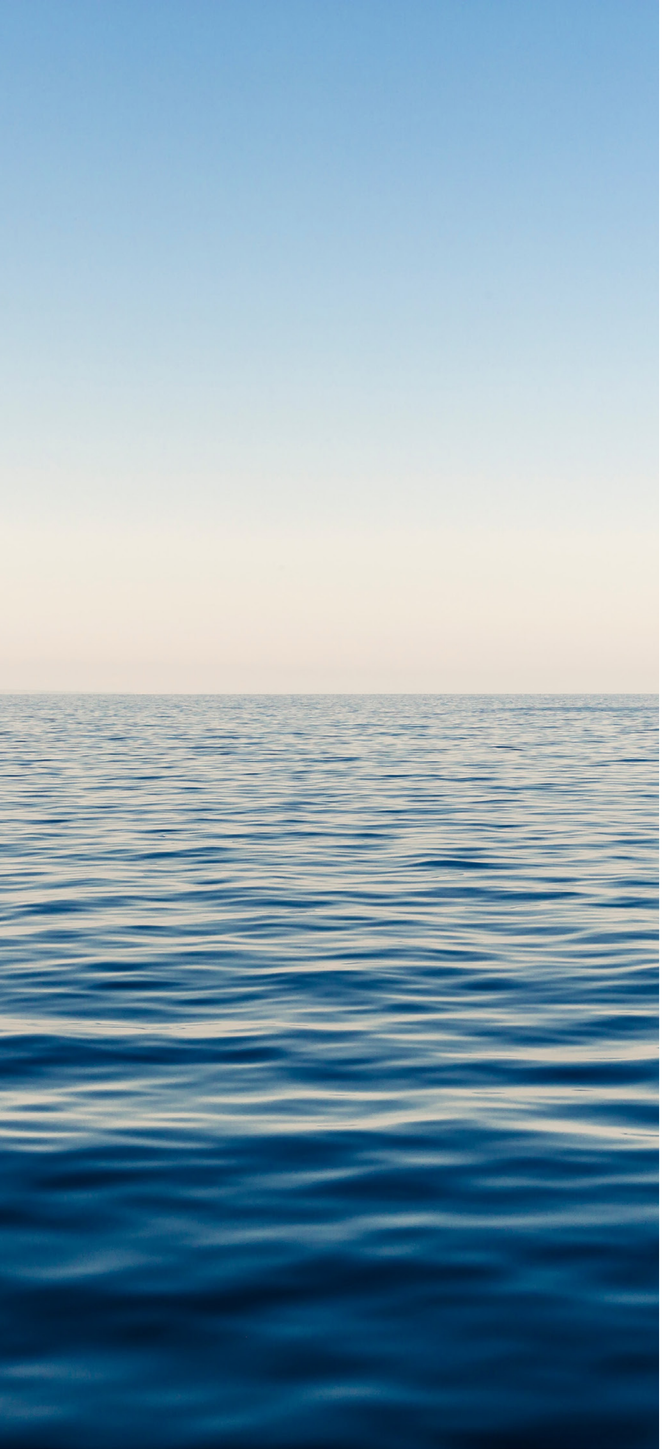
Charte graphique

Version digitale

UBA

Union des Bateliers
Arcachonnais



Introduction

Bienvenue dans la charte graphique de L'Union des Bateliers Arcachonnais.

Cette charte a été créée afin de guider toutes les créations liées à l'utilisation du logo de l'UBA.

Son but premier est de montrer les bons usages de cette nouvelle identité et de créer une cohérence graphique sur l'ensemble des supports print et web pour faciliter la reconnaissance de la marque et rendre plaisant l'expérience de chaque client.

Ce document a été créé par Théo Camps, fondateur du studio graphique Parlons Création.

Pour toutes demandes ou questions sur ce pdf, merci de nous contacter par téléphone ou bien par e-mail.

06 43 06 84 79
helloparlonscreation@gmail.com

Sommaire

Bienvenue dans le sommaire de la charte graphique de l'UBA. Ce document est intéractif afin de meux vous guider : en effet, un menu vous accompagnera tout le long de votre lecture et ses parties sont cliquables.

1. Logo

Histoire, avant-après et symbolique
Couleurs
Construction et zone de protection
Taille minimale
Déclinaisons monochromes
Fonds photographiques
Partenariats

