



Attitude
Mianche

SOMMAIRE

• QU'EST-CE QU'UN CODE DE MARQUE ?	3
• RAPPEL DE LA DÉMARCHE D'ATTRACTIVITÉ	4
• UNE MARQUE POUR LES HABITANTS ET LES AMOUREUX DE LA MANCHE	5
• LES ÉLÉMENTS FONDATEURS DE LA MARQUE	6-9
La fierté et l'attachement au territoire	6
Une source d'optimisme	7
Axes de positionnement	8
Le concept	9
• LE LOGO	10-15
• UNE MARQUE POUR QUI ET POURQUOI ?	16
• UTILISATION DU HASHTAG	17
• CODE COULEURS	18-22
Usage sur fond blanc	18
Variantes	19
Exemples	20-22
• RÈGLES D'USAGE DU BLOC MARQUE	23-25
Zone de protection	23
Police associée	24
Les interdits	25
• UTILISATION AVEC LE LOGO DU CONSEIL DÉPARTEMENTAL	26
• MARCHÉ ÉTRANGER	27

QU'EST-CE QU'UN CODE DE MARQUE ?

UNE MARQUE DE TERRITOIRE NE SE RÉDUIT PAS À UN LOGO, C'EST L'EXPRESSION DE TOUT UN TERRITOIRE

Le code de marque est l'expression d'une stratégie et d'un positionnement. C'est un support technique fait de conseils et d'outils de communication, mis à disposition de celles et ceux qui souhaitent se référer à leur territoire dans leur communication.

Tel un guide, **le code de marque permet de comprendre le positionnement de la Manche, l'image qu'elle souhaite transmettre, son univers de communication et ses règles graphiques.**

À l'inverse de la charte graphique qui définit des règles strictes et contraint l'utilisateur, le code de marque est ouvert, flexible, modulable et s'adapte à la communication de chacun.

RAPPEL DE LA DÉMARCHE D'ATTRACTIVITÉ

Lancée en 2017, la démarche d'attractivité territoriale de la Manche a pour objectifs de faire rayonner le territoire auprès de différentes cibles (internes et externes au département) en s'appuyant sur la qualité du cadre de vie, le caractère maritime et l'excellence de ses produits et savoir-faire.

En réponse à une enquête de perception menée en 2016 mettant en lumière une méconnaissance et une image subie pour la Manche, la marque de territoire « *La Manche, changez de point de vue* »* a vu le jour en 2017.



Ses objectifs sont de :

- > **faire émerger la Manche dans un contexte de concurrence entre les territoires ;**
- > **faire évoluer la perception qu'ont les différentes cibles de la démarche du territoire** (talents, professionnels de santé, habitants/influenceurs et touristes) ;
- > **fédérer les acteurs du territoire autour de valeurs partagées.**

En 2020, une nouvelle enquête permet de mesurer l'évolution de perception de la Manche par les cibles pré-citées.

* Voir code de marque « *la Manche, changez de point de vue* » : <https://latitude-manche.fr/la-marque-du-territoire/le-code-de-marque/>

UNE MARQUE POUR LES HABITANTS ET AMOUREUX DE LA MANCHE



Entre 2017 et 2020*, la perception de la Manche a évolué de manière significative pour les habitants : ils se disent désormais fiers de leur département, revendiquent un attachement très fort et l'expriment ouvertement.

