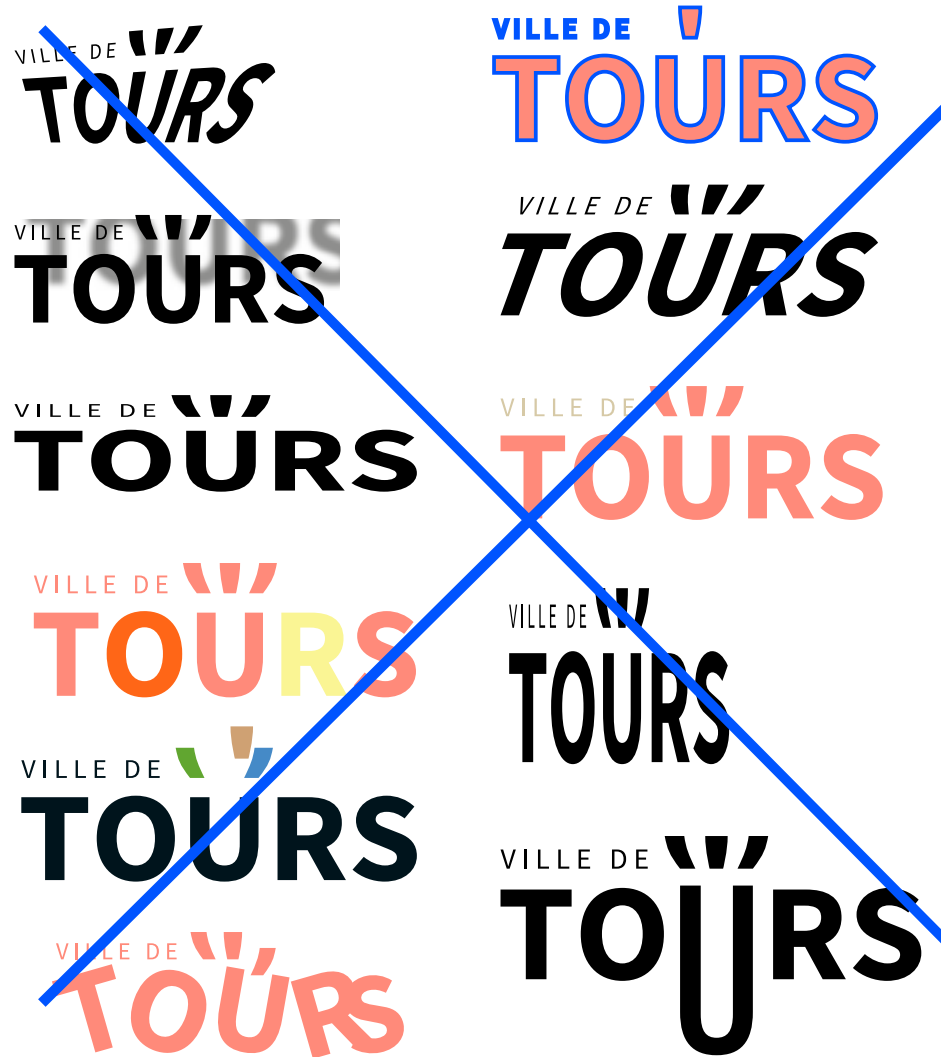
Zone de sécurité

La zone de sécurité du logo, dans laquelle rien qui puisse compromettre sa lisibilité ne doit apparaître, est identique à la hauteur située entre « Ville de » et la hauteur des marqueurs au dessus du « U »



logotype

Toute modification autre du
logotype est interdite.





1 les ingrédients de la marque

● *les couleurs*

couleurs

22 couleurs :

*4 couleurs principales

Le noyau de la marque fonctionne avec le noir, bleu, rose et blanc.

Il s'agit des couleurs de la marque "corporate", du noyau des prises de paroles.

*18 couleurs secondaires

La gamme étendue propose à la fois des couleurs nettes et franches et des teintes plus douces, plus pastel.

Elle permet de générer de la variété dans les nombreuses prises de paroles de la ville.



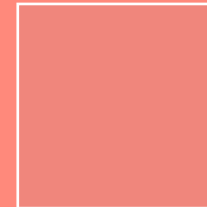
couleurs

Les principales

#0055FF
R0 V85 B255
C87 M65 JO NO
BLEU MAJORELLE*
**nuancier San Marco*

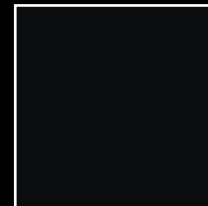


#FF897B
R255 V137 B123
CO M59 J44 NO
NCS S 0550-Y80R*
**nuancier San Marco*



#FF897B
R255 V255 B255
CO M0 JO NO
CH2 0031

#030303
R0 V0 B0
C89 M77 J62 N96
CH2 1105



couleurs

Les secondaires

#928DC0
R146 V141 B192
C50 M45 J3 NO
CH2 0253



#C3D2CB
R195 V210 B203
C28 M11 J22 NO
CH2 1132



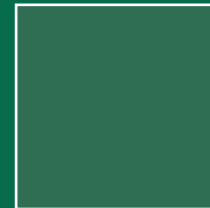
#6DAF91
R109 V175 B145
C61 M11 J51 NO
CH2 0768



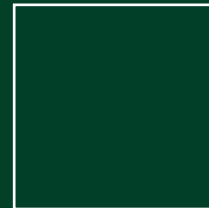
#128087
R18 V128 B135
C82 M28 J42 N12
CH2 0691



#076C4B
R7 V108 B75
C88 M32 J77 N22
CH2 0749



#024028
R2 V64 B40
C93 M45 J86 N57
CH2 0750



couleurs

Les secondaires

#E4DBCC
R228 V219 B204
C13 M13 J21 NO
CH2 0813



#D5C9A7
R213 V201 B167
C19 M18 J38 N2
CH2 0116



#CFC5AB
R207 V197 B171
C21 M19 J35 N3
CH2 0986



#CABA80
R202 V186 B128
C23 M22 J56 N4
CH2 0812



#FFD795
R255 V215 B49
C0 M18 J48 NO
CH2 0392



#EE9E7F
R238 V158 B127
C3 M47 J49 NO
CH2 0436



couleurs

Les secondaires

#EFA003
R239 V160 B3
C4 M42 J97 NO
CH2 0840



#E67A23
R230 V122 B35
C5 M61 J92 NO
CH2 0851



#FBF494
R251 V244 B148
C5 M0 J53 NO
CH2 369



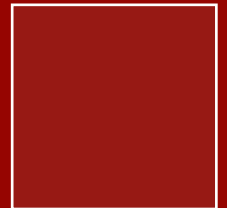
#FF6517
R255 V101 B23
C0 M71 J90 NO
CH2 0853



#EB4D10
R235 V77 B16
C0 M80 J98 NO
CH2 0855



#960501
R150 V5 B1
C25 M100 J100 N27
CH2 0463





1 les ingrédients de la marque

● *la typographie*

typographie

Typographie Panel Sans

Elle réunit le double objectif d'être **originale et reconnaissable**, tout en restant **extrêmement lisible et impactante**.

Disponible sur Adobe Fonts en 5 graisses + leurs variantes italiques, elle offre suffisamment de variété pour couvrir tous les besoins, de l'accroche aux corps de textes.

black
regular

bold
regular
bold
black italic

light italic

Gros titre

Sous titre Sed mat

Titre

Texte, Um eosant as exerferoviti tendigenis as ex el magnis eum harumqui aut laces **repelis adit vel elic te lam endam velestr umetur?** Qui a quiaie inciento omnimus.

Quia ipsunt utet dolores volupta sima sunt landit, sum eos doluptium quissenis dolore pelente porias sectisquiae liquis et volupta tiamus disque dellatios estiorionsed que voluptasped **quia alit volora** custrum reicim repe voluptatur as di omnistis is minimus pratus endes inctatia nonse ni temolor esseque magnient, inctotas reprepe volu.

“Légende, exerferoviti tendigenis as ex el magnis.” eum harumqui aut.

typographie

Typographie Source Sans

Quand il faut privilégier l'endurance de lecture :

Disponible sur Adobe Fonts en 6 graisses + leurs variantes italiques, elle est utilisée pour les corps de texte.

La source est destinée à des densités de texte telles que des livrets, des mises en pages denses, le magazine et le site web.

Source sans regular
Source sans bold
Source sans black italic

Texte, Um eosant as exerferoviti tendigenis as ex el **magnis eum harumqui aut laces** repelis adit vel elic te lam endam velestr umetur? Qui a quiae inciento omnimus.

Quia ipsunt utet dolores volupta sima sunt landit, sum eos **doluptium quissenis dolore pelente porias sectisquiae liquis** et volupta tiamus disque dellatios estiorionsed que voluptasped quia alit volora custrum reicim repe voluptatur **as di omnistis is minimus pratus endes inctatia nonse ni temolor** esseque magnient, inctotas re-repe volu.

Bist que porro que re nis num fuga. Erorectibus nostio consequunt.

Ebiscie nimolor alibear chitas **reruptisi optio berfero vitios pro tem que ipistii ssitiume ea estotas nit ventio dolo doluptas vidicatur?** At ressinci omnihitat que quisimporeri con prore lat-quatquo omnisin nimusam harcil molorios auta earupta temquuntiore sanditis ipsantium niam incius magnam eum am faceribus dolescid et alis dolupta et re prepraepetur?

As autatae cum *qui od quis* ma prerum que qui optate parciis ea in ex et essunt optasim possiti quibea velissecat.

