



COEUR GUADELOUPE

OFFICE DE TOURISME
INTERCOMMUNAL AIMEZ, BOUGEZ, PARTAGEZ!

Guide de **Marque**

Avril 2023



Le guide de la marque touristique Cap Cœur Guadeloupe est destiné à expliquer l'ensemble des éléments de l'univers de marque et à préciser les règles d'utilisation de l'identité visuelle.

Il définit ainsi son positionnement, ses valeurs, ses codes, et permettra également aux acteurs et partenaires de la destination de valoriser leur offre en adhérant à un signe identitaire commun.

Issue d'une démarche co-construite et partagée, la marque Cap Cœur Guadeloupe a vocation à faire connaître et rayonner la destination, à l'échelle régionale puis nationale.



LA DÉMARCHE	4
Les objectifs et enjeux	5
Le positionnement	6
Les valeurs	7
Les 5 piliers	8
L'IDENTITÉ VISUELLE	9
Le logotype	10
La baseline	11
La typographie	12
Les couleurs	13
Les règles d'usage	14
Les interdits	20
L'univers sémantique	22
L'univers photographique	27
L'accroche / Le slogan	35

DÉCLINAISONS & APPLICATIONS	
DE LA MARQUE	36
Print.....	37
Digital	42
Papeterie	47
Goodies	50
Le marqueur partenaire	51
Co-Branding / Partenariat	53

