

Conseils d'entrepreneurs

Charte Graphique de la marque

ABOOLUCE Conseils d'entrepreneurs

L'identité de marque va permettre de soutenir notre positionnement et renforcer notre singularité sur le marché.

La présente charte graphique et d'édition concentre les règles et principes à mettre en œuvre pour une utilisation optimale de l'identité visuelle et de l'image d'ABSOLUCE.

Les éléments constitutifs de cette charte (logotypes, éléments vectoriels et gabarits factices de mises en page illustrant différents supports), lui sont attachés et sont tous disponibles auprès d'ABSOLUCE, aux formats numériques appropriés.

Sommaire

LE LOGOTYPE ABSOLUCE Les couleurs Logo + nom adhérent	4 4 5 6
Exemples de combinaisons Les interdictions	8
LA TYPOGRAPHIE	10
LA COMPOSITION	11
LES COULEURS Les couleurs identitaires Les couleurs services	12 12 13
LE SIGNIFIANT	15
LES SERVICES	16
LES PHOTOS Le style Principe et mise en forme	17 17 18
LES PICTOS	19
LES GRAPHIQUES	21
LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES	22
LA PAPETERIE Entête et suite de lettre Carte de visite	23 23 27
LA BUREAUTIQUE Signature mail Gabarit powerpoint Gabarit word	28 28 30 32
L'ÉDITION Exemples d'éditions Absoluce Exemples d'éditions Adhérents Fiche service Adhérents	34 34 35 36
I F DIGITAL	37

ABSOLUCE

Des règles précises d'utilisation du logotype sont établies afin d'assurer sa cohérence et sa lisibilité sur l'ensemble des supports de communication ainsi que son application optimale selon les contraintes graphiques ou techniques.















Utilisation sur fond de couleur

Lorsque la densité du fond (couleur ou photo) ne permet pas une bonne lisibilité du logo, préférez-le en réserve blanche.

Dans les cas où les éléments pénalisant la lisibilité ne peuvent pas être modifiés, préférez l'installation du logotype dans son espace de protection et sur un fond blanc ou de faible intensité.

Pour les impressions/ supports sous contraintes techniques fortes

Le logo monochrome ou en couleur sans dégradé peut être utilisé.

Espace vital

Le logo ABSOLUCE peut être disposé librement en respectant la zone de protection.

L'espace de protection matérialise la zone à l'intérieur de laquelle il convient d'éviter de perturber la lisibilité du logotype (par du texte, une image ou une couleur de fond peu compatible).

L'espace minimum est représenté par la largeur de lettre «u» du logo.

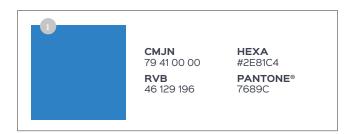
Taille minimale

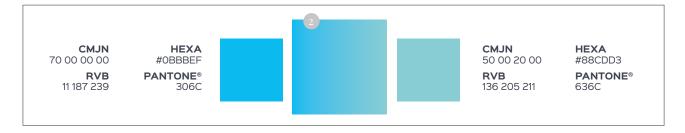
Pour préserver une bonne lisibilité du logo, la taille minimum d'utilisation avec signature est de 25 mm. En deça, il doit être utilisé sans signature et ne pas faire moins de 15 mm.

Les couleurs, la signature et les règles d'usage.

LES COULEURS







ABOLUCE Conseils d'entrepreneurs

La signature "Conseil d'entrepreneurs" porte notre positionnement et révèle 2 dimensions qui nous sont chères :

Cette baseline met l'accent sur le conseil (des conseils expérimentés, avisés). Elle associe les entrepreneurs d'Absoluce faisant cause commune avec ses clients entrepreneurs.

Elle fait écho à notre mission : « aider les entrepreneurs à entreprendre ».

Elle fait également sens auprès des adhérents dont le rôle de conseil et d'expertise est valorisé.

La signature

Cette signature est utilisée en bloc marque sous le logo sur l'ensemble des supports de communication (notamment en édition, en digital et sur les présentations PowerPoint).

Le logo vivra seul dans le cas où la taille ne permet pas sa reproduction / lisibilité (en dessous de 25 mm de large). LOGO + NOM ADHERENT

Les règles pour les logos adhérents sont identiques à celles du logo ABSOLUCE.