Pudis as dolupta prate doluptatur aut arcium dolorei ctatem ut ipsam, et eos eos eos voluptatia dolupta delicae mosti verum acia sequam.



1 les ingrédients de la marque

● *les formes*

les formes

Formes abstraites

Une banque de forme abstraites, mosaïque de la ville, a été dessinée **pour construire les graphismes** propres à la marque :

Il faut les composer et les assembler pour construire des pictogrammes, des illustrations ou encore des habillages graphiques.

Irrégulières, asymétriques et faites à la main, elles donnent une patte graphique reconnaissable aux créations.

Cette banque n'a rien de figée :

il est possible de dessiner d'autres formes pour élargir le champ des possibles, du moment que les nouvelles formes restent dans l'esprit de cette base commune.

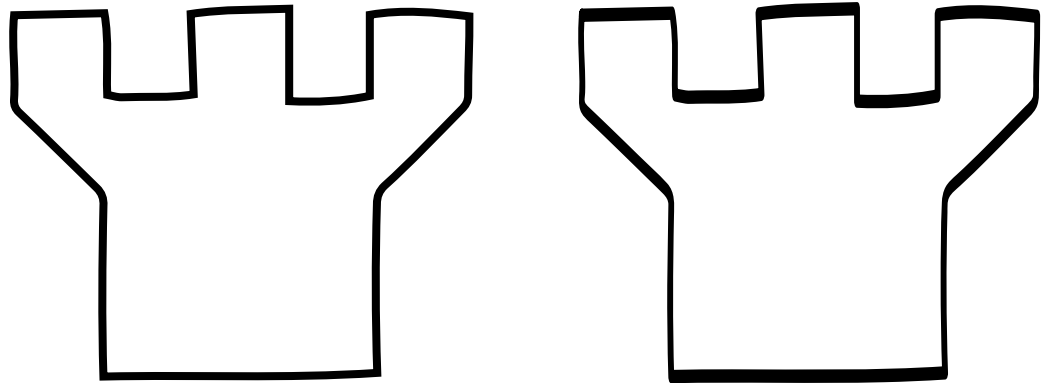


les formes

Tracé filaire

Que ce soit en dessin libre sur Illustrator ou dans la transformation de ces formes en filaire, un **contour spécifique** est utilisé pour ajouter une vibration au tracé :

WACOM 6D épais 5pt, disponible par défaut dans les paramètres de contours Illustrator.



les formes

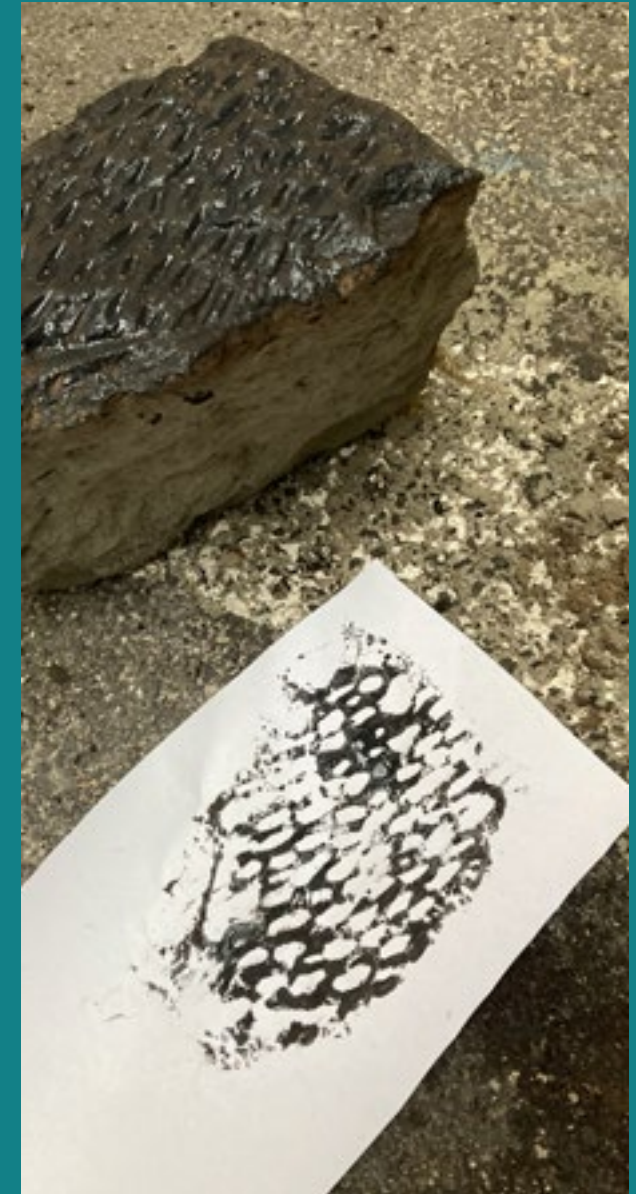
Trames

Nous avons récolté différents objets, marqueurs de Tours avec pour objectif d'isoler leur empreinte.

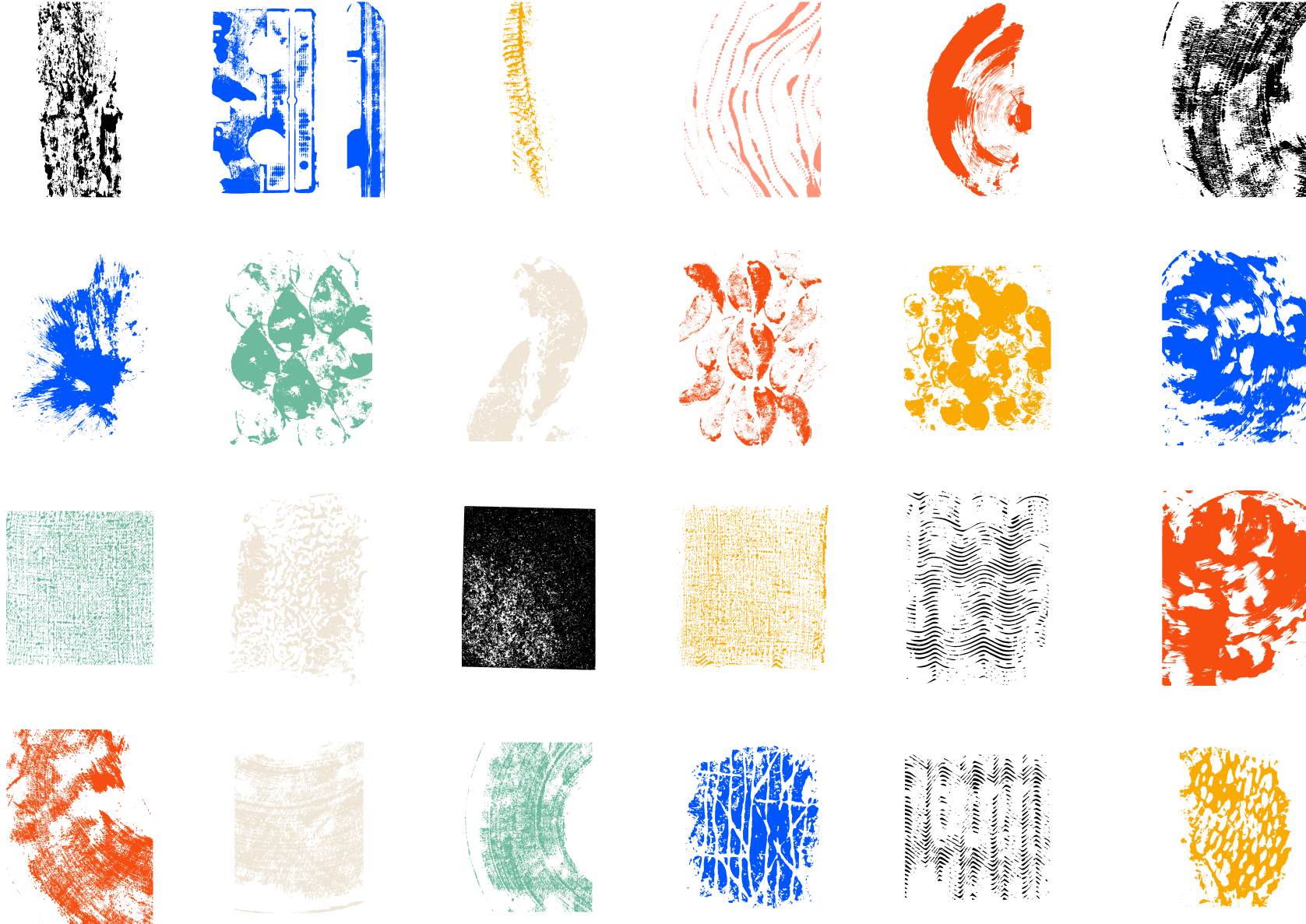
Ces empreintes constituent des trames, attributs ornementaux de l'identité graphique.

Ci-contre des exemples de **poire tapée** et de **tuffeaugravure**.

L'idée est que la banque de trame évolue constamment, afin d'apporter de la matérialité aux projets et d'identifier des attributs de la ville ou du projet à travailler à travers cette recherche d'empreinte.