2. Variantes spéciales

Variantes tricolores
Variantes bicolores

3. Interdictions

4. Typographies

5. Papeterie

Cartes de visite
Papier-entête
Enveloppes standards
Enveloppes spéciales

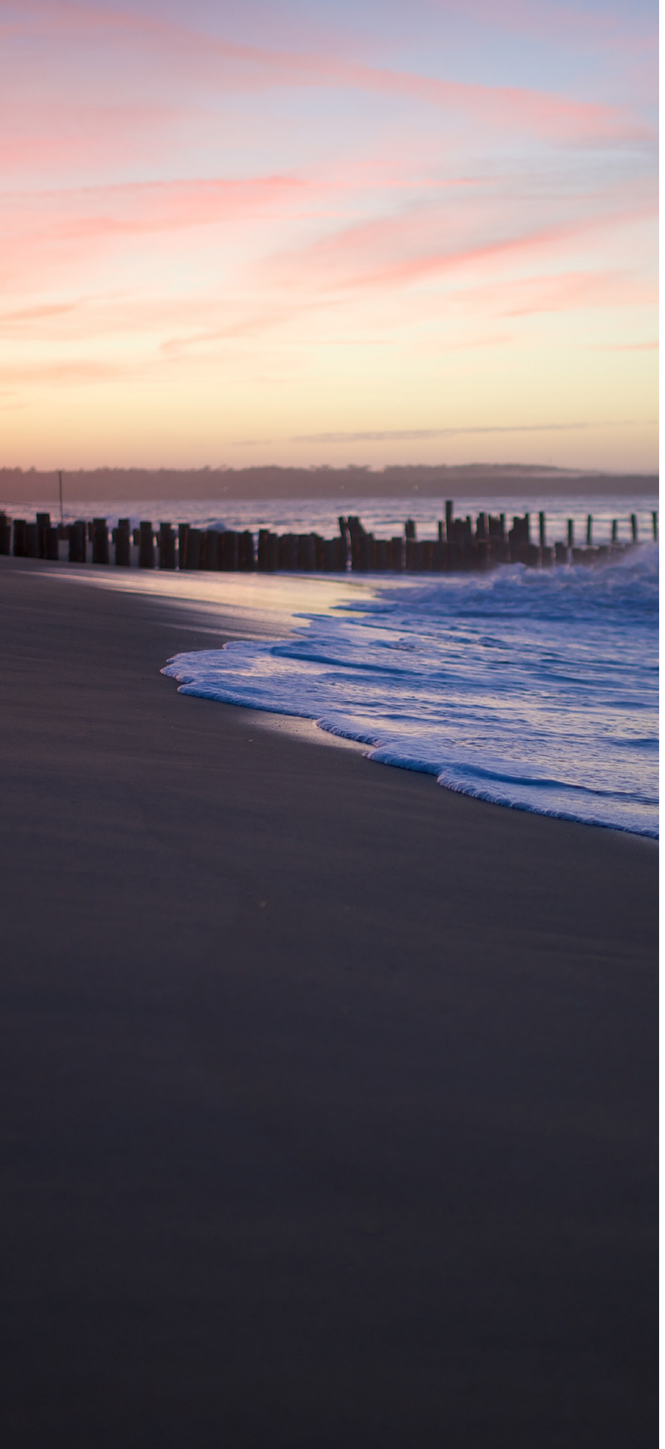
6. Textiles

Tee shirts
Polos

7. Imprimés commerciaux

Couverture
Pages intérieures

8. Illustrations



1. Logo

Votre logo, c'est vous. Rien ne pourra mieux vous définir.
Il est visible de tous et se doit d'être aux goûts du jour
pour durer et devenir reconnaissable.

Histoire, avant-après et symbolique	p.5-6
Couleurs	p.7
Construction et zone de protection	p.8-9
Taille minimale	p.10
Déclinaisons monochromes	p.11
Fonds photographiques	p.12
Partenariats	p.13-14

Dirigez vous rapidement vers :

Logo	**Typographies**	**Imprimés commerciaux**
Variantes spéciales	**Papeterie**	**Illustrations**
Interdictions	**Textiles**	

Histoire, avant-après et symbolique.

Historiquement

L'Union des Bateliers Arcachonnais est une compagnie maritime qui a été fondée en 1954 par des professionnels de la mer pêcheurs et ostréiculteurs qui proposaient des promenades en bateau pendant la belle saison en complément de leur activité principale.

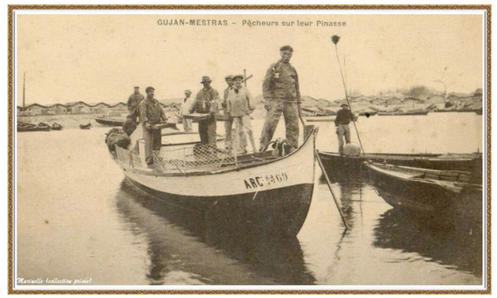
Au fil des années cette association a évolué au point de devenir une structure spécialisée incontournable dans le tourisme maritime.

Aujourd'hui, l'UBA met à disposition une flottille de 33 bateaux allant de la pinasse traditionnelle au dernier catamaran construit en 2014, sans oublier les derniers nés : les UBA Premium.

Seule l'UBA donne la possibilité en saison de partir de sept points différents tout autour du bassin avec structure d'accostage, guichets et personnel d'aide à l'embarquement.

Enfin les bateliers parleront de leur bassin à travers leurs commentaires pimentés d'anecdotes locales.

Pour en savoir plus, merci de consulter le site internet.