ABOOLUCE conseils d'entrepreneurs Le nom de l'adhérent



à gauche



Construction du Logo adhérent

Le nom de l'adhérent est associé au logo ABSOLUCE. Dans les cas les plus courants, il est disposé en-dessous (ferré à gauche). Lorsque les contraintes techniques l'imposent, il peut être disposé à droite (en-dessous ou dans la continuité du logo ABSOLUCE). La lettre «u» permet de calibrer les espaces nécessaires à la construction.



placé à droite centré dans l'axe horizontal du logo ABSOLUCE

La typographie associée

La police utilisée est la **Sinkin Sans 300 light**. Le nom de l'adhérent s'écrit en haut ou bas de casse, selon qu'il s'agit d'initiales, d'un acronyme ou d'un nom spécifique. La couleur est le bleu profond du logo ABSOLUCE.





Initiales: en haut de casse



ABOOLUCE

conseils d'entrepreneurs

Un nom spécifique

Acronyme : en haut de casse

Nom spécifique : Capitale et bas de casse

LE LOGOTYPE

LOGO + NOM ADHERENT

Les règles pour les logos adhérents sont identiques à celles du logo ABSOLUCE.

ABOOLUCE Le nom de l'adhérent



ABOOLUCELe nom de l'adhérent.







Utilisation sur fond de couleur

Lorsque la densité du fond (couleur ou photo) ne permet pas une bonne lisibilité du logo préférez-le en réserve blanche.

Dans les cas où les éléments pénalisant la lisibilité ne peuvent pas être modifiés, préférez l'installation du logotype dans son espace de protection et sur un fond blanc ou de faible intensité.

Pour les impressions/ supports sous contraintes techniques fortes

Le logo monochrome ou en couleur sans dégradé peut être utilisé.

Espace vital

Le logo adhérent peut être disposé librement en respectant la zone de protection

L'espace de protection matérialise la zone à l'intérieur de laquelle il convient d'éviter de perturber la lisibilité du logotype (par du texte, une image ou une couleur de fond peu compatible).

L'espace minimum est représenté par la largeur de la lettre «u» du logo.

Taille minimale

Pour préserver une bonne lisibilité du logo, la taille minimum d'utilisation avec signature est de 25 mm. Le nom de l'adhérent correspond alors à un corps de 8,7 pt.

LE LOGOTYPE

EXEMPLES DE COMBINAISONS

Le nom de l'adhérent respectera toujours les mêmes règles, sauf dans le cas d'un nom très long.



Pour des raisons d'équilibre et d'intégration, le nom de l'adhérent ne doit pas aller au-delà des **2 tiers** de la longueur du logo **ABSOLUCE**.

Dans le cas d'un nom long, il est nécessaire de réduire le corps de la police à cette limite.



LES INTERDICTIONS

Les logotypes ABSOLUCE et adhérents ne doivent en aucun cas être modifiés. Les erreurs à éviter, les plus fréquentes, sont illustrées ci-dessous.







Ne pas changer les couleurs





Ne pas changer la police de caractère



Ne pas changer les proportions (sauf nom trop long voir page 8)



Respecter une bonne lisibilté



Être vigilant à ne pas déformer



Ne pas incliner





Ne pas déplacer le nom de l'adhérent à gauche ou au-dessus du logo

LA TYPOGRAPHIE

POLICES DE CARACTÈRES

Tout comme notre logotype ou nos couleurs, la typographie participe à la construction de notre territoire d'expression. Nous avons choisi de doter notre marque d'une typographie principale : la **Sinkin Sans**.



PRINCIPALE

SINKIN SANS

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 æ ä à 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 Æ Ä À ÏÎÖÔŒÛÜO123456789 & \$ € ¥ * : ; « » %

aA aA aA aA aA aA aA aA

SECONDAIRE

Playfair Display

aA aA aA

BUREAUTIQUE

SEGOE UI

aA aA aA

La manière d'écrire ABSOLUCE

Dans un texte courant sur des supports à destination externe, ABSOLUCE s'écrit **toujours en majuscules** pour être cohérent avec sa version logotypée et renforcer sa visibilité.

Les typographies secondaires

En complément de notre typographie principale, la **Sinkin Sans** (famille complète), des typographies secondaires sont proposées.