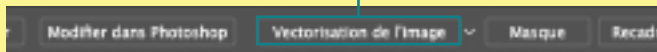


les formes

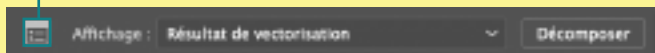


les formes

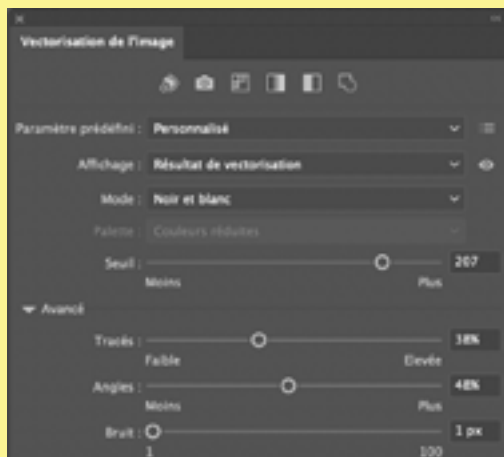
Importez l'image scannée sur Illustrator afin de la vectoriser.
Cliquez ici :



Puis sélectionnez « Logo noir et blanc ».
Ensuite cliquez ici :



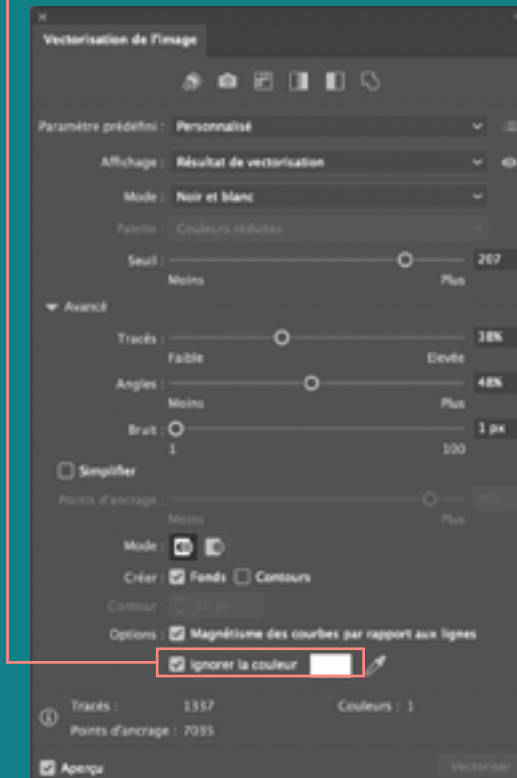
Ce panneau apparaîtra :



Le seuil correspond à la fidélité de l'image, jouez avec jusqu'à l'obtention d'un résultat satisfaisant.

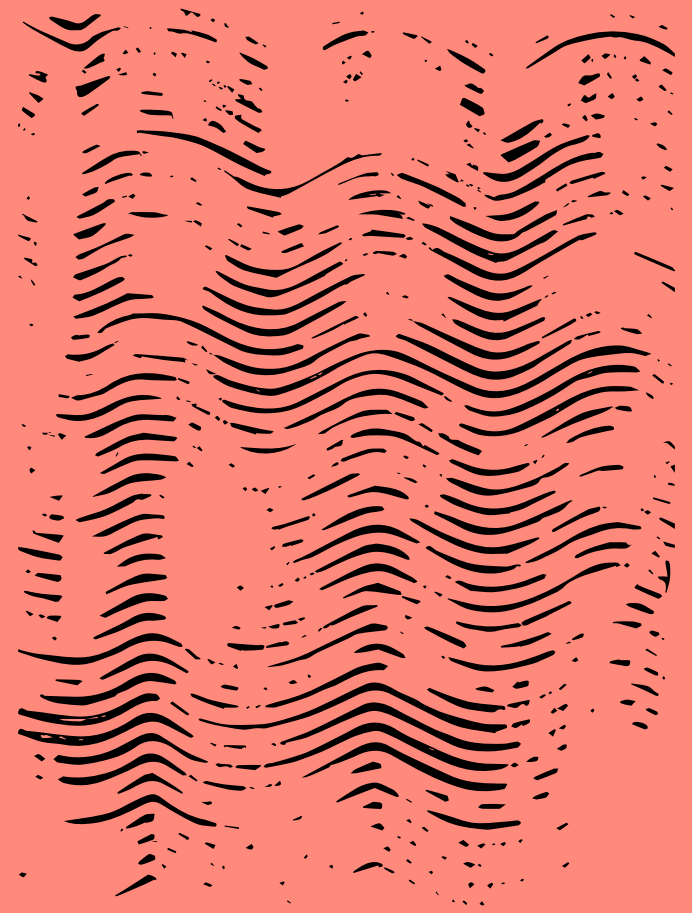
Dans l'onglet « avancé » vous trouverez plus d'outils : **tracés, angles et bruit**.
N'hésitez pas à les essayer !

Une fois satisfait de votre rendu, cochez la case « Ignorer la couleur ».



Puis fermez la fenêtre, et cliquez sur
« Décomposer »

La trame est désormais vectorisée donc utilisable, elle peut **rejoindre le fichier banque**.



les formes

Trames en couleurs

Il existe deux types d'utilisation de couleurs pour les trames, définies par leur rôle dans le graphisme élaboré :

- Contraste faible / valeur sur valeur

À utiliser lorsque votre trame sert de décors, de fond à la proposition graphique. On souhaite alors qu'elle soit discrète et ne parasite pas le message ou le visuel principal.
#doux #élégant #intégré #belle endormie

- Contraste fort

À utiliser lorsque votre trame EST le graphisme ou fait partie du graphisme principal. On souhaite alors qu'elle attire l'oeil.
#dynamique #impactant #punk et #pirate





1 les ingrédients de la marque

- *le système
de blocs*

Un système de mise en page

Le principe de blocs, d'assemblages, est un **élément de reconnaissance fort** pour la marque dans ses mises en pages.

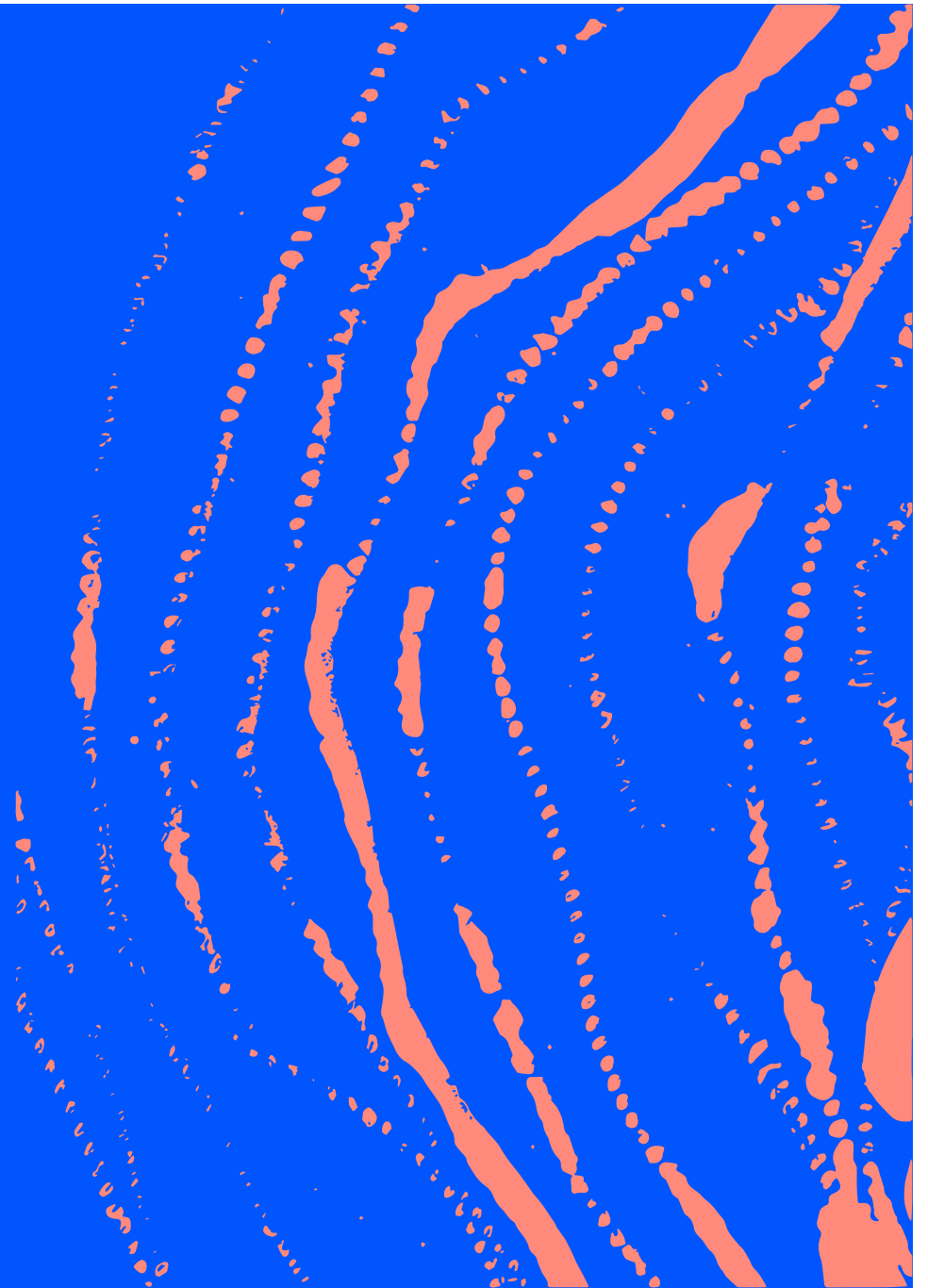
C'est celui-là même qui est utilisé pour la mise en page de ce document.

l'importance de bien structurer l'information...

