

Guide de marque



Pourquoi une marque pour la communauté de communes ?

COCM agit pour et avec ses habitants, ses acteurs locaux et ses partenaires. Mais comment être plus lisible, plus reconnaissable à travers nos actions de communication ? Nous faisons le choix de la marque !

Une marque, ce n'est pas juste un logo ou un slogan : c'est **une manière de parler de nous**, de **montrer ce qui nous unit** et **ce que nous défendons**. Elle nous permet de mieux communiquer et d'être identifiés plus clairement, ici et au-delà de nos frontières.

Notre marque, c'est notre manière d'**affirmer notre identité** et de **renforcer notre attractivité**. Elle dit en quelques mots ce que nous sommes en tant que communauté de communes et territoire.

Pourquoi un livre de marque ?

Ce livre de marque est un outil conçu pour tous ceux qui font vivre et rayonner la communauté de communes : agents, élus, partenaires, acteurs du territoire.

- Il porte l'ambition d'améliorer notre communication en lui donnant un **cadre clair**.
- Il garantit une **image cohérente et reconnaissable**.
- Il **facilite** le travail de ceux qui prennent la **parole au nom de la communauté de communes**.

Notre ambition avec ce livre de marque

Ce document est un guide, un référent commun. Il nous permet d'avancer ensemble, avec une voix unie et authentique. Parce qu'ici, on vit vrai.

- Être plus clairs, plus visibles et plus impactants, au service de tous les habitants
- Offrir à chacun des repères pour mieux parler de notre territoire.
- Favoriser une communication cohérente et engageante.

Comment utiliser ce document ?

***Ce livre de
marque
vous accompagne
dans toutes
vos actions de
communication.***

Vous êtes un agent ou un élu ?

Il vous aide à parler
de la communauté de communes
avec des messages clairs et
cohérents.

Vous êtes un partenaire ?

Il vous guide pour valoriser
nos actions et utiliser
nos outils graphiques.

Vous êtes un acteur local ?

Il vous permet de mieux comprendre
notre démarche et d'y contribuer.

Que contient ce livre de marque ?

Notre identité.....p 7 à 16

Notre vision, nos missions, nos valeurs

Notre manifeste et nos messages clés

Nos règles de communication.....p 17 à 21

Nos principes et mantras

Comment s'exprimer ?

Notre univers visuel..... p 22 à 47

Logo et règles d'usage

Univers graphique (couleurs, typographies, visuels)

Exemples d'application



Notre identité

Vision

La façon dont COCM
voit le monde

***Nous croyons qu'un mode
de vie rural épanouissant
est possible.***

Ambition

Ce que COCM veut accomplir
en vertu de cette vision

***Notre ambition commune
est de nous concentrer sur
ce qui compte vraiment,
d'aller à l'essentiel.***

Nouer des relations sincères,
apprécier les bonheurs de la vie,
grandir, apprendre, se cultiver,
se réaliser au travail,
profiter de la beauté de la nature,
protéger l'environnement.

Valeurs

Les valeurs du territoire Côte Ouest Centre Manche sont les principes directeurs qui inspirent et guident l'action.

Ensemble Authenticité & convivialité

Cultiver le vrai, valoriser
les pratiques locales
et être fidèle aux
traditions

Favoriser un mode
de vie sans artifice,
centré sur les choses
essentielles

Encourager le bien-vivre
ensemble en créant
un climat chaleureux,
en favorisant l'échange
et la fête

Bon sens ***Pragmatisme & travail***

Adopter un esprit réaliste et ancré dans le bon sens, autour de solutions efficaces et éprouvées.

Le territoire valorise le travail sous toutes ses formes, en reconnaissant l'effort et le savoir-faire qui ont façonné son histoire rurale.

Engagement ***Respect des autres & de la nature***

L'implication active de chaque citoyen dans la vie collective est recherchée.

Partager la beauté du territoire, accueillir avec bienveillance, être ouvert et valoriser l'entraide.

Promouvoir les activités de plein air, sensibiliser la population à la gestion durable des ressources et protéger l'environnement naturel.