La typographie utilisée pour les textes en apparté ou légende est la **Playfair Display**.

Ces deux typographie sont compatibles pour le digital (site web).

Pour la bureautique, la typographie utilisée est la **Segoe UI** (présentation Powerpoint, email, document Word).

L'ensemble des polices est disponible auprès d'Absoluce.

LA COMPOSITION

LE PRINCIPE

La manière de composer la typographie (le respect de la hiérarchie, les proportions, les respirations) participe à véhiculer les valeurs de la marque.

Saepissime igitur mihi de amicitia cogitan maxime illud consider.

SAEPISSIME IGITUR MIHI DE AMICITIA COGITAN MAXIME ILLUD.

Saepissime igitur mihi de amicitia cogitanti maxime illud considerandum videri solet, utrum propter imbecillitatem atque inopiam desiderata sit amicitia, ut dandis recipiendisque meritis quod quisque minus per se ipse percipiuntur saepe qui simulatione amicitiae coluntur et observantur temporis causa, in amicitia autem nihil fictum est, nihil simulatum et, quidquid est, id est verum et voluntarium.posset, id acciperet ab alio vicissimque redderet, an esset hoc quidem proprium amicitiae, sed antiquior et pulchrior et magis a natura ipsa profecta alia causa.

amicitia nominata est, princeps est ad benevolentiam coniungendam. Nam

SAEPISSIME
IGITUR MIHI DE
AMICITIA COGITAN
MAXIME ILLUD
CONSIDER.





EXEMPLES DE HIÉRARCHIE

- 1 Sinkin sans 600
- 2 SINKIN SANS 500
- 3 Sinkin sans 400
- 4 Playfair Display italic
- 5 Playfair Display regular
- 6 Sinkin sans 400

Nos couleurs constituent un signal de reconnaissance au-delà du logotype.

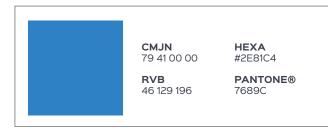
LES COULEURS IDENTITAIRES

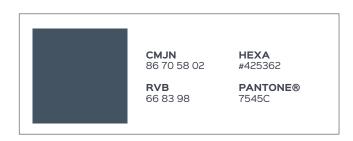
Les couleurs identitaires

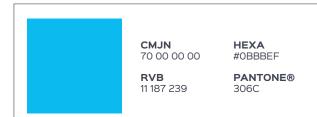
Elles sont issues des 3 couleurs du logotype : un bleu profond et soutenu qui vient renforcer le statut de la marque, ponctué d'un dégradé bleu/ vert en harmonie pour symboliser la force tranquille, l'expertise.

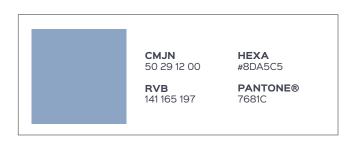
Les couleurs d'accompagnement

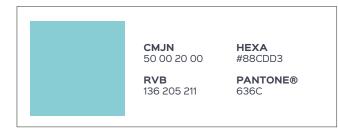
s'articulent autour de ces nuances.









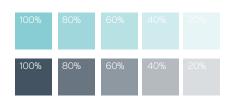




Toutes les tonalités de gris et de couleurs ABSOLUCE peuvent être utilisées afin de faciliter les intégrations (pour le digital par exemple).

EXEMPLES

100%	80%	60%	40%	
100%	80%	60%	40%	



100%	80%	60%	40%	
100%	80%			

LES COULEURS

LES COULEURS SERVICES

Des couleurs ont été définies pour les déclinaisons services et produits ABSOLUCE. Elles contribuent à l'impact et à la reconnaissance de marque au travers de ses offres packagées.

COULEURS
DÉCLINAISONS En aplat ou en dégradé
SERVICES

Toutes les tonalités de couleurs peuvent être utilisées.

LES CAMAIEUX



LES COULEURS

LES COULEURS SERVICES

COULEURS DÉCLINAISONS SERVICES

En aplat ou en dégradé

LES CAMAIEUX



LE SIGNIFIANT

Ce «s» qui jaillit de la marque ABSOLUCE symbolise la cohésion et l'engagement du réseau. Symbole fort du logo, il en est extrait pour renforcer le territoire de marque.