Histoire, avant-après et symbolique.

Le logo

Le logo, quant à lui, a évolué au fil des années, des marées et des différentes présidences de l'association.

Le nouveau logo de l'UBA est remis au goût du jour grâce à un relifting et une meilleure clareté dans sa lecture.

Il est inspiré par :
- La forme géographique emblématique et spéciale du Bassin d'Arcachon.
- La barre de navigation : elle a été placée telle une couronne afin de montrer que l'UBA est la compagnie maritime souveraine sur son territoire.

Ce logo ouvre les portes a une certaine modernité. Il délivre le comportement positif que souhaite développer l'entreprise au sein de son territoire, afin de continuer d'être un acteur majeur ici, ou ailleurs.

Années 2000

Aujourd'hui

La forme géographique du Bassin d'Arcachon dans le A

La barre de navigation

La couleur orangée du sable

La couronne du leader du transport maritime sur le Bassin d'Arcachon

Le bleu marine de l'eau et le bleu clair du ciel

Couleurs.

Le jaune du passé devient un jaune-orangé plus soutenu afin de contraster avec le bleu marine de l'eau et le bleu clair du ciel.

Le gris difficilement lisible de l'ancien logo est remplacé par le bleu marine, qui deviendra la couleur principale de l'Union des Bateliers Arcachonnais .

UBA
Union des Bateliers
Arcachonnais

Bleu Marine

C : 100 R : 33
M : 93 V : 38
J : 35 B : 81
N : 35

Hex : #212651
Pantone 533C

Orange sable

C : 0 R : 250
M : 31 V : 186
J : 82 B : 62
N : 0

Hex : #faba3e
Pantone 539C

Bleu ciel

C : 55 R : 122
M : 18 V : 178
J : 4 B : 220
N : 0

Hex : #7ab2dc
Pantone 542C

Construction et zone de protection.

Construction

Le logo a été construit de manière à respecter la lisibilité de tous ses élements.

UBA
Union des Bateliers
Arcachonnais

Construction et zone de protection.

Zone de protection

Chaque logo possède sa zone de protection. En effet, cette dernière permet de créer un bouclier pour ne pas casser sa lisibilité.

On peut la déterminer en dupliquant le U comme ci-joint.

Taille minimale.

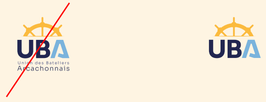
La taille minimale est une référence sur le web ou sur les supports imprimés. Cette dernière a pour but de garantir la limite de lisibilité du logo.

Ici, la taille minimale du logo UBA est 1,50cm, soit 57px.

Cas spécial

Lorsque vous avez besoin de le réduire encore pour n'importe quelle raison, merci d'utiliser le logo sans sa typographie. Dans cette configuration, sa taille minimale est de 1 cm, soit 38 px.

< 1 cm (38 px)
Illisible



1 cm (38 px) > 1,50 cm (57 px)
Enlever le bloc typographique pour garder la lisibilité du logo

1,50 cm (57 px)
Taille minimale officielle

> 1,50 cm (57 px)
Taille idéale

Déclinaisons monochromes.

Parfois, pour garantir la bonne lisibilité de votre logo, vous allez avoir besoin d'utiliser le logo en une seule couleur, c'est ce que l'on appelle un logo monochrome.

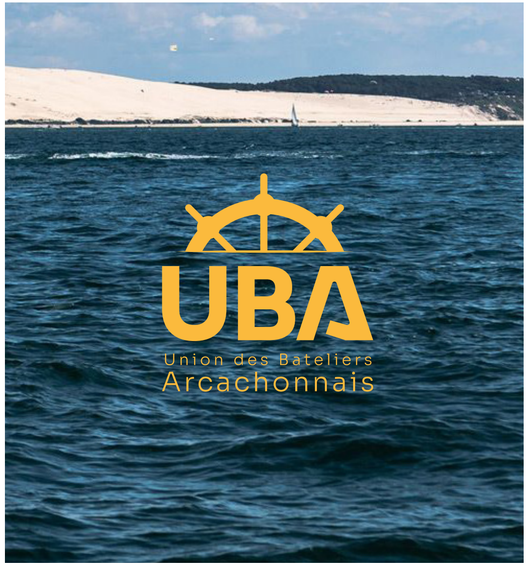
Voir les variantes spéciales : tricolores et bicolores.

Fonds photographiques.

Les fonds photographiques peuvent être complexes. Le logo doit s'adapter pour être le plus lisible possible.

Par exemple, lorsqu'une photographie est claire, privilégiez le logo principal ou une variante monochrome foncée. Si le fond est foncé, placez un des logos clairs.

Voir les variantes spéciales : tricolores et bicolores.



Partenariats.

Partenariats classiques

L'Union des Bateliers Arcachonnais investit dans plusieurs autres entreprises, à des fins publicitaires par exemple. De ce fait, des règles existent pour faire coexister deux voire plusieurs logos côte à côte.