Sommaire

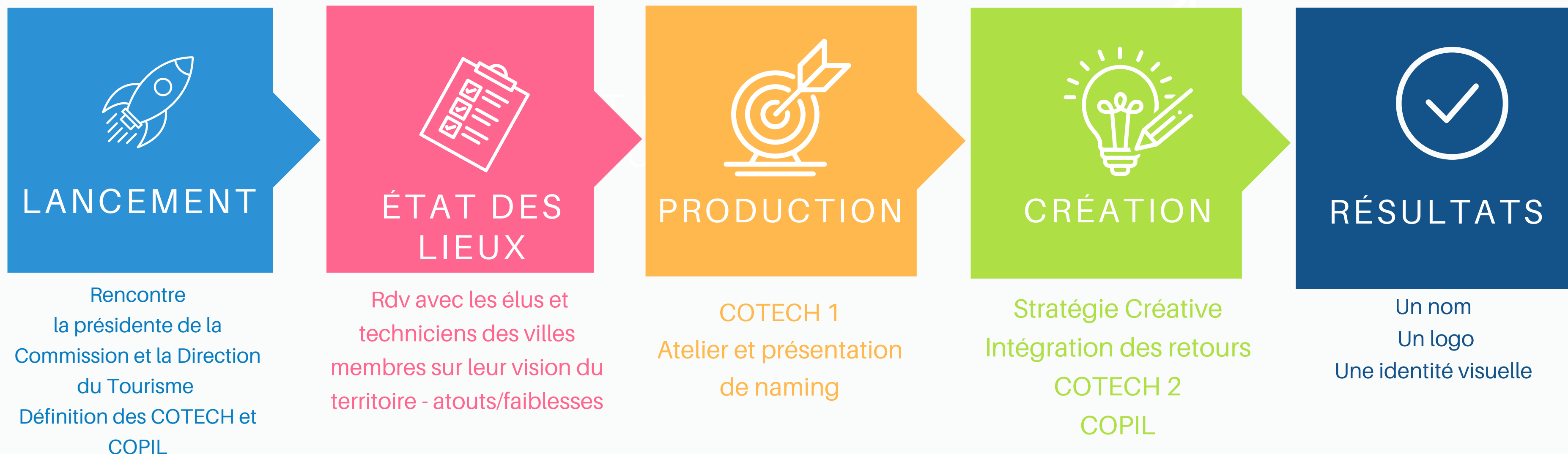




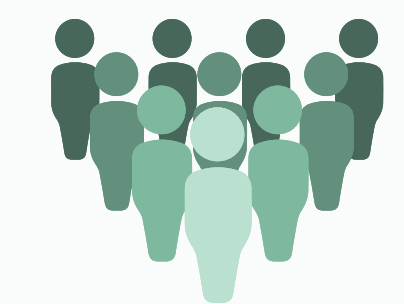
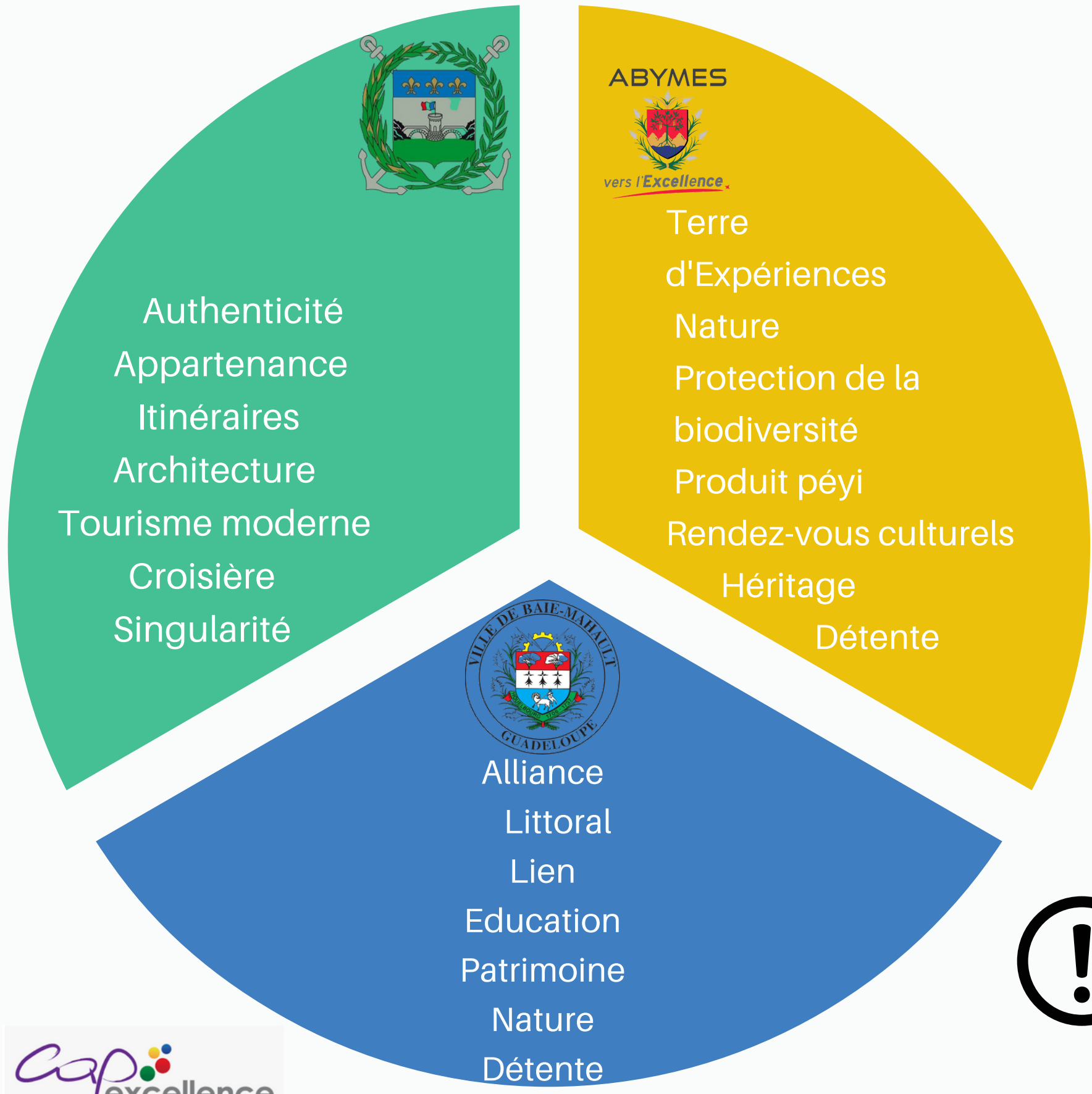
La démarche



