

**VISITWallonia.be**

# Playbook

**2024**



**Boites à outils  
pour construire  
votre communication  
[VISITWallonia.be](https://www.visitwallonia.be)**





01.

[VISITWallonia.be](https://www.visitwallonia.be) ou [VISITWallonia](https://www.visitwallonia.be)

## 1.A **VISITWallonia.be** marque de destination

**VISITWallonia.be** est la marque territoriale unique de la destination Wallonie. Elle est née suite à la relance du tourisme Wallon après la sortie de la crise du COVID-19. Elle est portée par l'ensemble des instances du tourisme wallon.

Elle a permis à l'époque d'unir les efforts promotionnels du secteur autour d'une marque forte, unilingue donc adaptée à tous les marchés. Elle est présente à toutes les étapes du parcours «touriste» (individuels, groupes, presse, mice,...), centrée sur l'utilisateur et son expérience touristique.

Cette nouvelle identité renforce l'image touristique de la Wallonie par sa présence sur le territoire wallon.

**VISITWallonia.be** est une marque garantie de qualité!

## 1.B **VISITWallonia,** **organisme WBT asbl**

**VISITWallonia** est la dénomination commerciale de Wallonie Belgique Tourisme (WBT) ASBL, chargée de la promotion du tourisme en wallonie et de son marketing tant de loisirs que de tourisme d'affaires, en Belgique et à l'étranger.



02.

**Univers de la marque**

## 2.A L'univers de la marque

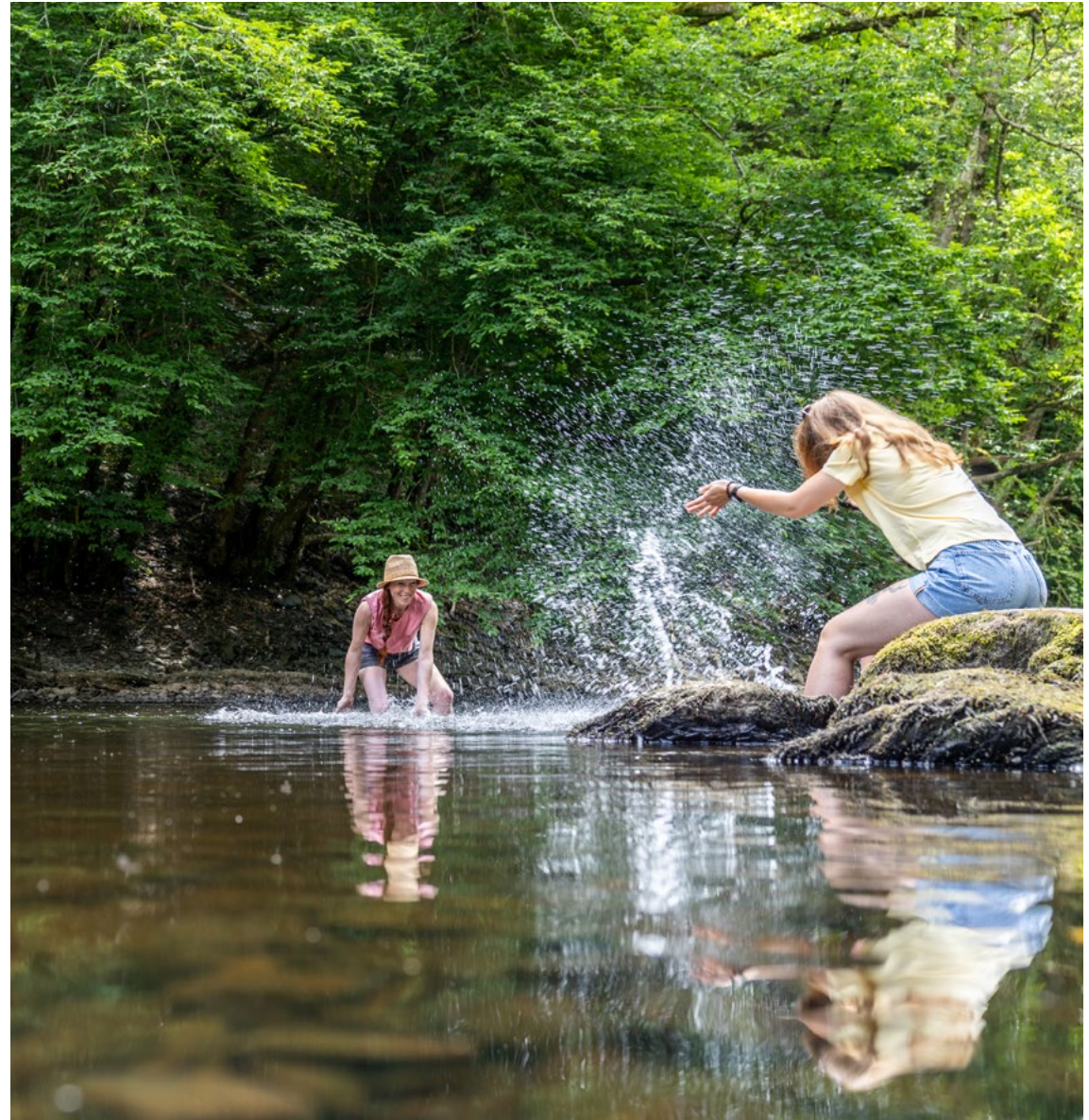
Les valeurs de la marque sont issues d'une démarche marketing. Avec l'objectif de créer une marque plus jeune, plus moderne.

Il existe deux axes identitaires principaux qui ne sont pas représentés graphiquement.

Les deux axes identitaires de la marque [VISITWallonia.be](https://www.visitwallonia.be) sont:

- « **Nature et Evasion** »
- « **Culture, Patrimoine, Terroir et Talents** »

Ces éléments n'ont pas d'identité propre, ils sont intégrés subtilement dans l'univers de la marque [VISITWallonia.be](https://www.visitwallonia.be) grâce à un choix de visuels déclinés dans les différents supports de communication offline et online.



Téléchargez l'univers de la marque



03.

VISITWallonia.be - Univers graphique

# Éléments graphiques

Il existe différents éléments graphiques qui constituent le territoire graphique de la marque [VISITWallonia.be](https://www.visitwallonia.be)

- **Le logo**: décliné en horizontal ou vertical suivant un prescrit précis
- **Le passe-partout**: constitué d'un cadre avec le logo [VISITWallonia.be](https://www.visitwallonia.be) et de la vague.
- **La baseline**.
- **La typographie**: précisant la police à utiliser
- **La couleur générique**
- **Les pictogrammes**: qui sont accessibles via une bibliothèque spécifique
- **Les QR codes**: dont l'usage strictement codifié permet de mesurer l'impact de chacune des opérations que nous menons.
- **Les logos partenaires**.

Ces éléments graphiques associés entre eux selon les codes définis permettront une utilisation correcte de la marque [VISITWallonia.be](https://www.visitwallonia.be).

Différentes prises de paroles par type d'acteur touristique sont définies ou à définir. Il existe donc différentes chartes graphiques dans le cadre de l'objectif de renforcer la présence de la marque tout au long du parcours touriste.

### 3.A VISITWallonia.be

#### Logo horizontal

L'utilisation du logo horizontal bleu et noir est toujours privilégiée.

Sur un format vertical, il se positionne toujours en haut.

Les logos noirs, blancs, bleus et blancs seront utilisés uniquement sur des supports noirs et monochromes lorsque le logo original est illisible.

The original logo is displayed in a white rectangular box. It features the word "VISIT" in a bold, blue, sans-serif font, followed by "Wallonia" in a bold, black, sans-serif font, and ".be" in a bold, black, sans-serif font. A small blue square is positioned between the "Wallonia" and ".be" parts.

LOGO ORIGINAL > HORIZONTAL BLEU ET NOIR - Utilisation principale

The logo is shown in a white rectangular box. The text "VISITWallonia.be" is rendered in a bold, black, sans-serif font. A small blue square is positioned between the "Wallonia" and ".be" parts.The logo is shown in a black rectangular box. The text "VISITWallonia.be" is rendered in a bold, white, sans-serif font. A small blue square is positioned between the "Wallonia" and ".be" parts.The logo is shown in a black rectangular box. The text "VISITWallonia.be" is rendered in a bold, white, sans-serif font. The word "VISIT" is in blue, and ".be" is in white. A small blue square is positioned between the "Wallonia" and ".be" parts.

LOGO NÉGATIF - à utiliser quand le logo original n'est pas lisible



Téléchargez le logo horizontal dans tous les formats (Ai et png)

### 3.B **VISIT** **Wallonia** **.be**

#### Logo vertical

Le logo vertical peut aussi être utilisé pour la communication grand public si les contraintes graphiques l'imposent.

Les logos noirs, blancs, bleus et blancs sur fond noir ou monochrome seront utilisés uniquement sur des supports monochromes ou lorsque le logo original est illisible.



LOGO VERTICAL > BLEU ET NOIR



LOGO NÉGATIF - à utiliser quand le logo original n'est pas lisible



Téléchargez le logo vertical dans tous les formats (Ai et png)

### 3.C Don't

Ces règles sont d'application pour toutes les déclinaisons des logos.

**VISITWallonia.be**



Ne pas inverser les couleurs.

**VISITWallonia.be**



Ne pas déformer le logo.

**VISITWallonia.be**



Ne pas effectuer de rotation.

**VISITWallonia.be**



Ne pas changer la typographie.

**VISITWallonia.be**



Ne pas changer les couleurs.

**VISITWallonia.be**



Ne pas séparer les éléments.

**VISIT Wallonia .be**

**VISITWallonia.be**



Ne pas ajouter d'effets (embossage...).

**VISITWallonia.be**



Si placé sur un fond texturé, utiliser les logos bi-couleurs, blancs ou noirs, à votre meilleure appréciation, pour assurer sa lisibilité.

### 3.D Logo: zone d'exclusion & taille minimale

Zone d'exclusion minimale à respecter lors de son utilisation.

#### Logo horizontal



Le point bleu du logo est la base. Il est égal à **X**

La zone d'exclusion minimale correspond à:

- un espace à gauche et à droite de **4 X**
- un espace en haut de **1,5 X**
- un espace sous le logo de **1 X**

#### Logo vertical



Le point bleu du logo est la base. Il est égal à **X**

La zone d'exclusion minimale correspond à:

- un espace à gauche et à droite de **4 X**
- un espace en haut de **1,5 X**
- un espace sous le logo de **1 X**

**VISITWallonia.be** ] 5 mm

La hauteur minimale du logo horizontal est de 5 mm.

**VISIT  
Wallonia  
.be** ] 15 mm

La hauteur minimale du logo vertical est de 15 mm.

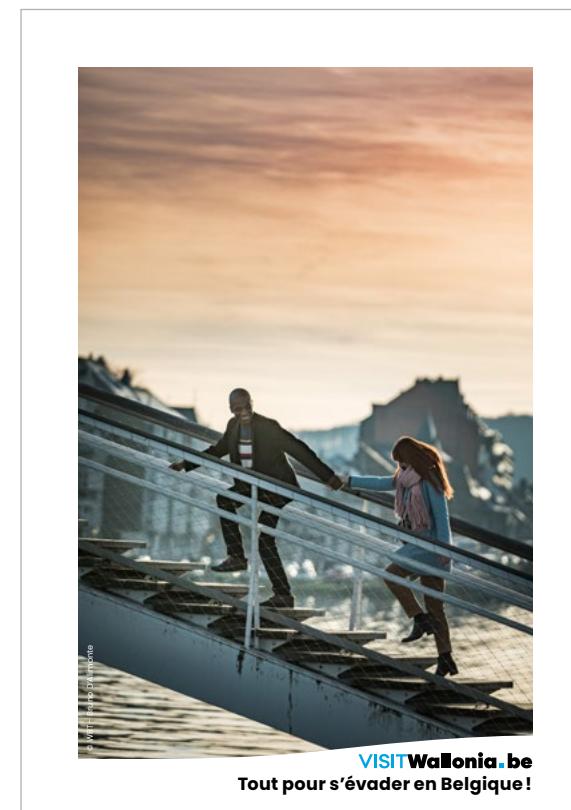
## 3.E Baseline

### Éventualités :

- Si le logo **VISITWallonia.be** est présent dans le haut de la publication, on intègre dans la vague uniquement la baseline: **Tout pour s'évader!** ou sa traduction suivant les marchés.
- Si le logo **VISITWallonia.be** n'est pas repris dans le haut du support (back cover...), dans ce cas, on intégrera dans la vague le logo **VISITWallonia.be** et la baseline: **Tout pour s'évader!** ou sa traduction suivant les marchés. Le logo se placera toujours au-dessus de la baseline.

Elle viendra se placer dans la vague, alignée à droite et au visuel. Elle devra toujours être en bold.

La ligne et la baseline devront être agrandies ou diminuées proportionnellement en fonction du support.



### 3.F Logo & baseline: Règle des espacements

L'espace entre le logo et la signature doit être de 2 x le ■ du logo.

Le logo et la signature doivent toujours être agrandis proportionnellement.

Pour renforcer la destination, la notion de Ardenne et/ou de Belgique est intégrée dans la baseline de certains marchés.

**VISITWallonia.be**  
**Tout pour s'évader !** ----- Marché belge francophone

**VISITWallonia.be**  
**Tout pour s'évader en Belgique !** ----- Marché francophone étranger

**VISITWallonia.be**  
**Beleef Wallonië en de Ardennen!** ----- Marché néerlandophone

**VISITWallonia.be**  
**Kleine Fluchten nach Belgien!** ----- Marché germanophone

**VISITWallonia.be**  
**The Ultimate Belgian Getaway** ----- Marché anglophone

**VISITWallonia.be**  
**La tua vacanza in Belgio** ----- Marché italophone

**VISITWallonia.be**  
**El secreto de Bélgica** ----- Marché hispanophone

### 3.G Logo & baseline: Tourisme d'affaire

L'espace entre le logo et la signature doit être de 2 x le ■ du logo.

Le logo et la signature doivent toujours être agrandis proportionnellement.

**VISITWallonia.be**

**Tout pour se réunir!**

----- MICE francophone  
(Meetings, Incentives, Conferencing, Events)

**VISITWallonia.be**

**Het Ideale bedrijfsuitje!**

----- MICE néerlandophone

## 3.H URL

### Comment mentionner 'VISITWallonia.be' en tant qu'URL?

**VISITWallonia.be** doit toujours être écrit:  
« **VISITW** » en majuscules, le reste en minuscules.

Sur un fond blanc, l'URL **VISITWallonia.be** doit toujours être écrit en Poppins bold et en bleu.

Si l'URL fait partie d'un bloc call to action, **VISITWallonia.be** doit toujours être écrit en Poppins bold et en blanc.

Que ce soit dans un dossier de presse ou autre support offline/online, utilisé comme url ou dans un call to action dans une annonce, un publi-rédactionnel, il sera écrit toujours de la même manière.

