





Créée il y a plus de vingt ans pour les passionnés de voyage à VTT en pleine nature, **la Grande Traversée du Massif central à VTT** est un parcours mythique, un itinéraire de collection comme il en existe peu en France. Sa notoriété a d'ailleurs dépassé les limites de l'hexagone, portant loin l'identité unique et méconnue d'un Massif central beaucoup plus adapté que d'autres territoires à l'itinérance à VTT.

Passée une courte période de sommeil, la GTMC revient sur le devant de la scène, plus grande, plus accessible, plus moderne. C'est maintenant une traversée intégrale du Massif central, des grands lacs du Morvan jusqu'à la Méditerranée. 1360 km pour parcourir trois régions, dix départements, quatre parcs naturels régionaux, un parc national, et découvrir par les chemins l'exceptionnel enchaînement des grands paysages du massif, les habitants et le patrimoine de ces hautes terres.

La GTMC se fait aussi plus accueillante. Première expérience de l'itinérance à VTT sur quelques jours ou raid longue distance, la GTMC se prête aujourd'hui à de multiples pratiques et peut se vivre de plusieurs manières, de la plus douce à la plus engagée. Des ronds boisés septentrionaux aux pentes des volcans de l'Auvergne, du relief acéré des Grands Causses et des Cévennes à la descente par la garrigue vers la mer, chacun sa GTMC !

D'autant que la nouvelle GTMC a été conçue pour la pratique du VTT à assistance électrique, ce nouveau vélo qui met la montagne et l'itinérance à la portée de tous. Qu'ils soient novices ou experts, les pratiquants peuvent s'y retrouver pour partager ensemble l'aventure du voyage à VTT.

La Grande Traversée du Massif central à VTT est tout à la fois un grand itinéraire de caractère, un mode de découverte actif, dans l'air du temps, un produit touristique personnalisable et un vaste réseau d'acteurs qui aménagent, entretiennent, animent et font vivre le parcours.

L'identité visuelle de la GTMC permettra à ces partenaires, collectivités, professionnels du tourisme et gestionnaires d'espaces de porter ensemble, avec les mêmes clés de communication, l'image et les valeurs de cet itinéraire emblématique du Massif central.

La Grande Traversée du Massif central à VTT, une itinérance à partager !

IPAMAC & Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme



RÈGLES D'UTILISATION DE BASE

Les logotypes | Les couleurs | La typographie | Le slogan | L'iconographie



LES LOGOTYPES - COULEURS & DÉCLINAISONS



Utilisation principale du logotype vertical - couleur Noir/Vert



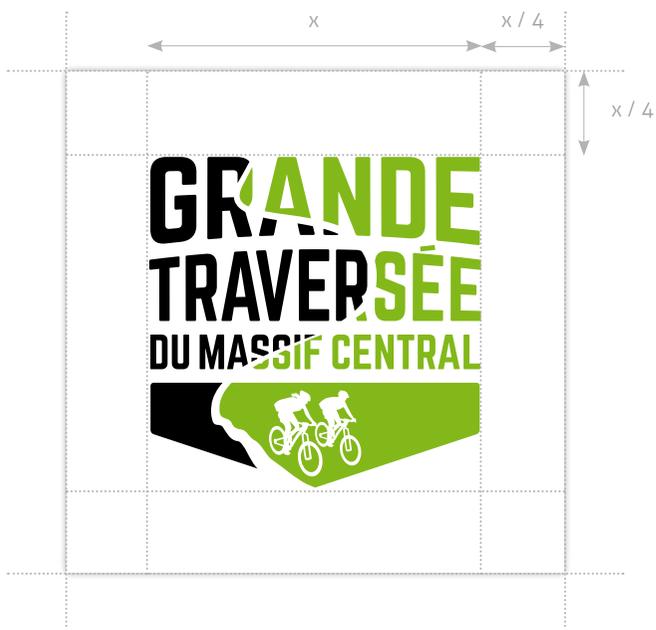
Version **simplifiée** à utiliser dans un cadre très spécifique. Voir page 12 (Ex : média spécialisé)