L'expression graphique du «S» fait écho au lien et à l'infini. Le «S» issu du logotype fonctionne de manière transversale sur les différents supports de communication institutionnels et commerciaux. Un code de reconnaissance fort est ainsi créé. Le graphisme du «S» est présent sur tous les supports éditoriaux.

La mise en couleur varie selon les supports.



Voir pages 13/14



EXEMPLES D'UTILISATIONS

EN CADRAGE



















EN PLEINE PAGE, AVEC DÉGRADÉ PROGRESSIF









Afin de faire vivre de manière cohérente notre nouvelle identité et renforcer le poids de la marque ABSOLUCE, les offres sont logotypées.

LES PACKS

PACK **COMPTABILITÉ**

PACK **PAYE**

PACK

CONSOLIDATION

LES SERVICES

PAY LUCE PAY +

PAY LUCE 360°

PAYLUCE

PAYLUCE

PAYLUCE 360°

EXEMPLES

PACK **AUDIT**



COMMISSARIAT AUX APPORTS

AUDIT CONTRACTUEL



PATRI LUCE 360°

PACK CRÉATEUR CRÉA LUCE 360° Le nom «PACK» étant en dénominateur commun sur l'ensemble des offres, il sera en **Sinkin sans light**, quant à la dénomination qui l'accompagne elle sera en **Sinkin Sans SemiBold**.

Selon les supports et les contraintes techniques, le corps peut varier entre les deux mots.

Les services seront en totalité en **Sinkin sans Bold**.

Afin d'aider à la reconnaissance et la lecture, ils seront composés soit en passant à la ligne ou en jouant avec les camïeux de leur propre gamme.



Voir pages 13/14

LES PHOTOS

LE STYLE

Les images soutiennent notre personnalité de marque et la perception de notre marque comme «SMART : intelligente et élégante».

PHOTOS HUMAINS EXEMPLES



















Nos images montrent des personnes dans des situations quotidiennes et dans un environnement contemporain. Elles illustrent l'expertise et la proximité des entrepreneurs ABSOLUCE mais aussi les clients dans leur environnement, toujours sereins et satisfaits.

PHOTOS MÉTIERS

EXEMPLES













Les images combinent pertinence, esthétique et curiosité avec une référence claire aux secteurs d'affaires, produits ou services liés à ABSOLUCE.

LES PHOTOS

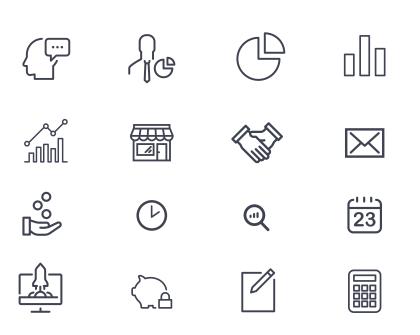
PRINCIPE ET MISE EN FORME



PICTOS À USAGE PRINT ET DIGITAL

Il existe 4 catégories de pictos : Identification, navigation, action, social média.

IDENTIFICATION





Ces icônes facilitent l'identification.

Concevoir des icônes pour qu'elles soient claires et assez simples pour être comprises sans aucun texte descriptif.

- Identifier quelque chose rapidement.
- · Choisir entre différentes options.
- · Identifier des services.

Plus pratique qu'illustrative

Nos icônes sont conçues pour être utilisées de façon pratique plutôt qu'illustrative.

Par «pratique», nous entendons permettre à un utilisateur d'identifier une rubrique sur un support imprimé, de naviguer sur un site Web ou une application, afin qu'il puisse prendre une action spécifique.

Par «illustrative» nous entendons ajouter une caractéristique décorative ou stylistique.

Pour un attribut conceptuel ou l'expression d'un sentiment, il est souhaitable d'utiliser une illustration avec un style déterminé ou une photographie.

LES PICTOS

PICTOS À USAGE PRINT ET DIGITAL

NAVIGATION



Navigation

Ces icônes sont utilisées pour naviguer sur des outils digitaux. Ce sont des symboles universels.

ACTION



Action

En cliquant sur ces icônes, l'utilisateur effectue une action spécifique, par exemple en téléchargeant ou en marquant quelque chose.