MÉTHODOLOGIE DE PROJET



COTECH 1



+Forte population
Appartenance



Valeurs
Patrimoniales



Pratiques
ancestrales



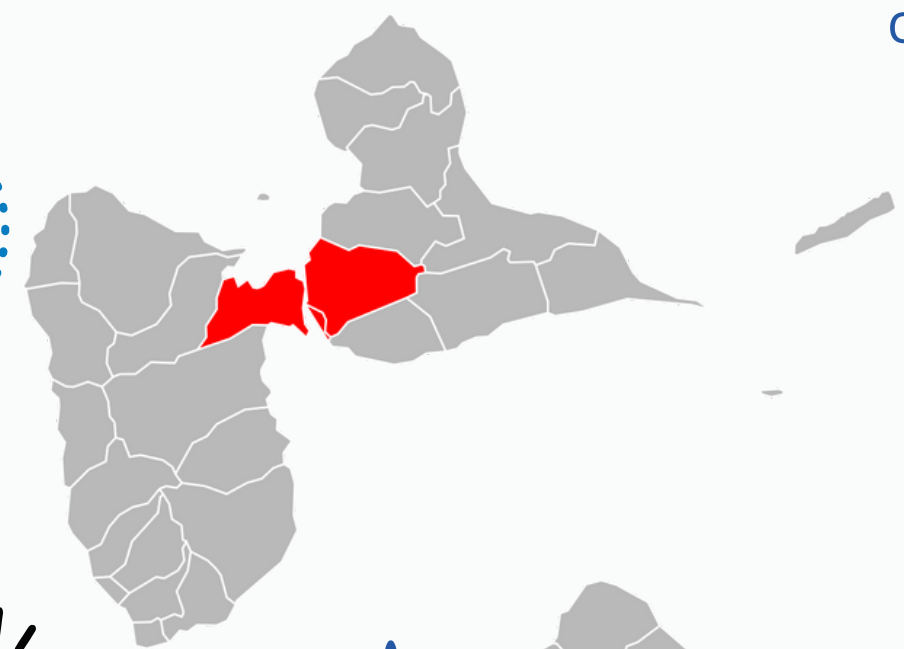
+++Monuments
classés



Biodiversité



Concept
d'expériences



Forte
concentration
Restauration

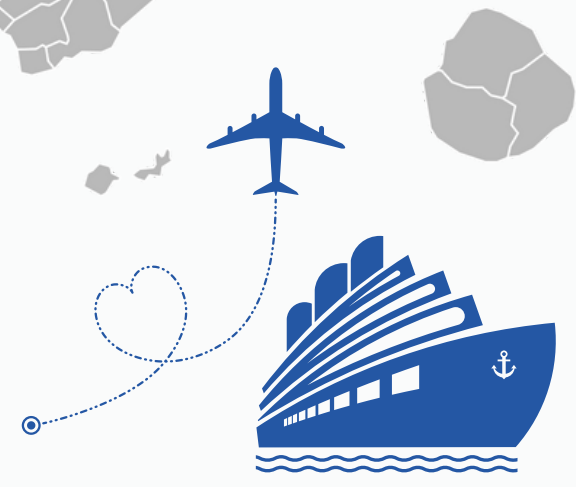


Littoral
Nord/Est/Sud
Rivière salée
Plan d'eau



Tourisme
d'affaires

Porte d'entrée de l'Archipel
Tourisme de Croisière +12000



Evènementiels



Développement des infrastructures/ouverture sur la mer
 Préservation de la biodiversité (zones humides)
 Réglementation du tourisme de croisière
 Propreté/Salubrité/Sécurité
 Communication > capter le touriste dès son arrivée /
 la cible locale

COTECH 1&2

> Ateliers Brainstorming

- Composition de 2 groupes d'échanges
- Classement de naming
- Expressions proposées par les participants



Les objectifs et enjeux

La création de la marque Cap Cœur Guadeloupe répond à une volonté de promouvoir le territoire comme étant une destination touristique unique en s'appuyant sur ses nombreux attraits.

Elle répond aux objectifs principaux :

- › **Révéler et promouvoir la singularité d'un territoire** aux richesses patrimoniales, naturelles et culturelles remarquables
- › **Valoriser une identité forte reconnue,** partagée par les âmes vives du territoire
- › **Renforcer** la visibilité et l'attractivité de la destination
- › **Susciter et garantir l'envie de vivre l'expérience Cap Cœur Guadeloupe,** en révélant le meilleur du territoire