Utilisation de l'URL sur un fond blanc

Sites variés et architectes de renom, de quoi satisfaire vos envies de swing! **Téléchargez notre brochure** à l'aide du QR code et planifiez votre séjour sur

**VISITWallonia.be/golf**

Utilisation de l'URL dans un CTA

Téléchargez la brochure Séjours et excursions en Wallonie et réservez vos séjours et vos activités sur **VISITWallonia.be/escapades**

### 3.1 Typographie

La Poppins est la typographie utilisée pour la communication offline et online.

Les graisses principalement utilisées sont les Bold, Regular, Light.

Poppins

**Aa**

**Bold**

Aa

Regular

Aa

Light

Ces variantes de graisses sont autorisées, mais ne doivent pas être utilisées en priorité.

**Aa**

**Black**

**Aa**

**Black italic**

**Aa**

**Bold italic**

Aa

Medium

Aa

Medium italic

Aa

italic

Aa

Light italic

Aa

Thin

Aa

Thin italic

0123456789&éèàç'!?:., \ / ( ) » @

## 3.J Couleurs

Le **BLEU VISITWallonia.be** est la couleur générique.

**Le noir et le blanc** sont les couleurs pour écrire les titres, les blocs textes (body copy), CTA, ...

La couleur de typo blanche peut être utilisée au-delà des 60%.

En dessous de 40%, nous conseillons le noir ou le bleu à 100%.

Il conviendra de toujours s'assurer de la lisibilité des textes et d'un contraste fort par rapport aux illustrations.

Il conviendra d'utiliser le pantone 2995 pour les impressions en 1 couleur (goodies, vestes, t-shirts...)



**Bleu VISITWallonia.be**

CMJN 80 . 10 . 0 . 0

RVB 0 . 167 . 225

# 00A7E1

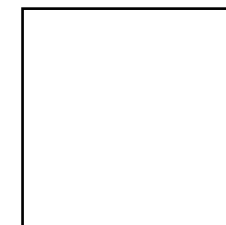
**NCS:** S 1060-B



CMJN 0 . 0 . 0 . 100

RVB 0 . 0 . 0

# 000000



CMJN 0 . 0 . 0 . 0

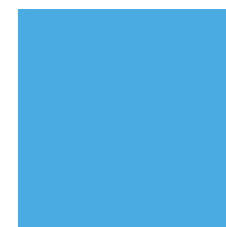
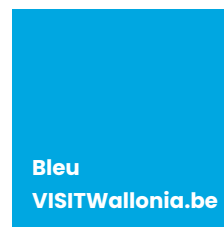
RVB 0 . 167 . 225

# 00A7E1

## 3.J Couleurs secondaires

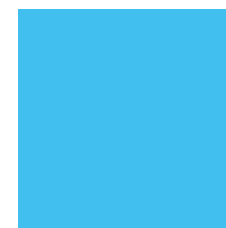
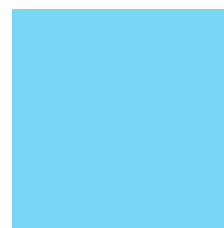
En association avec le [bleu VISITWallonia.be](#).

Des nuances de bleus complémentaires peuvent être utilisées.  
(présentations, graphiques,...)



CMJN 67 . 16 . 0 . 0  
RVB 73 . 171 . 225  
# 49ABE1

CMJN 26 . 2 . 0 . 0  
RVB 179 . 230 . 249  
# B3E6F9



CMJN 41 . 4 . 2 . 0  
RVB 112 . 212 . 244  
# 7AD4F4

CMJN 56 . 7 . 0 . 0  
RVB 65 . 192 . 239  
# 41C0EF

CMJN 86 . 33 . 10 . 9  
RVB 11 . 118 . 157  
# 0B769D



CMJN 91 . 46 . 24 . 38  
RVB 6 . 71 . 95  
# 06475F

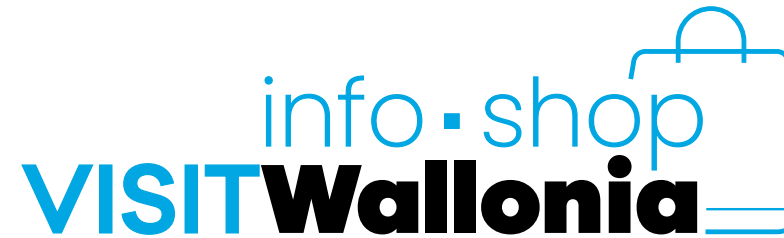
CMJN 91 . 52 . 28 . 49  
RVB 1 . 55 . 76  
# 01374C

CMJN 67 . 0 . 26 . 0  
RVB 0 . 206 . 209  
# 00CED1

### 3.K Les logos complémentaires

Le logo **VISITWallonia.be** peut être décliné pour des activités ou événements.

La construction des éléments graphique devra se faire autour du logo sachant que celui-ci doit rester l'élément principal.



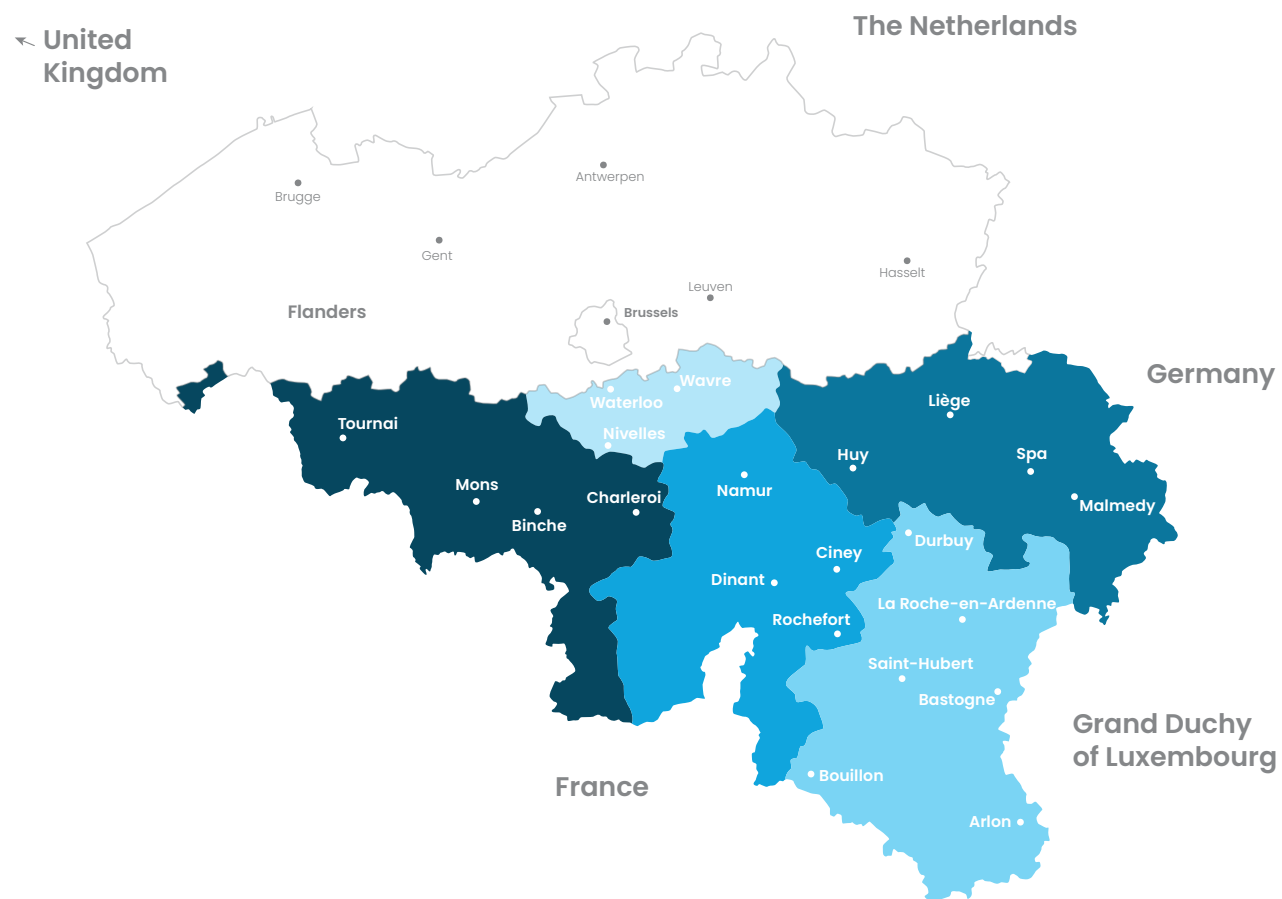
## 3.L Pictogrammes

On utilise la librairie officielle de pictogrammes de [VISITWallonia.be](https://www.visitwallonia.be). Seuls ces derniers peuvent être utilisés. les pictogrammes sont disponibles sur demande via l'adresse mail : [phototheque@visitwallonia.be](mailto:phototheque@visitwallonia.be)

*Pictos en cours de réalisation.*

## 3.M Les cartes

Nous disposons de plusieurs fonds de cartes proposant différents calques permettant de positionner la destination. Nous disposons également de cartes illustratives.





04.

**Charte graphique pour VISITWallonia.be**  
**Éléments graphiques pour supports offline**

#### 4.1. Cover verticale

proportions proches des formats DIN (A4, A5,...)

Les règles graphiques sont applicables sur les supports offline (couvertures de brochures, affiches, annonces, publi-rédactionnels,...).

Jusqu'à 10 éléments peuvent être présents sur une publication :

1. Le logo,
2. le cadre blanc,
3. la vague de base
4. le double titre,
5. l'éventuel sous-titre,
6. le visuel
7. le copyright
8. le(s) picto(s)
9. la signature ou information optionnelle
10. le(s) logo(s) partenaire(s)



Téléchargez les templates de supports offline en .indd

## 4.1. Cover verticale

proportions proches des formats DIN (A4, A5,...)

### 1 Le logo

**X** = Largeur du point

La largeur du point bleu du logo est la base.

Le logo VISITWallonia.be est placé:

- avec un espace à gauche et à droite de **4 X**
- avec un espace en haut de **1,5 X**
- avec un espace sous le logo de **1 X**

La hauteur **Y** est maintenant définie.

### 2 Le cadre blanc

Le cadre blanc correspond à:

- un espace de **1 Y** en haut
- un espace de **4 X** à gauche et à droite

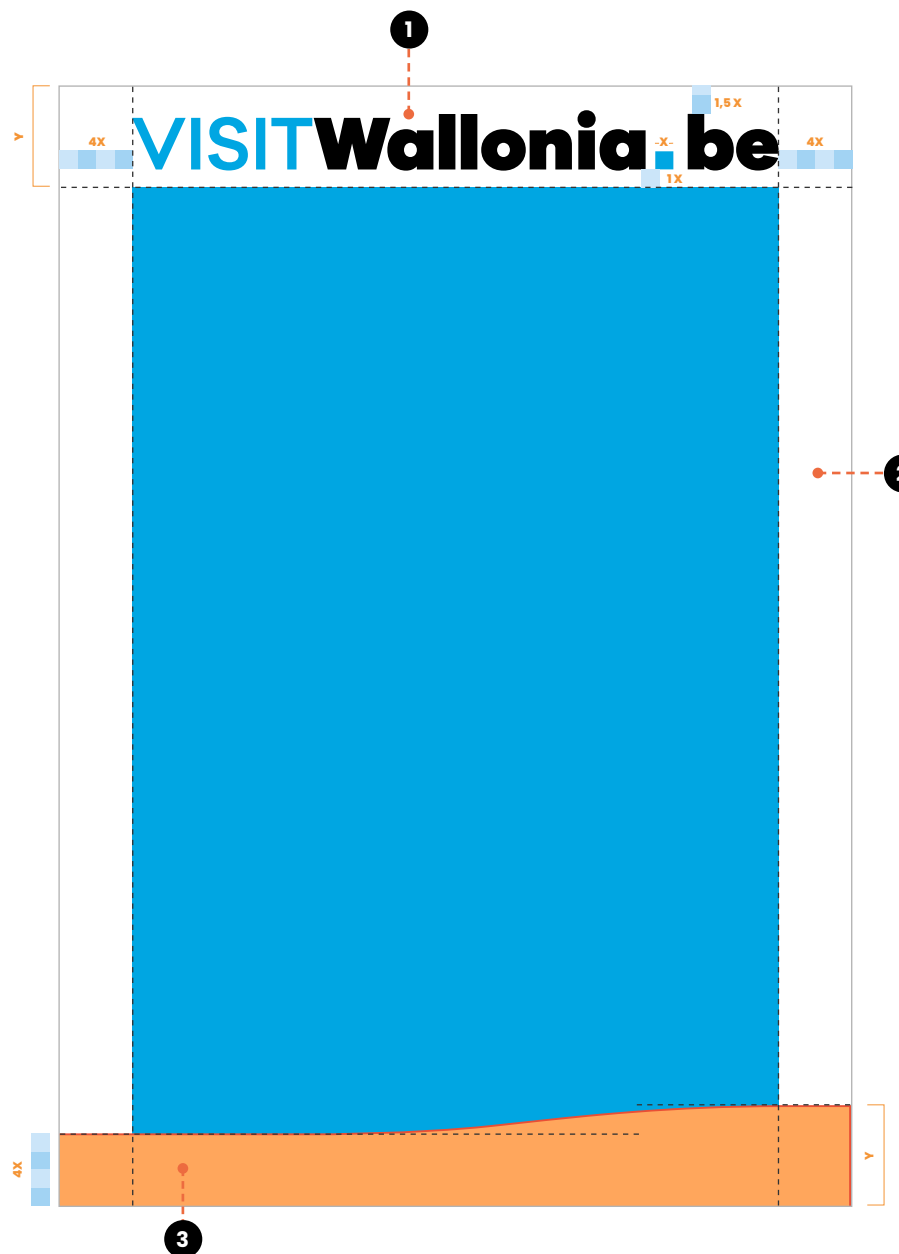
### 3 Placement de la vague de base

La vague de base se place à partir du côté droit.

La courbe doit relier le côté droit au côté gauche de cette manière:

- Côté droit: à **1 Y** du bas de la page
- Côté gauche: à **4 X** du bas de la page

La vague de base NE PEUT PAS être étirée, dans le cas où il faut l'élargir, il suffit de d'ouvrir le bloc de l'import .eps du côté gauche.



#### 4.1. Cover verticale

proportions proches des formats DIN (A4, A5,...)

##### 4 Le double titre

Le double titre doit être court et concis.

La thématique de la publication doit être immédiatement identifiable.

Le double titre est composé de 2 niveaux.

Un **Grand mot** et un **texte secondaire** en plus petit.

Le placement du **double titre** se définit avec la **ligne de base**.

Cette ligne correspond au placement du texte le plus bas.

Soit le **Grand mot**, soit le **texte secondaire**, en fonction du titre.