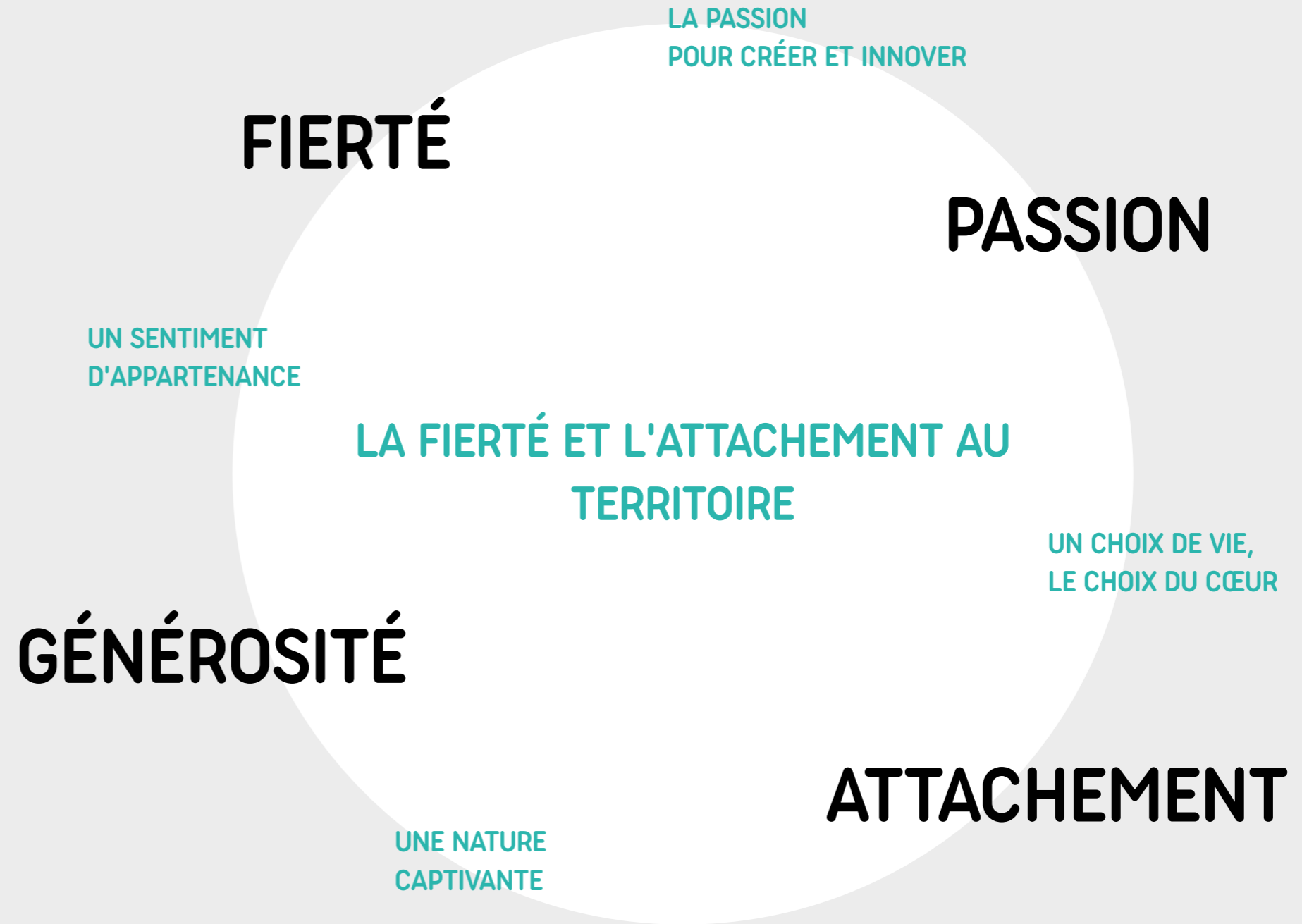
Les Manchois « expatriés » se disent également très attachés à leur département d'origine et deux tiers d'entre eux aimeraient revenir y vivre.

La marque « Attitude Manche » a notamment pour objectifs de permettre d'afficher et d'exprimer son attachement à la Manche.