Version **horizontale** à utiliser quand la version verticale est trop complexe ou que la lisibilité n'est pas optimale. Voir page 11/12 (Ex : bandeau de logos)



LES LOGOTYPES - RÈGLE D'UTILISATION DE BASE



Sur image - avec cartouche blanc

Pour faciliter la lisibilité du logo couleur sur des photos fonds colorés complexes, les logos en couleurs doivent être accompagnés d'un cartouche blanc



Sur image - avec cartouche blanc "blason"

Possibilité d'utiliser le logo dans un cartouche reprenant la forme du logo. Attention à toujours positionner cette version du logo, sur le bord supérieur de l'image.



LES LOGOTYPES - RÈGLE D'UTILISATION DE BASE

Sur image ou fond complexe - sans cartouche

L'utilisation du logo sans cartouche est délicate en raison des couleurs et nombreux détails du logo qui peuvent rendre difficile la lecture. Privilégier une version monochrome sur une partie dégagée de l'image ou sur zone blanche.



Sur fond uni - sans cartouche

Il faut simplement veiller à la différence de contraste entre le logo et la couleur de fond (70%). Les versions monochrome, noir ou blanc, seront utilisées dans la plupart des cas.



LES LOGOTYPES - RÈGLE D'UTILISATION DE BASE

Les interdictions

Le logotype principal et ses variantes ne peuvent être modifiés d'aucune façon. Préserver la cohérence de son image permet de renforcer la crédibilité et l'impact.



Ne pas déformer



Ne pas transformer



Ne pas apporter de nouvelles couleurs

Les tailles minimales

La taille minimale du logotype doit préserver une parfaite lisibilité de la typographie. Elle varie selon le logo principal et les déclinaisons.