Il suffit simplement d'ajouter la longueur du U à l'horizontal.

Partenariats.

Cas spécial : la marque B'A

L'Union des Bateliers Arcachonnais est une entreprise faisant partie des acteurs du bassin d'Arcachon, elle possède donc le label B'A. Ce dernier sera souvent ajouté aux côtés du logo principal.

Cette intégration quasi-permanente nécessitait sa mise en page particulière.

Veillez à ne pas trop réduire la taille de ce logo labélisé afin de garder toujours la lisibilité de la marque B'A.

Marque B'A

2. Variantes spéciales

Un logo c'est bien. Un logo qui s'adapte, c'est mieux. Dans ce chapitre, vous retrouverez des variantes spéciales du logo que vous pouvez utiliser dans certains cas.

Variantes tricolores p.16
Variantes bicolores p.17

Dirigez vous rapidement vers :

Logo | Typographies | Imprimés commerciaux
Variantes spéciales | Papeterie | Illustrations
Interdictions | Textiles

Variantes tricolores.

Le logo n'est pas lisible sur un fond mais vous souhaitez garder quand même un logo tricolore ?

Voici les deux possibilités autorisées qui gardent l'identité pure de l'UBA.

Si malheureusement ces deux logos ne vous suffisent pas, merci de vous rendre sur les variantes bicolores ou bien monochromes.

Variantes bicolores.

Le logo n'est pas lisible sur un fond, vous avez essayé une variante tricolore mais cela ne fonctionne pas ?

Voici les possibilités autorisées.

Si malheureusement ces deux logos ne vous suffisent pas, merci de vous rendre sur une variante monochrome.

1ère déclinaison bicolore fond foncé

2e déclinaison bicolore fond foncé

1ère déclinaison bicolore fond clair

2e déclinaison bicolore fond clair

3. Interdictions

La création d’un logo est un long travail de construction, d’harmonie, d’ergonomie, de couleurs, de mise en page, de typographie et d’adaptation.

Ce qui suit sont des exemples de ce qu’il ne faut surtout pas faire. Merci de respecter ces consignes.

Dirigez vous rapidement vers :

Logo | **Typographies** | **Imprimés commerciaux**
Variantes spéciales | **Papeterie** | **Illustrations**
Interdictions | **Textiles**

Interdictions.

Déformations et rotations

Peu importe si vous trouvez cela plus joli ou plus simple pour n'importe quel support, il est formellement interdit d'effectuer une rotation ou une déformation du logo.

Interdictions.

Typographie et couleurs

Peu importe si vous trouvez cela plus joli ou plus simple pour n'importe quel support, il est formellement interdit de remplacer la typographie ou de modifier les couleurs du logo.

Tous les possibilités colorimétriques sont accessibles facilement ici : Variantes tricolores, variantes bicolores et variantes monochromes.

4. Typographies

Le choix d'une typographie est tout un art. À elle seule, elle véhicule des idées, un style, une temporalité, une accessibilité et une idée de prix.

Dirigez vous rapidement vers :

Logo	Typographies	Imprimés commerciaux
Variantes spéciales	Papeterie	Illustrations
Interdictions	Textiles	

Typographies.

La Sora

La typographie de l'UBA est la Sora.

Elle véhicule un esprit de simplicité et d'adaptabilité tout en étant dans l'air du temps.

Cette dernière est téléchargeable gratuitement grâce à la banque typographique Google Font. Elle peut donc être ajoutée facilement sur n'importe quel site web.

Cette police est variable. Cela permet d'obtenir de nombreux styles différents en ajustant le poids et la largeur du texte.