** Selon une enquête de notoriété réalisée en 2020 auprès de 10 000 personnes*

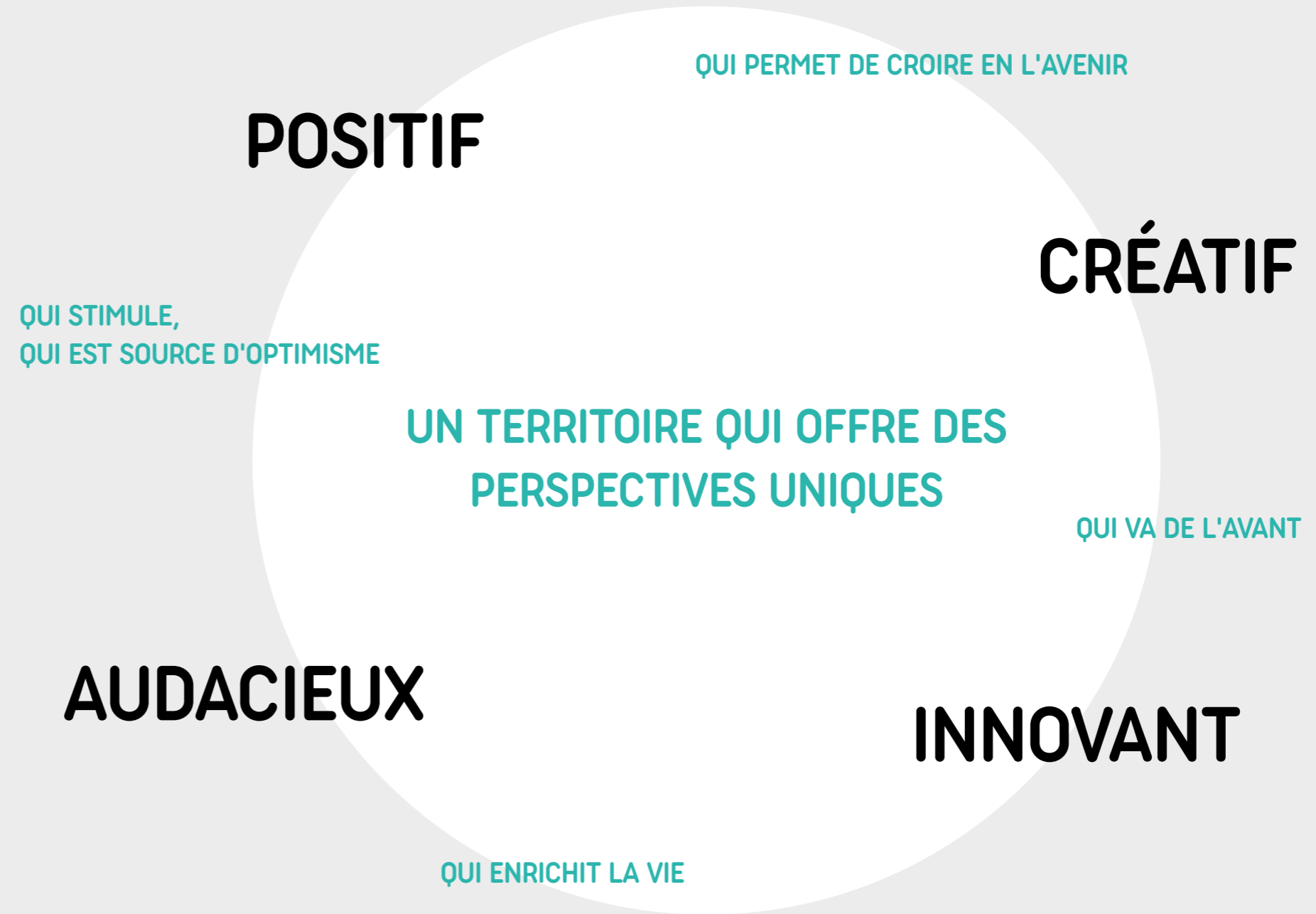
LES ÉLÉMENTS FONDATEURS DE LA MARQUE

LA FIERTÉ ET
L'ATTACHEMENT
AU TERRITOIRE



LES ÉLÉMENTS FONDATEURS DE LA MARQUE

UN TERRITOIRE
SOURCE
D'OPTIMISME



LES ÉLÉMENTS FONDATEURS DE LA MARQUE

AXES DE
POSITIONNEMENT

2 AXES DE POSITIONNEMENT
POUR LA NOUVELLE ENTITÉ

L'ATTACHEMENT
ET LA FIERTÉ

+

L'OPTIMISME
ET L'AUDACE

LES ÉLÉMENTS FONDATEURS DE LA MARQUE

LE CONCEPT

UNE FORTE CHARGE SYMBOLIQUE

Le "M" majuscule rappelle la marque d'origine "La Manche, changez de point de vue".

Le "cœur" représente la passion, l'attachement, la sincérité, la générosité.

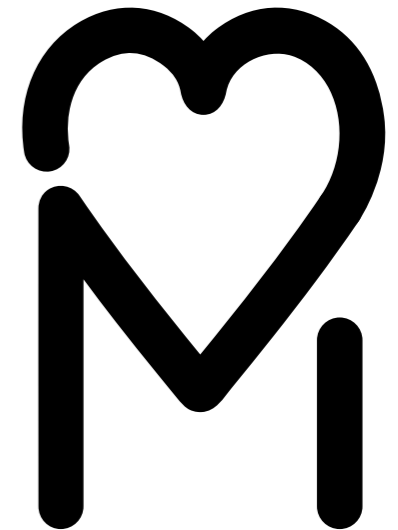
LE "M" MAJUSCULE,
SYMBOLE ABRÉGÉ
DE LA MARQUE D'ORIGINE

+

LES VALEURS DE LA MARQUE :
L'ATTACHEMENT, LA FIERTÉ
LA PASSION



=



La Manche 
CHANGEZ DE POINT DE VUE

 Attitude
Manche

A person stands on a rocky peak at sunset over the ocean. The scene is bathed in the warm, golden light of the setting sun, which is visible on the left side of the frame, casting a shimmering path across the water. The person is silhouetted against the bright sky. The foreground and middle ground consist of rugged, grey rocks and some sparse, dry vegetation. The background shows a hazy, rolling landscape under a clear sky.