SOCIAL MEDIA













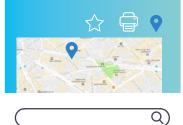


Média / Réseaux

Pour se distinguer des 3 autres catégories, les pictos Média et Réseaux Sociaux seront toujours dans un cercle plein ou en filaire.

EXEMPLES D'UTILISATIONS











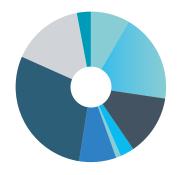
LES GRAPHIQUES

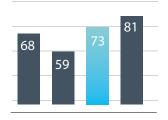
Les graphiques contribuent et soutiennent les codes nécessaires à la reconnaissance de la marque ABSOLUCE.



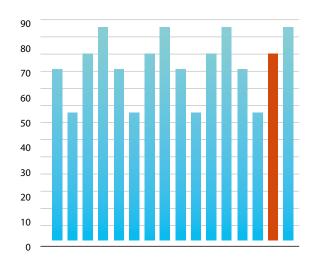
GraphiquesPrivilégier les formes simples dans

Utiliser en majorité les couleurs identitaires. Les zones nécessitant d'être remarquées seront mises en





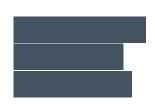


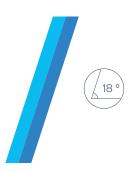


LES ELÉMENTS GRAPHIQUES

En complément du signifiant fort du «S», les formes ci-contre enrichissent les supports de communication et éditoriaux.

COMPOSANTS GRAPHIQUES







Saepissime igitur mihi de amicitia cogitanti maxime illud considerandum videri

Le tiret

permet simplement et efficacement de pointer du contenu et susciter l'intérêt astucieusement.

ABOOLUCE Le nom de l'adhérent





Les doubles bandes de couleurs inclinées

permettent de dynamiser les mises en page et ainsi accentuer l'air de famille ABSOLUCE.

Selon le support, elles peuvent être en aplat ou en produit dégradé. L'épaisseur et la longueur sont variables selon l'effet souhaité.

Saepissime igitur mihi de amicitia





Les blocs textes

En référence au «E» du logo, ils permettent de valoriser des titres ou des sous-titres.

LA PAPETERIE

ENTETE DE LETTRE ABSOLUCE GROUPEMENT

Papeterie

La typographie utilisée sur les papiers entête est la **Sinkin Sans** et celle utilisée dans les documents Word est la **Segoe UI**.



35, avenue de Friedland - 75008 PARIS +33 (0)1 85 09 08 70

contact@absoluce.net www.absoluce.net



LA PAPETERIE

ENTETE DE LETTRE ADHÉRENT



A C o n LO

Laure Laure Foncti Laurence Duponcormaho Laurence Duponcormaho Métier 1

zone logo adhérent

6, rue du lorem ipsum - 00000 LOREM +33 (0)0 00 00 00 00 contact@ipsum.net www.siteweb.fr