Minimum
20 mm



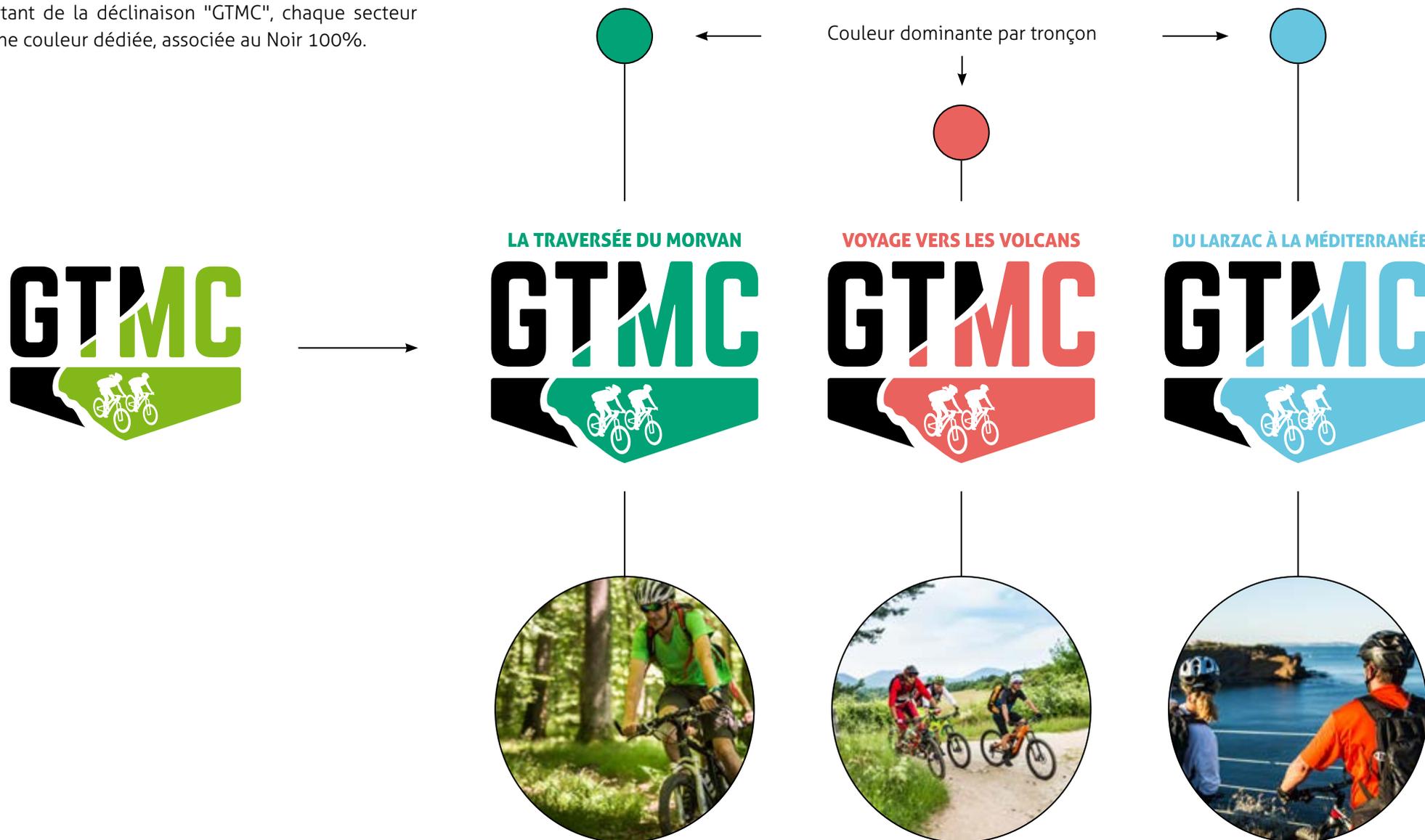
Minimum
15 mm



Minimum
10 mm

LES LOGOTYPES - CONCEPT DE DÉCLINAISONS PAR SECTEURS

En partant de la déclinaison "GTMC", chaque secteur aura une couleur dédiée, associée au Noir 100%.



LES LOGOTYPES - CONCEPT DE DÉCLINAISONS PAR SECTEURS



Lorsque nous communiquons sur un tronçon en particulier, le logo GTMC est substitué par le logo dédié au tronçon. Le logo principal est donc relégué au second plan, sous sa forme horizontale et monochrome (les autres logos de la frise sont à passer en noir et blanc), pour que les deux logos cohabitent dans la composition. En effet, la forme du logo GTMC est trop proche de celle du tronçon et risque de complexifier le message.



Logo tronçon (blason)
env. 1/3 de la largeur

Ville de départ et arrivée. Jeu avec le tracé rappelant un itinéraire sur carte (ajuster la teinte en fonction de l'image ou ajouter une ombre portée)

ALLER Bold
Capitales / Centré

ALLER Bold
Capitales / Centré

ALLER Light
Capitales / Justifié sur la ligne
(ajuster l'espacement des caractères)



LES LOGOTYPES - CHOIX DU MODÈLE

Le logo horizontal

Dans le cas où le logo complet doit cohabiter avec d'autres, il sera parfois difficile ou compliqué de l'utiliser dans sa version verticale.

Exemple : Le logo complet vertical perd de sa lisibilité quand il est réduit au minimum.



Dans cette affiche, les logos présentés en bas de page ne doivent pas dépasser une certaine hauteur. Le logo GTMC horizontal gagne en lisibilité par rapport à sa version verticale.

Le logo simplifié

Sur un support dédié à l'itinérance à VTT, le graphisme nous donnera suffisamment d'information pour que le logo simplifié soit correctement interprété par le lecteur.