Attitude
Manche

A man in a dark jacket and shorts is standing on a red stand-up paddleboard (SUP) on the ocean. He is holding a black paddle. The water is a deep blue with gentle waves. The sky is a clear, bright blue with a few small white clouds. The overall scene is serene and active.

Attitude Manche



Attitude
Manche

A scenic photograph of two women trail running on a coastal hillside. The woman on the left is wearing a pink top and black shorts, while the woman on the right is wearing a black top and shorts. They are running on a path that winds through green and purple vegetation. In the background, a sandy beach and the ocean are visible under a clear, light blue sky. The overall atmosphere is peaceful and active.

 Attitude
Manche

LA TYPOGRAPHIE

La typo en minuscule est douce, ronde et lisible. Elle crée de la convivialité avec la cible.

UN "A" CAPITALE SOURIANT

La lettre A "souriante" donne au territoire un visage humain.

UN MONOGRAMME POUR SYMBOLE FORT

Le cœur symbole de passion, d'attachement et de fierté vient s'entrelacer avec la lettre "M" pour former un monogramme.

LE MONOGRAMME "MANCHOIS DE CŒUR"

Le monogramme du "M" devient la signature de la marque et a pour vocation à devenir un symbole immédiat de reconnaissance.



UNE MARQUE POUR QUI ET POURQUOI ?

La marque Attitude Manche a pour objectif de permettre de revendiquer sa fierté, son lien affectif avec la Manche et ses atouts.

Déclinée avec un hashtag, elle permet de valoriser des produits, des évènements, des savoir-faire, un état d'esprit, des parcours remarquables, etc

Partagée, elle rassemble les publics jeunes et moins jeunes autour de l'excellence manchoise et suscite l'envie auprès de nos publics exogènes d'embrasser **un art de vivre assumé et d'adopter l'Attitude Manche !**

L'UTILISATION DU HASHTAG

Largement utilisé dans l'univers des réseaux sociaux, le hashtag permet de « tager » un sujet, une personne pour retrouver tous les contenus publiés sur celui-ci.

Son utilisation associée à la marque permet d'une part de créer cet espace de communication virale, mais aussi de la compléter de manière moderne et digitale pour aborder de nombreux sujets de communication. C'est aussi une manière de toucher le jeune public, connecté et sensible à cet univers.

Il est possible de créer autant de hashtag que de sujets de communication en veillant à ce qu'ils soient en phase avec les valeurs de la marque et le positionnement marketing.

Attitude
Manche

Attitude
Manche
#audace

Attitude
Manche
#savoir-faire

Attitude
Manche
#adrénaline

Attitude
Manche
#changez de point de vue

Attitude
Manche
#création

Attitude
Manche
#outdoor

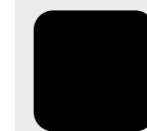
Attitude
Manche
#concept store

CODE COULEUR ET USAGE SUR FOND BLANC

- La couleur noire, pour l'élégance et la force graphique "brute" à l'image du positionnement du territoire
- La couleur identitaire, le bleu, pour le caractère maritime, est revue et tire vers le bleu-vert (mentholé) qui évoque de façon plus large le territoire (mer et bocage).
- Le bleu-vert est une couleur présente dans la nature. Elle procure une impression de bien-être, de fraîcheur, de jeunesse.



Attitude
Manche



QUADRI
C : 0
M : 0
J : 0
N : 100

PANTONE
PROCESS
BLACK C

RVB
R : 20
V : 20
B : 18

HTML
#141412



QUADRI
C : 85
M : 0
J : 44
N : 0

PANTONE
3262 C

RVB
R : 86
V : 173
B : 167

HTML
#56ada7

CODE
COULEUR
VARIANTES

Sur fond de couleur



Sur fond noir



Version 1 couleur



Version défonce







 Attitude
Manche

 Attitude
Manche

 Attitude
Manche

 Attitude
Manche

RÈGLES D'USAGE DU BLOC-MARQUE

ZONE DE PROTECTION

Une zone de protection est recommandée autour du bloc-marque. Aucun texte ou élément graphique ne doit venir dans cette zone au risque de gêner la lisibilité.