Le positionnement

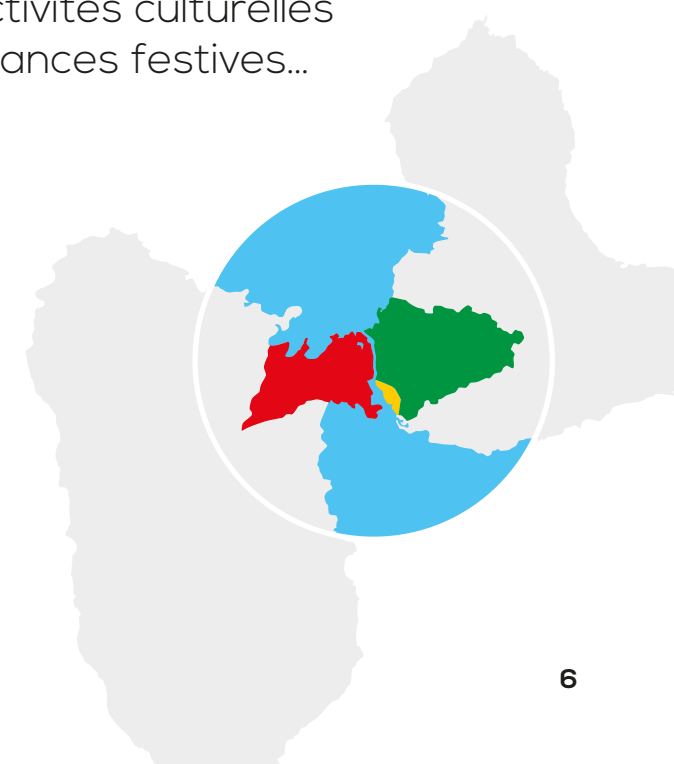


Le positionnement repose sur l'ADN du territoire c'est à dire l'essence même de sa personnalité, ce qui caractérise son identité et son attractivité :

- › **Une situation géographique centrale et incontournable**
- › **Un territoire surprenant alliant un important littoral, des sites chargés d'histoire et de riches espaces naturels**
- › **Des rencontres mêlant traditions, sensations, découvertes et partages**
- › **Un équilibre entre le ressourcement et la diversité des expériences.**
Slow tourisme /activités culturelles et sportives, ambiances festives...

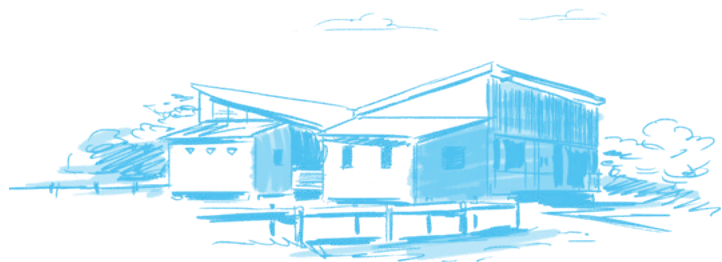
EN RÉSUMÉ :

Porte d'entrée de l'archipel, Cap Cœur Guadeloupe est une destination unique qui invite à vivre des expériences remarquables au coeur d'un territoire incontournable, étonnant de surprises et de richesses. Elle vous offre toujours l'inattendu entre aventures, émotions, saveurs, créativité, traditions, rencontres, et diversité des paysages.



AUTHENTICITÉ

un territoire entre traditions,
identité, savoirs faire et passions



SINGULARITÉ

l'alliance unique de lieux remarquables,
sites touristiques majeurs
et l'ouverture littoral/ville/nature



Les valeurs

Reflets de l'identité
du territoire.

PARTAGE

un esprit de proximité et de convivialité,
qui place la rencontre
au cœur de l'expérience touristique



DYNAMISME CRÉATIVITÉ

une destination aux multiples facettes,
qui vibre aux rythmes
des évènements, loisirs et activités



Les 5 piliers / 5 couleurs



Ce sont autant d'émotions, qui font vibrer au cœur de la destination :



› Patrimoine matériel et immatériel, musées, arts, gastronomie, tourisme mémoriel...



› Littoral, rivières, plans d'eau, espaces naturels, circuits de randonnée, richesse de la biodiversité, excursions, mobilité douce...



› Bases de loisirs, sports en plein air, bases nautiques, Golf, manifestations sportives, Shopping, Bien-être,...



› Animations, festivals, concerts, bars & restaurants, vie nocturne,...



› Conventions, congrès, meetings, séminaires, voyages incentives et événements d'entreprises

C 0 / M 100 / J 100 / N 0
R 194 / V 14 / B 26
Pantone 1797 C
#c20e1a

C 100 / M 0 / J 100 / N 0
R 40 / V 149 / B 72
Pantone Hexachrome Green C
#289548

C 100 / M 25 / J 46 / N 0
R 21 / V 130 / B 139
Pantone 321 C
#15818b

C 0 / M 35 / J 85 / N 0
R 231 / V 177 / B 66
Pantone 137 C
#e7b041

C 79 / M 100 / J 56 / N 0
R 84 / V 48 / B 83
Pantone 518 C
#532f53

(exemples p.41)



L'identité visuelle



Le Logo



Le logo est composé de symboles graphiques et du nom de la marque. C'est un tout qui doit être respecté.

Un seul logotype est utilisé pour l'ensemble des communications.



Le logo sans baseline



Le logo avec baseline



La Baseline



AIMEZ, BOUGEZ, PARTAGEZ!