Promesse de communication

Ce que COCM propose à ses cibles

Ici, on vit vrai

Cette signature met en avant la qualité de vie et l'authenticité du territoire. Elle invite à une vie sincère et ancrée dans le réel, sans artifices, en parfaite résonance avec les valeurs du territoire. Elle parle autant aux habitants fiers de leur culture qu'aux nouveaux arrivants ou visiteurs en quête de vraies expériences.

Le manifeste

***Ici,
sur la côte ouest du Cotentin,
au centre de la Manche,
nous croyons qu'un mode de vie
rural épanouissant est possible.***

***Notre ambition commune
est de nous concentrer
sur ce qui compte vraiment,
d'aller à l'essentiel.***

***Réunis autour de COCM,
la communauté de communes,
nous nous sommes donnés
pour missions de faire vivre,
partager et protéger notre
mode de vie.***

***Aussi, nous agissons, ensemble,
avec bon sens et engagement***

***Pour porter haut et fort
cette affirmation :***

Ici, on vit vrai

Les messages

Quels sont les grands messages importants des prochaines années ?

Un territoire pour bien grandir

Un territoire pour bien vivre

Un territoire pour bien vieillir

Un territoire pour des séjours nature

Un territoire où il est possible de « faire »

Une institution utile et légitime

Une institution au service des habitants

Une institution avec une vision et un projet

Les messages

Leur traduction communicante

**...qui veulent s'engager,
fournir un effort.**
« Ici, on bosse »

**...qui chérissent la beauté
des moments simples.**
« Ici, on prend le temps de vivre »

**...qui veulent vivre
dans un cadre naturel.**
« Ici, on aime être dehors »

Un territoire pour ceux...

...qui sont accueillants, conviviaux.
« Ici, on aime être ensemble »

**...qui sont pragmatiques,
avec du bon sens.**
« Ici, on a les pieds sur terre »



Nos règles de communication

Nos postures et mantras

Pour que notre communication reflète notre identité, nous suivons des principes clairs :

- **Authenticité** : nous parlons simplement, sans exagération ni surpromesse.
- **Empathie** : nous nous adressons à nos publics avec bienveillance et clarté.
- **Pédagogie** : nous expliquons et facilitons la compréhension, sans rien prendre pour acquis.
- **Simplicité** : nous allons à l'essentiel, avec des messages (et des créations) courts et accessibles.
- **Économie** : moins mais mieux. Chaque mot, chaque image, chaque support est pensé pour être utile et efficace.
- **Preuves et incarnation** : nous montrons le réel : des visages, des témoignages, des images qui illustrent concrètement notre action.

L'expression éditoriale

Un ton direct, clair et accessible :

- Pas de jargon ni de langage institutionnel.
- Du langage courant mais pas familier.
- Des phrases courtes et compréhensibles par tous.
- Pas d'emphase excessive, nous restons factuels et accessibles.

Des messages compréhensibles et inclusifs :

- Une recherche permanente de clarté et de sens.
- Explication systématique des termes techniques ou administratifs.
- Utilisation du Facile à Lire et à Comprendre (FALC) si nécessaire.

Un discours incarné :

- Privilégier les témoignages et les citations.
- Mettre en avant des histoires vraies et des expériences vécues.

L'expression graphique

Une identité forte et cohérente :

- Une couleur dominante pour faciliter l'attribution visuelle.
- Des déclinaisons graphiques simples et harmonieuses.
- Un style épuré et efficace.
- Des créations graphiques «sur mesure» possibles... au cas par cas (projets multipartenaires, cibles spécifiques...)

Une communication visuelle incarnée :

- La photographie en priorité : des images réalistes, montrant des habitants et des acteurs du territoire.
- Éviter les banques d'images impersonnelles.
- Mettre en avant des situations concrètes et des actions tangibles.

Une conception graphique au service du message :

- Des supports lisibles et adaptés aux usages, notamment pour le digital !
- Une mise en page aérée qui facilite la lecture.
- L'infographie et l'illustration sont utilisées avec parcimonie : uniquement lorsque la photographie n'est pas possible et toujours au service de la compréhension du message.