... et de capitaliser
sur un modèle qui se
repète.

2 déploiement de la marque

● *les pictos*



les pictos

Les attributs de Tours

Cette première banque de pictogrammes a pour but de mettre en avant des attributs de la ville de Tours.

Ils parlent des **attributs culturels et patrimoniaux** de la ville de Tours, illustrent des marqueurs visuels (le monstre), symboliques (les halles) ou identitaires (les fontaines).

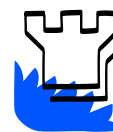
L'usage de ces pictogrammes est strictement encadré par direction de la communication et des relations publiques.



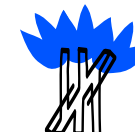
Fontaine



Le monstre



Château



Fleurir



Loire et Cher



Les Halles



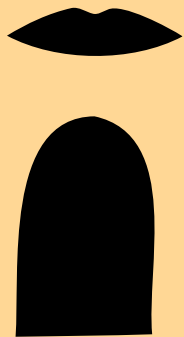
Saint-Martin

les pictos

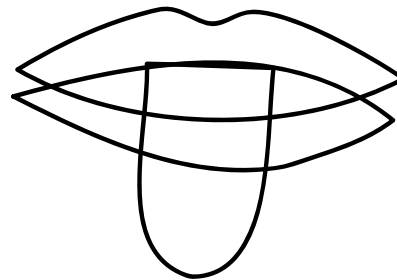
Construction

Cette banque est elle aussi amenée à évoluer.

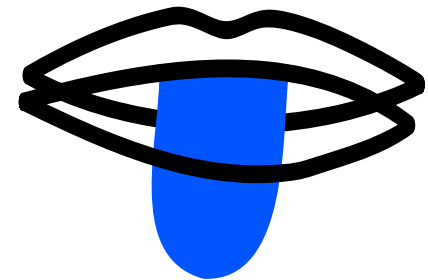
Voici comment construire un pictogramme
« attributs de Tours » :



sélection de formes dans la banque de formes



recherche de composition
jeux de superposition et d'abstraction



mise à la graisse et en couleur
la couleur représente entre 1/3 et 1/2 de la masse

les pictos

Pictogrammes fonctionnels

Des pictogrammes plus simples et « passe-partout » ont également été créés.

Ceux-ci ont une fonction plus traditionnelle allant de la légende sur une programmation événementielle à de la signalétique.

Le contour WACOM 6D est appliqué aux tracés.

Pour enrichir cette banque de pictogrammes suivant les besoins, faire une demande à a.saint-pol@ville-tours.fr.



agenda



localisation



transports
en commun



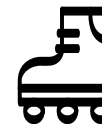
cars et cafés



accès PMR



manège



animation



village gour-
mand



restauration



commerces



tarifs



stands

les illustrations

Banque d'illustrations

Des illustrations ont été créées dans le cadre du travail de design de marque.

Elles sont libres d'utilisation et modifiables selon les besoins.

Les styles d'illustrations présentés sont volontairement variés pour répondre à un maximum de tonalités différentes et s'adapter aux sujets.



les illustrations

Créer une illustration

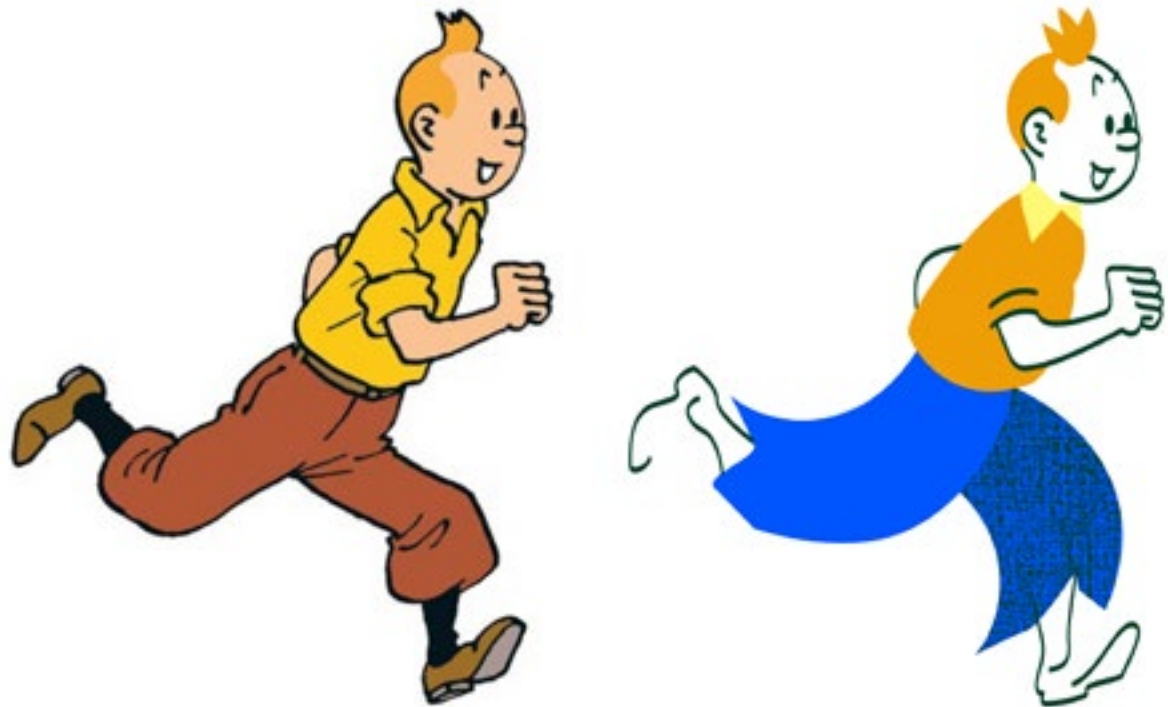
Tout comme le reste du langage de marque il est **possible et encouragé de créer de nouvelles illustrations.**

L'enjeu est cependant de conserver une direction artistique reconnaissable.

Comment accueillir une variété de graphistes et d'artistes au sein de la DA ?

Il faudra respecter les règles suivantes :

- utilisation des **couleurs de la charte uniquement**
- utilisation d'**au moins une forme** de la banque de forme de manière **lisible et évidente**
- utilisation d'**une trame** dans l'illustration ou son fond
- **alterner aplats et filaire**, avec un tracé irrégulier similaire ou identique au contour WACOM 6D



si Hergé s'était prêté à l'exercice...



2 déploiement de la marque

*les équipements
de la ville*

les équipements

Les structures et équipements gérés par la Ville de Tours

Un des enjeux de la marque est de **clarifier** la relation entre la Ville de Tours et les équipements qu'elle gère.

Dans cette logique, lorsque Tours prend la parole, les marques propres de ces structures et équipements **s'effacent au profit de la marque Tours**.

Ils se lisent à la charte, sont présentés comme des lieux plutôt que des marques. Si besoin est, un bloc-marque comme présenté ci-contre peut être réalisé.

Ces règles concernent :

- le Musée des Beaux-Arts
- le Musée du Compagnonnage
- le Museum d'histoire naturelle
- le Château de Tours
- la Cinémathèque
- la Bibliothèque centrale
- les 6 bibliothèques de quartier
(dont deux médiathèques)
- le Conservatoire Francis-Poulenc
- la salle Ockeghem (musiques anciennes)
- Tempo Loco (musiques amplifiées)
- l'espace Joséphine-Baker
- les Granges Collières

- le logo d'une structure ne peut **jamais** cohabiter avec celui de la Ville
- le logo de la ville est **toujours prioritaire** sur celui des structures
- cela qui implique de **bien mettre en évidence le nom de la structure dans les informations mentionnées** sur les supports de communication
(ex : pour une affiche d'exposition au Musée des Beaux-Arts, il faut que le nom du Musée des Beaux-Arts apparaisse clairement pour localiser l'exposition ;
pour le programme annuel de la Cinémathèque, il faut privilégier un titre tel que « Programme 2024-2025 de la Cinémathèque de Tours », etc.)
- le logo des structures **peut se substituer** à celui de la Ville dans les deux cas suivants :
 - . valorisation d'une exposition ou d'une manifestation « hors les murs »
 - . partenariat scientifique ou culturel
- il ne peut donc pas se substituer à celui de la Ville dans les autres formes de partenariat (soutien financier et/ou matériel)



2 déploiement de la marque ● *la communication*

les affiches

Le système de blocs doit être appliqué à toutes les affiches.

Cela a pour but de :

- reconnaître les prises de parole de Tours au premier coup d'oeil
- systématiser les hiérarchies d'information et éviter l'écueil de l'affiche trop chargée
- faciliter les prises de brief
- économiser du temps de mise en page

Il existe **7 fonctions de blocs maximum** avec lesquels composer :

- Le bloc master, avec visuel, accroche et nom de l'opération
- Le bloc information niveau 1
- Le bloc information niveau 2
- Le bloc informations supplémentaires
- Le bloc logos partenaires (toujours en blanc)
- Le bloc marque (toujours au même endroit)
- Le bloc signature avec ou sans mentions légales

Deux blocs qui se touchent ne peuvent pas utiliser la même couleur de fond.