**Cette ligne se situe à 36% de Z**

##### Le texte secondaire :

Font: Poppins bold

Interlettrage: -40

Hauteur: 2 **X** (La lettre **t** est la référence)

Couleur: blanc

Opacité: entre 70% et 95% en fonction de la lisibilité avec le fond.

Placement sur la hauteur:

- Sur la ligne de base.

- à 1 **X** du **Grand mot**

(si les lettres ne comportent pas de jambage inférieur ou supérieur)

- à 2 **X** du **Grand mot**

(si les lettres comportent des jambages inférieurs ou supérieurs qui se superposent)

**ABC** abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Placement sur la largeur:

- Il peut être placé librement de gauche à droite,

en fonction du texte, mais il n'est jamais collé au cadre.



#### 4.1. Cover verticale

proportions proches des formats DIN (A4, A5,...)

##### 4 Le double titre

###### Le Grand mot:

Font : Poppins bold

Interlettrage : -40

Taille du mot :

Il ne peut pas dépasser la largeur du visuel, et une hauteur équivalente à 13% de **Z**. Dans le cas où, arrivé à la taille de 13%, il n'occupe pas toute la largeur, il sera alors aligné sur la gauche.

Couleur : blanc

Placement sur la hauteur :

- Sur la ligne de base, si il n'y a pas de texte secondaire en dessous.
- à 1 **X** du **texte secondaire**  
(si les lettres ne comportent pas de jambage inférieur ou supérieur)
- à 2 **X** du **texte secondaire**  
(si les lettres comportent des jambages inférieurs ou supérieurs qui se superposent)

Placement sur la largeur :

- Il dépasse dans le cadre blanc à gauche et à droite à une distance comprise entre 25% et 50% de **X**.  
Une lisibilité maximale du premier et du dernier caractère doit être garantie.



## 4.1. Cover verticale

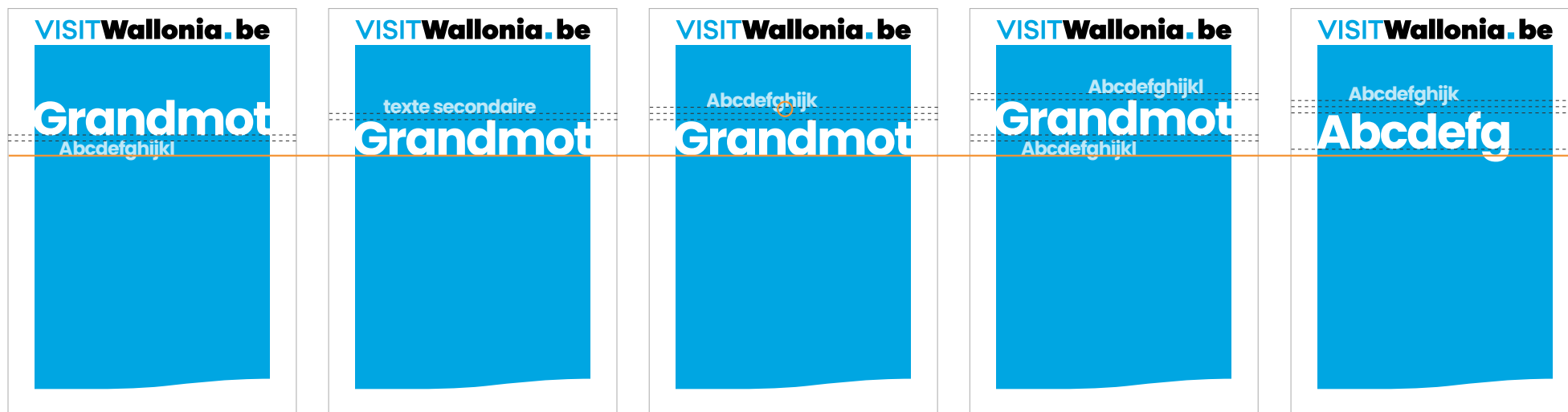
proportions proches des formats DIN (A4, A5,...)

### 4 Le double titre

En fonction du titre, le **Grand mot** et le **Texte secondaire** peuvent être inversés.

**La ligne de base est TOUJOURS la référence pour le placement du texte sur la hauteur).**

Voici quelques possibilités:



Le **Grand mot** est au dessus du **texte secondaire**.

Ils sont espacés de 1 X

Le **Grand mot** est au dessous du **texte secondaire**.

Ils sont espacés de 1 X

Le **Grand mot** est au dessous du **texte secondaire**.  
Le **texte secondaire** comporte un jambage inférieur avec le j.

Pour que les mots ne se touchent pas, ils peuvent être espacés de 2 X

Dans certains cas, il y a un **texte secondaire** en dessous et au dessus du **Grand mot**.

Les mêmes règles d'espacement s'appliquent.

Dans le cas où le **Grand mot** comporte un jambage inférieur (ici le g)

Le **Grand mot** peut remonter de 1 X ou 2 X au dessus de la ligne de base.

#### 4.1. Cover verticale

proportions proches des formats DIN (A4, A5,...)

##### 5 Le sous-titre

Taille du bloc :

Le bloc du sous-titre a une hauteur de 2 X

Font : Poppins bold

Interlettrage : 0

Taille du texte :

Les marges intérieures du bloc sont de 1/2 X  
et la taille du texte correspond à 1 X.

Couleur du bloc :

Le bloc est **toujours** blanc.

Couleur du texte :

Le texte est **toujours** noir.

Placement sur la hauteur :

Le bloc est placé à 2 X sous la ligne de base.

Placement sur la largeur :

Le bloc est **toujours** placé sur la droite.



#### 4.1. Cover verticale

proportions proches des formats DIN (A4, A5,...)

##### 6 Le visuel

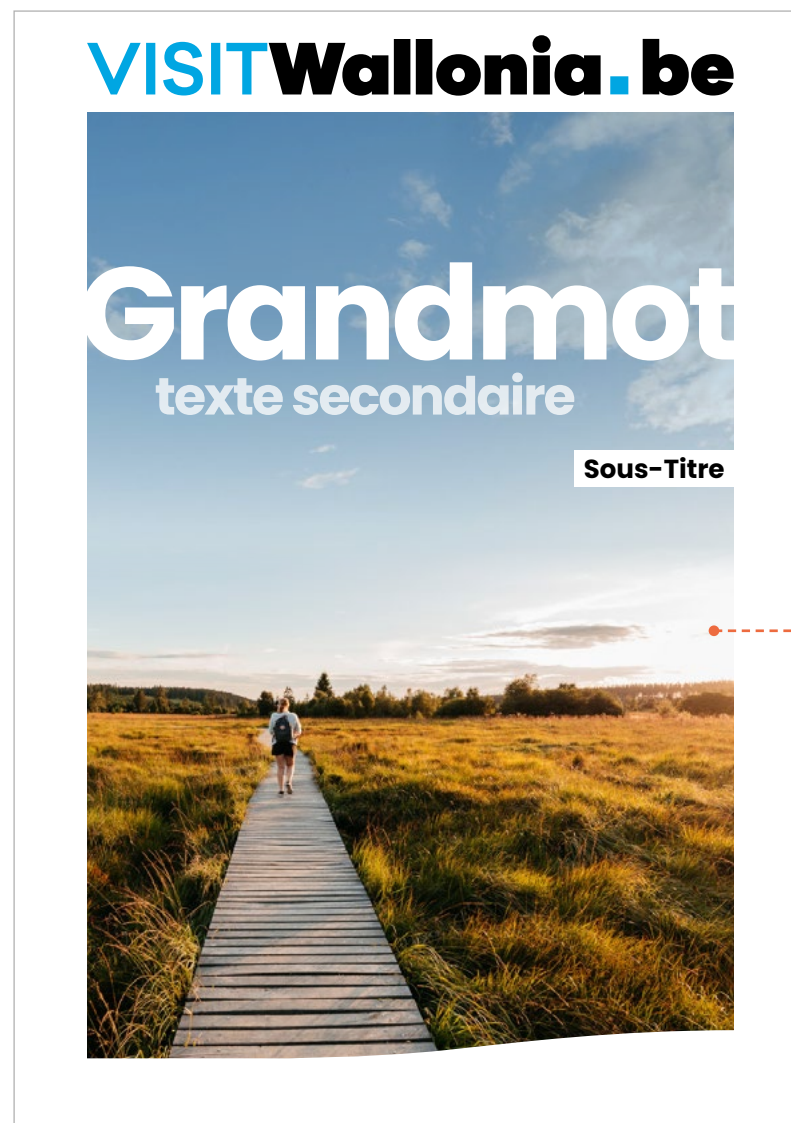
Le choix du visuel de couverture est l'élément le plus important de chaque publication.

Ce visuel doit être inspirant, qualitatif et complètement en lien avec le thème de la publication et adapté à la cible.

Pour les couvertures, on privilégie un seul visuel.

Ce visuel doit correspondre à une des techniques photographiques définie dans l'**univers iconographique**.

Cet univers iconographique est décrit en page **XX**



#### 4.1. Cover verticale

proportions proches des formats DIN (A4, A5,...)

##### 7 Le copyright

Font : Poppins regular

Interlettrage : 0

Taille : 6 pt

Couleur : blanc

Placement :

Le copyright est idéalement placé dans le coin inférieur gauche du visuel, en vertical ou en horizontal,

avec une marge de 50% de **X**

Dans le cas où c'est impossible de respecter cette règle,

il peut être placé dans le coin inférieur droit.

##### 8 Le(s) picto(s)

Dans certains cas, des pictos peuvent être utilisés dans les publications.

Taille : 1,5 **X**

Couleur : blanc

Placement :

Marge latérales de 1 **X**

##### 9 La signature ou information optionnelle

Dans la majorité des cas, il n'y a pas de signatures sur les covers.

Dans le cas où il faut en intégrer une, ces règles s'appliquent :

Font : Poppins bold

Couleur : noir

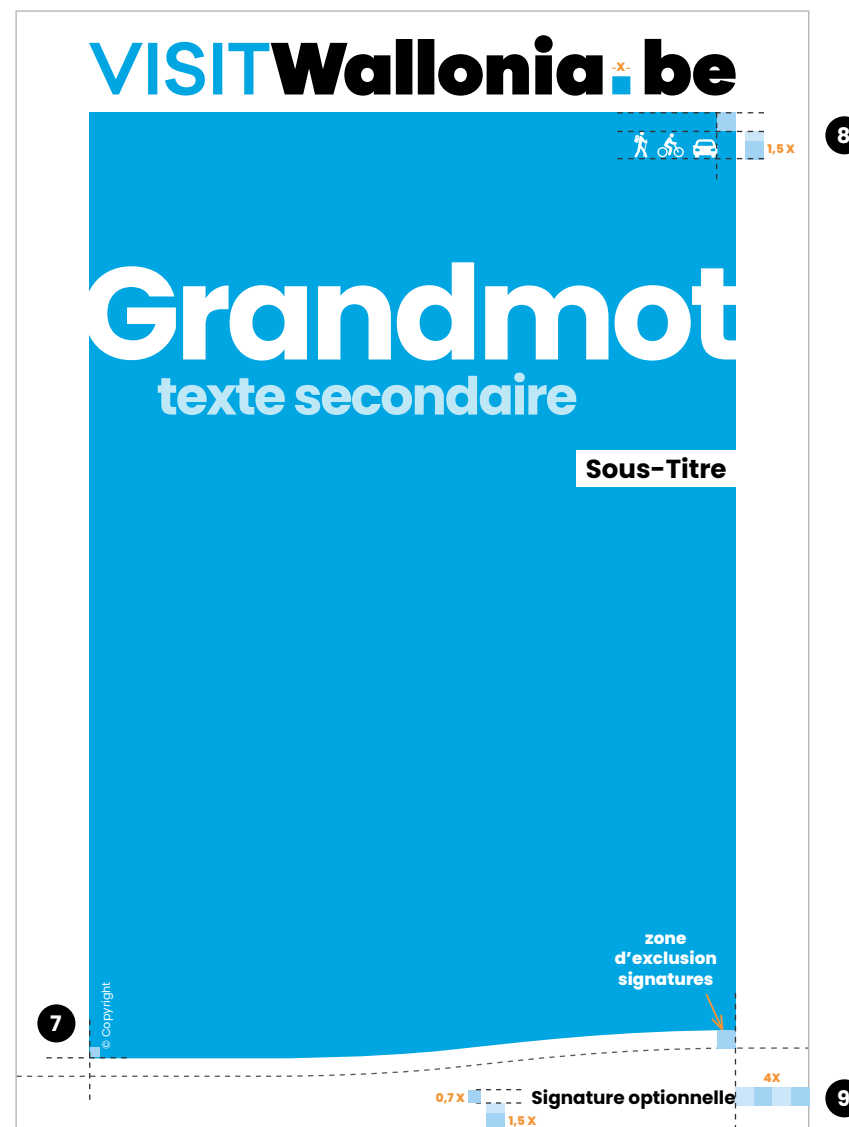
Hauteur : 0,7 **X**

Placement :

- à 1,5 **X** du bas de la page en vertical.

- à 4 **X** du bord droit de la page en horizontal.

Dans le cas où cette signature ou information comporte plusieurs lignes en hauteur, il faut toujours respecter la zone d'exclusion signatures de 1 **X**. La vague peut remonter dans le visuel en fonction de l'espace dont on a besoin.



#### 4.1. Cover verticale

proportions proches des formats DIN (A4, A5,...)

##### 10 Le(s) logo(s) partenaire(s)

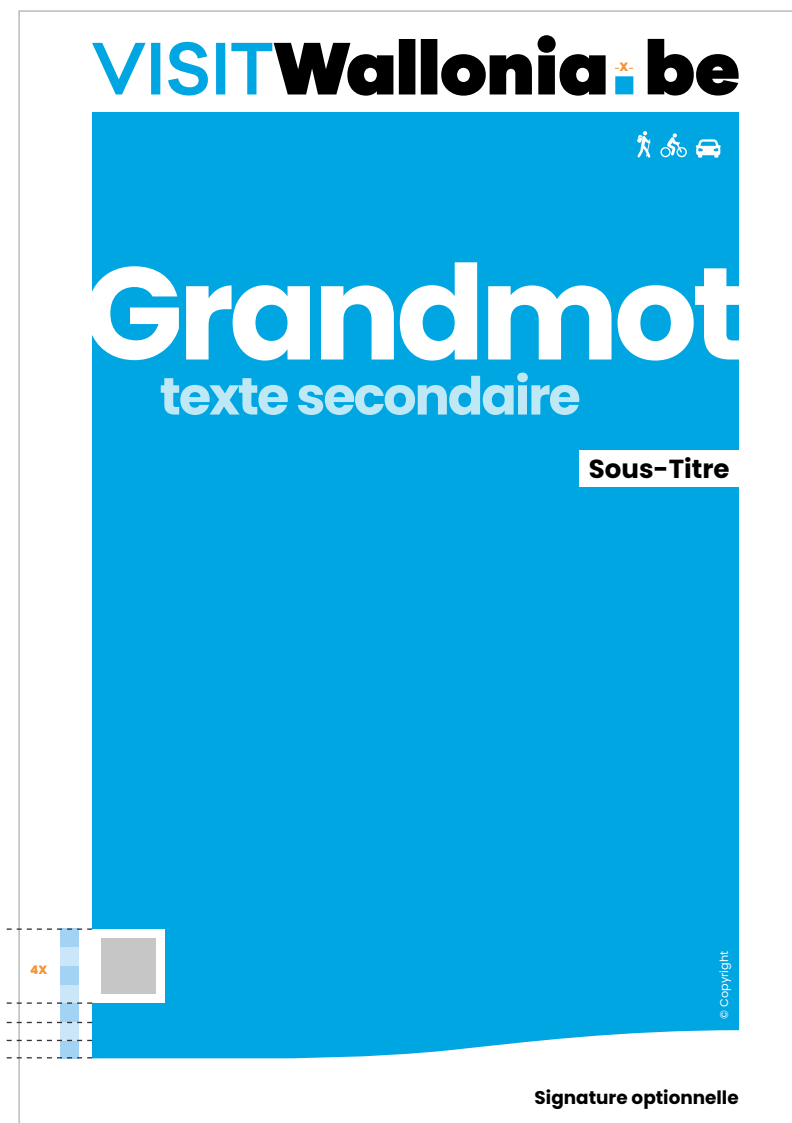
Les logos des partenaires se placent toujours:  
sur un bloc blanc, à gauche de la publication et l'un au dessus de l'autre.