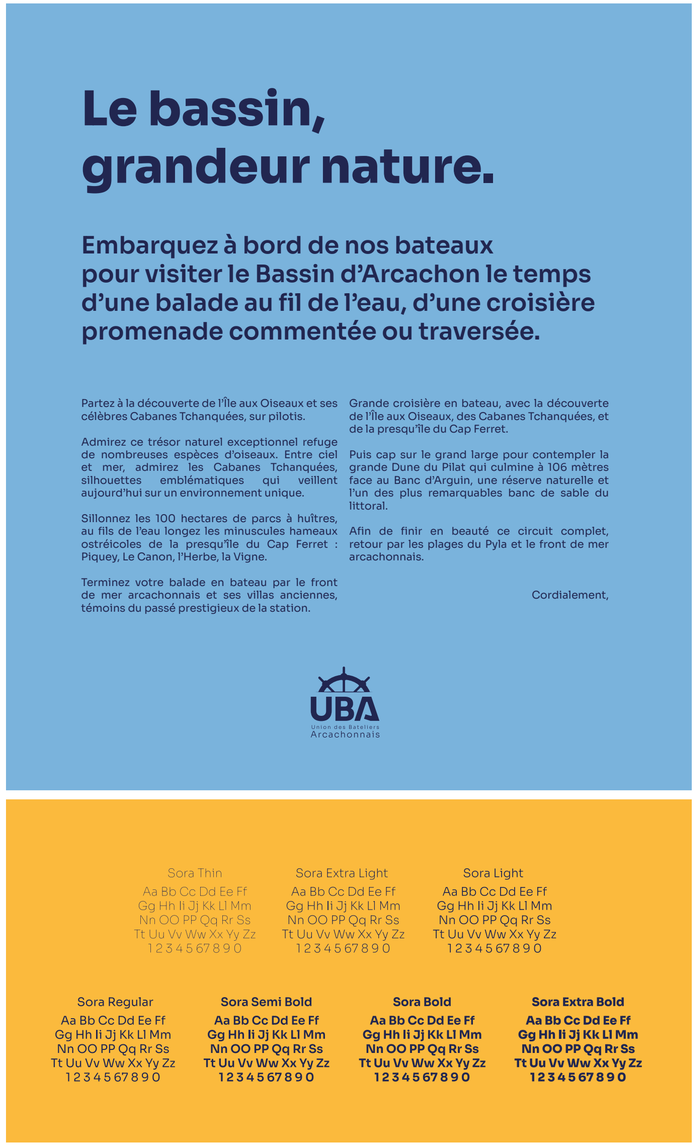
Elle permet aussi d'être économe en énergie et en poids en ayant un seul fichier contre plusieurs pour des polices standards.

Télécharger Sora

Cas spécial : Arial

Si vous ne pouvez pas mettre la Sora sur un document ou un projet web, merci de la remplacer par la Arial, typographie comprise dans chaque ordinateur.

Cette dernière possède un très grand nombre de caractères et sera une très bonne alternative à la Sora.



5. Papeterie

La papèterie permet de décliner votre identité, de dupliquer une cohérence graphique et une reconnaissance rapide autant chez vos collaborateurs que chez vos clients.

Cartes de visite p.24
Papier-entête p.25
Enveloppes standards p.26
Enveloppes spéciales p.27

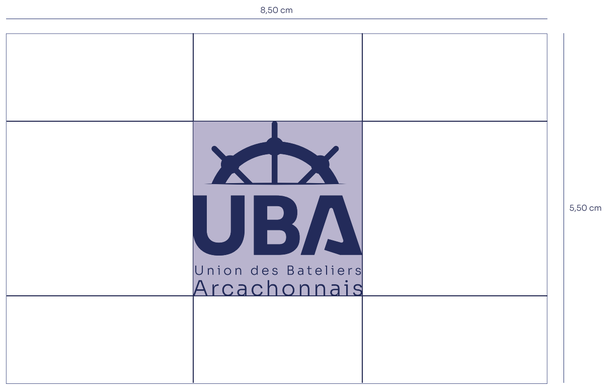
Dirigez vous rapidement vers :

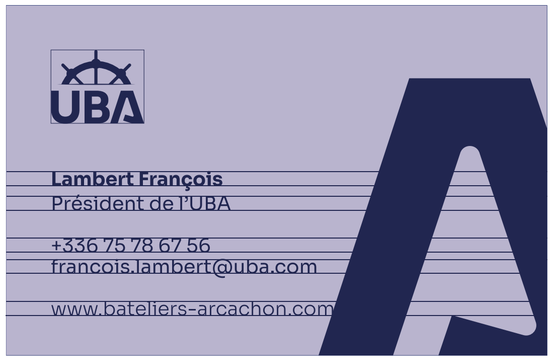
Logo | **Typographies** | **Imprimés commerciaux**
Variantes spéciales | **Papeterie** | **Illustrations**
Interdictions | **Textiles**

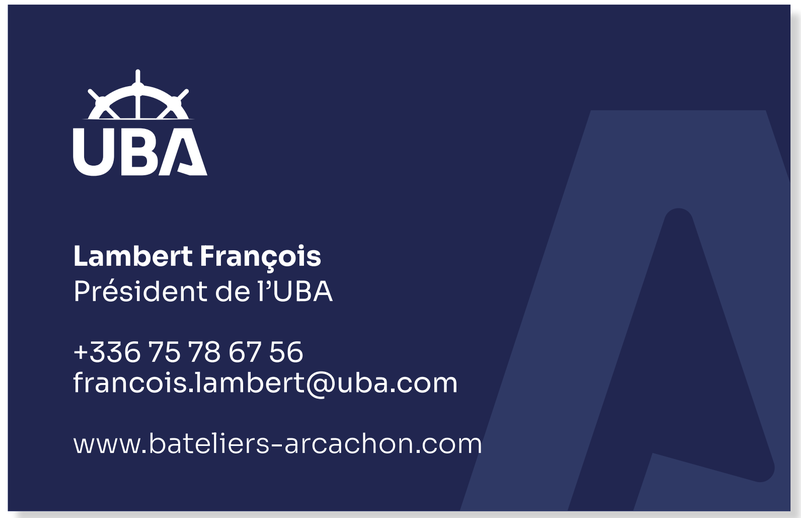
Cartes de visites.

