

COULEURS PRINT ET WEB DU LOGO

Couleur unique (PRINT)



C	95	Pantone
M	65	2728C
J	0	
N	0	

Couleur unique (WEB)



R	55	Hex
V	60	#373cf5
B	245	

TYPOGRAPHIES UTILISÉES

La typographie utilisée pour réaliser le logo de votre CCI est la « Fira Sans Bold »

Vous pouvez la télécharger sur : <https://fonts.google.com/specimen/Fira+Sans>

FIRA SANS BOLD :

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ



Fira Sans Bold
Corps 19pt en majuscule
Interlignage 18pt
Approche -10pt
Justifié à gauche
Exemple en RVB

CONSTRUCTION DES LOGOS CCI

MARGES & PROPORTIONS



Taille de
référence
x/3

La taille de référence est basé sur la
hauteur du pictogramme CCI divisé par 3.

● Taille de 0,5X

CONSTRUCTION DU LOGO

Cette construction est réservée au logo des CCI.

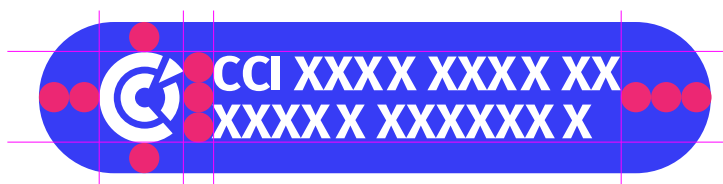
Suivant l'appelation de la CCI, il est possible de composer sur une ligne ou deux lignes :



Version CMJN sur 2 lignes



Version CMJN sur une ligne



Version RVB sur 2 lignes



Version RVB sur 1 ligne



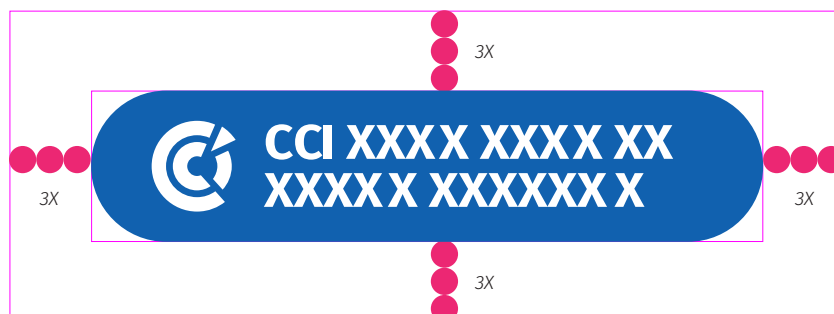
Exemple de version CMJN sur fond de couleur



Exemple de version RVB sur fond de couleur

Zone de protection

Il s'agit de la zone autour du logo à l'intérieur de laquelle aucune image et aucun texte ne peuvent figurer.



TAILLE MINIMUM DU LOGO

La taille des appellations étant susceptible de varier selon les identités, cette taille est toujours indiquée par la hauteur de la capsule.



USAGES INTERDITS DU LOGO

Ne pas changer la typographie



Ne pas utiliser le sigle sans l'appellation complète



Ne pas déformer le logo



Ne pas utiliser sans le cartouche



Ne pas modifier les proportions



Ne pas utiliser sur fond foncé



Ne pas changer les couleurs



Ne pas utiliser l'appellation sans le sigle



Ne pas utiliser le sigle avec une entité



LES MARQUES INTÉGRÉES

La dénomination « Marques intégrées » rassemble l'ensemble des services offerts par les CCI dont elles sont les seules initiatrices. Afin d'appuyer la volonté d'unité du réseau, il est nécessaire d'homogénéiser la présentation de ces services, clarifier leur situation dans la famille des CCI et expliciter le rattachement des marques entre elles. C'est pourquoi coexistent deux sous-échelons de « Marques intégrées », en fonction de leur niveau « d'intégration ».

Lorsque les services sont perçus comme des « Entités internes » :



Pôle développement durable

Lorsque les services sont perçus comme des « Entités externes » :

Observatoire des entreprises



LES ENTITÉS INTERNES

Lorsque les services sont perçus comme des « Entités internes »...

L'ancrage local apparaît en premier niveau de lecture, pour donner force et visibilité à la famille CCI.

L'indication du service est présentée en second niveau de lecture, car elle est directement liée à l'identité de la CCI à laquelle elle appartient.



**Pôle développement
durable**

Construction du logo



Nom de l'entité :

Fira Sans SemiBold

Corps 24pt

Approche 0pt

Interlignage 24pt

Bleu C95 M65 J0 N0

La typographie utilisée pour l'entité interne ou externe est la « Fira Sans SemiBold ».

Utilisation en caractère minuscule exclusivement.

Fira Sans Semibold :

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

LES ENTITÉS EXTERNES

Lorsque les services sont perçus comme des « Entités externes »...