RÈGLES D'USAGE DU BLOC-MARQUE

POLICE ASSOCIÉE

La typographie recommandée est la BRANDON TEXT® pour créer une cohérence avec la marque sur les supports de communication.

Elle se décline en 6 graisses différentes qui s'utilisent librement en fonction de la hiérarchie des messages.

Les polices proposées peuvent faire l'objet d'un achat de licence auprès de l'éditeur.

BRANDON TEXT® Thin (existe aussi en *thin italic*)
a à b c ç d e é ê è f g h i î j k l m n o ô p q r s t u û ü y v w x y z
& @ # () « » - _ . ? ! , ; : 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
A À B C Ç D E É Ê È F G H I Î J K L M N O Ô P Q R S T U Û Ü Y V W X Y Z

BRANDON TEXT® Light (existe aussi en *Light italic*)
a à b c ç d e é ê è f g h i î j k l m n o ô p q r s t u û ü y v w x y z
& @ # () « » - _ . ? ! , ; : 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
A À B C Ç D E É Ê È F G H I Î J K L M N O Ô P Q R S T U Û Ü Y V W X Y Z

BRANDON TEXT® Regular (existe aussi en *Regular italic*)
a à b c ç d e é ê è f g h i î j k l m n o ô p q r s t u û ü y v w x y z
& @ # () « » - _ . ? ! , ; : 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
A À B C Ç D E É Ê È F G H I Î J K L M N O Ô P Q R S T U Û Ü Y V W X Y Z

BRANDON TEXT® Medium (existe aussi en *Medium italic*)
a à b c ç d e é ê è f g h i î j k l m n o ô p q r s t u û ü y v w x y z
& @ # () « » - _ . ? ! , ; : 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
A À B C Ç D E É Ê È F G H I Î J K L M N O Ô P Q R S T U Û Ü Y V W X Y Z

BRANDON TEXT® Bold (existe aussi en *Bold italic*)
a à b c ç d e é ê è f g h i î j k l m n o ô p q r s t u û ü y v w x y z
& @ # () « » - _ . ? ! , ; : 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
A À B C Ç D E É Ê È F G H I Î J K L M N O Ô P Q R S T U Û Ü Y V W X Y Z

BRANDON TEXT® Black (existe aussi en *Black italic*)
a à b c ç d e é ê è f g h i î j k l m n o ô p q r s t u û ü y v w x y z
& @ # () « » - _ . ? ! , ; : 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
A À B C Ç D E É Ê È F G H I Î J K L M N O Ô P Q R S T U Û Ü Y V W X Y Z

RÈGLES D'USAGE DU BLOC-MARQUE

LES INTERDITS

Ne pas modifier
les couleurs ni les
intervertir, même
partiellement.



Ne pas modifier
les polices de
caractères, ni leurs
proportions.



Ne pas supprimer
d'éléments
composants le logo.



ASSOCIATION
DE LA MARQUE
AU LOGO DU
DÉPARTEMENT



DÉCLINAISON MARCHÉ ÉTRANGER

Destination
Manche
Normandy peninsula

Destination Magazine # 4 

Destination
Manche
Normandy peninsula





" Attitude Manche " est une marque déposée.

L'utilisation de la marque « *Attitude Manche* » et de tout élément contenu dans le présent code de marque sont soumis à la signature d'une licence d'exploitation entre l'utilisateur, le conseil départemental de la Manche et l'agence d'attractivité de la Manche "Attitude Manche". Toute utilisation non conforme au présent code de marque et/ou au respect de la signature d'une licence d'exploitation sera susceptible d'entraîner des poursuites ainsi qu'une demande systématique de destruction des documents produits sans autorisation.

Conception et création © DGC Communication. Crédits photos : Captain Yvon, Jérôme Houyvet, A. lamoureux, M. Lebarbenchon, J. Janin, G. Mignard, Maxime Coquard pour Best_Jobers, A. Bertrand, CDT50. Tous nos remerciements à l'ensemble des structures qui ont accepté de céder des éléments iconographiques pour la réalisation de ce document.

Pour toutes informations complémentaires, merci de contacter : attractivite@manche.fr