Plus il y a de blocs, moins il y a de places pour le bloc master, et l'impact de l'affiche est compromise.

contrôle de l'information :
de la place pour le visuel et
les titres/accroches

3 blocs collés :
3 couleurs de fond différentes

Bloc signature : RS, QR code, nom du site et mentions légales



les affiches

Exemples de densité



teasing ou opération déjà bien établie



format recommandé



densité maximum

les affiches

Format 4/3



les livrets

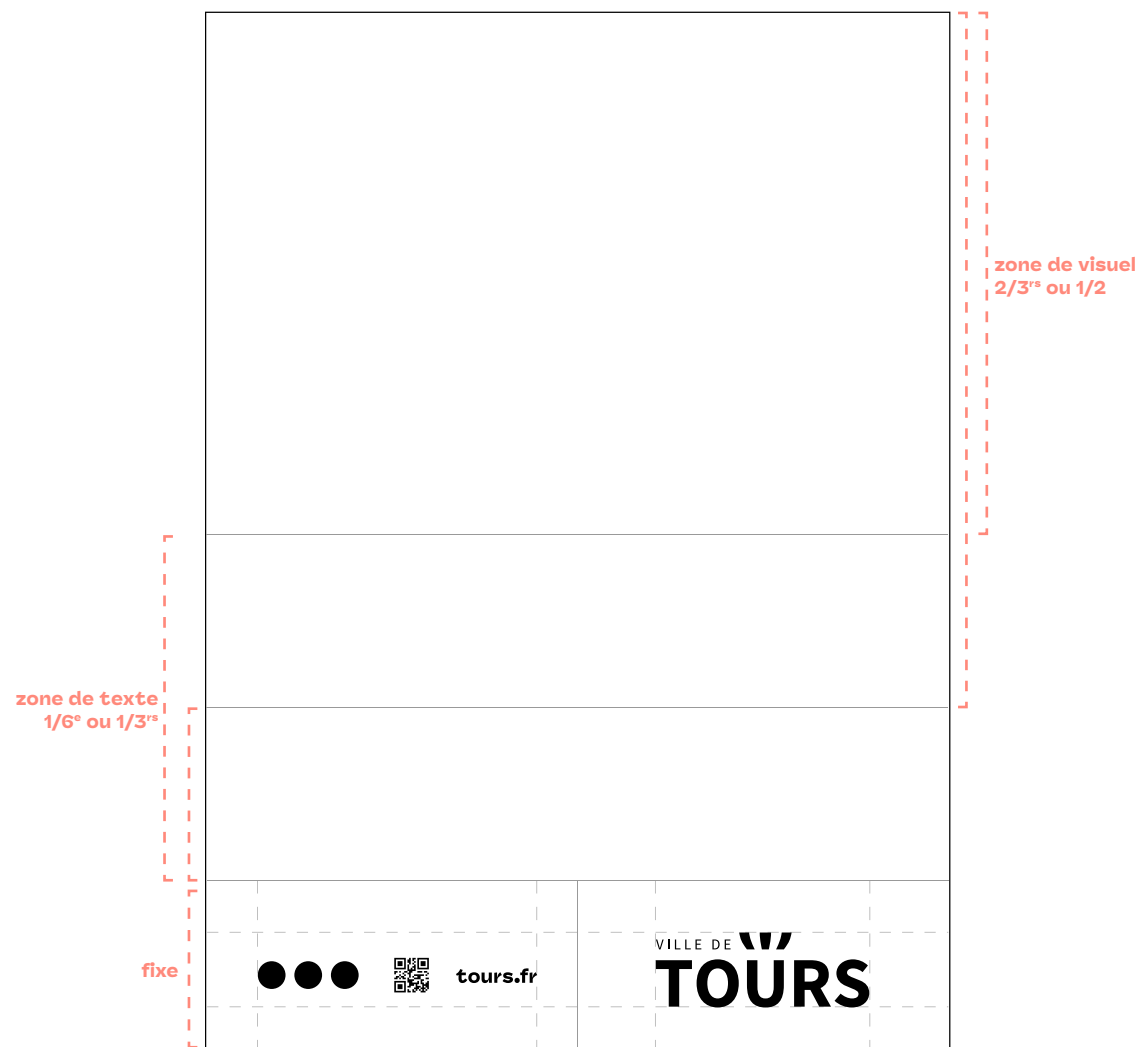
Les modèles de mise en page pour les couvertures de livrets doivent respecter les règles de composition présentées ici.

Il en existe **deux variantes** pour répondre aux différents besoins.

Si une variante est choisie pour un type de document, tous les documents de la même série doivent s'y tenir.

Les 3 types de documents abordés lors du design de marque sont :

- Collection de guides pratiques
- Dossier de presse
- Livret de politiques publiques



le mag

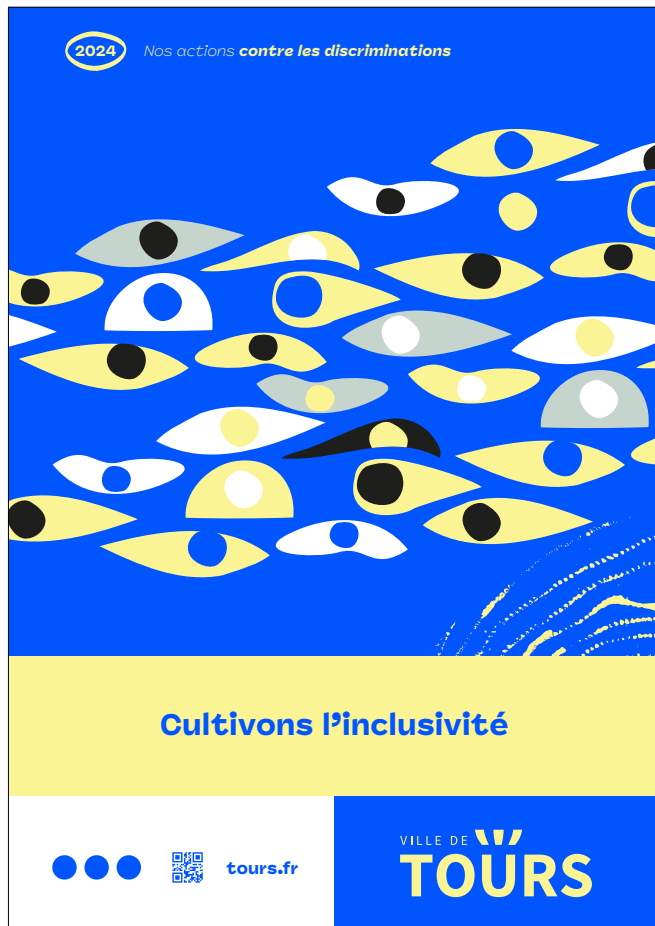
Têtière magazine

La structure de la têtière du magazine municipal doit suivre le plan de construction ci-contre.

Le gabarit de l'ensemble du magazine est disponible sur demande à a.saint-pol@ville-tours.fr



les livrets



Livret "politiques de la ville"



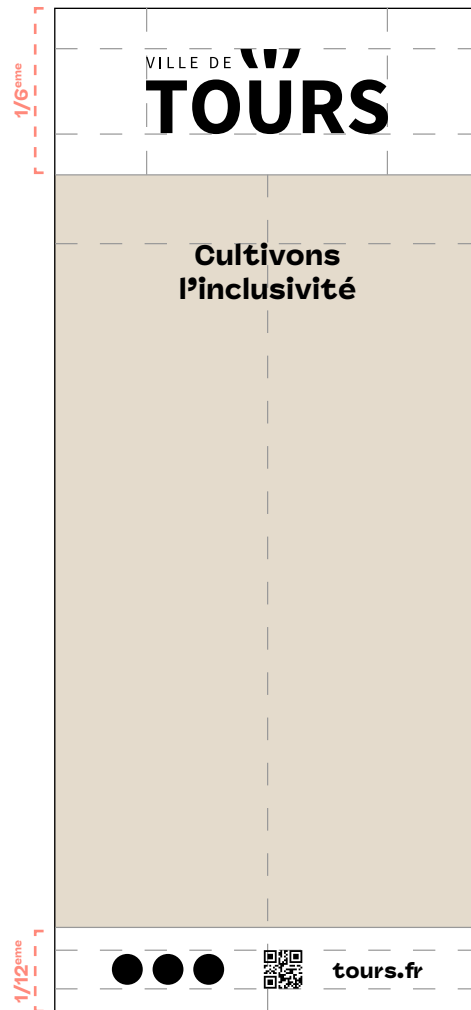
Dossier de presse



Guide pratique habitants

les kakémonos

Les kakémonos doivent rester **simples, minimalistes et graphiques.**



les kakémonos

Les kakémonos suspendus devront suivre les gabarits suivants (avec ou sans logos partenaire).

875 mm



55 mm

96 mm

47 mm

117 mm



55 mm

96 mm

117 mm

les kakémonos

Pour un Kakémono (roll-up) à but pédagogique, le texte doit aller à l'essentiel et les illustrations doivent être explicites.



la panneautique

Voici deux templates de panneautique chantier.

Le système de blocs est à nouveau utilisé pour **structurer l'information**, en privilégiant la mise en avant **de chiffres clés**.



la papeterie

Cartes de visites

La structure des cartes de visite doit suivre le plan de construction ci-contre.

Toute demande de carte doit être adressée via l'intranet, Service DCN - Demandes de travaux.



la papeterie

Carte de correspondance

La structure des cartes de correspondance doit suivre le plan de construction ci-contre.

Toute demande de carte doit être adressée via l'intranet, Service DCN - Demandes de travaux.

The diagram illustrates the layout and specifications for a correspondence card for the City of Tours. The card is 210 mm wide and 99 mm high. It is divided into two main color sections: a red top section and a blue bottom section.