Une promesse, une invitation à la découverte, aux expériences surprenantes, aux rencontres, à l'inattendu : des émotions, des valeurs de transmission, d'attractivité et de dynamisme.

A comme Abymes, B comme Baie-Mahault, P comme Pointe-à-Pitre.



Les Typographies



Voici les typographies de marque. Aucune autre typographie ne peut être utilisée.



"Cœur Guadeloupe" "office de tourisme intercommunal"



NEXA RUST SANS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

"Aimez, bougez, partagez !"



AHintOfSass

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Le mot "Cap" est dessiné.



Les couleurs



Voici les couleurs de marque.

Aucune autre couleur ne peut être utilisée.



C 0 / M 100 / J 100 / N 0
R 194 / V 14 / B 26
Pantone 1797 C
#c20e1a



C 0 / M 20 / J 100 / N 0
R 242 / V 203 / B 19
Pantone 116 C
#f2cb13



C 100 / M 0 / J 100 / N 0
R 40 / V 149 / B 72
Pantone Hexachrome Green C
#289548



C 63 / M 0 / J 0 / N 0
R 124 / V 193 / B 239
Pantone 2985 C
#7cc1ef



C 100 / M 70 / J 0 / N 0
R 39 / V 80 / B 155
Panton Reflex Blue C
#27509b



C 76 / M 92 / J 0 / N 0
R 88 / V 53 / B 134
Pantone 2607 C
#583586



C 100 / M 50 / J 0 / N 0
R 18 / V 105 / B 176
Pantone 3015 C
#1269b0



C 100 / M 0 / J 0 / N 0
R 0 / V 157 / B 224
Pantone Process Cyan C
#009de0



Les règles d'usage

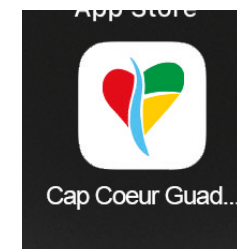
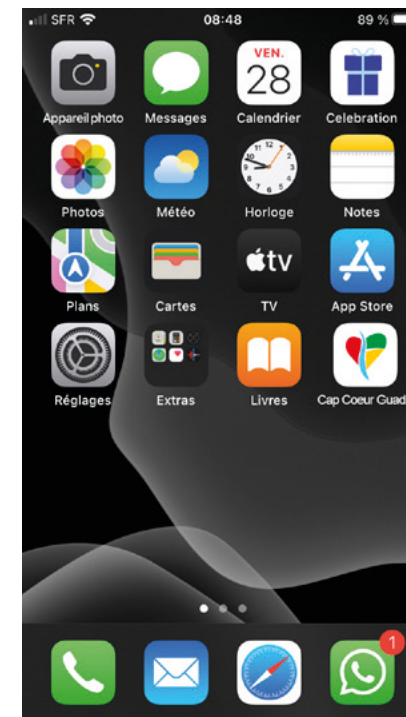


Le placement du logo.

En règle générale, pour de l'affichage, le logo doit être centré dans l'image. (Ex : p.37-38)
Mais pour des raisons de cadrage photographique bien particulier, le logo peut être décalé.



Les règles d'usage



LE CŒUR

Le cœur seul peut-être utilisé comme rappel visuel dans une mise en page, pour une vitrophanie, un sticker, un élément imprimé sur un textile, une icône d'appli, ...

Mais il doit être utilisé en complément de la marque.

Jamais seul.

exemple 1 : Impression ou broderie sur t-shirt. Le cœur seul est présent à l'avant du t-shirt, mais le logo en entier est rappelé à l'arrière.

exemple 2 : Icône appli mobile. Le cœur seul est présent, mais le nom est rappelé en dessous.



L'univers **sémantique**

Le code sémantique donne le cadre d'expression de la marque
Cap Cœur Guadeloupe : le ton, le langage, le vocabulaire.



• **LE LANGAGE :**

Une invitation au dépaysement, à l'expérience,
un registre marquant la convivialité et le partage.

• **LE TON :**

Un style simple et direct.

• **LE VOCABULAIRE :**

Des mots et expressions associés aux valeurs
de la marque de destination



• LE VOCABULAIRE : les verbes

aimer
bouger
danser déconnecter découvrir
déguster dévoiler
éblouir émerveiller explorer
imaginer
partager révéler savourer
se ressourcer
surprendre s'aventurer visiter
vivre...