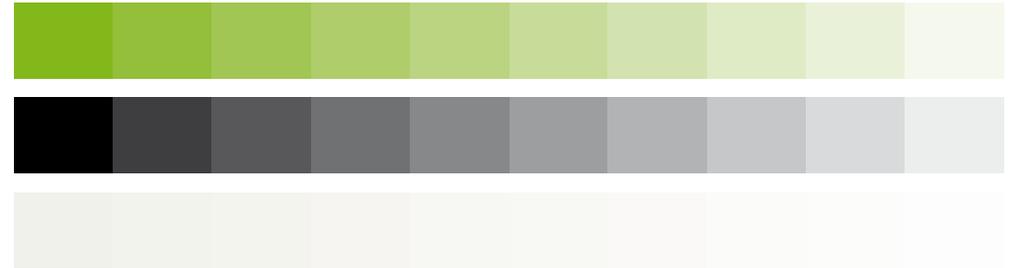
Cette version du logo GTMC sera donc utilisée sur des supports à destination des pratiquants / habitués des GT ou sur le parcours en lui-même.



LES COULEURS

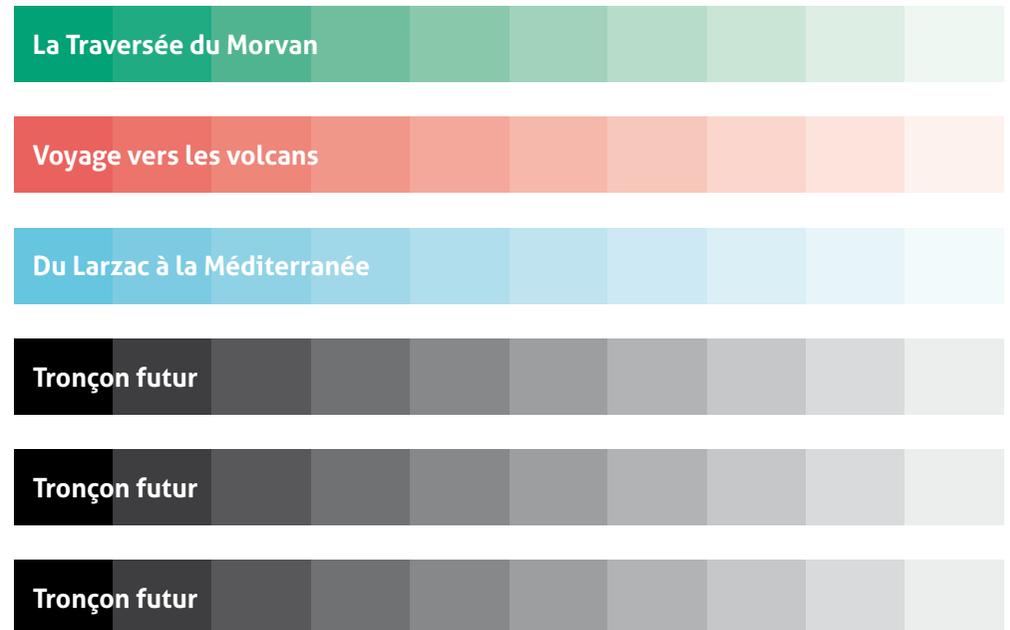
Principales

	CMJN : 57 / 0 / 100 / 0	Pantone : 368 C	# 7bc143
	CMJN : 0 / 0 / 0 / 100	Pantone : Black	# 000000
	CMJN : 0 / 0 / 0 / 10	Pantone : Cool Gray 2C	# e6e7e8



Par secteur (évolutif)

	CMJN : 85 / 0 / 65 / 0	Pantone : 3405 C	# 00b085
	CMJN : 0 / 74 / 55 / 0	Pantone : 1787 C	# f26864
	CMJN : 59 / 0 / 9 / 0	Pantone : 2985 C	# 53c7e2
	CMJN : - / - / - / -	Pantone : -	# -
	CMJN : - / - / - / -	Pantone : -	# -
	CMJN : - / - / - / -	Pantone : -	# -



Titre et contenu : Famille de police ALLER

Aller Bold	a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Aller Regular	a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Aller Italic	<i>a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9</i>
Aller Light	a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

La famille **Aller** a un design exceptionnel qui satisfait un large éventail d'utilisations. La conception de chaque lettre est propre et sans encombre, ce qui confère à Aller un design contemporain à l'aise dans le 21^e siècle. Trois types, allant de fin à gras, avec les italiques correspondantes, garantissent une famille de polices claire et polyvalente.