EN RÉSUMÉ

**une communication lisible,
accessible et efficace.**

Nous parlons vrai, nous parlons simple, nous parlons clair.

Chaque mot et chaque visuel ont un objectif :
rapprocher la Communauté de Communes de ses habitants et de ses partenaires.

« Ici, on communique vrai. »



Notre univers visuel



Logos et règles d'usage





La mer



Les cultures



Les monts



ICI, dans ce symbole, tout y est





Un logo unifié : regroupe les éléments clés du territoire réaffirmés lors de l'audit (*littoral maritime, culture et mont*) en les intégrant dans la typographie, à la place du O : tout est à l'intérieur du nom même, pour une totale appropriation.

Un bloc fort : évoquant un phylactère, il est simplement mais fièrement posé. En couleurs, il nous permet d'accentuer la reconnaissance visuelle du logo en toutes circonstances.

Une typographie : nécessairement simple pour accueillir nos symboles, elle se caractérise par sa similarité de forme entre ses 3 lettres et fait écho aux courbes des symboles.. La typographie de seconde ligne, italique et grasse, vient apporter une touche de dynamisme.

Des lignes de force : l'idéogramme entier, les lignes qui le composent, courbes ou droites, par paire, ainsi que la forme du bloc, nous ouvrent instantanément un univers graphique associé.

Zone de sécurité



La zone de sécurité est déterminée par l'espace intérieur entre « COCM » et la bordure de la bulle. Ainsi, on reporte la même distance à l'extérieur pour obtenir les dimensions de la zone.

Aucun élément graphique ou typographique ne doit y apparaître.

La baseline est systématiquement alignée à droite.

Aucune majuscule n'est utilisée, sauf au début de chaque ligne.

Le carré sert de guide pour positionner la baseline.

Il est nécessaire de reprendre la mesure en veillant à ce que l'angle soit à 90 degrés.

Les interdits



Ne pas déformer le logo



Ne pas incliner le logo



Ne pas changer la typographie



Ne pas changer la couleur



Ne pas déplacer
les éléments du logo



Ne pas créer
de cartouche avec
un contour



Ne pas placer
d'éléments dans la zone
de protection



Ne pas utiliser le logo
en couleur sur un fond
de couleur dense



Ne pas changer les arrondis
du bloc et du rond

Taille minimum



Pour préserver une bonne lisibilité du logotype, il convient de ne pas l'utiliser dans une trop petite taille : sa hauteur ne devra donc pas être inférieure à 15 mm sans baseline.

La taille minimale pour l'utilisation avec la baseline est de 30 mm.





#EB5E50
C0 M75 J65 N0
R235 V94 B80
PANTONE 17-1656 TCX -
Hot Coral

Orange profond

La couleur orange profond est notre couleur dominante, qui caractérise notre territoire, par son équilibre entre personnalité, authenticité et gaieté. Il constitue un facteur déterminant de reconnaissance de COCM au premier coup d'oeil.

Trenda

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 - {&é»'(-è_çà)=}

cocm

Source Sans Pro

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 - {&é»'(-è_çà)=}

*La communauté
de communes*

Autres logos institutionnels



Logos d'équipements

Afin d'assurer une reconnaissance optimale des missions de COCM, le logotype institutionnel est déployé uniformément pour les différents équipements.



Le nom de l'équipement est systématiquement alignée à droite. Pour assurer une lisibilité optimale du nom de l'équipement, la hauteur de la lettre «L» en capital ne doit pas dépasser l'ouverture du «C» du logo COCM.