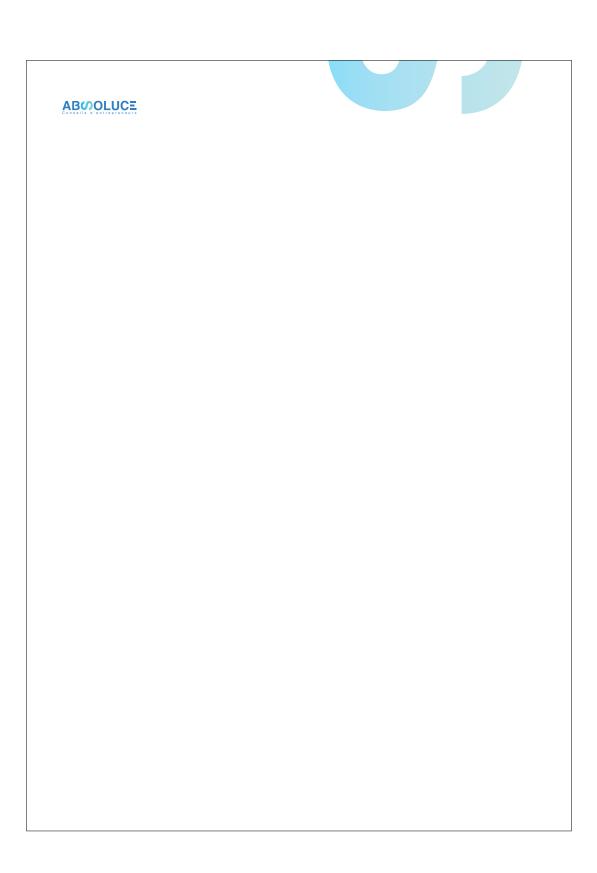


zone logo adhérent 6, rue du lorem ipsum - 00000 LOREM +33 (0)0 00 00 00 00

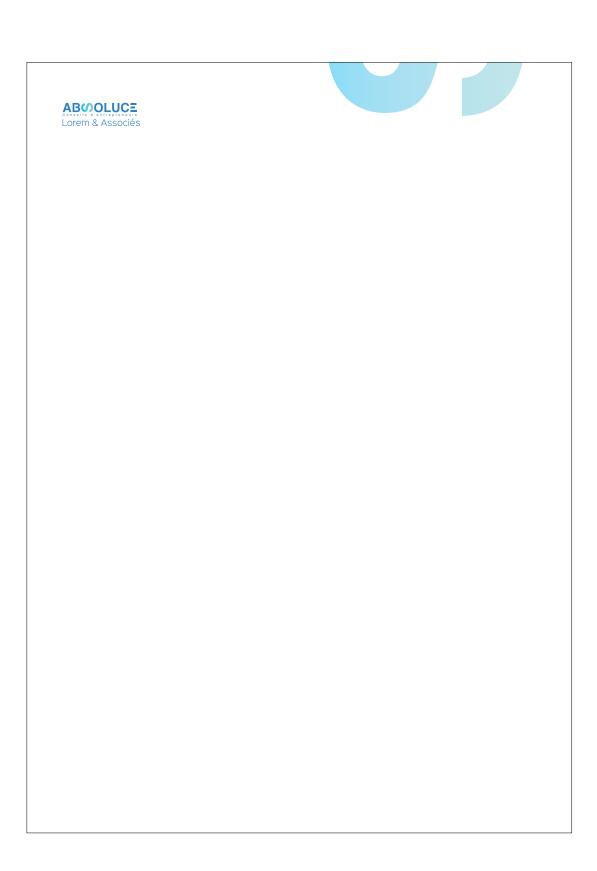
contact@ipsum.net www.siteweb.fr



SUITE DE LETTRE ABSOLUCE



SUITE DE LETTRE ADHÉRENT



LA PAPETERIE

CARTE DE VISITE ABSOLUCE ET ADHERENT La typographie utilisée sur les cartes de visite est la **Sinkin Sans**.



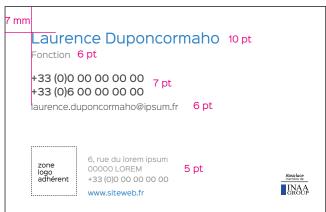
EXEMPLES ABSOLUCE





EXEMPLE ADHÉRENT





SIGNATURE MAIL **ABSOLUCE**

Les textes de la signature mail sont rédigés en Arial.

VERSION «STANDARD»

Laurence Dupontcormaho

Directrice de la communication

+33 (0)1 00 00 00 00 +33 (0)6 00 00 00 00



Les versions «Standard» et «Premium» nécessitent un format **HTML**.

Ce message et toutes les pièces jointes sont confidentiels et/ou couverts par le secret professionnel et transmis à l'intention exclusive de ses destinataires. Toute modification, édition, utilisation ou diffusion non autorisée est interdite.

VERSION «PREMIUM»

Laurence Dupontcormaho

Directrice de la communication

- +33 (0)1 00 00 00 00 +33 (0)6 00 00 00 00
- Suivez-nous sur



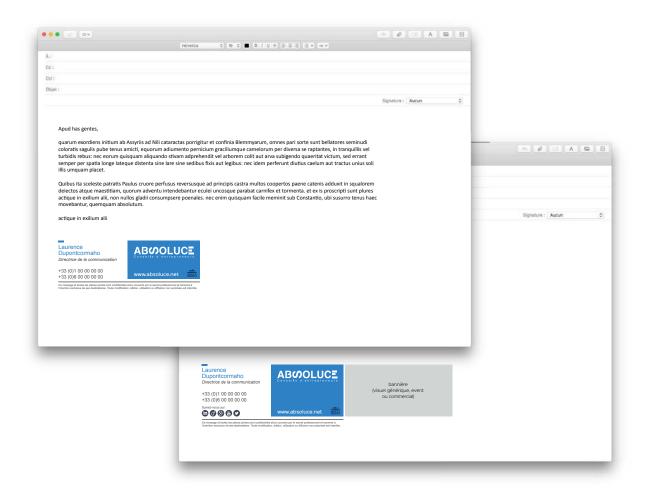






bannière (visuel générique, event ou commercial)