Bien qu'émanant du réseau CCI, certaines entités ont une identité forte et sont perçues comme « externes ». La traduction graphique de cette identité forte consiste à placer en premier niveau de lecture l'appellation de l'entité et, en second niveau de lecture, l'attachement à sa CCI.

Observatoire des entreprises



Construction du logo



Nom de l'entité :

Fira Sans SemiBold

Corps 24pt

Approche 0pt

Interlignage 24pt

Bleu C95 M65 J0 N0

L'ENDOSSEMENT DE MARQUE

Cet endossement s'utilise pour les marques qui n'émanent pas uniquement des CCI, ou bien qui évoluent dans un univers de concurrence nécessitant une identité propre.

Néanmoins, il peut parfois être bénéfique pour les deux entités de rappeler leur lien commun.

Dans ce cas, l'endossement est possible.

Il est relié au logo de la marque par une expression introductive.

Exemples :



Une initiative



Un centre de formation



Il est recommandé de construire les identités sans séparation entre logo de la marque et l'endossement par le réseau.

Néanmoins, si cette logique n'est pas applicable sur certains supports de communication, il est possible, sur une même page ou une même face, de séparer l'endossement du logo de la marque.

Pour chaque utilisation, se référer à la Direction de la Communication compétente.

L'expression de l'endossement est composée avec la typographie Fira Sans SemiBold, en minuscules. Vous trouverez en page suivante une liste d'endossements possibles.

Une école



CCI XXXX

Un équipement



**CCI XXXX XXXX XX
XXXXX XXXXXXXX**

Une école



CCI XXXX

Un équipement



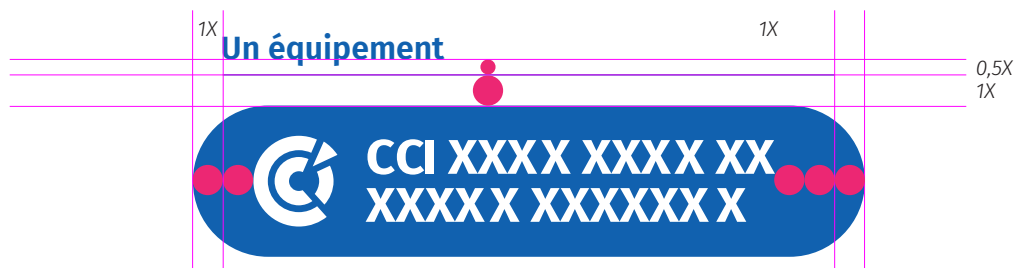
**CCI XXXX XXXX XX
XXXXX XXXXXXXX**

CONSTRUCTION



Taille de
référence
X/3

La taille de référence est basée sur la
hauteur du pictogramme CCI divisée par 3.



Endossement :

Fira Sans SemiBold
Corps 12pt
Approche 0pt
Bleu C95 M65 J0 N0

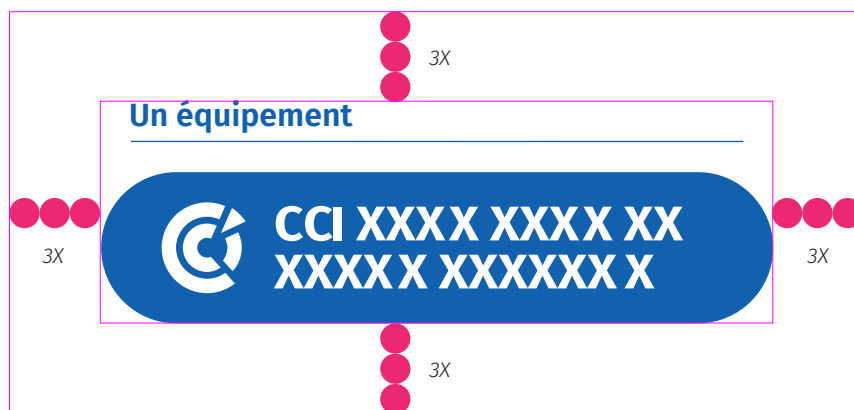
Filet :

Épaisseur 0,5pt
Bleu C95 M65 J0 N0

L'épaisseur du filet ainsi que l'endossement augmente ou diminue proportionnellement avec le logo.

Zone de protection

Il s'agit de la zone autour du logo à
l'intérieur de laquelle aucune image et
aucun texte ne peuvent figurer.



CO-SIGNATURE

En cas de co-signature, le filet se prolonge.
La marge droite entre chaque logos équivaut à 3X.

Un équipement



ENDOSSEMENTS

Voici une liste non-exhaustive d'expression introductive :

Une école

Une société

Une activité

Un institut

Un centre de recherche

Un centre d'orientation

Un service

Un partenaire

Un comité

Une initiative

Un site

De façon générale, il est fortement recommandé de ne pas utiliser d'expression introductive trop longue, pour faciliter la compréhension par les publics.