• LE VOCABULAIRE : les noms

authenticité culture
découverte diversité émotion
évasion exception expérience harmonie
héritage inspiration joie
loisirs nature passion
patrimoine partage
plaisir
rencontre richesse saveur secret
sensation sérénité
tranquillité vacances...

• LE VOCABULAIRE : les expressions

au cœur **en plein cœur**
vivre des expériences uniques
battre la chamade
se laisser surprendre **à couper le souffle**
prendre le temps
vivre l'instant présent découvrir de nouveaux horizons
partir à l'aventure **se redécouvrir**
se lier d'amitié **la liberté retrouvée**
resserrer les liens avoir un coup de cœur
là où il faut être...

L'univers **photographique**



Il doit refléter l'identité et les valeurs de Cap Cœur Guadeloupe grâce à des prises de vues permettant de capter les émotions suscitées par le territoire.

Des panoramas, des vues aériennes

permettant de sublimer l'intensité de la destination.

Des cadrages dynamiques

Contre plongée, plongée, profondeur ou des plans serrés sur des gestes, mise en lumière sur des détails : autant de prises de vue différentes qui valorisent la découverte et l'expérientiel.

Des couleurs intenses

révélant à la fois l'authenticité et le dynamisme du territoire.

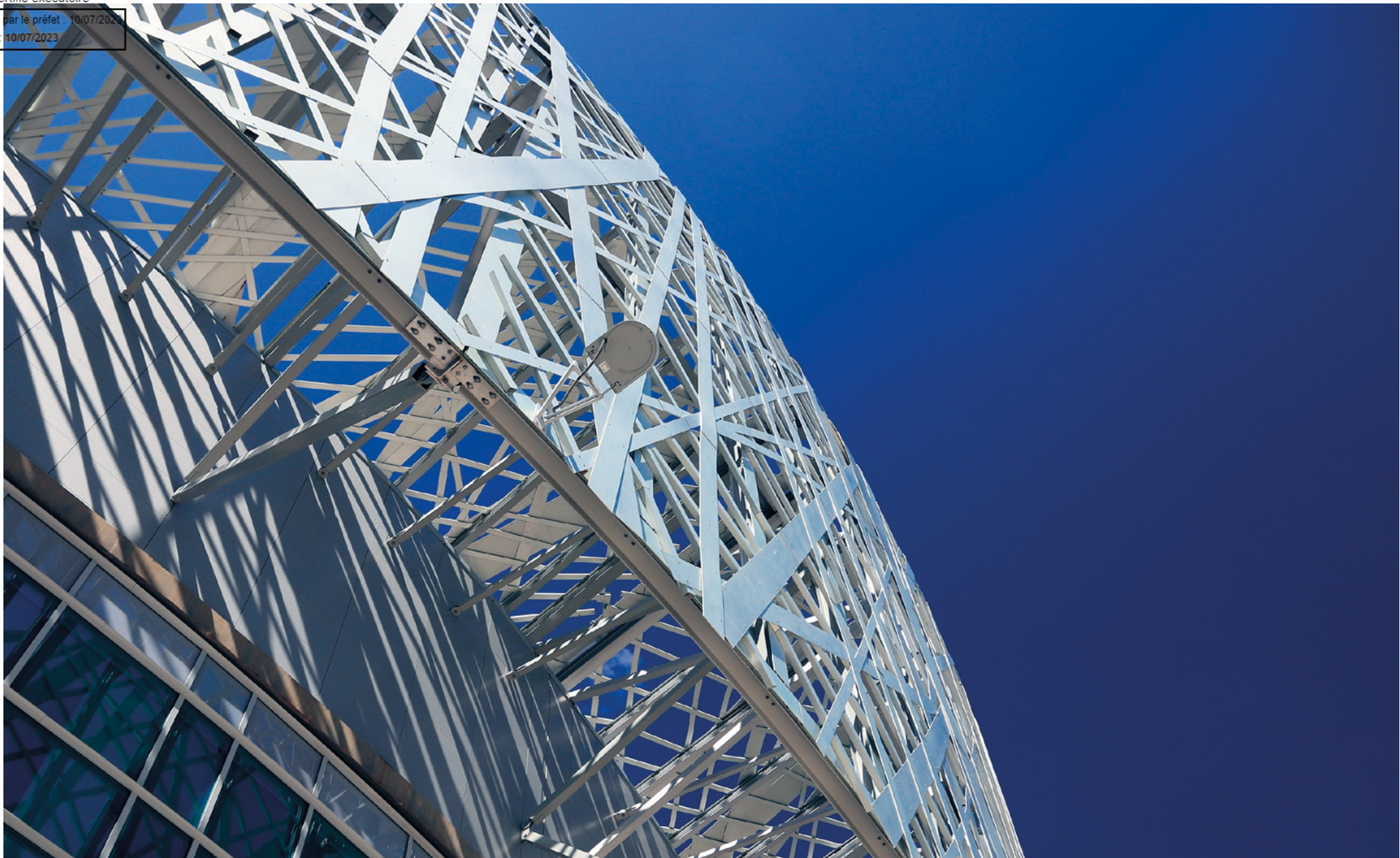
Des photos avec de l'humain

Des sourires, du partage, de la convivialité, des scènes vivantes et spontanées transmettant la chaleur de la destination et valorisant la qualité de l'accueil.

