Acid que nest odit labo. Bo. Ita sus molendi tatiam arum il iuntios verioru ptiae. Comnis voloris prem aut utem aciatur? Otat essinihit quia illatatet que eari reped mi, quiasiti odissi blaut od ut ut idit que omnit pero beatintia core dipsuntiisci voloratur mo quis maio. Lia qui aut velendiam dentibus, sint optas aut haribust ra audicidust perum in non con eatiore ptatquia volum fugiam aborestecea digent dit re volupta nihiliaepta di rero te saperferite aspe laut lant, invelib ustrum fuga. Is intusdamus nonem que lant, sit pro est, aut.

Dollese quiatur alignih iliate vendit que consequ idenimo quist, quiditatas et odici dis autem hic te dolupti arianis resequi ommodi autae ma post, sedis excepra qui alias volor reperem id quaescim quia dem quunt quam consed essitios eume ium, corum adit andiscias volendellaut esciliquatur autat mod evellent voluptati corpore rnature icatur?

Debissus que enem hillit abor ratiam in rehentio odionse dicium eat volore sequi vellisitiis rem sitibus assi idundus, cum harchillest eruptatiore voluptus et, nimi, qui ipistinture nectis es eate nonsequi conserspisi aliti doluptatem quis rat que volum voluptur renimus essit fuga. Nem fuga. Is doluptatiati dolupti stiossiti conseditae omnihit quiaernam, sunt hari blaces rerition

« *Debissus que enem hillit abor ratiam in rehentio odionse dicium eat volore sequi vellisitiis rem* »

TYPO : FRENTE H1
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTU
VWXYZ 0123456789

Version verticale →

— UNE —
ITINÉRANCE
À PARTAGER
—

Version horizontale ↙

— UNE ITINÉRANCE À PARTAGER —

L'ICONOGRAPHIE

L'iconographie devra exprimer l'esprit de la GTMC résumé dans son slogan : **"Une itinérance à partager"**. Il reflète la découverte, le voyage, l'aventure, le respect, la convivialité, la diversité, le partage et le plaisir.

Les photographies utilisées pour communiquer doivent véhiculer la **beauté naturelle des grands paysages** du Massif central et **l'expérience authentique** d'une **traversée mythique**.

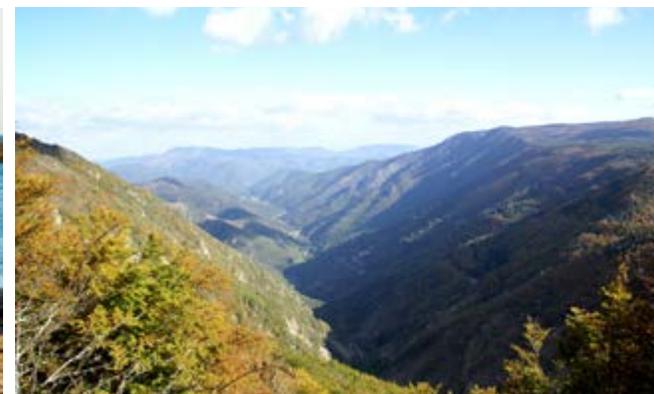
Les photos montrant des instants **riches en émotion** sont particulièrement recommandées : contemplation, bien-être, détente, partage, échange, plaisir de pilotage (single tracks), immersion dans la nature...

Le **VTT à assistance électrique**, favorisant l'accès de l'itinéraire à tous, doit être mis à l'honneur.