Placement du bloc blanc:

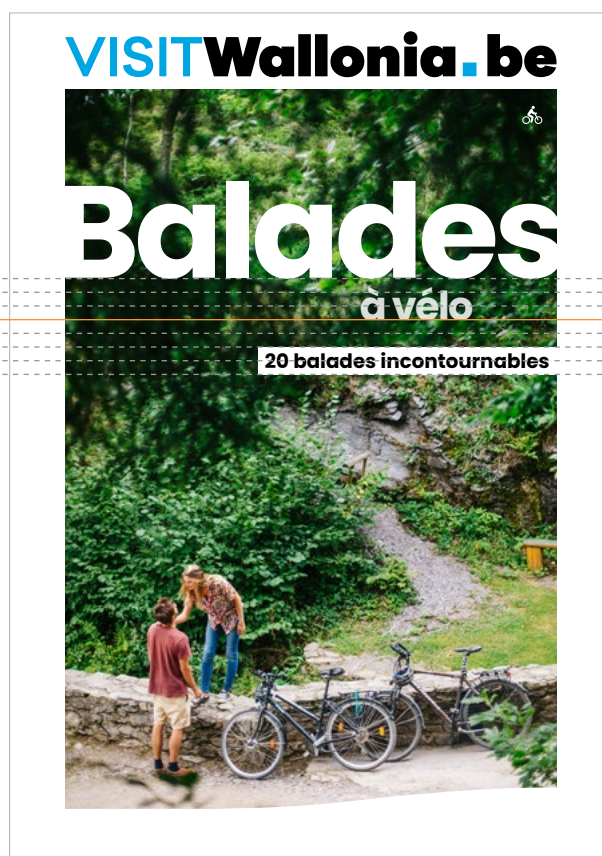
- 3 **X** au dessus de la vague (**X** = Largeur du point)

Hauteur du bloc blanc:

- Si un seul logo est présent, on définit un carré de 4 **X**
- pour chaque logo supplémentaire,  
on ajoute un carré de 3 **X** (ou 4 **X** si nécessaire) par logo à illustrer



## Exemples de construction de covers verticales



## Exemples covers verticales



Téléchargez les templates de supports offline en .indd

## 4.2. Cover horizontale

proportions proches  
des formats DIN (A4, A5,...)

Les règles graphiques sont applicables  
sur les supports offline  
(couvertures de brochures, affiches, annonces,  
publi-rédactionnels,...).

Jusqu'à 10 éléments peuvent être  
présents sur une publication :

1. Le logo,
2. le cadre blanc,
3. la vague de base
4. le double titre,
5. l'éventuel sous-titre,
6. le visuel
7. le copyright
8. le(s) picto(s)
9. la signature ou information optionnelle
10. le(s) logo(s) partenaire(s)



Téléchargez les templates de supports offline en .indd

## 4.2. Cover horizontale

proportions proches  
des formats DIN (A4, A5,...)

### 1 Le logo

Pour placer le logo VISITWallonia.be sur un format horizontal:

1. On importe le logo (zone d'exclusion comprise) dans le sens vertical.
2. On fait ensuite un rotation à 90° du logo, le logo est maintenant correctement placé.

#### X = Largeur du point

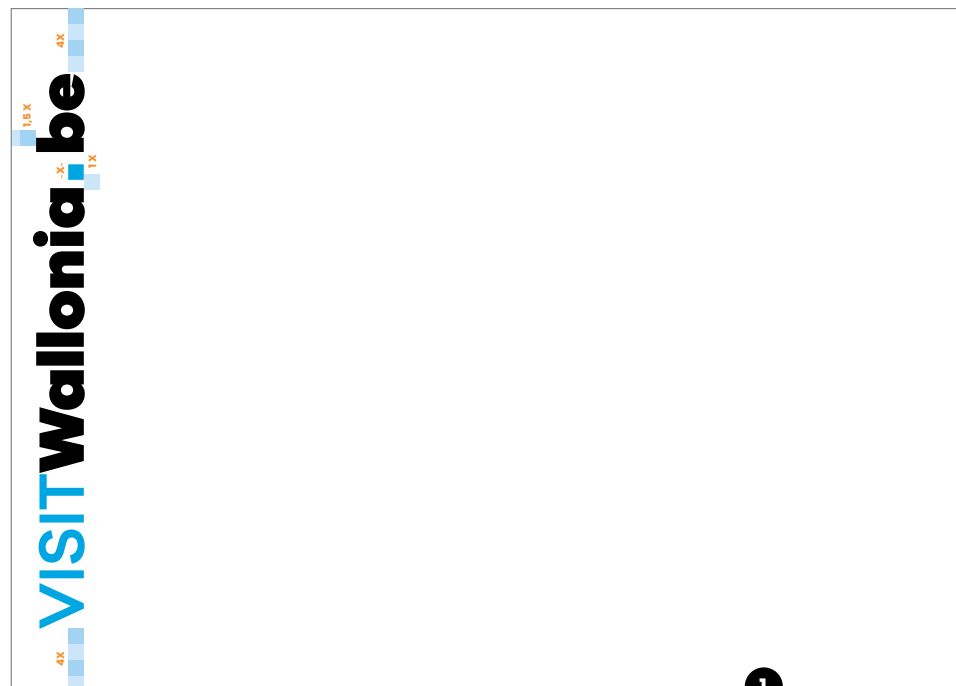
La largeur du point bleu du logo est la base.

Le logo VISITWallonia.be est placé:

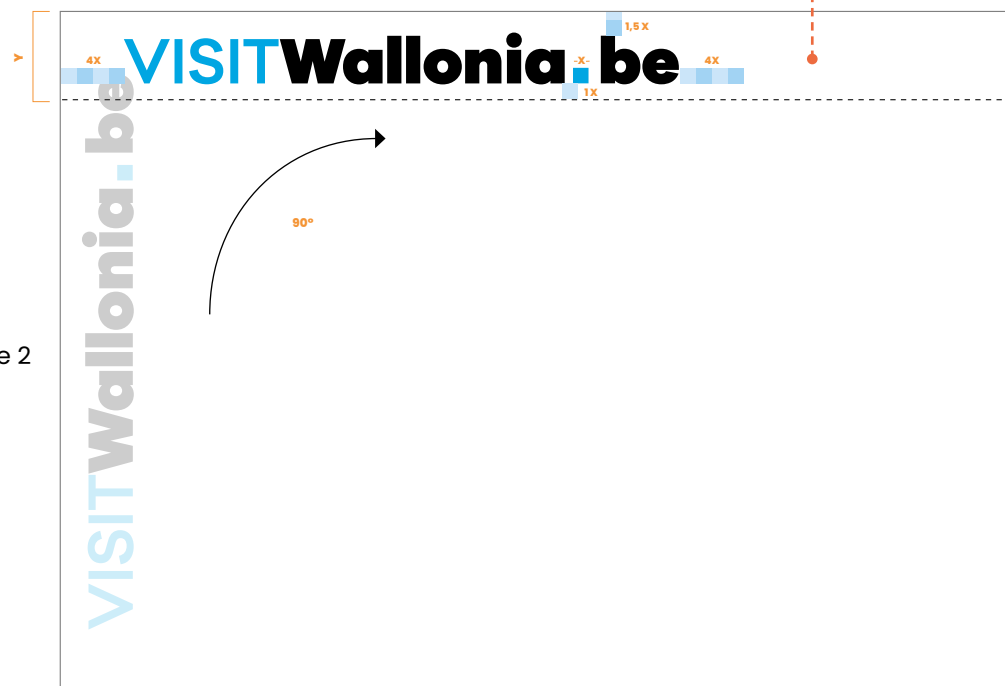
- avec un espace à gauche et à droite de 4 X
- avec un espace en haut de 1,5 X
- avec un espace sous le logo de 1 X

La hauteur Y est maintenant définie.

Etape 1



Etape 2



## 4.2. Cover horizontale

proportions proches  
des formats DIN (A4, A5,...)

### 2 Le cadre blanc

Le cadre blanc correspond à :

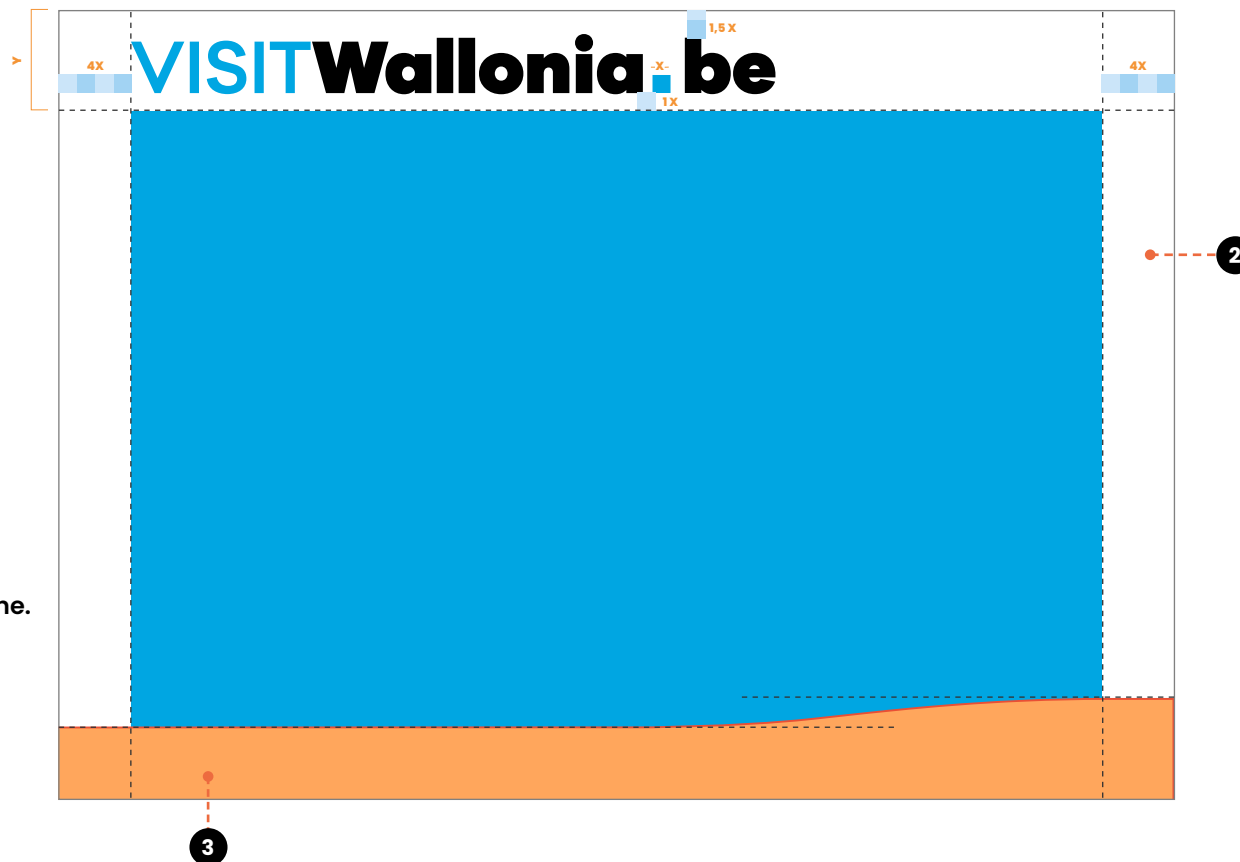
- un espace de 1 **Y** en haut
- un espace de 4 **X** à gauche et à droite

### 3 Placement de la vague de base

La vague de base se place à partir du côté droit.  
La courbe doit relier le côté droit au côté gauche  
de cette manière :

- Côté droit : à 1 **Y** du bas de la page
- Côté gauche : à 4 **X** du bas de la page

**La vague de base NE PEUT PAS être étirée, dans le cas où il faut l'élargir, il suffit de d'ouvrir le bloc de l'import .eps du côté gauche.**



## 4.2. Cover horizontale

proportions proches  
des formats DIN (A4, A5,...)

### 4 Le double titre

Le double titre doit être court et concis.  
La thématique de la publication doit être immédiatement identifiable. Le double titre est composé de 2 niveaux.  
Un **Grand mot** et un **texte secondaire** en plus petit.

Le placement du **double titre** se définit avec la **ligne de base**.  
Cette ligne correspond au placement du texte le plus bas.  
Soit le **Grand mot**, soit le **texte secondaire**, en fonction du titre.  
**Cette ligne se situe à 43% de Z**

#### Le texte secondaire:

Font: Poppins bold

Interlettrage: -40

Hauteur: 2 X (La lettre t est la référence)

Couleur: blanc

Opacité: entre 70% et 95% en fonction de la lisibilité avec le fond.