L'accroche / le slogan



Cette phrase concise, est conçue en vue de bien s'inscrire dans l'esprit du public.

Pour un maximum de lisibilité, il est de rigueur d'inscrire un mot, mettant en valeur le visuel, dans un bloc blanc.



Bougez
Vibrez **events** Vibrez
Vibrez





Déclinaisons & applications de la marque



Print / Affichage



4x3



60x80



Print / Affichage



Affichage métro



Affichage 4X3



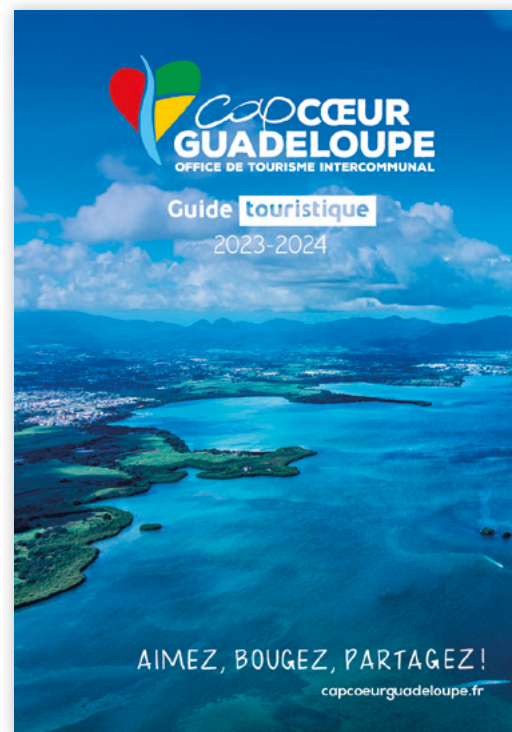
Arrière de bus



Print /Édition



Magazine touristique



Guide touristique



Carte touristique



Print /PLVS



Roll-up 850X2000



Oriflamme 800X3000



Print /PLVS DÉCLINAISONS 5 PILIERS



Roll-up 850X2000



Digital /FACEBOOK



Cover 940X348



Post 1080X1080



- Zones A : pas de texte.
- 1 Privilégier un placement de texte assez haut dans l'image pour éviter la juxtaposition avec la photo de profil. (affichage smartphone)



Digital /INSTAGRAM



Post 1080X1080



Feed 1080X1080



Storie



Digital / WEBSITE



Digital /BANNIÈRES



320X480

480X320

320X50



Digital /NEWSLETTER



Cap Cœur GUADELOUPE
OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL

BOUGEZ au cœur d'un événement inoubliable

Le Carnaval

ÉVÈNEMENT !

↓

Cap Cœur GUADELOUPE

BOUGEZ au cœur d'un événement inoubliable

Le Carnaval

ÉVÈNEMENT !

Vibrez culture

JE DÉCOUVRE !

Vibrez nature

AIMEZ, BOUGEZ, PARTAGEZ !

SUIVEZ-NOUS !