Univers graphique

Couleur principale

Couleur secondaire
éco-conçue

#E7D5EA · C10 M20 J0 N0 · R231 V213 B234

Couleur secondaire

#636A37 · C60 M40 J85 N30 · R99 V106 B55

Couleur secondaire
éco-conçue

#B9D478 · C35 M0 J65 N0 · R185 V212 B120

Couleur secondaire

#004A60 · C95 M55 J40 N35 · R0 V75 B96

#EB5E50
C0 M75 J65 N0
R235 V94 B80

Couleur secondaire
éco-conçue

#BFE2E0 · C30 M0 J15 N0 · R191 V226 B224



La bulle

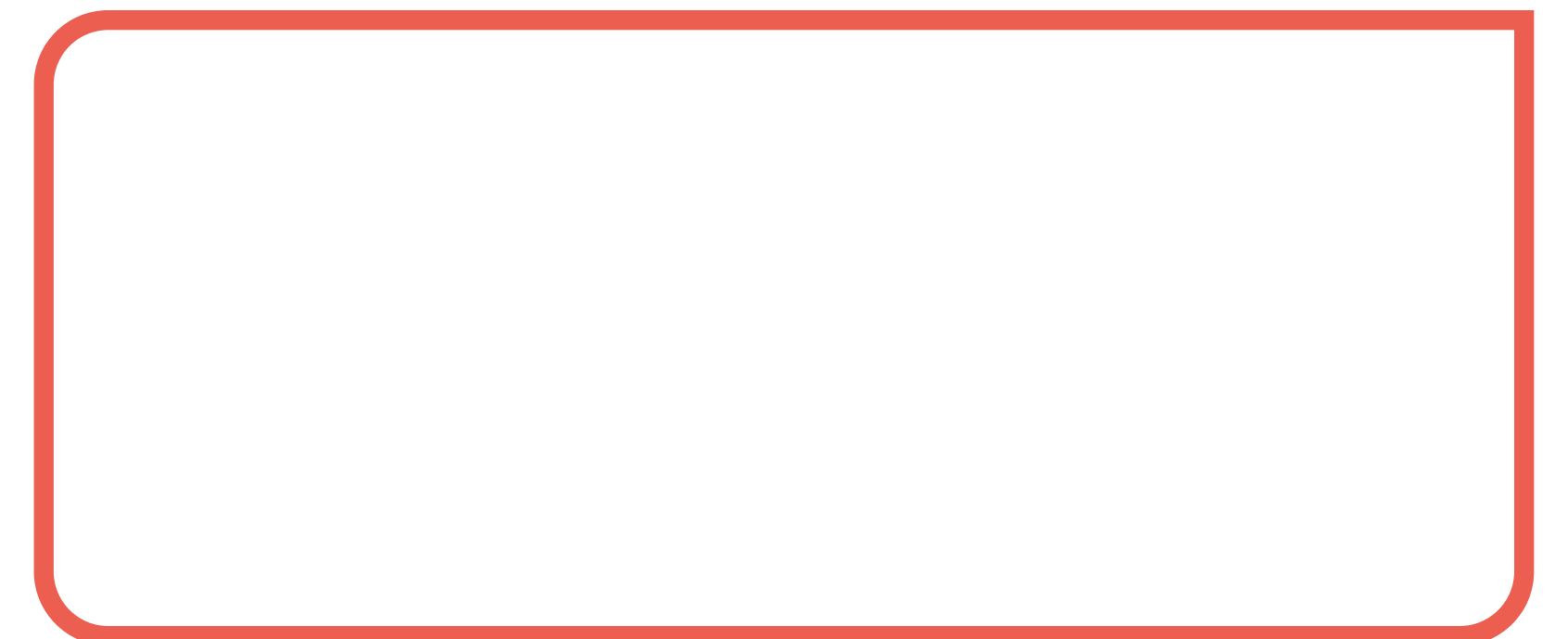
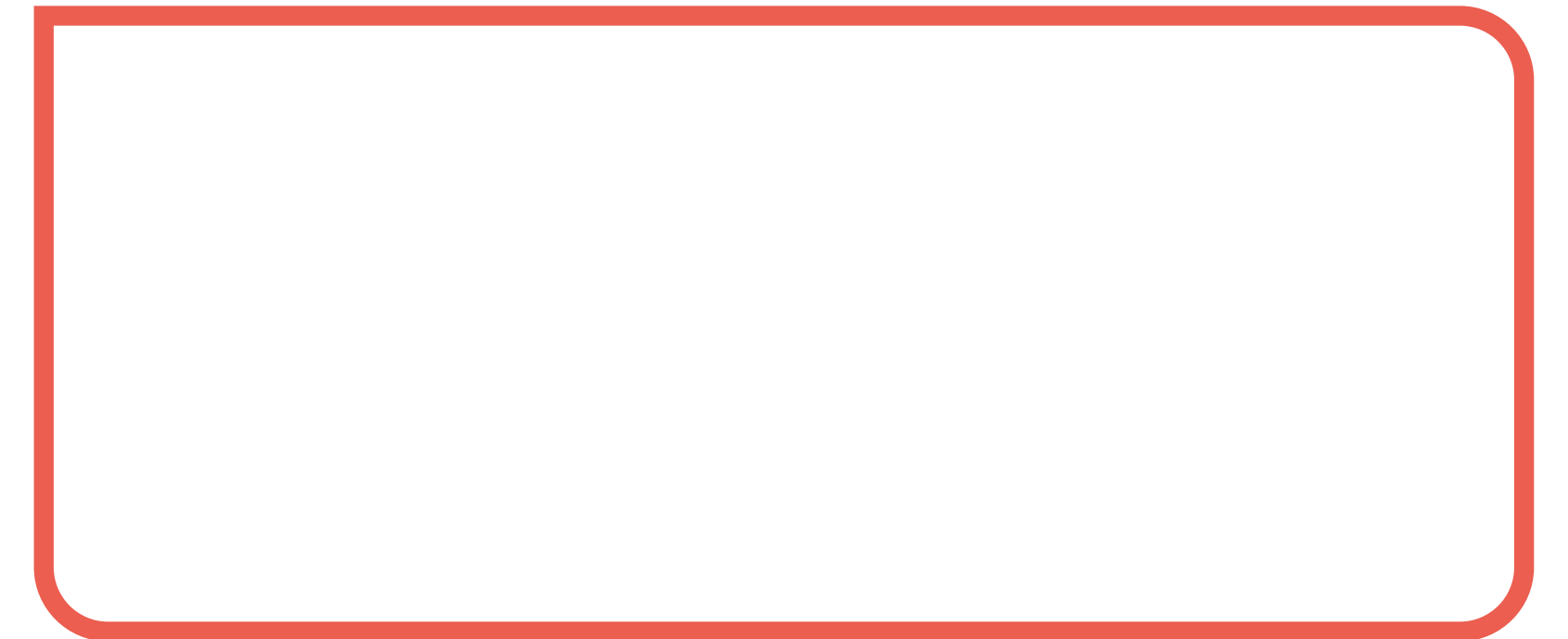
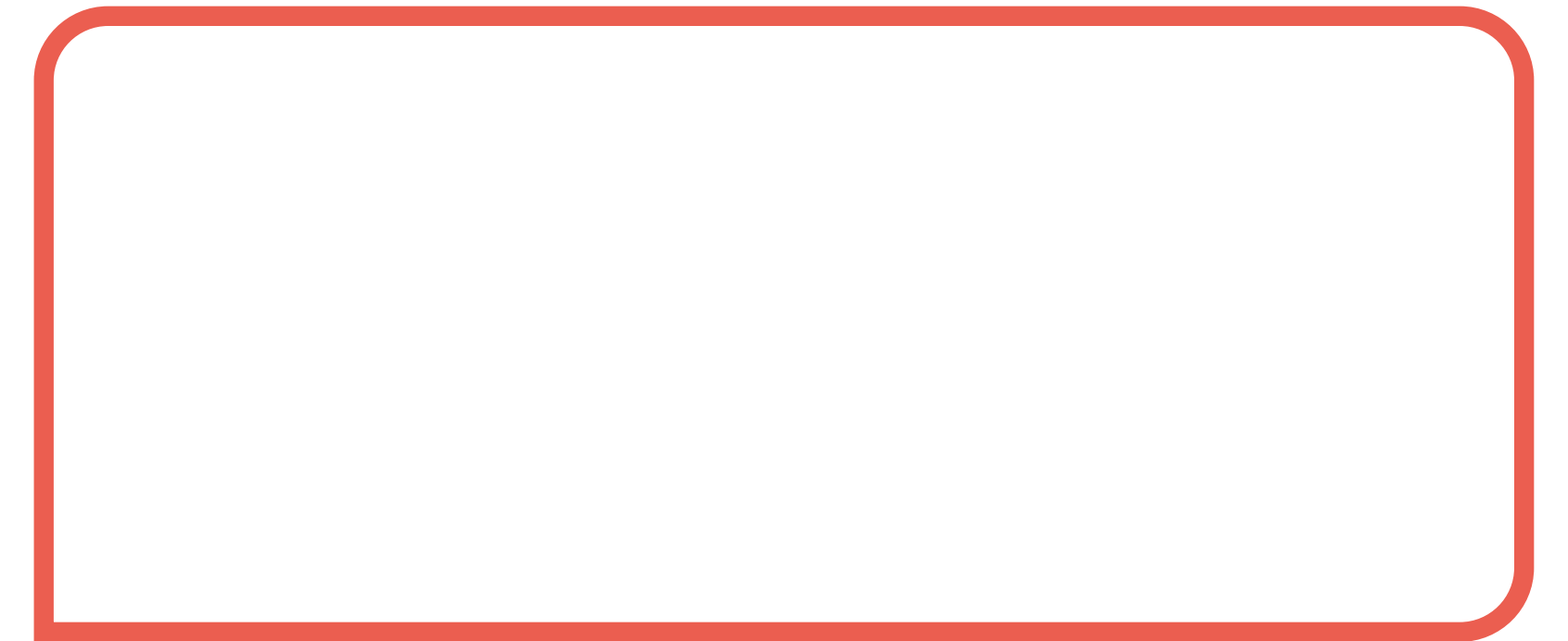
Issue du logo,
cette forme peut être
reprise pour accueillir
du texte ou une image.