Red Section (Top):

- VILLE DE TOURS**: The city name in blue, with a stylized crown above the 'O' in 'TOURS'. Font: Panel Sans - Black 9 pt.
- Prénom NOM**: Placeholder for the recipient's name. Font: Panel Sans - Black 9 pt.
- Poste / Délégation**: Placeholder for the recipient's position. Font: Panel Sans - Italic 7 pt.
- tél.**: Placeholder for the telephone number. Font: Panel Sans - Regular 7 pt.
- mail**: Placeholder for the email address. Font: Panel Sans - Regular 7 pt.

Blue Section (Bottom):

- Ville de Tours**: The city name in white. Font: Panel Sans - Regular 9 pt.
- 1-3 rue des Minimes**: The address in white. Font: Panel Sans - Regular 9 pt.
- 37926 TOURS Cedex 9**: The postal code and city in white. Font: Panel Sans - Regular 9 pt.
- tours.fr**: The website in white. Font: Panel Sans - Regular 9 pt.

Dimensions:

- Width: 210 mm
- Height: 99 mm

la papeterie

Lettre à entête

La structure des lettres doit suivre le plan de construction ci-contre.

The diagram illustrates the layout of a letter template for the City of Tours. It includes various fields for recipient information, reference numbers, and contact details, with specific dimensions and font requirements indicated.

Dimensions and Labels:

- 25 mm:** Dimension for the header area containing the City of Tours logo.
- 30 mm:** Dimension for the reference information area.
- 17 mm:** Dimension for the footer area containing contact information.
- Panel sans regular 10 pt:** Label for the main body text area.
- Panel sans regular 10 pt:** Label for the right margin area.
- Panel sans regular 10 pt:** Label for the left margin area.
- Panel sans regular 10 pt:** Label for the bottom margin area.

Content Fields:

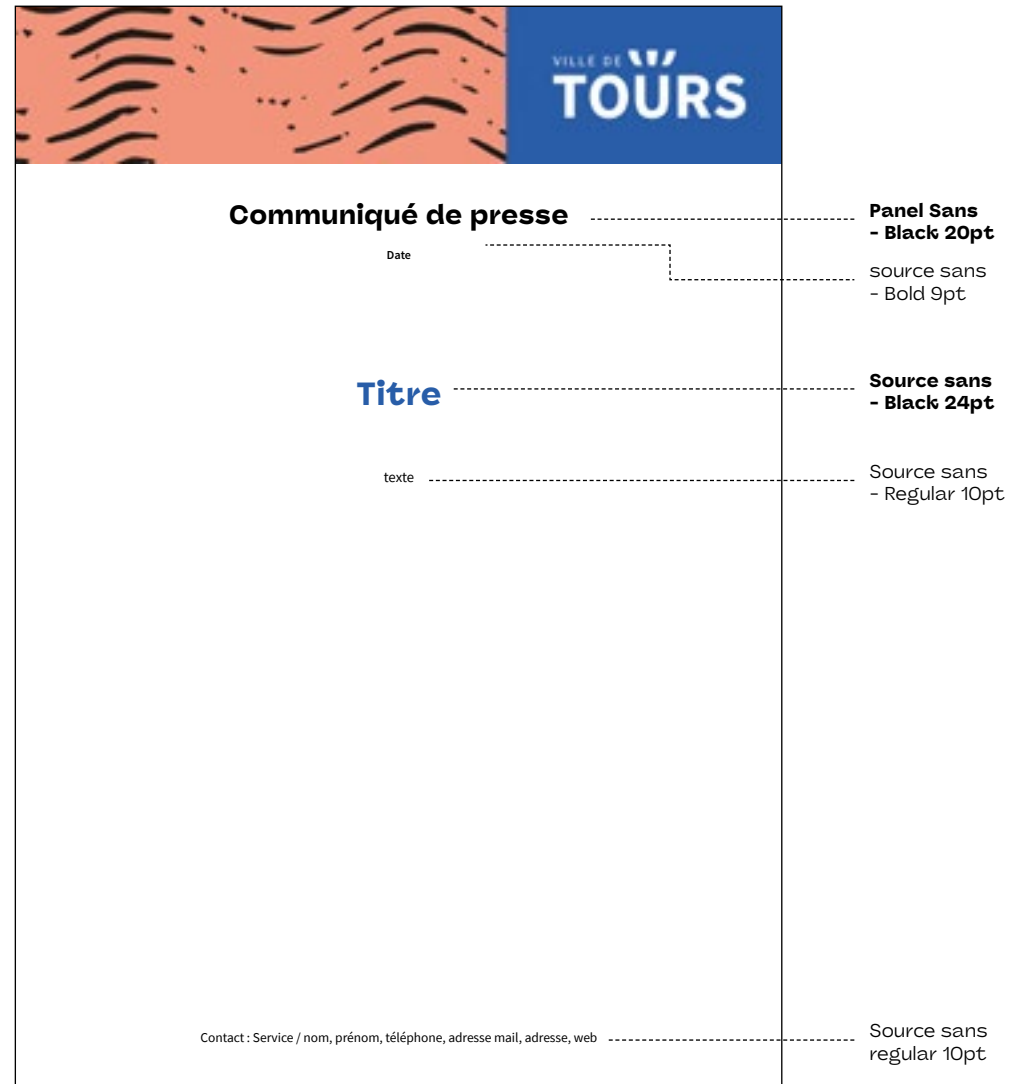
- Header:** VILLE DE TOURS
- Recipient Information:** Prénom NOM, Poste, Direction; Société destinataire, Ministère bénéficiaire, Civilité du destinataire, Nom de famille du destinataire, Adresse postale.
- Location and Date:** Tours, le date
- Reference Information:** Réf. : numéro de dossier, Objet : titre de l'objet, Dossier suivi par : Prénom Nom (téléphone - mail), P.J : indiquer ici si P.J.
- Salutation:** Civilité,
- Main Body:** Tapez votre courrier ici. Le caractère choisi est Panel Sans Regular 10pt, interlignage automatique. L'ensemble de la frappe s'aligne sur une justification en pavé. Les paragraphes sont distingués par un retour à la ligne.
- Signature:** Prénom NOM
- Footer:** Copie(s) : indiquer ici si copies, ATTENTION : pour les courriers à destination de personnes extérieures ne pas indiquer les copies internes; Ville de Tours, 1-3 rue des Minimes, 37926 TOURS Cedex 9; tours.fr

Les communiqués

Communiqué de presse

La structure des communiqués de presse doit suivre le plan de construction ci-contre.

Le gabarit sera remis sur demande auprès de c.hebral@ville-tours.fr.



Les communiqués

Communiqué riverains - travaux

La structure des communiqués doit suivre le plan de construction ci-contre.

Les gabarits sont disponibles sur l'intranet.

This template features a header with a blue background and the 'VILLE DE TOURS' logo. The main body is white and contains the following elements: the title 'Communiqué riverains', a 'Date' field, a 'Titre' (Title) field, a 'texte' (text) area, and a 'Contact' field at the bottom with a detailed instruction: 'Contact : Service / nom, prénom, téléphone, adresse mail, adresse, web'.

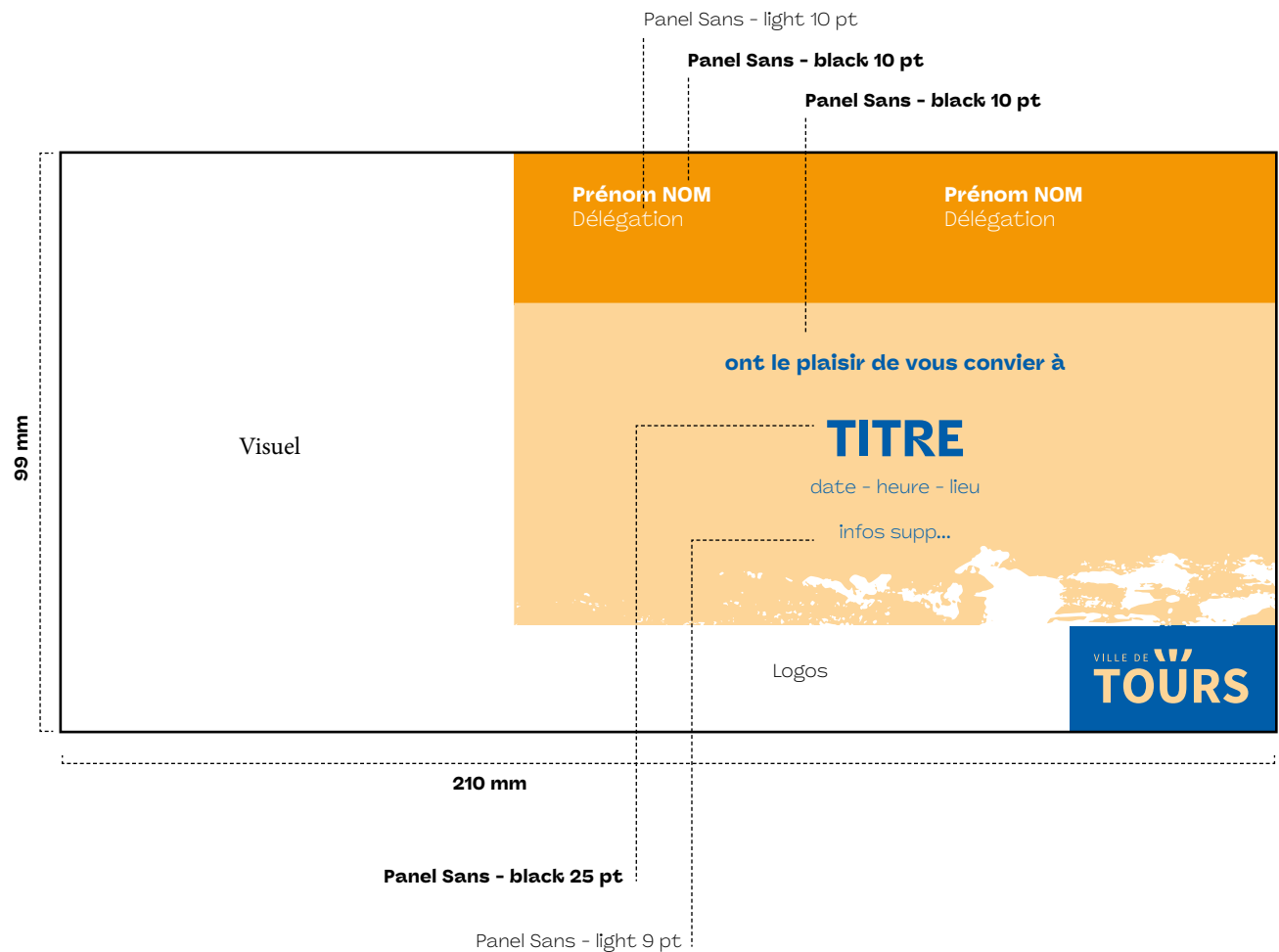
This template features a header with a blue background and the 'VILLE DE TOURS' logo. The main body is white and contains the following elements: the title 'Communiqué travaux', a 'Date' field, a 'Titre' (Title) field, a 'texte' (text) area, and a 'Contact' field at the bottom with a detailed instruction: 'Contact : Service / nom, prénom, téléphone, adresse mail, adresse, web'.