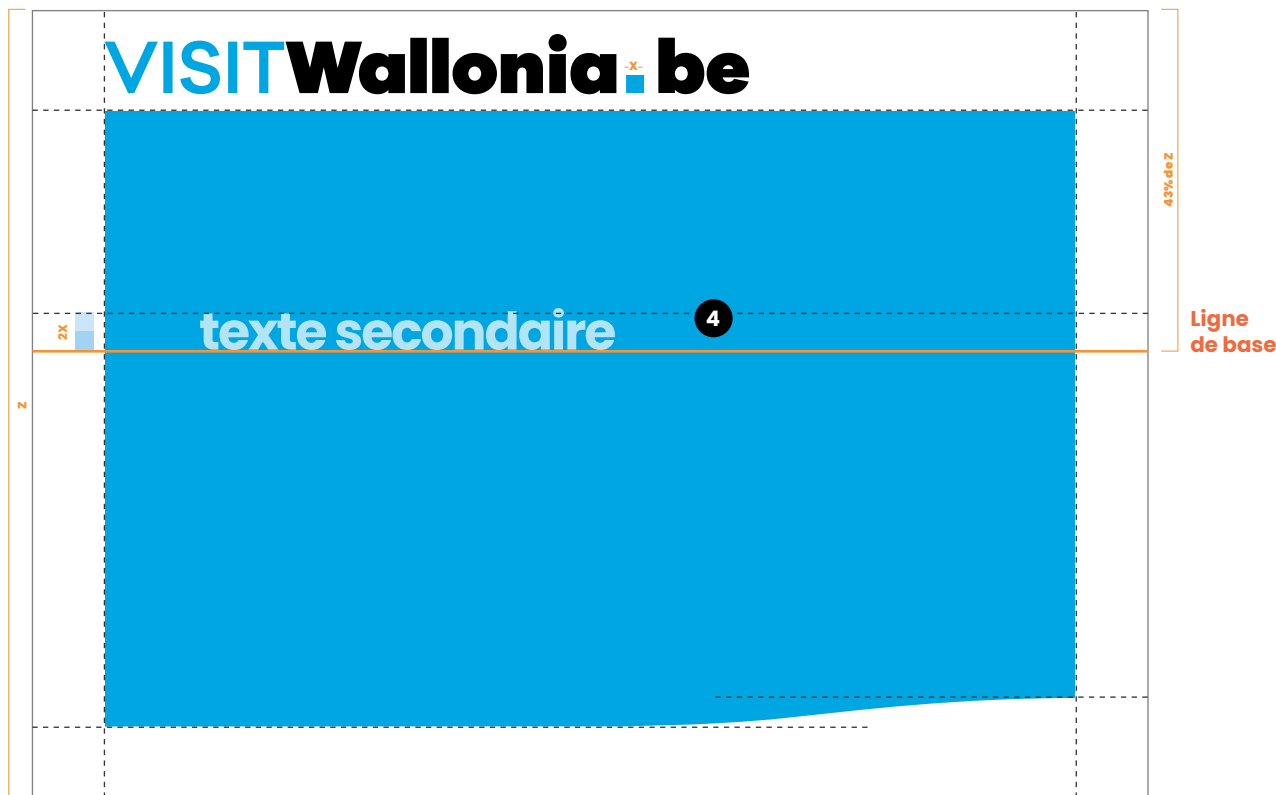
Placement sur la hauteur:

- Sur la ligne de base.
- à 1 X du **Grand mot**  
(si les lettres ne comportent pas de jambage inférieur ou supérieur)
- à 2 X du **Grand mot**  
(si les lettres comportent des jambages inférieurs ou supérieurs qui se superposent)

**ABC** abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Placement sur la largeur:

- Il peut être placé librement de gauche à droite,  
en fonction du texte, mais il n'est jamais collé au cadre.



## 4.2. Cover horizontale

proportions proches  
des formats DIN (A4, A5,...)

### 4 Le double titre

#### Le Grand mot:

Font : Poppins bold

Interlettrage : -40

Taille du mot :

Il ne peut pas dépasser la largeur du visuel,  
et une hauteur équivalente à 12% de **Z**.

Dans le cas où, arrivé à la taille de 12%, il n'occupe pas toute  
la largeur, il sera alors aligné sur la gauche.

Couleur : blanc

Placement sur la hauteur:

- Sur la ligne de base, si il n'y a pas de texte secondaire en  
dessous.

- à 1 **X** du **texte secondaire**

(si les lettres ne comportent pas de jambage inférieur ou  
supérieur)

- à 2 **X** du **texte secondaire**

(si les lettres comportent des jambages inférieurs ou supé-  
rieurs  
qui se superposent)

Placement sur la largeur:

- Il dépasse dans le cadre blanc à gauche et à droite  
à une distance comprise entre 25% et 50% de **X**.

Une lisibilité maximale du premier et du dernier caractère  
doit être garantie.



## 4.2. Cover horizontale

proportions proches  
des formats DIN (A4, A5,...)

### 4 Le double titre

En fonction du titre, le **Grand mot** et le **Texte secondaire** peuvent être inversés.

**La ligne de base est TOUJOURS la référence pour le placement du texte sur la hauteur).**

Voici quelques possibilités:



Le **Grand mot** est au dessus du **texte secondaire**.  
Ils sont espacés de 1 X



Le **Grand mot** est au dessous du **texte secondaire**.  
Ils sont espacés de 1 X



Le **Grand mot** est au dessous du **texte secondaire**.  
Le texte secondaire comporte un jambage inférieur avec le j.

Pour que les mots ne se touchent pas,  
ils peuvent être espacés de 2 X



Dans certains cas, il y a un un **texte secondaire** en dessous et au dessus du **Grand mot**.

Les même règles d'espacement s'appliquent.

## 4.2. Cover horizontale

proportions proches  
des formats DIN (A4, A5,...)

### 5 Le sous-titre

Taille du bloc :

Le bloc du sous-titre a une hauteur de 2 X

Font : Poppins bold

Interlettrage : 0

Taille du texte :

Les marges intérieures du bloc sont 50% de X  
dans les 4 coins, ce qui définit la taille du texte.

Couleur du bloc :

Le bloc est **toujours** blanc.

Couleur du texte :

Le texte est **toujours** noir.

Placement sur la hauteur :

Le bloc est placé à 2 X sous la ligne de base.

Placement sur la largeur :

Le bloc est **toujours** placé sur la droite.



## 4.2. Cover horizontale

proportions proches  
des formats DIN (A4, A5,...)

### 6 Le visuel

Le choix du visuel de couverture est l'élément le plus important de chaque publication.

Ce visuel doit être inspirant, qualitatif et complètement en lien avec le thème de la publication et adapté à la cible.

Pour les couvertures, on privilégie un seul visuel.

Ce visuel doit correspondre à une des techniques photographiques définie dans l'univers iconographique.

Cet univers iconographique est décrit en page XX



## 4.2. Cover horizontale

proportions proches  
des formats DIN (A4, A5,...)

### 7 Le copyright

Font : Poppins regular

Interlettrage : 0

Taille : 6 pt

Couleur : blanc

Placement :

Le copyright est idéalement placé dans le coin inférieur gauche du visuel, en vertical ou en horizontal, avec une marge de 50% de **X**

Dans le cas où c'est impossible de respecter cette règle, il peut être placé dans le coin inférieur droit.

### 8 Le(s) picto(s)

Dans certains cas, des pictos peuvent être utilisés dans les publications.

Taille : 1,5 **X**

Couleur : blanc

Placement :

Marge latérales de 1 **X**

### 9 La signature ou information optionnelle

Dans la majorité des cas, il n'y a pas de signatures sur les covers.

Dans le cas où il faut en intégrer une, ces règles s'appliquent:

Font : Poppins bold

Couleur : noir

Hauteur : 0,7 **X**

Placement:

- Centré verticale sur 4 **X**.

- à 4 **X** du bord droit de la page en horizontal.

Dans le cas où cette signature ou information comporte plusieurs lignes en hauteur, il faut toujours respecter la zone d'exclusion signatures de 1 **X**. La vague peut remonter dans le visuel en fonction de l'espace dont on a besoin.



## 4.2. Cover horizontale

proportions proches  
des formats DIN (A4, A5,...)

### 10 Le(s) logo(s) partenaire(s)

Les logos des partenaires se placent toujours:  
sur un bloc blanc, à gauche de la publication  
et l'un au dessus de l'autre.

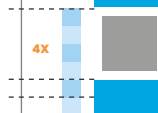
Placement du bloc blanc:

- 2 **X** au dessus de la vague (**X** = Largeur du point)

Hauteur du bloc blanc:

- Si un seul logo est présent, on définit un carré de 4 **X**  
- pour chaque logo supplémentaire,  
on ajoute un carré de 3 **X** (ou 4 **X** si nécessaire) par logo à illustrer.

10



## Exemples covers horizontales



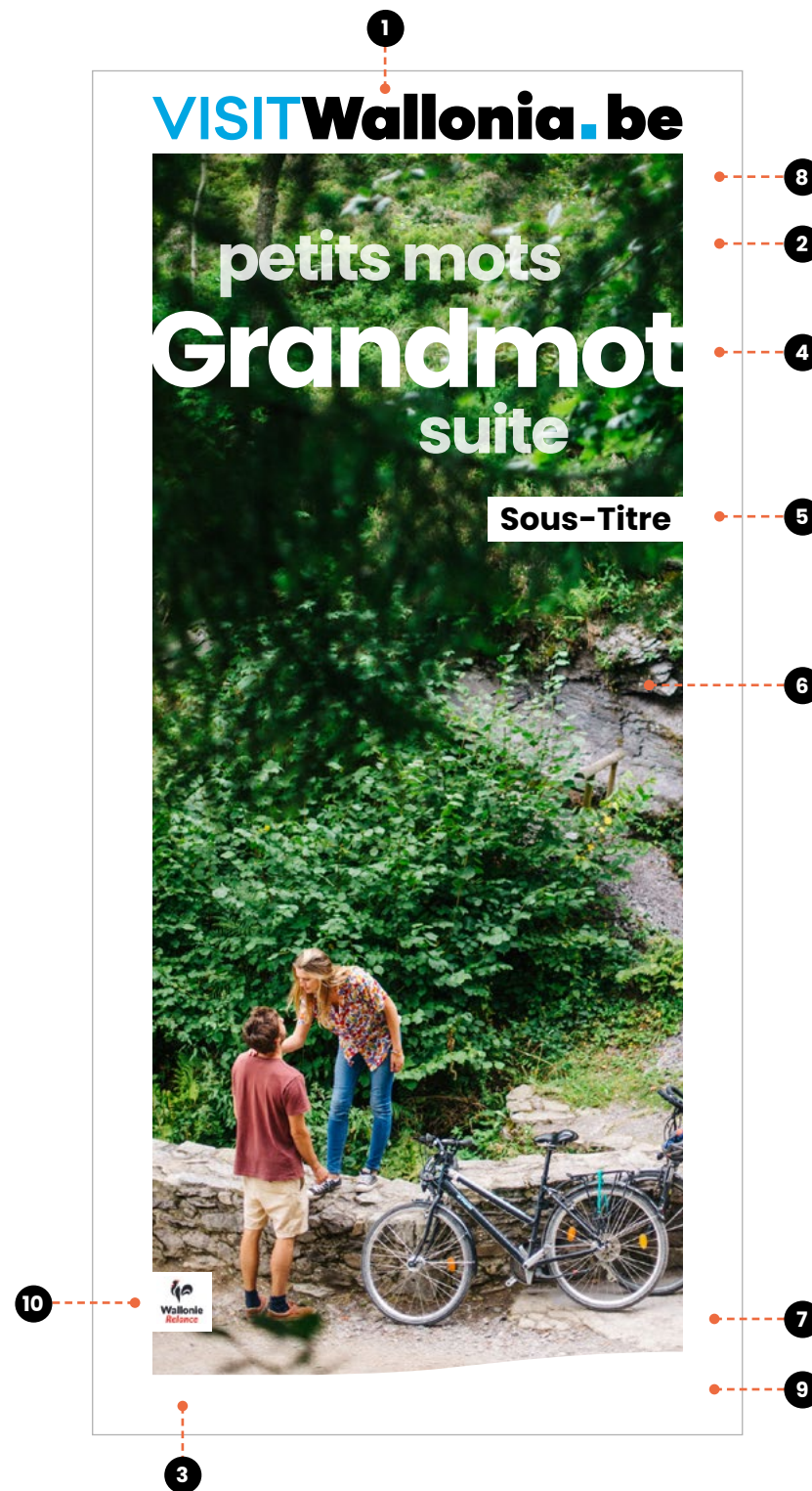
Téléchargez les templates de supports offline en .indd

### 4.3. Formats étroits (type roll-up)

Les règles graphiques sont applicables sur les supports offline (couvertures de brochures, affiches, annonces, publi-rédactionnels,...).

Jusqu'à 10 éléments peuvent être présents sur une publication :

1. Le logo,
2. le cadre blanc,
3. la vague de base
4. le double titre,
5. l'éventuel sous-titre,
6. le visuel
7. le copyright
8. le(s) picto(s)
9. la signature ou information optionnelle
10. le(s) logo(s) partenaire(s)



### 4.3. Formats étroits (type roll-up)

#### 1 Le logo

**X** = Largeur du point

La largeur du point bleu du logo est la base.

Le logo VISITWallonia.be est placé:

- avec un espace à gauche et à droite de 4 **X**
- avec un espace en haut de 1,5 **X**
- avec un espace sous le logo de 1 **X**

La hauteur **Y** est maintenant définie.

#### 2 Le cadre blanc

Le cadre blanc correspond à:

- un espace de 1 **Y** en haut
- un espace de 4 **X** à gauche et à droite

#### 3 Placement de la vague de base

La vague de base se place à partir du côté droit.

La courbe doit relier le côté droit au côté gauche de cette manière:

- Côté droit: à 1 **Y** du bas de la page
- Côté gauche: à 4 **X** du bas de la page

**La vague de base NE PEUT PAS être étirée, dans le cas où il faut l'élargir, il suffit de d'ouvrir le bloc de l'import .eps du côté gauche.**



### 4.3. Formats étroits (type roll-up)

#### 4 Le double titre

Le double titre doit être court et concis.  
La thématique de la publication doit être immédiatement identifiable.  
Le double titre est composé de 2 niveaux.  
Un **Grand mot** et un **texte secondaire** en plus petit.

Le placement du **double titre** se définit avec la **ligne de base**.

Cette ligne correspond au placement du texte le plus bas.  
Soit le **Grand mot**, soit le **texte secondaire**, en fonction du titre.

**Cette ligne se situe à 28% de Z**

#### Le texte secondaire (petits mots):

Font: Poppins bold

Interlettrage: -40

Hauteur: 3 X (La lettre t est la référence)

Couleur: blanc

Opacité: entre 70% et 95% en fonction de la lisibilité avec le fond.