Ce message et toutes les pièces jointes sont confidentiels et/ou couverts par le secret professionnel et transmis à l'intention exclusive de ses destinataires. Toute modification, édition, utilisation ou diffusion non autorisée est interdite



SIGNATURE MAIL ADHÉRENT Les textes de la signature mail sont rédigés en **Arial**.

VERSION «STANDARD»

Laurence Dupontcormaho

Directrice de la communication

+33 (0)1 00 00 00 00 +33 (0)6 00 00 00 00





un format **HTML**.

Les versions «Standard»

et «Premium» nécessitent

Ce message et toutes les pièces jointes sont confidentiels et/ou couverts par le secret professionnel et transmis à l'intention exclusive de ses destinataires. Toute modification, édition, utilisation ou diffusion non autorisée est interdite

VERSION «PREMIUM»

Laurence Dupontcormaho

Directrice de la communication

- +33 (0)1 00 00 00 00
- +33 (0)6 00 00 00 00





ABOOLUCE

Consolis d'entrepreneurs

Le nom de l'adhérent

www.siteweb.fr

bannière (visuel générique, event ou commercial)

Ce message et toutes les pièces jointes sont confidentiels et/ou couverts par le secret professionnel et transmis à l'intention exclusive de ses destinataires. Toute modification, édition, utilisation ou diffusion non autorisée est interdite.

VERSION «SIMPLIFIÉE»



Laurence
Dupontcormaho
Directrice de la communication

- +33 (0)1 00 00 00 00
- +33 (0)6 00 00 00 00

logo adhérent

Ce message et toutes les pièces jointes sont confidentiels et/ou couverts par le secret professionnel et transmis à l'intention exclusive de ses destinataires. Toute modification édition utilisation ou diffusion non autorisée est interdite

Cette version «Simplifiée» utilise un format **WORD**.

GABARIT POWERPOINT

Les textes des PowerPoint sont rédigés en **Segoe UI**.

EXEMPLE DE COUVERTURE ABSOLUCE



Couverture

Nos couvertures peuvent s'exprimer avec ou sans photo. Couverture générique ou qualifiée. Gabarit au format standard 4/3 (soit 254 x 190,5).





EXEMPLE DE COUVERTURE ADHERENT



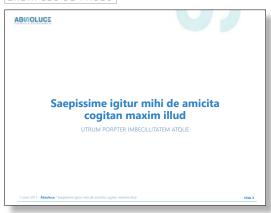


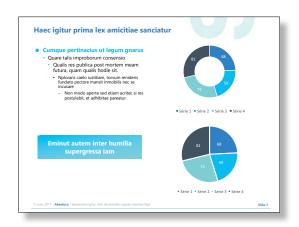
GABARIT POWERPOINT

Pages intérieures

Veillez à ce que vos pages soient majoritairement composées sur fond blanc. Ceci permet une meilleure gestion des impressions bureautique.

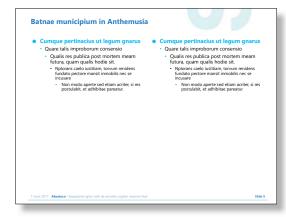
EXEMPLES DE PAGES



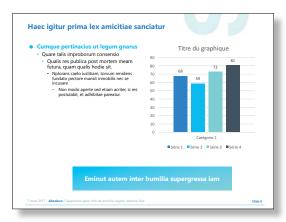


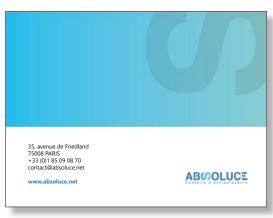












GABARIT WORD

Les textes des gabarits Word sont rédigés en Segoe UI.



Couverture

De la même manière que les compositions PowerPoint, nos couvertures peuvent s'exprimer avec ou sans photo. Préférez les compositions sur fond blanc.