Quelques conseils : équilibre hommes / femmes, équilibre jeunes / 30-40 ans / séniors, sacs à dos plus gros que pour la balade, bike-packing plutôt que sacoches (c'est plus moderne et dynamique), vêtements "pleine nature / découverte", découverte et plaisir plutôt que sport et engagement physique, variété des saisons.

Utiliser des photos de qualité professionnelle, une belle composition et une association entre humain et paysages grandioses pour représenter "l'itinérance à partager". Choisissez la photo suffisamment dégagée sur le haut et le bas pour laisser la place nécessaire au contenu du haut et aux logos placés en bas de la page.

La photo est l'élément central de la communication, elle doit sublimer le réel. C'est un déclencheur d'envie.



Trop extrême



Trop posé



Mauvais matériel



Mauvaise indication (portage)

L'ICONOGRAPHIE

Des publics variés...



L'itinérance vecteur de découverte...



Le partage, l'échange, la convivialité...



L'ICONOGRAPHIE

Les grands paysages...



Le VTT-AE pour l'itinérance à la portée de tous...



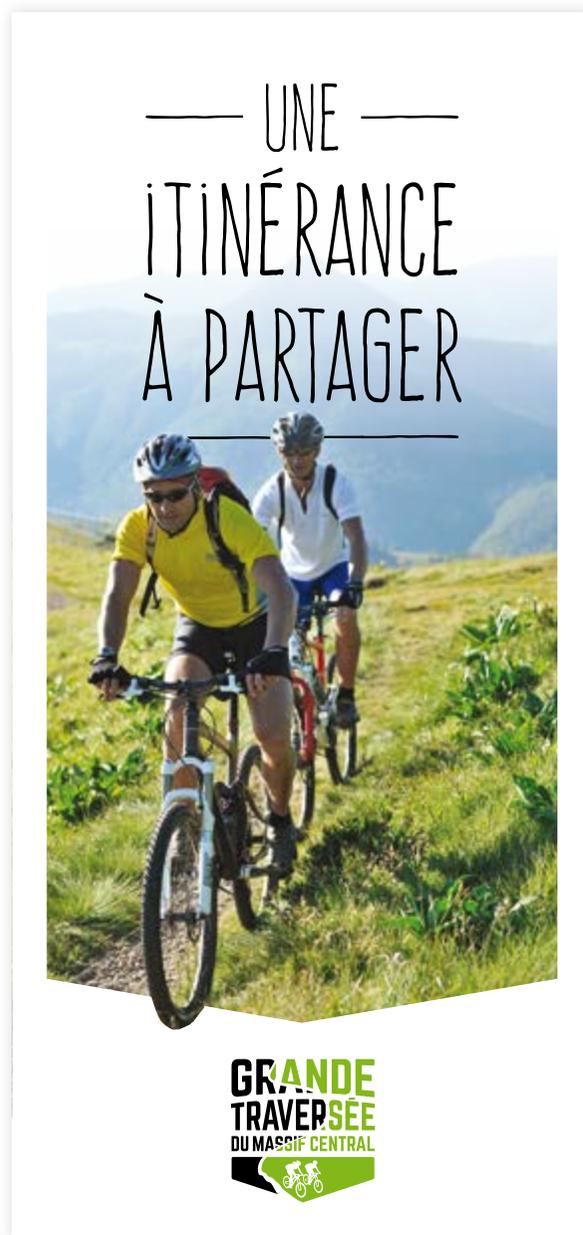
Les bagages en itinérance...





PRINCIPES D'UTILISATION DE BASE

Jeux graphiques | Édition | Outils digitaux | Avatar | Les tampons GTMC



Un jeu avec les éléments graphiques et la photographie afin d'apporter de l'originalité dans la composition tout en ajoutant de la profondeur à l'image.

Cette singularité attire le regard et pourra être apportée en choisissant des photographies présentant une composition adaptée.