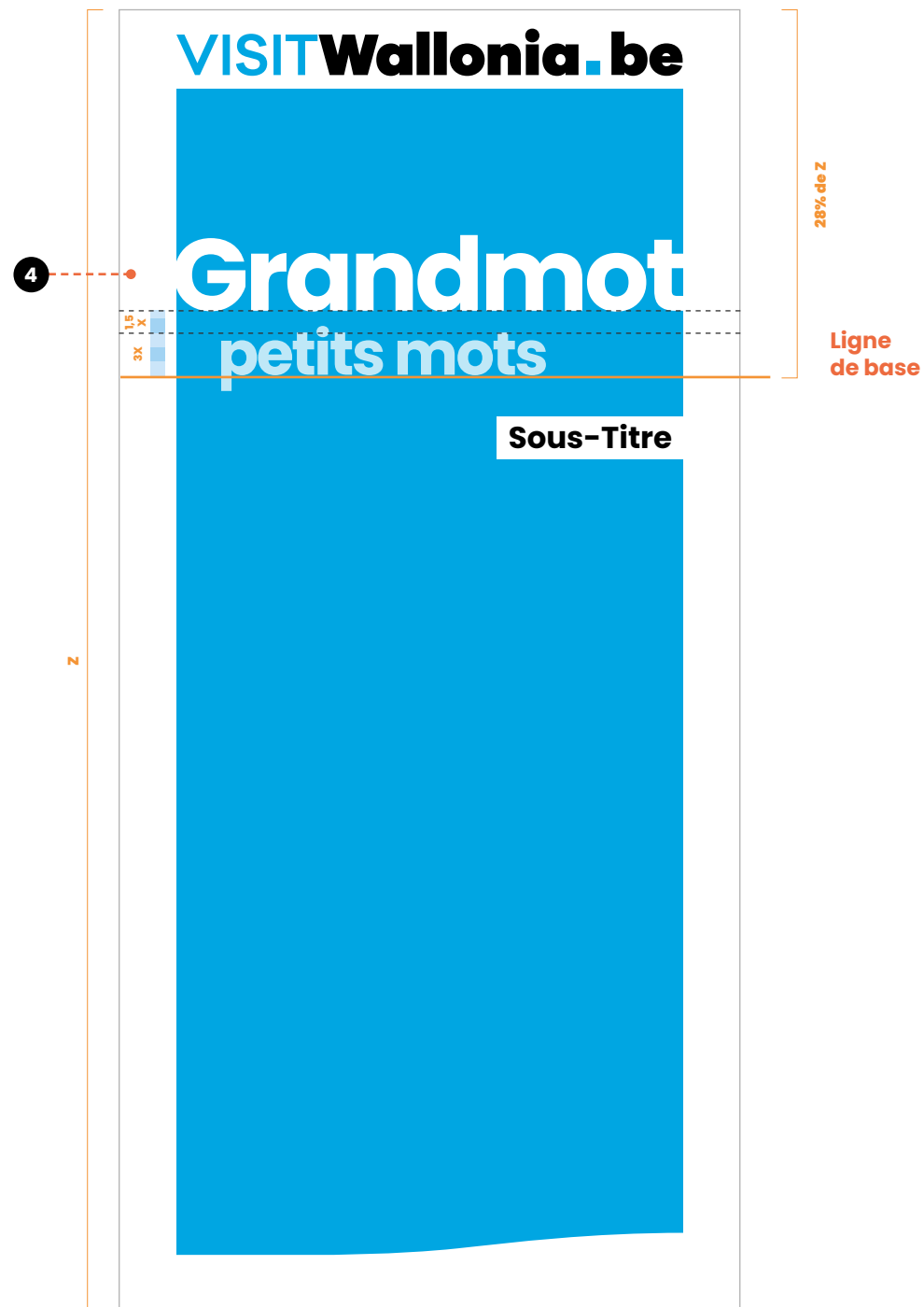
Placement sur la hauteur:

- Sur la ligne de base.
- à 1,5 X du **Grand mot**  
(si les lettres ne comportent pas de jambage inférieur ou supérieur)
- à 2,5 X du **Grand mot**  
(si les lettres comportent des jambages inférieurs ou supérieurs qui se superposent)

ABCabcdefghijkt

Placement sur la largeur:

- Il peut être placé librement de gauche à droite,  
en fonction du texte, mais il n'est jamais collé au cadre.



### 4.3. Formats étroits (type roll-up)

#### 4 Le double titre

##### Le Grand mot:

Font : Poppins bold

Interlettrage : -40

Taille du mot :

Il ne peut pas dépasser la largeur du visuel, et une hauteur équivalente à 10% de **Z**. Dans le cas où, arrivé à la taille de 10%, il n'occupe pas toute la largeur, il sera alors aligné sur la gauche.

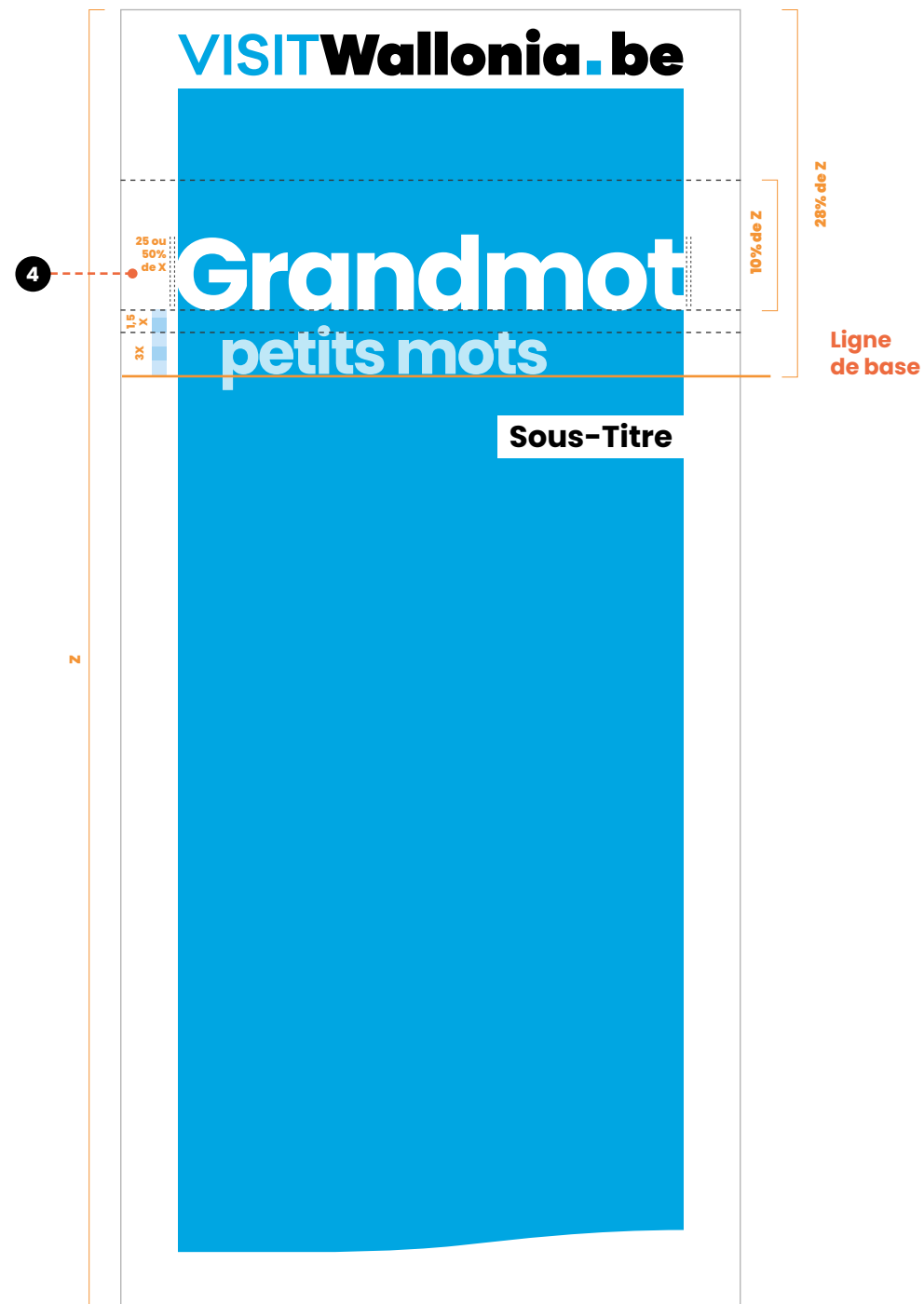
Couleur : blanc

Placement sur la hauteur :

- Sur la ligne de base, si il n'y a pas de texte secondaire en dessous.
- à 1,5 **X** du **texte secondaire**  
(si les lettres ne comportent pas de jambage inférieur ou supérieur)
- à 2,5 **X** du **texte secondaire**  
(si les lettres comportent des jambages inférieurs ou supérieurs qui se superposent)

Placement sur la largeur :

- Il dépasse dans le cadre blanc à gauche et à droite à une distance comprise entre 25% et 50% de **X**. Une lisibilité maximale du premier et du dernier caractère doit être garantie.



### 4.3. Formats étroits (type roll-up)

#### 4 Le double titre

En fonction du titre, le **Grand mot** et le **Texte secondaire** peuvent être inversés.

**La ligne de base est TOUJOURS la référence pour le placement du texte sur la hauteur).**

Voici quelques possibilités:



Le **Grand mot** est au dessus du **texte secondaire**.

Ils sont espacés de 1,5 X

Le **Grand mot** est au dessous du **texte secondaire**.

Ils sont espacés de 1,5 X

Le **Grand mot** est au dessus du **texte secondaire**.  
Le **Grand mot** comporte un jambage inférieur avec le **g**.

Pour que les mots ne se touchent pas, ils peuvent être espacés de 2,5 X

Dans certains cas, il y a un **texte secondaire** en dessous et au dessus du **Grand mot**.

Les mêmes règles d'espacement s'appliquent.

Dans le cas où le **Grand mot** comporte un jambage inférieur (ici le **g**)

Le **Grand mot** peut remonter de 1,5 X ou 2,5 X au dessus de la ligne de base.

### 4.3. Formats étroits (type roll-up)

#### 5 Le sous-titre

Taille du bloc :

Le bloc du sous-titre a une hauteur de 3 X

Font : Poppins bold

Interlettrage : 0

Couleur du bloc:

Le bloc est **toujours** blanc.

Couleur du texte:

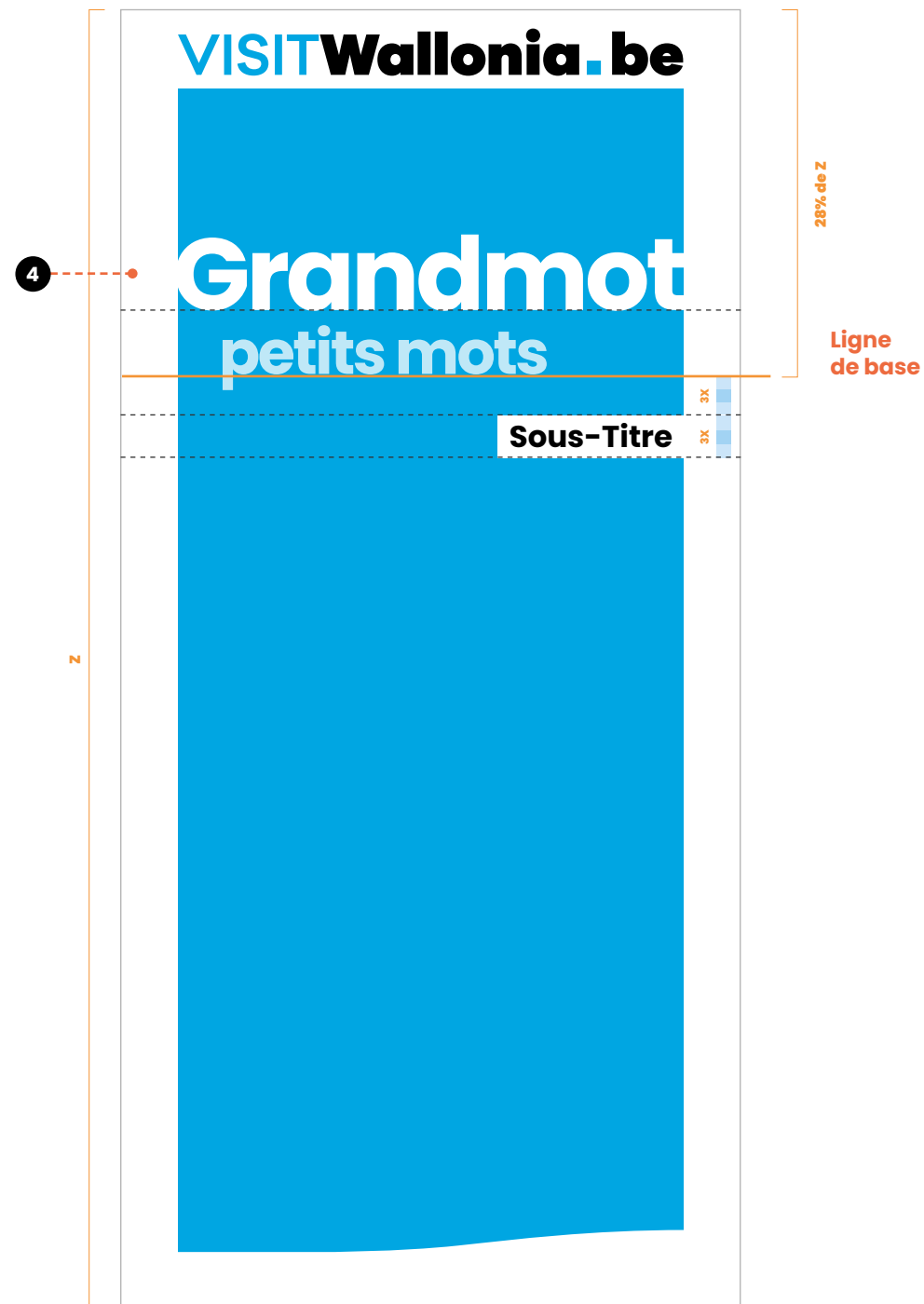
Le texte est **toujours** noir.

Placement sur la hauteur:

Le bloc est placé à 3 X sous la ligne de base.

Placement sur la largeur:

Le bloc est **toujours** placé sur la droite.



### 4.3. Formats étroits (type roll-up)

#### 6 Le visuel

Le choix du visuel de couverture est l'élément le plus important de chaque publication.

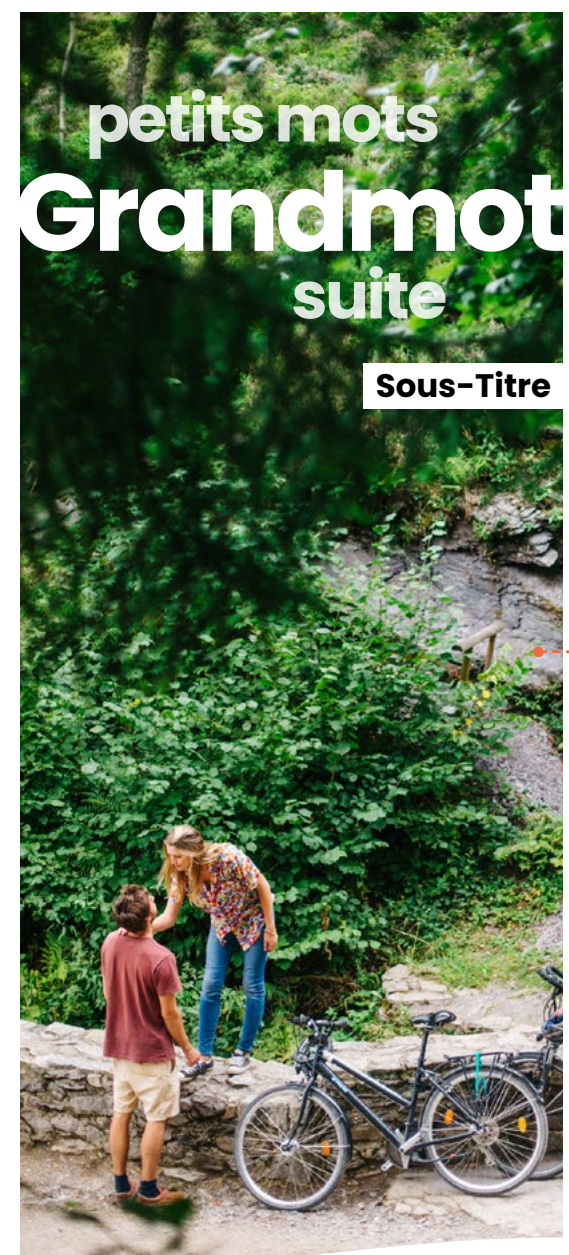
Ce visuel doit être inspirant, qualitatif et complètement en lien avec le thème de la publication et adapté à la cible.