Carton d'invitation

Carton d'invitation

La structure des cartons d'invitation doit suivre les plans de construction ci-contre.

Toute demande de carte doit être adressée au service des Relations publiques : relationspubliques@ville-tours.fr



Signature mail

Signature mail

Les modèles de signature sont proposés directement dans les modèles d'Outlook.

En cas de problème faire une demande auprès de la DSI.

Il est interdit de déformer, de changer la graisse ou la taille de la police de caractère.

Modèle VDT Agent



Prénom NOM
Fonction
Direction
Hôtel de Ville - 1 à 3 rue des Minimes - 37 926 Tours CEDEX 9
téléphone | email

Tours.fr

Modèle VDT Directeur·rice



Prénom NOM
Fonction
Direction
Hôtel de Ville - 1 à 3 rue des Minimes - 37 926 Tours CEDEX 9
téléphone | email
Assistante : Prénom Nom | téléphone | email

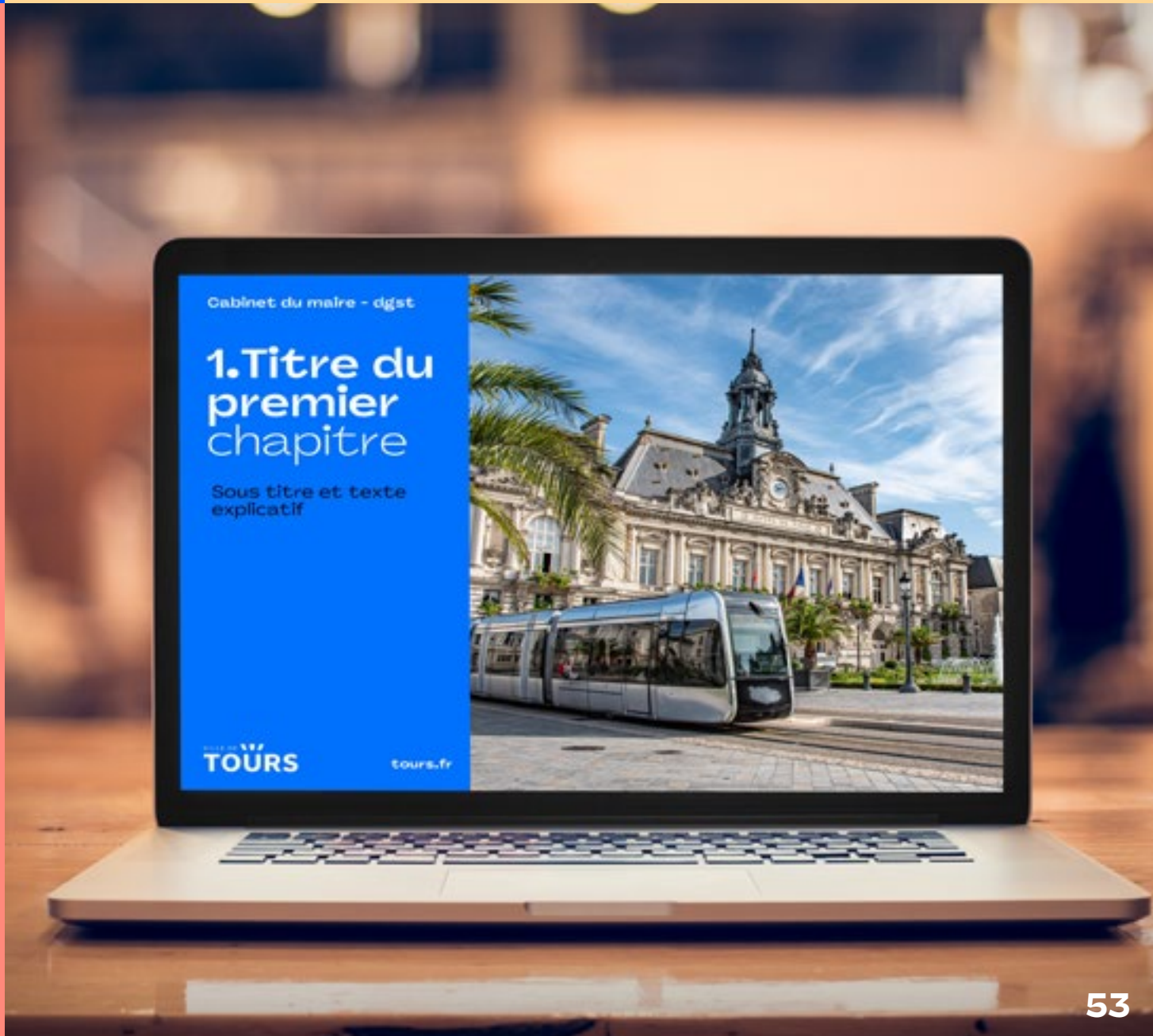
Tours.fr

le ppt

Powerpoint

Les powerpoint suivent le système de blocs et le respect des typographies de la charte graphique.

Un tutoriel est disponible sur l'intranet pour vous accompagner sur la construction de vos powerpoint.





2. déploiement de la marque partenariats

partenariats

Cultivé par Tours

Pour les partenariats, soutien financier / matériel et cobrandings il est possible d'utiliser le tampon « cultivé par Tours » à la place du logo.

Ce tampon doit être mentionné dans les conventions de partenariat ou dans les attributions de subvention.

Ce dernier ne doit jamais être utilisé en dessous de son seuil de lisibilité.



taille minimale : 20mm



partenariats

Exemple

Tout logo ou label nécessite une validation de la direction de la communication et des relations publiques, voir procédure p.66





2 déploiement de la marque ● *les véhicules*

véhicules

Les véhicules de la Ville de Tours feront l'objet d'une étude personnalisée afin de rendre lisible chaque véhicule de manière optimale.

Merci d'adresser vos demandes à la direction de la communication et des relations publiques de la Ville de Tours à a.saint-pol@ville-tours.fr





2 déploiement de la marque

● *la signalétique
batimentaire*

La signalétique

La signalétique de la Ville de Tours fera l'objet d'une étude personnalisée afin de rendre lisible et cohérent l'identité de la Ville sur le territoire.

Merci d'adresser vos demandes à la direction de la communication et des relations publiques de la Ville de Tours à s.pavy@ville-tours.fr



La signalétique

la signalétique des parcs et jardins devra suivre les éléments suivant :

- Respect typographique
- Respect Chromatique

matériaux à privilégier : métal

couleur du mobilier
urbain RAL 7024

Panel sans
black 64pt

Panel sans
italic 83pt

Panel sans
medium 35pt

Panel sans
regular 22,5pt

Jardin des
Prébendes d'Oé

Horaires d'ouverture
1^{er} novembre au 29 février : 7h45 – 17h30
1^{er} mars au 31 mai et 1^{er} septembre au 31 octobre : 7h45 – 19h30
1^{er} juin au 31 août : 7h45 – 21h

accessible jeux enfants toilettes ramassage de crotte eau potable chien en laisse

pelouses autorisées
sauf pelouses identifiées

Interdit aux vélos pêche interdite ballon interdit cyclomoteur interdit baignade interdite

Règlement :