Les cartes de visites sont extrêmement utiles lors de conférence, discussions, salons et autres démarchages.

Elles assurent une présence lorsque vous n'êtes plus avec l'interlocuteur.



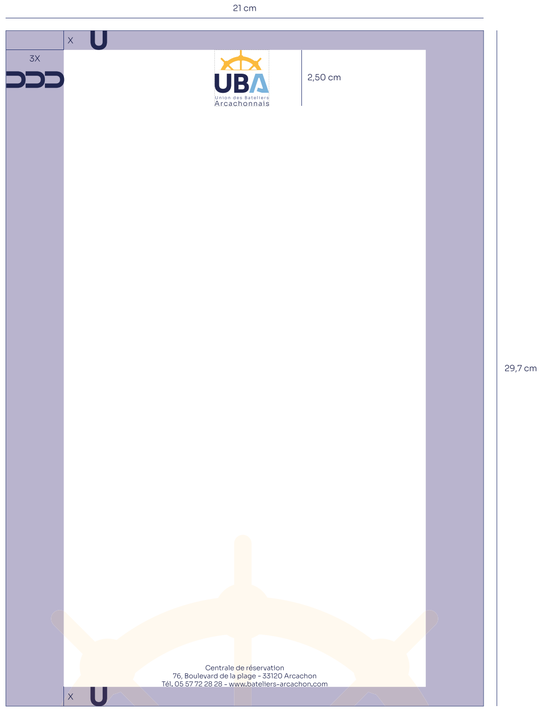




Papier-entête.

Vos lettres doivent avoir une corrélation graphique cohérente avec votre image de marque. Elles doivent cependant restée simple.

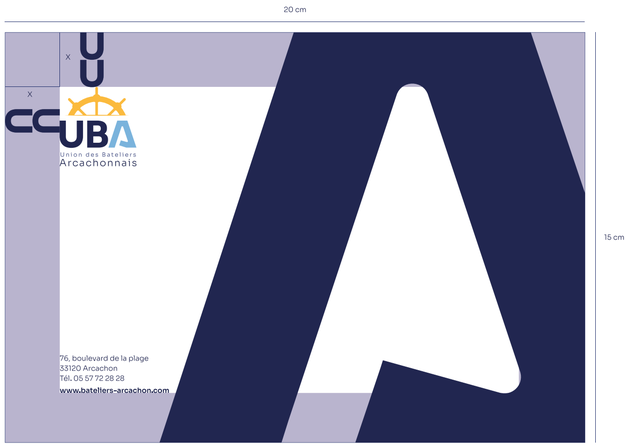
Le noir est banni, le bleu marine est la couleur de typographie, la barre de navigation en opacité réduite en bas de page vient asseoir l'identité.



Enveloppe standard.

Les cartes de visites sont extrêmement utiles lors de conférence, discussions, salons et autres démarchages.

Elles assurent une présence lorsque vous n'êtes plus avec l'interlocuteur.



Enveloppes spéciales.

Les cartes de visites sont extrêmement utiles lors de conférence, discussions, salons et autres démarchages.

Elles assurent une présence lorsque vous n'êtes plus avec l'interlocuteur.

6. Textiles

Quoi de mieux que d'habiller ses collaborateurs
pour bénéficier d'une publicité gratuite ?

Tee shirts p.29
Polos p.29

Dirigez vous rapidement vers :

Logo | **Typographies** | **Imprimés commerciaux**
Variantes spéciales | **Papeterie** | **Illustrations**
Interdictions | **Textiles**

Textiles.

Tee shirts et polos

Quoi de mieux que d'habiller ses collaborateurs pour bénéficier d'une publicité gratuite ?

Cela renforce le capital sympathie envers ses collaborateurs, permet de s'exposer au public lorsqu'ils travaillent en extérieur et renforce le sentiment d'appartenance à l'entreprise.

7. Imprimés commerciaux

Hormis le fait que la brochure joue son rôle de publicité en présence physique chez le client, elle permet de décrire et comprendre plus en détail ce que vous proposez.

Brochures | Couvertures p.31
Brochures | Pages intérieures p.32

Dirigez vous rapidement vers :

Logo | **Typographies** | **Imprimés commerciaux**
Variantes spéciales | **Papeterie** | **Illustrations**
Interdictions | **Textiles**

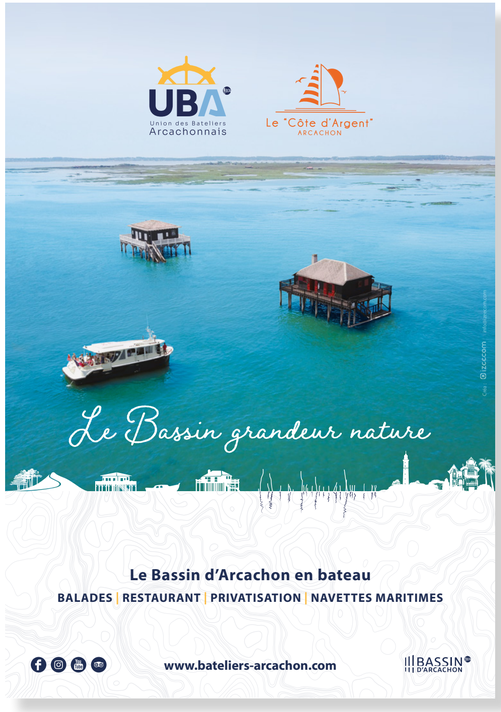
Imprimés commerciaux.