Construction et utilisation de la bulle

Cet élément graphique est par défaut utilisé dans le sens ci-dessous, à l'image du logo. Néanmoins, il peut être aussi bien orienté pointe en haut à gauche, en haut à droite et en bas à gauche si cela se marie mieux avec un tiers élément de la composition.

Il est également possible de l'utiliser en version pleine, en contours et dans les couleurs de la charte.

Attention à bien s'assurer, lors des manipulations de la bulle, que les arrondis soient visuellement identiques au modèle ci-contre.



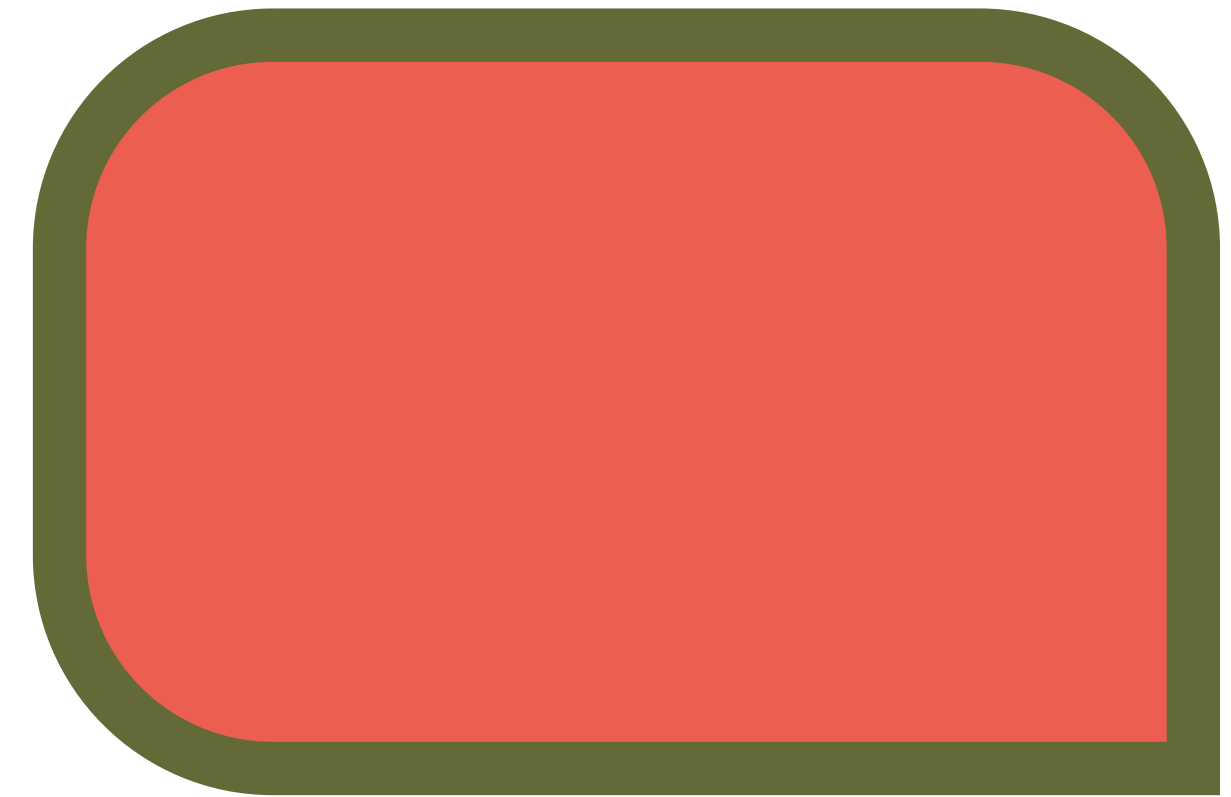
Interdictions



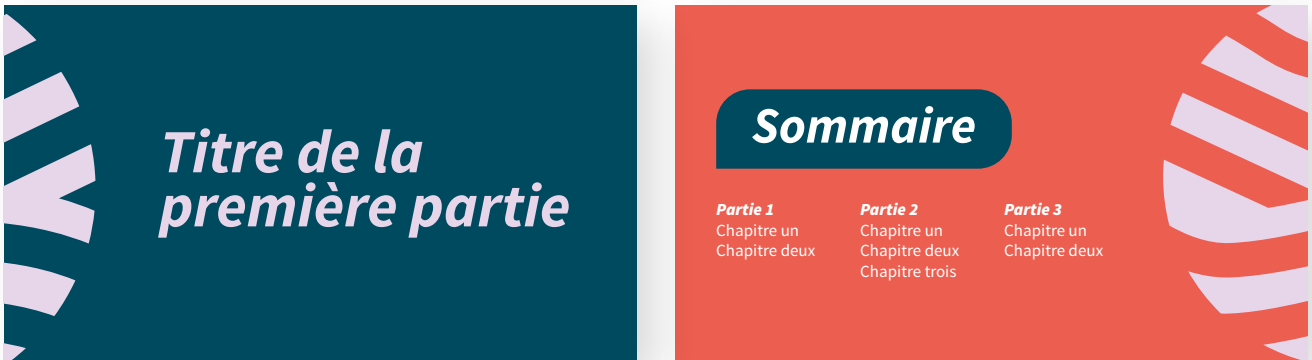
Ne pas déformer les
angles



Ne pas l'utiliser dans
une couleur hors charte.



Ne pas l'utiliser en plein et
en contours.



Symbole

Lui aussi issu du logo, le symbole peut être extrait, colorisé et utilisé en hors champs pour caractériser les productions.

Interdictions



Ne pas déformer
en largeur



Ne pas déformer
en hauteur



Ne pas l'utiliser dans
une couleur hors charte.