Pour les couvertures, on privilégie un seul visuel.

Ce visuel doit correspondre à une des techniques photographiques définie dans l'**univers iconographique**.

Cet univers iconographique est décrit en page **XX**

VISITWallonia.be



6

### 4.3. Formats étroits (type roll-up)

#### 7 Le copyright

Font : Poppins regular

Interlettrage : 0

Taille : 6 pt

Couleur : blanc

Placement :

Le copyright est idéalement placé dans le coin inférieur gauche du visuel, en vertical ou en horizontal,

avec une marge de 50% de **X**

Dans le cas où c'est impossible de respecter cette règle,

il peut être placé dans le coin inférieur droit.

#### 8 Le(s) picto(s)

Dans certains cas, des pictos peuvent être utilisés dans les publications.

Taille : 1,5 **X**

Couleur : blanc

Placement :

Marge latérales de 1 **X**

#### 9 La signature ou information optionnelle

Dans la majorité des cas, il n'y a pas de signatures sur les covers.

Dans le cas où il faut en intégrer une, ces règles s'appliquent :

Font : Poppins bold

Couleur : noir

Hauteur : 0,7 **X**

Placement :

- à 1,5 **X** du bas de la page en vertical.

- à 4 **X** du bord droit de la page en horizontal.

Dans le cas où cette signature ou information comporte plusieurs lignes en hauteur, il faut toujours respecter la zone d'exclusion signatures de 1 **X**.

La vague peut remonter dans le visuel en fonction de l'espace dont on a besoin.

**VISIT Wallonia.be**

petits mots  
**Grandmot**  
suite

Sous-Titre

8

7

9

0,7 X 1,5 X Signature optionnelle 4 X

### 4.3. Formats étroits (type roll-up)

#### 10 Le(s) logo(s) partenaire(s)

Les logos des partenaires se placent toujours:  
sur un bloc blanc, à gauche de la publication et l'un au dessus de l'autre.

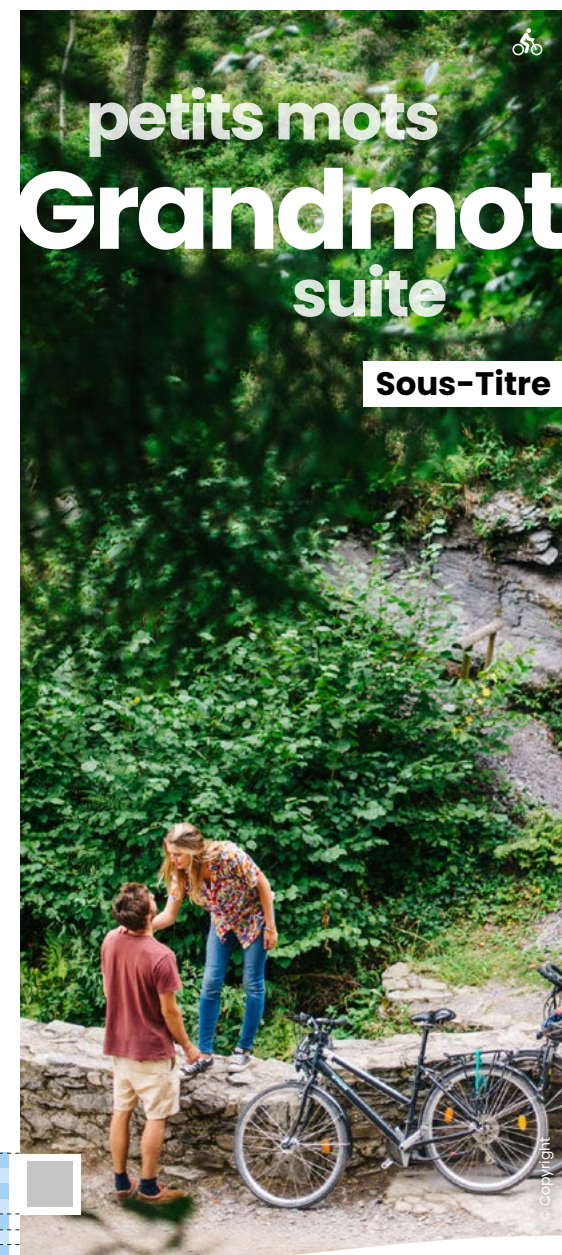
Placement du bloc blanc:

- 3 **X** au dessus de la vague (**X** = Largeur du point)

Hauteur du bloc blanc:

- Si un seul logo est présent, on définit un carré de 4 **X**
- pour chaque logo supplémentaire,  
on ajoute un carré de 3 **X** (ou 4 **X** si nécessaire) par logo à illustrer

VISITWallonia.be



Sous-Titre

10

4x

Signature optionnelle

## Exemples Formats étroits



Téléchargez les templates de supports offline en .indd



# 05.

**Charte graphique pour VISITWallonia.be**  
**Elements graphiques pour supports online**

## 5.1. Banners web

Les règles graphiques sont applicables sur les supports online.

La majorité des templates ont été déclinés et sont téléchargeables, dans le cas où le format n'existe pas encore, il faudra se baser sur le format le plus proche.

Le passe-partout ne sera pas utilisé pour les banners afin de maximiser au mieux l'espace pour les textes et visuels.

Jusqu'à 6 éléments peuvent être présents sur une publication :

1. le double titre,
2. le visuel,
3. le copyright,
4. la vague de base,
5. Le CTA,
6. le logo
7. le contour



Téléchargez les templates des banners web

## 5.1. Banners web

### 1 Le double titre

Le double titre doit être court et concis.  
 La thématique de la publication doit être immédiatement identifiable.  
 Le double titre est composé de 2 niveaux.  
 Un **Grand mot** et un **texte secondaire** en plus petit.

Le placement du **double titre** dans les Banners est libre,  
 Son placement doit garantir au mieux sa lisibilité avec l'image de fond

#### Le Grand mot:

Font : Poppins bold  
 Interlettrage : -40  
 Couleur: blanc

#### Le texte secondaire:

Font: Poppins bold  
 Interlettrage: -40  
 Couleur: blanc  
 Opacité: entre 70% et 95% en fonction de la lisibilité avec le fond.  
 Taille : 50% du Grand mot

Quand le format du banner est trop petit pour mettre un Double titre sur l'image, il sera placé dans la vague.

Pour garantir un maximum de lisibilité, dans certains banniers de petite taille, une seule hauteur de texte sera utilisée.



## 5.1. Banners web

### 2 Le visuel

Le choix du visuel de est l'élément le plus important de chaque publication.

Ce visuel doit être inspirant, qualitatif et complètement en lien avec le thème abordé.

Ce visuel doit correspondre à une des techniques photographiques définie dans l'**univers iconographique**.

Cet univers iconographique est décrit en page **XX**

### 3 Le copyright

Font : Poppins regular

Interlettrage : 0

Taille : entre 6 et 8,5 pt en fonction du format

Couleur : blanc

Placement :

Le copyright est idéalement placé dans le coin inférieur droit du visuel, en vertical ou en horizontal.

Il peut changer de place pour garantir sa lisibilité.

### 4 La vague de base

La vague de base est utilisée uniquement dans les formats verticaux.



Téléchargez les templates des banners web

## 5.1. Banners web

### 5 Le CTA

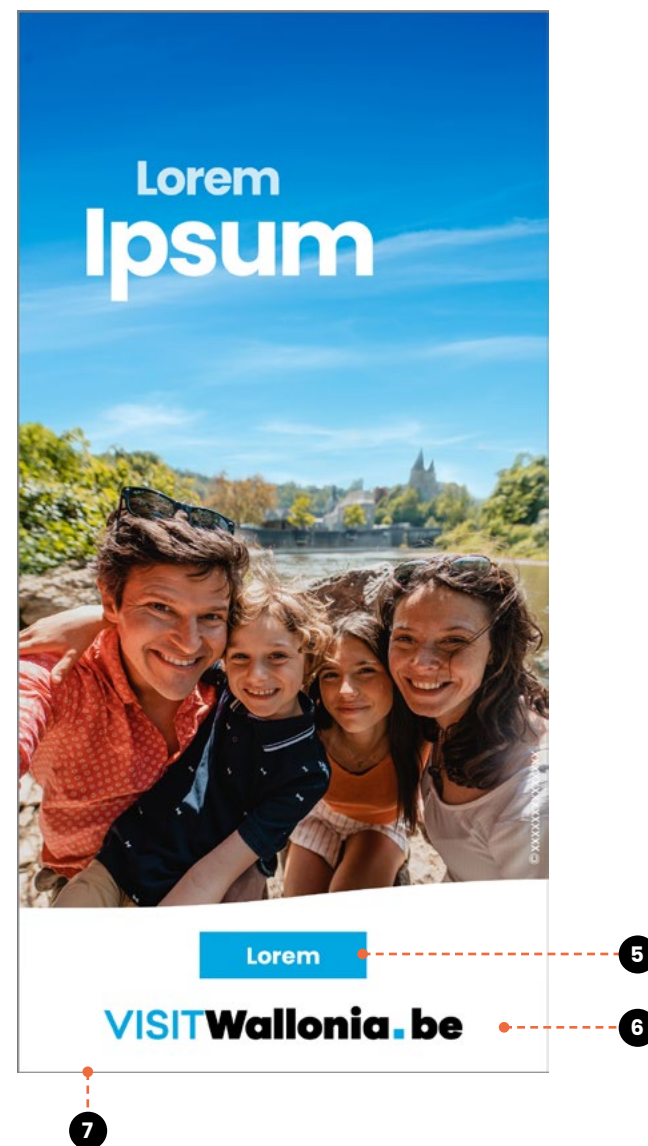
Le CTA est placé dans la vague,  
à l'intérieur d'un rectangle de couleur **BLEU VISITWallonia.be**.  
il doit être court.  
Dans le cas où il implique une action, il devra toujours être  
à l'impératif (ex: Téléchargez, Participez,...)

### 6 Le logo

Le logo est toujours placé sur le fond blanc ou dans la vague.

### 7 Le contour

Taille: 1 pt  
Couleur: noir 50%



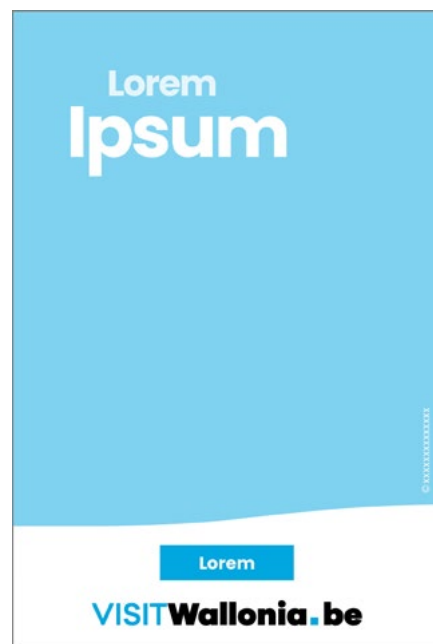
## 5.1. Banners web

### Templates à télécharger

300x250



320x480



120x600



160x600



300x600



Téléchargez les templates des banniers web

## 5.1. Banners web

### Templates à télécharger

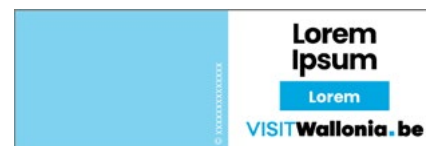
320x50



320x75



320x107



320x150



468x60



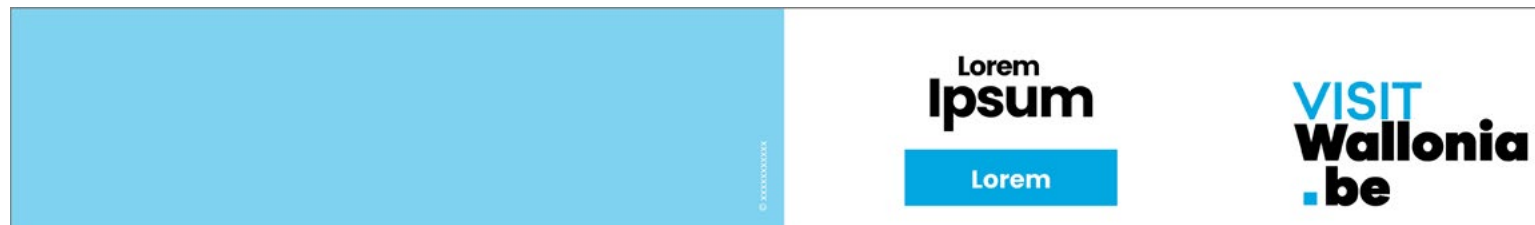
728x90



970x90



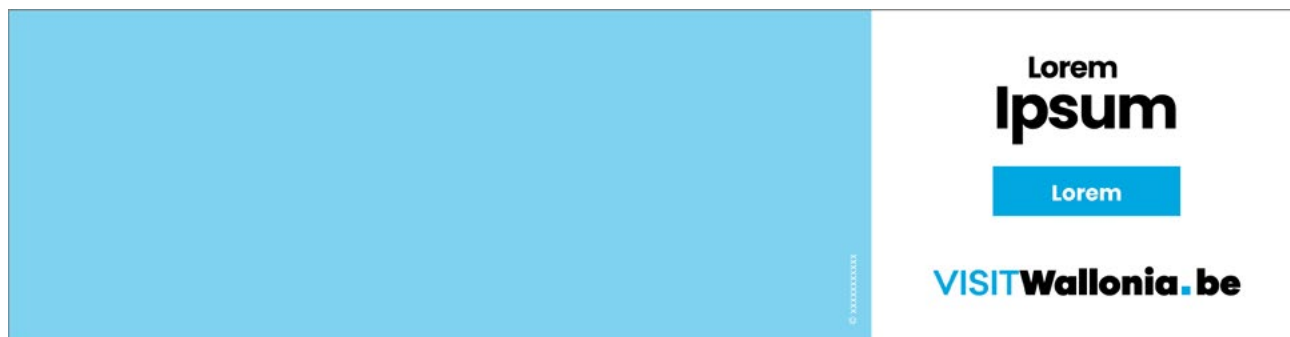
1160x170



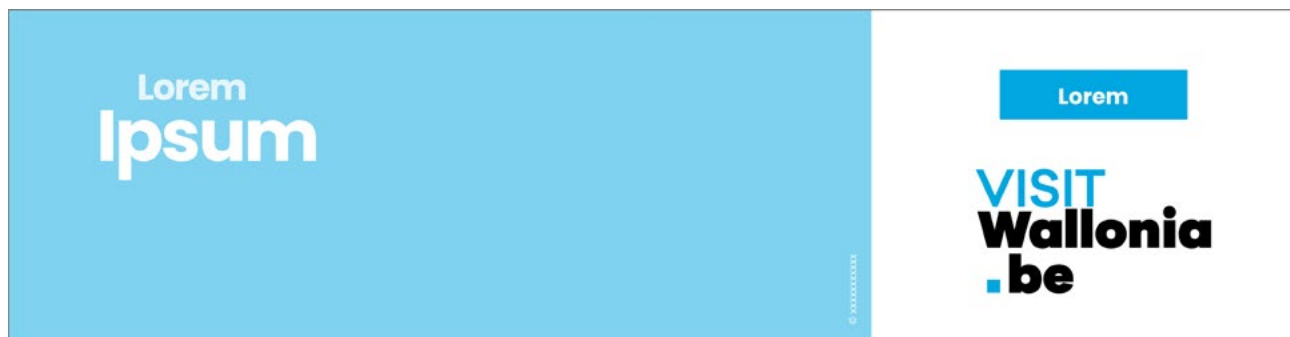
## 5.1. Banners web

### Templates à télécharger

970x250



970x250



Pour ce format, le texte peut également être placé sur le visuel si la lisibilité le permet.



