



Délibération n° 23-113 Conseil d'Administration du 30/11/2023

Identité visuelle du CDG 35 création graphique et consultation

Village des Collectivités Territoriales
1 avenue de Tizé - CS 13600 - 35236 THORIGNÉ-FOUILLARD CEDEX - Téléphone 02 99 23 31 00 - Télécopie 02 99 23 38 00 - www.cdg35.fr - E-mail : contact@cdg35.fr

Direction Générale des Services Service Ressources

• Membres en exercice :	35
• Quorum :	18
• Membres présents :	14
• Pouvoirs :	9
• Suffrages exprimés :	23
• Votes POUR :	23
• Votes CONTRE :	0
• Abstentions :	0

Chantal PÉTARD-VOISIN, Présidente, rappelle aux membres du Conseil d'Administration que, dans le cadre des évolutions technologiques et digitales, le CDG 35 s'est engagé par la voie d'un groupement de commande (CDG 29, 35 et 56) dans la refonte de son site internet. L'objectif est de répondre aux attentes des élus et agents territoriaux, sur un socle technique de dernière génération et en phase avec les dernières tendances e-collectivités.

Cette démarche amène aujourd'hui l'établissement à repenser également son identité visuelle.

1. Rendre lisible, visible, irrésistible et fertile

L'identité visuelle doit remplir plusieurs objectifs.

- ▶ Tout d'abord **rendre visible** l'établissement. Dans ce contexte, la fonction signalétique du logotype est extrêmement importante, il doit pouvoir être aussi visible de loin qu'en minuscule sur un écran.
- ▶ Le logo doit **rendre lisible**. Par lisibilité, il faut entendre compréhensible, intelligible. Il s'agit de transmettre de manière claire une connaissance, une information, un message ou une intention. L'action publique se doit d'être lisible. C'est même une obligation démocratique !
- ▶ Il doit évidemment être **irrésistible**. Derrière cette rime en -ible, il faut entendre l'idée qu'un logo doit séduire nos sens par ses qualités esthétiques et visuelles. C'est la composante artistique.
- ▶ Enfin, un logo doit être **fertile**. À la manière d'une graine, il doit posséder les germes de futures utilisations possibles. C'est un signe qui ne révèle pas tout son potentiel du premier regard, et qui pourra nourrir l'inspiration demain, condition *sine qua non* de sa longévité.

Un logo sans déclinaison n'est rien. C'est la charte graphique qui va lui **permettre d'exprimer toute son histoire et lui donner vie**. Un logo doit donc être accompagné d'un langage, d'une grammaire visuelle pour s'exprimer pleinement sur différents supports (web, print...).

2. Véhiculer les valeurs et attraits du CDG 35

Le nouveau logo et la nouvelle charte graphique devront véhiculer les valeurs et les attraits du CDG 35. L'objectif : le développement de sa notoriété et de son attractivité.

Quatre axes sont à retenir :

- ▶ **Attractivité et ouverture** : valoriser l'action des collectivités pour un cadre de vie agréable et responsable, encourager les échanges élus / agents / usagers, favoriser l'intégration de publics éloignés de l'emploi public.

- ▶ **Équité territoriale** : promouvoir un cadre de gestion RH harmonisé et solidaire, accompagner les modernisations sur tout le département, faciliter la transmission des bonnes pratiques par des réseaux dynamiques.
- ▶ **Qualité de vie au travail** : susciter des organisations épanouissantes, faciliter les transitions à mi-carrière, prévenir l'usure professionnelle, réduire les conflits.
- ▶ **Innovation et responsabilité des employeurs publics locaux** : aider les services publics à minorer leur impact social et environnemental (transition numérique, sobriété énergétique, achats locaux...).

Une **démarche participative en interne** devra également être menée afin d'enrichir les réflexions, d'amener à une meilleure compréhension des objectifs par tous et ainsi de développer une stratégie collective renforcée.

Le calendrier de la démarche sera concomitant à celui concernant la refonte du site internet.



Les membres du Conseil d'Administration, après en avoir délibéré, à l'unanimité, par vote à main levée :

ADOPTENT

- **la réalisation d'une étude stratégique menée en lien avec un prestataire extérieur (agence de communication, de graphisme), à travers une consultation via un marché de prestations intellectuelles passé en application des articles L2133-1 et R2123-1 du Code de la commande publique, pour la :**
 - **conception du nouveau logo,**
 - **réalisation de la charte graphique,**
 - **déclinaison en différents supports, modèles prêts à l'emploi (site internet, réseaux sociaux, affiches, flyers...).**

AR-Préfecture de Rennes

035-283503563-20231204-8-DE

Acte certifié exécutoire

Réception par le Préfet : 04-12-2023

Publication le : 04-12-2023



**La Présidente du Centre
de Gestion d'Ille-et-Vilaine,**

Chantal PÉTARD-VOISIN