Une brochure imprimée possède plusieurs avantages. Hormis le fait qu'elle joue son rôle de publicité en présence physique chez le client, elle permet de décrire et comprendre plus en détail ce que vous proposez.

Brochure | Couvertures

Une brochure efficace avec une belle couverture permet de donner envie, d'augmenter l'attractivité et de rester le choix numéro 1 pour vos potentiels clients.

Ces brochures n'ont pas été réalisées par l'auteur de la charte graphique.



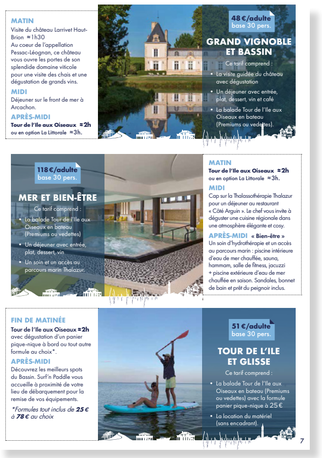
Imprimés commerciaux.

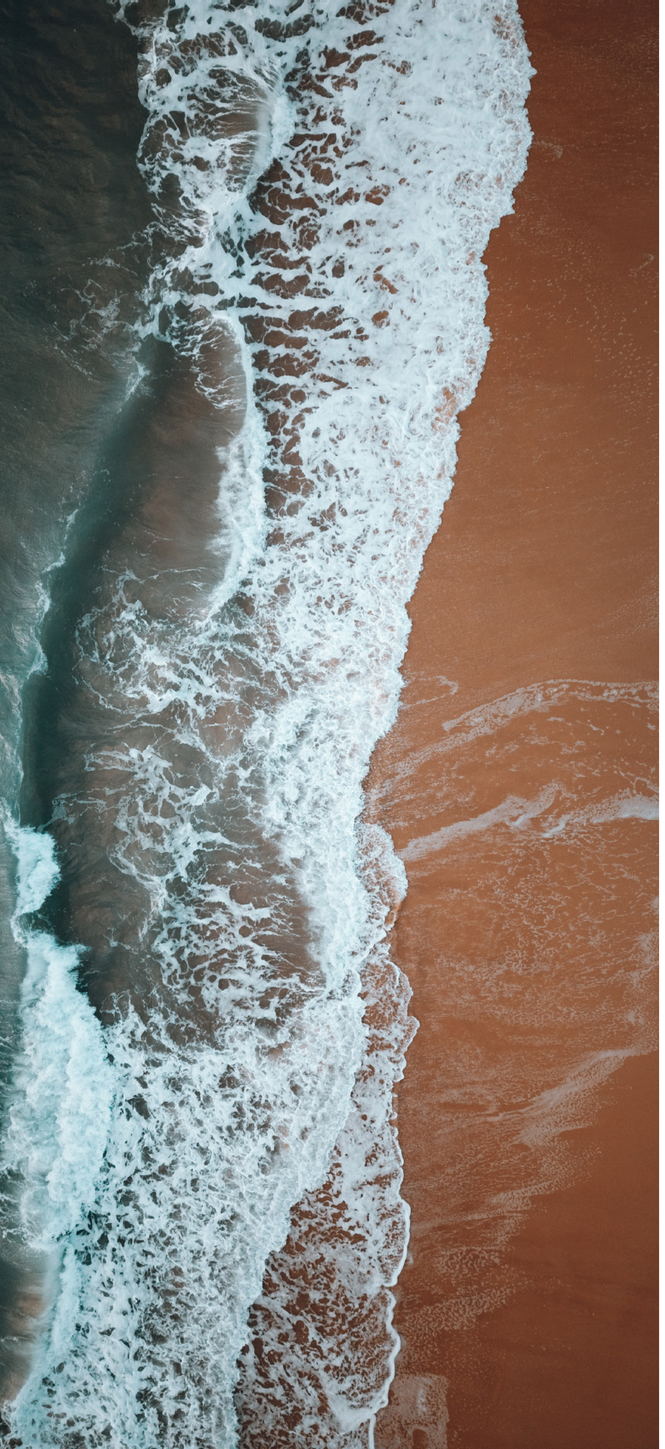
Une brochure imprimée possède plusieurs avantages. Hormis le fait qu'elle joue son rôle de publicité en présence physique chez le client, elle permet de décrire et comprendre plus en détail ce que vous proposez.