- USUTPARE

 Dumque bi diu moratur commeatus opperiens, quorum translationem ex Aquitania werni imbres solito crebriores prohibebant auctique torrentes, Herculanus advenit.

 Constantinopolim ut supra retrulimus, populari quondam turbela discerpti, quo verissime referente quae Gallus egerat, darmis super praeteritis maerens et fluturorum timore suspensus angorem animi quam diu potuit emendabat.
- Soleo saepe ante oculos ponere, idque libenter crebris

Soleo saepe anteo ocutos pomere, reque reserva usurpare Cyprum tidem insulam procul a continenti discretam et portuosam inter umicipia crebra urbes duae faciunt claram Salamis et Paphus, altera lovis delubris altera Veneris templo insignis, tanta autem tamque multiplic fertilit abundat reum onnium aedem Cyprus st rullius teatem indigens adminicul indigenis viribus a fundamento ipso carinae ad supremos usque carbasos aedificet onerantina mavem ominibusque armamentis instructam mair comm

CAS PARTICULIER



Dans le cas spécifique d'un outil bureautique ne traitant pas correctement les dégradés, utilisez les solutions alternatives ci-contre intégrant le logo et les éléments graphiques sans dégradés.

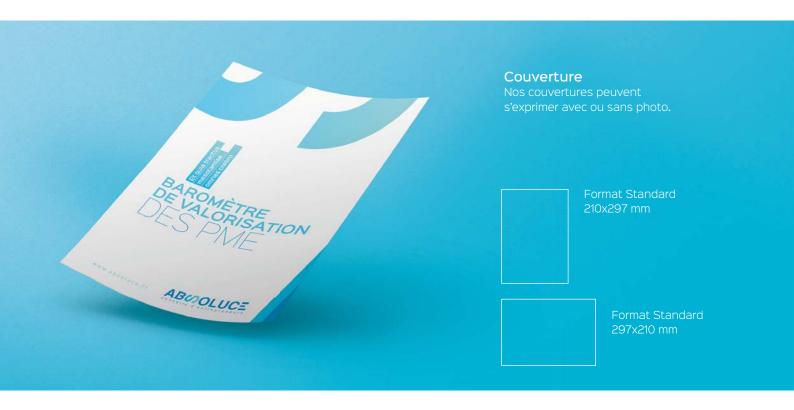
EXEMPLES





L'ÉDITION 34

EXEMPLES D'ÉDITIONS ABSOLUCE



EXEMPLE DE COUVERTURES

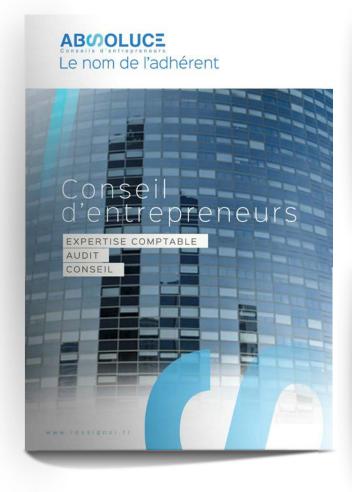


L'ÉDITION

EXEMPLES D'ÉDITIONS ADHÉRENTS



EXEMPLE DE COUVERTURES







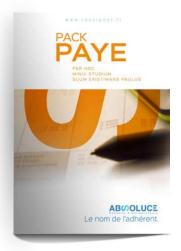


L'ÉDITION

FICHE SERVICE ADHÉRENTS



EXEMPLE DE FICHES SERVICES (R° V°)

















Dans une ambiance épurée, élégante et moderne, l'expérience digitale ABSOLUCE doit être fluide, vivante et sereine à la fois.

EXEMPLES DE SITE WEB



faciliter la navigation.

soit sur le site du groupe ou celui de l'adhérent.

Appliquez des respirations dans la mise en forme afin de susciter de l'intérêt et de l'attachement.

Hiérarchisez et utilisez des messages clés forts pour valoriser votre professionalisme et créer une ambiance de confiance.

Le moyen le plus clair de catégoriser nos icônes est leur utilisation: identification, navigation, action et réseaux.

EXEMPLES GRAPHIQUES





d'entrepreneurs

Charte Graphique de la marque