Facebook, Instagram, YouTube icons

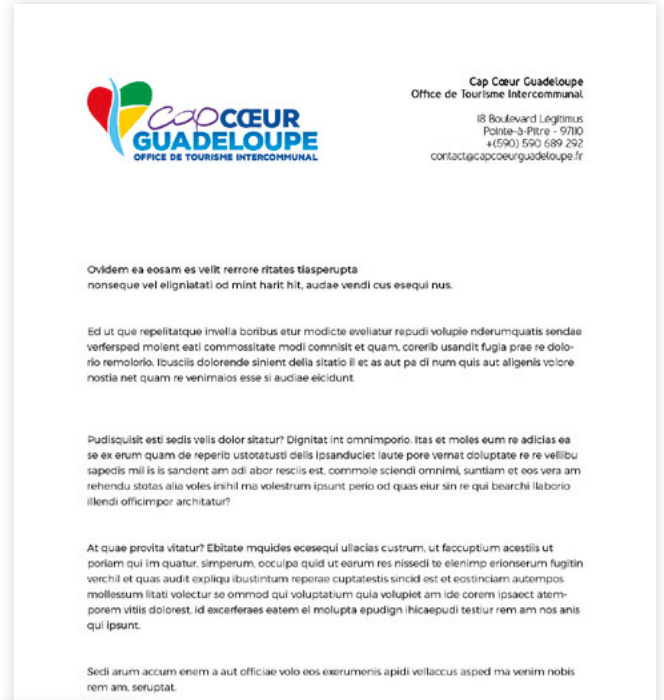
Plan voir destination : (0590) 53 00 00
0590 53 00 00 / www.capcoeur.guadeloupe.fr



Papeterie



Carte de visite



Enveloppe



Papier entête



Signature mail



Papeterie



Pochette

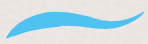


PowerPoint





Papeterie



Accusé certifié exécutoire
Réception par le préfet : 10/07/2023
Affichage : 10/07/2023

Goodies



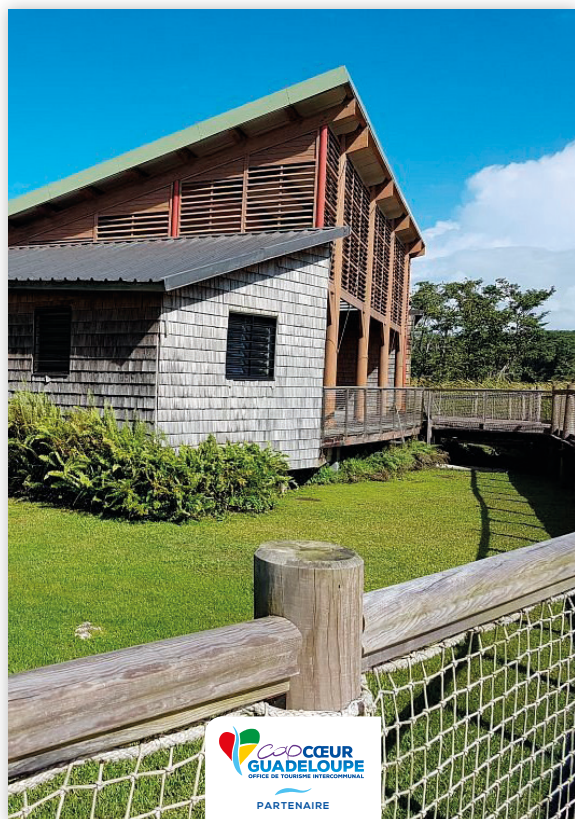
Le marqueur partenaire



Permettre aux acteurs et partenaires de s'inscrire dans la démarche de communication et de notoriété de la destination, en s'identifiant à la marque, dans le respect de leurs identités visuelles.



Le marqueur partenaire



Co-branding / Partenariat



Co-branding / Partenariat



La Région Guadeloupe lance le nouveau Réseau de transport interurbain.

Quelle Guadeloupe êtes-vous ?

It, sitatendis eos nobis et maio et quatem natae. Um ullene veritat. Fugia nam idem. Hiliae reperov idelesc illentur, con cum im illicienis cum est, sithvent ex et ut omnis explilbusa consecae si dollupt aectatum fugiti dolo ipiciati consed ut qui nihicatemquo to bea consequod qui andae dol-

loris iusanihil illaccu sapientur, non re suntum allic torempo ruptur re sumenim usantusanis es audipidis eicidem perae. Aximoluptiae cupitiae voluptat aut doloritatus reperum et, acen renisquam sum vel estiae rehendum, odipid qui ut vel improecta ariat.

LE JARDIN CRÉOLE DE TES RÊVES

CONCOURS de DESSIN
4 - 15 ANS
DU 14/12 AU 03/01

DE NOMBREUX LOTS À GAGNER !

It, sitatendis eos nobis et maio et quatem natae. Um ullene veritat. Fugia nam idem. Hiliae reperov idelesc illentur, con cum im illicienid qnim usantusanis es audipidis eicidem perae. Aximoluptiae cupitiae voluptat aut doloritatus reperum et, acen renisquam sum vel estiae rehendum, odipid qui ut vel improecta ariat.





Cap Cœur Guadeloupe

18 Bd Legitimus,
Pointe-à-Pitre 97110,
Guadeloupe

capcoeurguadeloupe.fr