480 mm

400 mm



2 déploiement de la marque

les espaces urbains

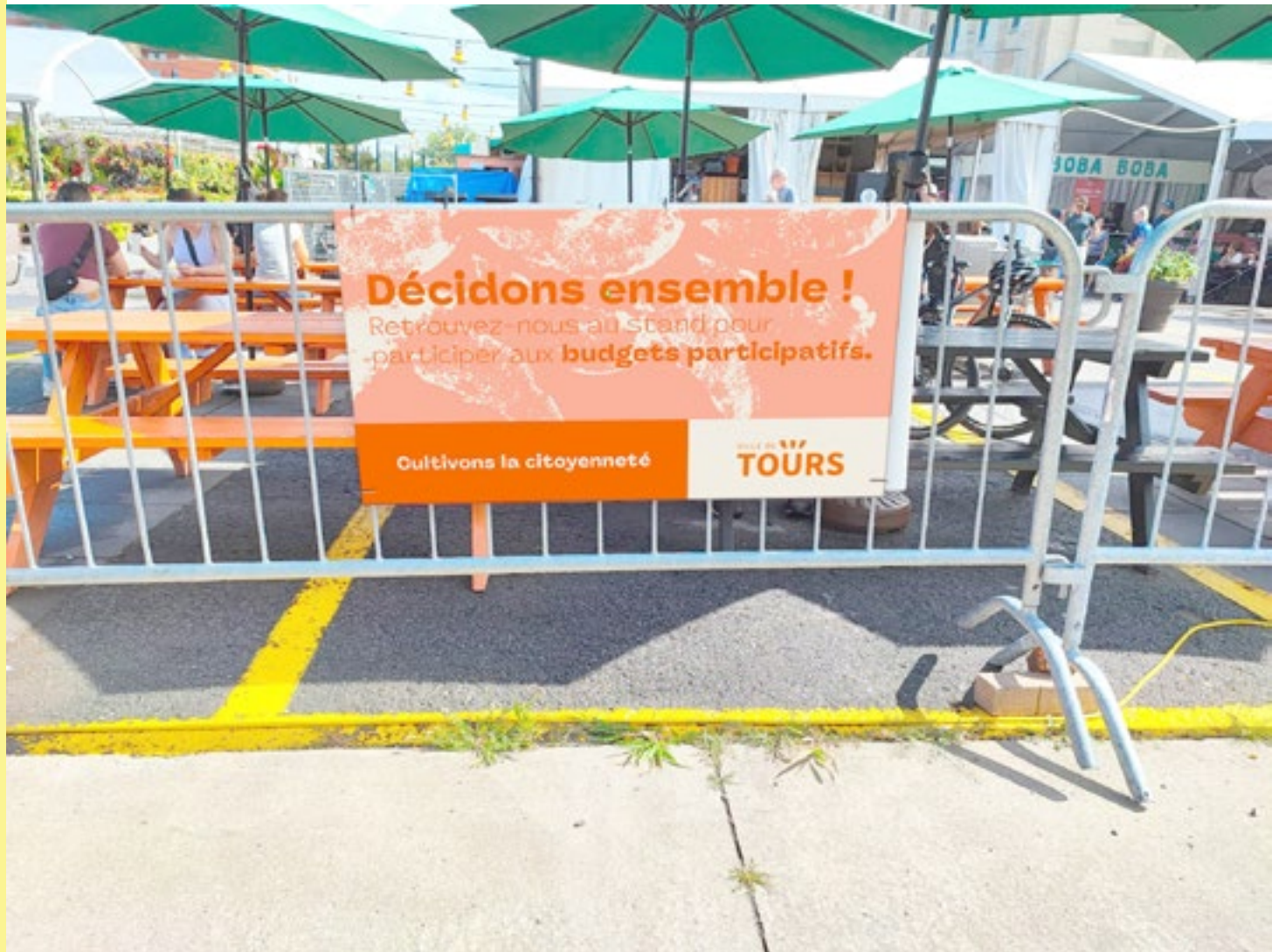
les espaces urbains

Déploiement sur l'espace urbain

Ces visuels ne sont pas chartés, il s'agit d'images d'inspiration.

“à la rencontre de...”

Panneautique légère pour déploiement facile.



les espaces urbains

Déploiement sur l'espace urbain

Ces visuels ne sont pas chartés, il s'agit d'images d'inspiration.

“ici c'est... !”

Fanions d'entrée de quartier.



les espaces urbains

Déploiement sur l'espace urbain

Ces visuels ne sont pas chartés, il s'agit d'images d'inspiration.

Poésie contextuelle

Le saviez-vous..?



process de validation

Validation de vos visuels

Tout visuel de communication doit être validé par la direction de la communication et des relations publiques de la Ville de Tours.

Toute question sur des supports manquants ou à compléter, veuillez contacter a.saint-pol@ville-tours.fr

process de validation communication

Processus d'élaboration et de validation des campagnes de communication

Aux 30 jours ouvrés incompressibles entre les étapes 1 et 5 s'ajoutent :

+ 10 jours ouvrés pour les impressions internes / entre 7 et 15 jours ouvrés minimums pour les impressions externes.

+ 10 jours de délai de promotion (selon supports).

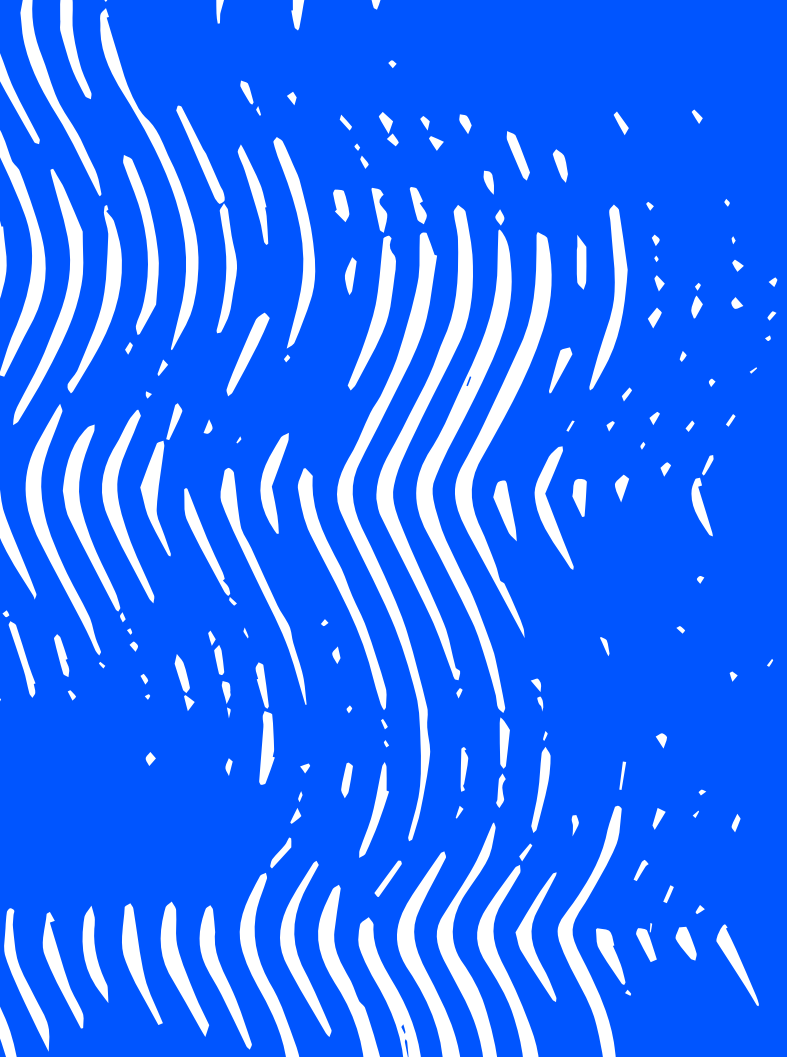
+ 30 jours en amont pour l'envoi à JC Decaux pour les campagnes de communication présentent sur ces réseaux.

Partant de là, les demandes de campagne de communication et temps d'échanges avec la direction de la communication doivent être anticipés sur un délai de 50 jours ouvrés minimum, **soit environ 3 mois**. L'observation rigoureuse de la méthodologie exposée concourt au bon respect de ces délais et à la réussite de la campagne.

étape 1 :	Contenu	Entités mobilisées
Définition du sens général de la campagne de communication	La direction de la communication recueille les éléments de cadrage politique auprès des élus concernés et du directeur de cabinet du maire : - Quel récit ? - Quels objectifs ? (informer, expliquer, mobiliser) - Quelle tonalité générale ? - Etc.	Direction de la communication, Cabinet du maire, élus concernés.
étape 2 :		
Définition des objectifs opérationnels et recueil des éléments techniques	La direction de la communication recueille les éléments opérationnels et techniques auprès des services pilotes	Direction de la communication, Service pilote (sous couvert de sa hiérarchie)
étape 3 :		≈ 15 jours entre étapes 2 et 3
Mise en place du plan de communication et orientations graphiques	La direction de la communication propose un plan de communication comprenant des orientations graphiques auprès des élus concernés et du directeur de Cabinet du maire, qui arbitrent et suggèrent des modifications.	Direction de la communication, Cabinet du maire, élus concernés.
étape 4 :		
Elaboration des livrables	Le service communication interagit avec le service pilote durant toute la phase d'élaboration des livrables.	Direction de la communication, Service pilote (sous couvert de sa hiérarchie)
étape 5 :		≈ 10 jours pour la seule étape 5
Modifications finales et validation	Après vérification des points techniques avec le service pilote, la direction de la communication soumet les livrables auprès de(s) élus concernés et du directeur de Cabinet du maire, qui valident ou demandent des modifications ponctuelles.	Direction de la communication, Cabinet du maire, élus concernés.

process de validation relations publiques

**Processus d'elaboration et
de validation des relations
publiques**



Ce document a été élaboré par la direction de la communication et des relations publiques suivant la proposition de charte graphique réalisée par l'agence Katra.

VILLE DE 
TOURS