**GRANDE
TRAVERSÉE**
DU MASSIF CENTRAL



De manière à faire vivre les différents paysages sur une même photo, il est préconisé de créer des montages associant les différents univers de la GTMC et de les juxtaposer à l'aide d'un tracé blanc de jonction.

Ce style graphique permet de dynamiser la composition, de mettre en exergue la notion de sentier et d'itinérance et de montrer le lien entre les différents territoires.



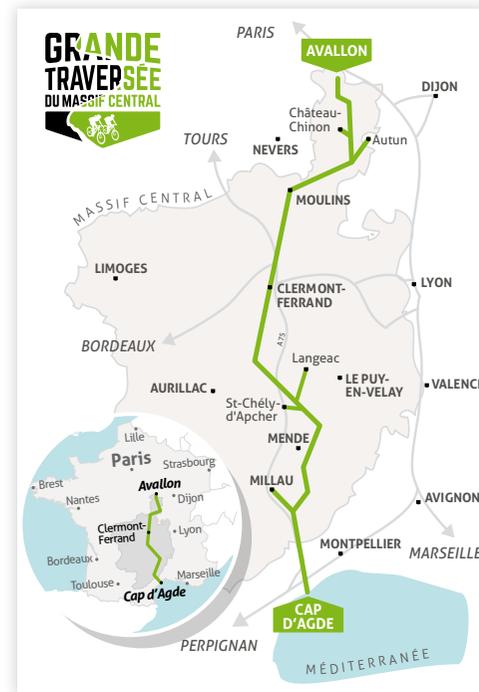
— UNE ITINÉRANCE À PARTAGER —



**GRANDE
TRAVERSEE**
DU MASSIF CENTRAL



—
TNERANCE À PARTAGER —



du 1/16 de page au 1/4 de page A4

de la demi-page à la pleine page A4

OUTILS DIGITAUX - EXEMPLE DE PAGE WEB



OUTILS DIGITAUX - EXEMPLE DE NEWSLETTER

La newsletter est composée de différentes sections. Le choix des sections à afficher dépendra de la nature du contenu.

Eviter de surcharger la news avec des blocs textes trop longs. Pour cela, afficher seulement un extrait de l'article avec un lien sur le site web.

Afin de bien séparer les blocs, penser à alterner les fonds blancs avec les fonds de couleur.

Si vous communiquez sur un tronçon en particulier vous pouvez passer le vert dans la couleur dominante du tronçon.

Gabarits .PSD à disposition.

Exemple de composition :



Haut de page
(image + introduction)



Section
3 colonnes
icônes + textes



Section
3 colonnes
images + textes
+ liens



Section
2 colonnes
image + texte
+ lien



Bas de page
(contacts + liens)

Exemple de composition :



Haut de page
(image + introduction)



Section
horizontale
1 colonne
image + texte



Section
horizontale
1 colonne
texte



Section
3 colonnes
icônes + textes



Bas de page
(contacts + liens)