Brochure | Pages intérieures

Garder une certaine clareté, organiser, décrire, expliquer, illustrer, mettre en avant,... Autant de verbes que de missions auxquelles il faut répondre pour garantir la bonne compréhension de vos actions tout en satisfaisant l'oeil de vos lecteurs.

Ces brochures n'ont pas été réalisées par l'auteur de la charte graphique.





8. Illustrations

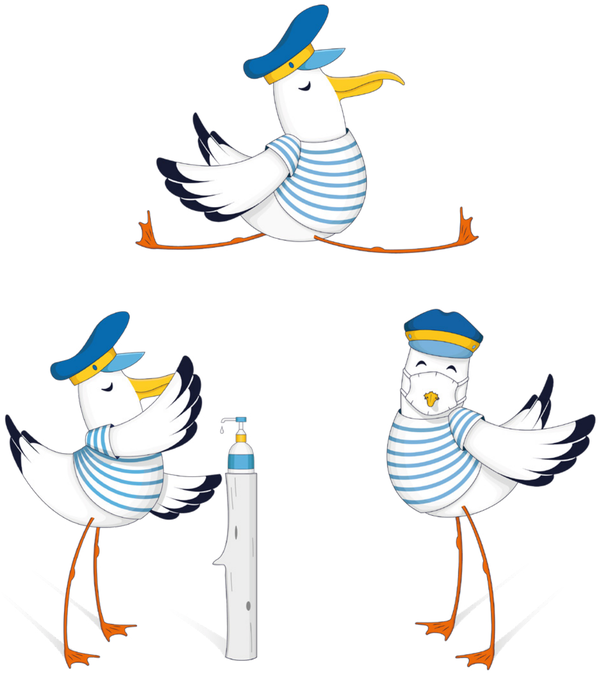
Les illustrations sont également des éléments qui permettent aux clients de reconnaitre, de communiquer d'une autre façon et d'ajouter une touche de sympathie envers l'entreprise.

Dirigez vous rapidement vers :

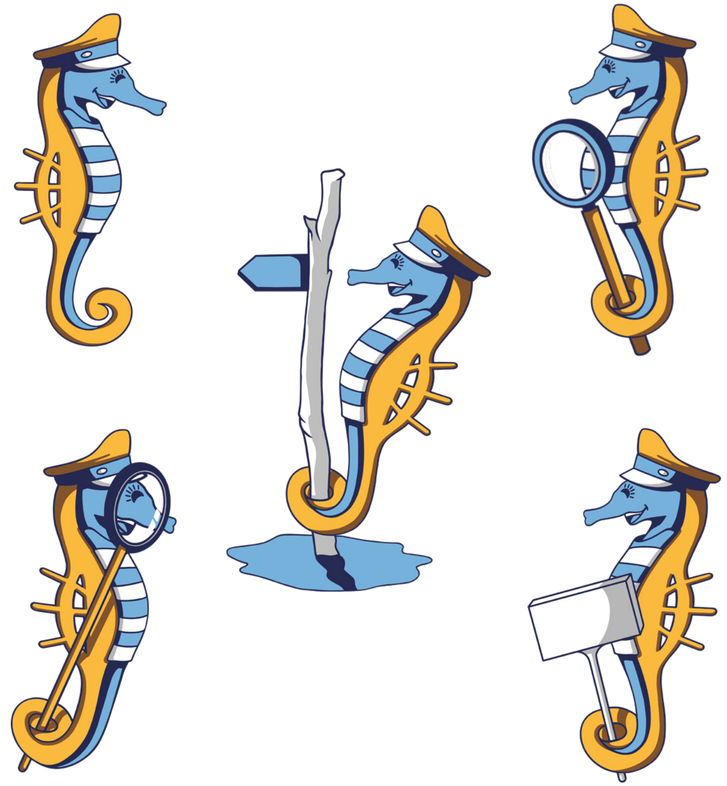
Logo | Typographies | Imprimés commerciaux
Variantes spéciales | Papeterie | Illustrations
Interdictions | Textiles

Illustrations.

Ces illustrations corporate reprennent les couleurs de l'Union des Bateliers Arcachonnais. Peu importe l'animal choisi dans les futures années, il faut que ces mascottes soient attrayantes, jouent avec des éléments du bassin d'Arcachon ou expliquent des règles contraignantes de la manière la plus ludique possible.



Mascotte pendant la période covid 19



Mascotte 2023

L’appel d’offre lancé par l’UBA avait pour but de moderniser leur identité visuelle.

Ce document a été réalisé par Parlons Création, studio graphique installé sur le bassin d’Arcachon.

Parlons Création

Théo Camps | Fondateur de Parlons Création

helloparlonscreation@gmail.com
06 43 06 84 79

Instagram LinkedIn Behance

Merci d’avoir consulté ce document

UBA
Union des Bateliers Arcachonnais