Téléchargez les templates des banniers web

## 5.2. Social Media

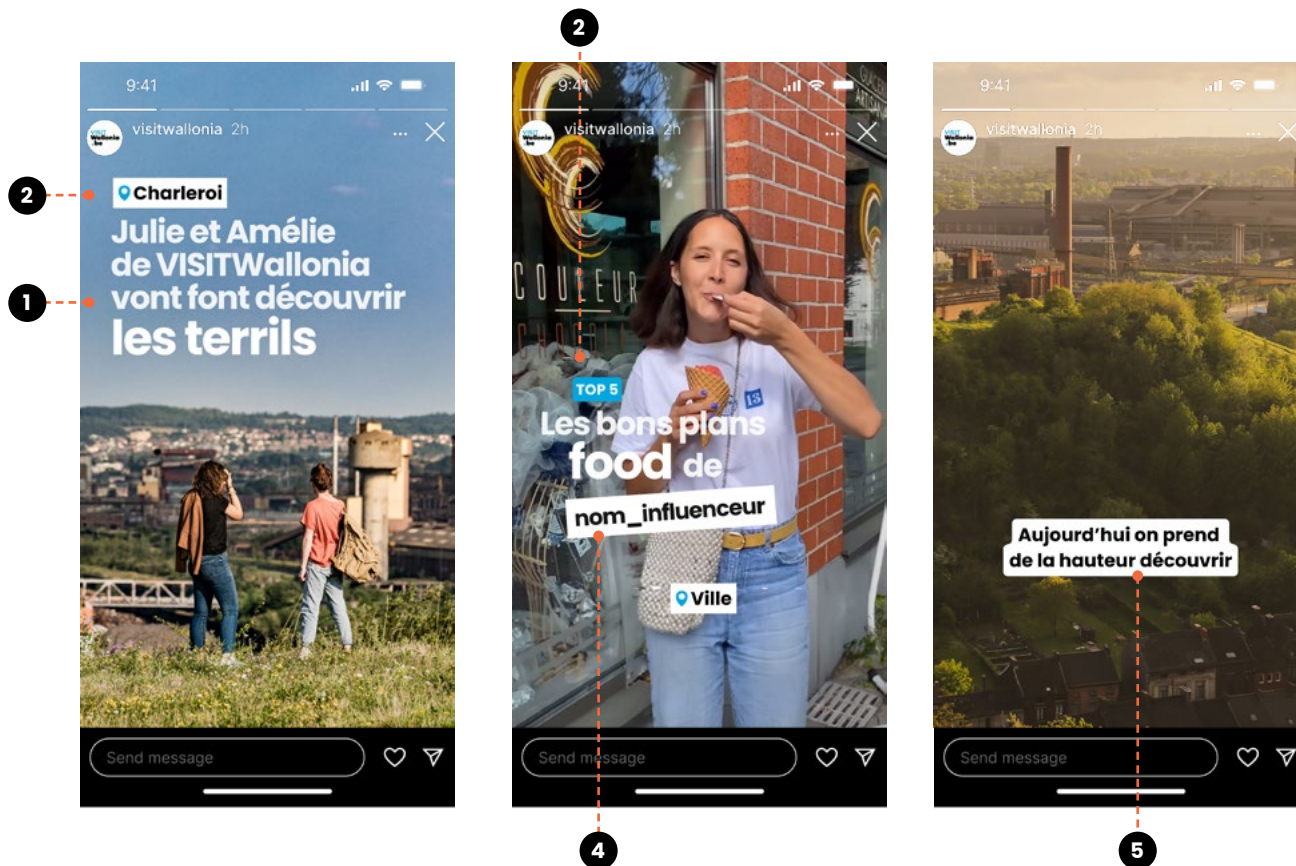
Les règles graphiques sont applicables sur tous les supports Réseaux sociaux.

Afin de conserver une cohérence entre tous les supports, et une véritable identité graphique, On utilisera les même assets pour chaque réseau social.

Éléments graphiques qui peuvent être utilisés:

1. le double titre,
2. le bloc info
3. la localisation
4. les mentions d'un autre compte
5. Les sous-titres

Tous ces éléments sont disponibles dans le compte CANVA de VISITWallonia.be



## 5.2. Social Media

### 1 Le double titre

Le double titre doit être court et concis.

Le double titre est composé de 2 niveaux.

Un **Grand mot** et un **texte secondaire** en plus petit.

Le placement du **double titre** est libre,

Son placement doit garantir au mieux sa lisibilité avec l'image de fond, et doit bien hors placé à l'intérieur des zones de sécurité de chaque réseau.

#### Le Grand mot:

Font : Poppins bold

Interlettrage : -40

Couleur: blanc

#### Le texte secondaire:

Font: Poppins bold

Interlettrage: -40

Couleur: blanc

Opacité: entre 70% et 95% en fonction de la lisibilité avec le fond.

Taille : 50% du Grand mot



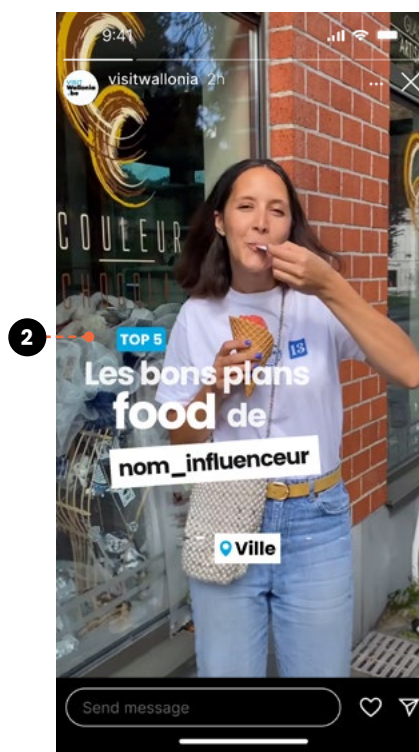
## 5.2. Social Media

### 2 le bloc info

Le bloc info est en blanc dans un bloc bleu avec des bords arrondis.

Ce bloc peut contenir des infos comme les dates, les tops,...

Font : Poppins bold  
Couleur: blanc



## 5.2. Social Media

### 3 La localisation

Le bloc localisation est un bloc blanc aux bords droits. il est toujours composé du PIN de localisation en bleu, et du texte en noir.

Ça peiêtre le nom de la ville, le nom d'un endroit,...

Font : Poppins bold  
Couleur: noir



## 5.2. Social Media

### 4 Les mentions d'un autre compte

Lors d'une collaboration, ou la mention d'un autre compte, le nom est sur un bloc blanc incliné, le nom de l'influenceur est tel qu'il est écrit sur son compte.

Font : Poppins bold  
Couleur: noir



## 5.2. Social Media

### 5 Les sous-titres

Les sous-titres sont en noir sur fond blanc avec des bords arrondis.

Font : Poppins bold  
Couleur: noir

Il faut toujours tenir compte des éléments propre à chaque réseau pour ne pas que le texte passe sous ces éléments.



Aujourd'hui on prend  
de la hauteur découvrir

## 5.2. Social Media

### Exemples carrousel

Une publication réseaux sociaux doit toujours être réfléchi dans sa globalité.

Dans l'exemple du carrousel ci-dessous, chaque information a une utilité bien spécifique.

Le copy post donne un complément d'information, les vignettes comportent juste quelques mots et un visuel pertinent, le CTA et le nom du lieu sont sous la vignette.

9:41

VISITWallonia  
Sponsorisée ·

Et si vous partiez pour un séjour arrosé de bon vin, entre visites d'expositions et de châteaux de prestige, sans oublier des étapes gourmandes ? Découvrez le programme que VISITWallonia vous a concocté.

**Vignobles & châteaux dans le Brabant wallon** 3 jours

**Une nuit au bord du lac** Jour 1

**Un hôtel luxueux** Jour 2

**Une matinée néoclassique** Jour 2

**Une promenade dans les vignes**

**Des créations étoilées**

Escapade en duo En savoir plus

L'Hôtel Martin's Château du Lac En savoir plus

L'Hôtel Martin's Château du Lac En savoir plus

Château de Seneffe En savoir plus

Villers-la-Vigne En savoir plus

Table Benjamin Laborie En savoir plus

952 26 commentaires 67 partages

J'aime Commenter Partager



# 06.

**Prises de paroles par un organisme  
touristique partenaire  
(Maison du Tourisme)**

## 1 Charte du partenaire

Lorsqu'un organisme touristique partenaire prend la parole, il est libre d'exprimer sa charte sur la partie supérieure du visuel.

## 2 Vague VISITWallonia.be

La vague blanche et le logo VISITWallonia.be se situent dans le bas de la publication en signature du visuel.

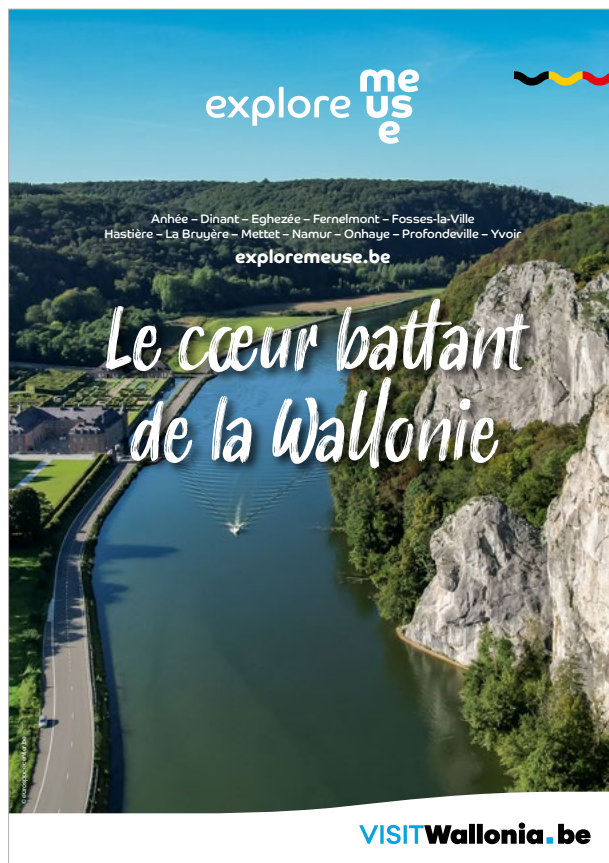
**RIEN D'AUTRE NE PEUT VENIR DANS CETTE VAGUE.**

(pas de superpositions, pas d'autres logos, pas de texte,...)



Téléchargez la vague avec le logo VISITWallonia.be

## Exemples

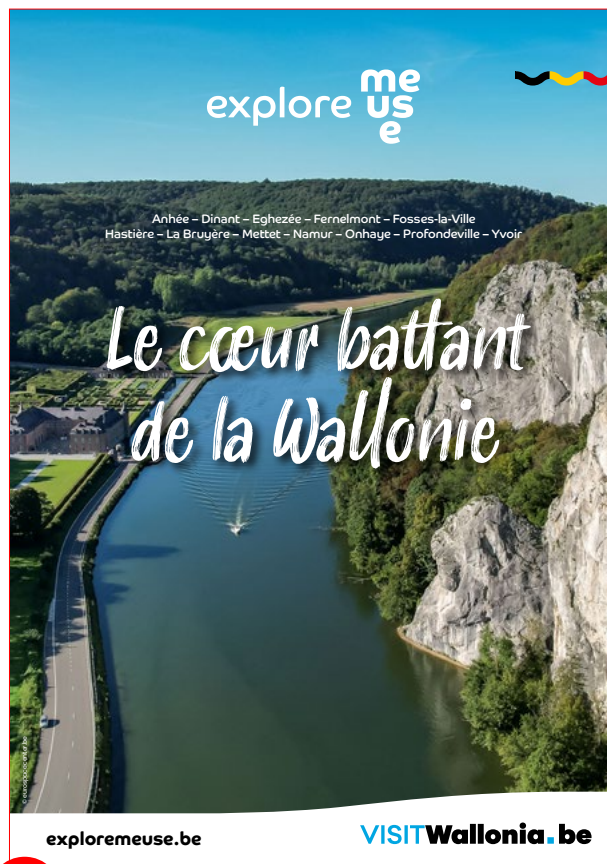


Téléchargez la vague avec le logo VISITWallonia.be

## Don't



Modifier la taille de la vague et du logo.



Insérer du texte dans la vague.



Superposer un élément sur la vague.



Téléchargez la vague avec le logo VISITWallonia.be



07.

**Territoire iconographique**

## Le positionnement « 4 saisons »

Notre destination se profile comme une destination offrant des produits touristiques pour chaque saison de l'année. La communication de [VISITWallonia.be](https://www.visitwallonia.be) s'adapte au gré des saisons avec des visuels qui mettent en avant les produits en phase avec la période de l'année et les attentes des clients. A cette fin, notre médiathèque propose une sélection de visuels saisonniers. Ils sont à découvrir sur : [media.visitwallonia.be](https://media.visitwallonia.be)