Ne pas utiliser incliné



Ne pas déplacer
les éléments de la forme



Ne pas utiliser découpé

Source Sans Pro

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 - {&é»'(-è_çà)=}

Titres
Bold Italic

Textes de labeur
Regular

***Typographie
de la charte***



Typographie alternative bureautique

Calibri

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890 - {&é»'(-è_çà)=}

Titres

Bold Italic

Textes de labeur

Regular

Ici, on vit vrai

Ici, on vit vrai

Ici, on vit vrai

Ici, on vit vrai

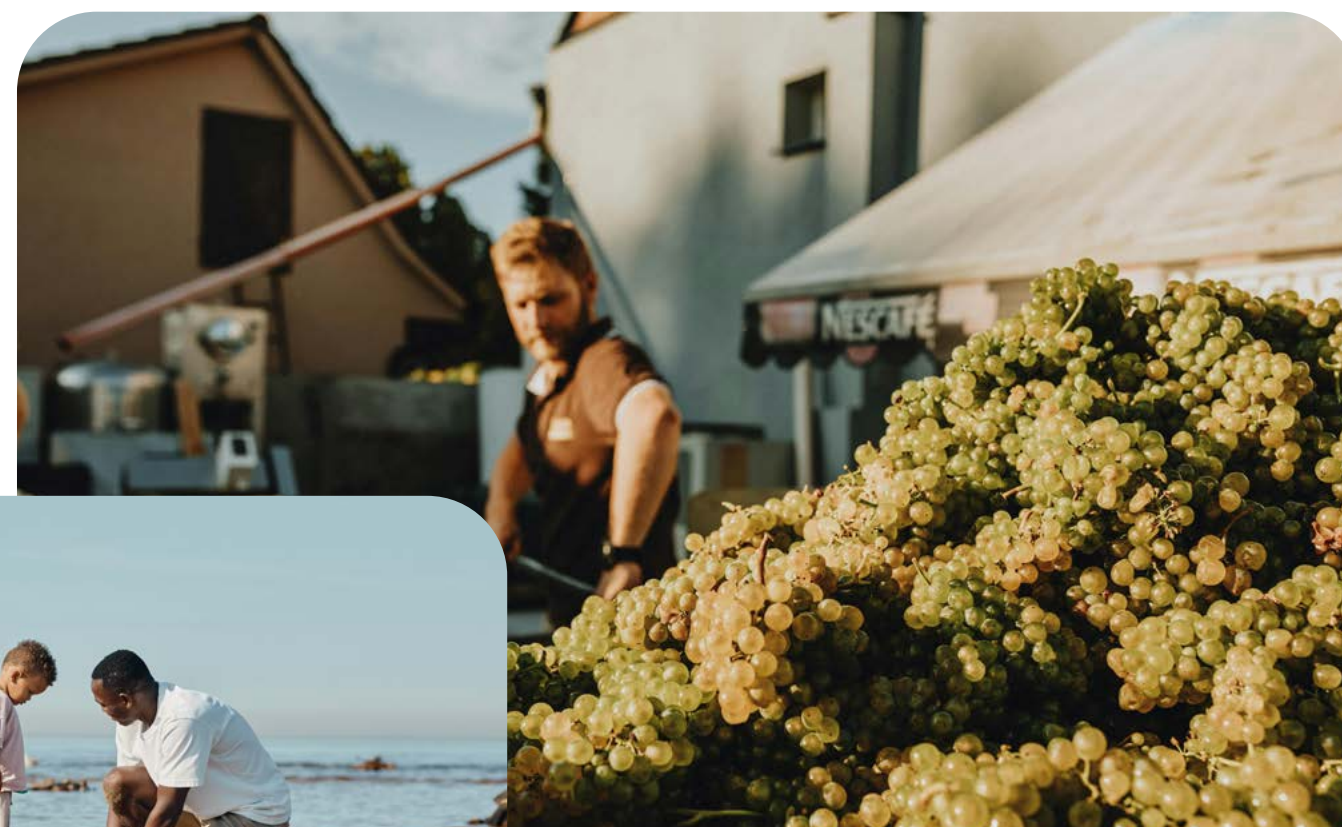
Ici, on vit vrai

Ici, on vit vrai

Ici, on vit vrai

Ici, on vit vrai

La phrase d'accroche « Ici, on vit vrai » doit être utilisée prioritairement dans la bulle définie, mais il est possible de l'écrire en dehors ou sur une photo. Cependant, elle ne doit pas être utilisée dans une autre typographie que Source Sans Pro - Bold Italic et doit respecter les couleurs de la charte, et prioritairement l'orange.



Iconographie

Personnes au naturel

Moments de vie

Mouvement

Authenticité

Angles imparfaits

Émotion

Grain



Communauté de Communes Côte Ouest Centre Manche
20 rue des Aubépines • 50250 La Haye
communication@cocm.fr

cocm.fr