OUTILS DIGITAUX - UTILISATION DE L'AVATAR RÉSEAUX SOCIAUX

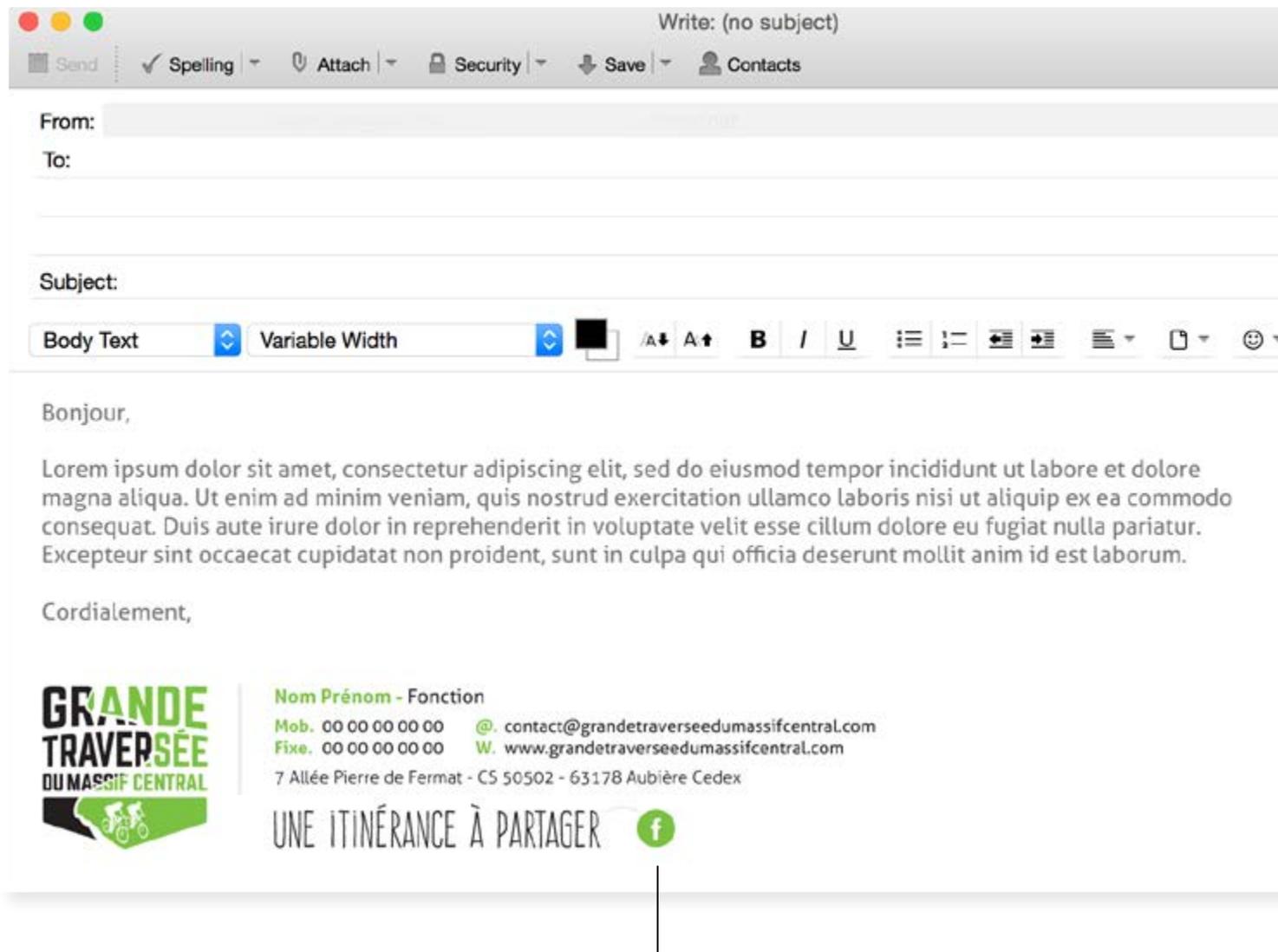


Un avatar de forme carrée sera plus simple à utiliser sur les différents réseaux sociaux.



Ne pas utiliser d'extrait des logos (principal, simplifié ou horizontal). Leur forme en "blason" s'insère mal dans le cercle de la photo de profil de Twitter, Instagram...

OUTILS DIGITAUX - SIGNATURE MAIL



Signature mail simple et claire. Jeu de deux couleurs, noir/vert. La signature est séparée en trois groupes :

- Logo
- Coordonnées
- Baseline / Réseaux sociaux



Possibilité d'ajouter d'autres pictos à la suite

LES TAMPONS GTMC

L'utilisation du tampon est destinée aux partenaires institutionnels ou privés désirant partager leur attachement à la GTMC en affichant le tampon sur leurs différents supports de communication.





**GRANDE
TRAVERSÉE
DU MASSIF CENTRAL**

