

learn
build
share

bioforce

BRAND BOOK

bioforce.fr





PARTIE 1 - PLATEFORME DE MARQUE

- Vision
- Mission
- Ambition
- Positionnement
- Manifeste
- Socle d'action
- Approche

PARTIE 2 - IDENTITÉ DE MARQUE

- Logo
- Couleurs
- Typographie

PARTIE 3 - TERRITOIRE DE MARQUE

- Édition
- Web
- Applications

Plateforme de marque





NOTRE VISION

NOUS CROYONS À UN MONDE OÙ LES BESOINS DES PERSONNES AFFECTÉES PAR LES CRISES SERONT COUVERTS PAR DES PROFESSIONNELS ENGAGÉS, QUI APPORTERONT UNE AIDE ADAPTÉE ET DE QUALITÉ.

NOTRE MISSION

NOUS SOMMES UNE ORGANISATION HUMANITAIRE QUI INTERVIENT EN PRÉPARATION ET EN RÉPONSE AUX CRISES ISSUES D'UN CONFLIT, D'UNE CATASTROPHE NATURELLE OU D'UNE ÉPIDÉMIE.

NOUS APPORTONS DES SOLUTIONS DE FORMATION, D'ACCOMPAGNEMENT ET DE STRUCTURATION POUR PERMETTRE L'ACCÈS À UNE AIDE EFFICACE ET DE QUALITÉ AUX POPULATIONS VULNÉRABLES.

NOTRE AMBITION

ÊTRE UNE ORGANISATION DE RÉFÉRENCE POUR LE RENFORCEMENT DES CAPACITÉS DES ACTEURS HUMANITAIRES À L'ÉCHELLE INTERNATIONALE.

NOTRE POSITIONNEMENT

BIOFORCE.
EMPOWERING HUMANITARIANS.

EMPOWERING HUMANITARIANS

NOUS SOMMES LÀ POUR CEUX
QUI DONNENT DU TEMPS,
QUI PRENNENT SOIN DES AUTRES,
QUI APAISENT LES CRISES
ET QUI S'ENGAGENT POUR L'HUMANITÉ.

NOUS SOMMES LÀ POUR CEUX
QUI CROIENT EN LA PAIX
ET LA SOLIDARITÉ.
TOUS CEUX QUI SAUVENT DES VIES,
PARTOUT AUTOUR DU MONDE.

CE SONT EUX QUE NOUS ACCOMPAGNONS
A DEVENIR DES HUMANITAIRES PROFESSIONNELS
PARCE QUE S'OCCUPER DES PLUS VULNÉRABLES
N'EST PAS QU'UNE VOCATION, C'EST UN VRAI MÉTIER.

NOUS SOMMES BIOFORCE.



learn
build
share

**FORMER LES ACTEURS
HUMANITAIRES D'AUJOURD'HUI
ET DE DEMAIN.**



learn
build
share

**REFORCER LES CAPACITÉS
DES ORGANISATIONS
EN ZONE DE CRISE.**



learn
build
share

PARTICIPER À L'ÉVOLUTION
ET À LA STRUCTURATION
DU SECTEUR HUMANITAIRE.

NOTRE APPROCHE

POUR AMÉLIORER DURABLEMENT L'ACCÈS DES POPULATIONS VULNÉRABLES À UNE AIDE ADAPTÉE ET DE QUALITÉ, NOUS AGISSEONS SUR L'ENSEMBLE DE LA COMMUNAUTÉ HUMANITAIRE : LES PERSONNES, LES ORGANISATIONS ET LE SECTEUR.

CONSCIENTS DE L'IMPORTANCE DES ACTEURS HUMANITAIRES NATIONAUX, EN PREMIÈRE LIGNE DE LA GESTION DES CRISES, NOUS PORTONS UNE ATTENTION PARTICULIÈRE AU RENFORCEMENT DE LEURS CAPACITÉS.

NOUS DÉVELOPPIONS DES ACTIONS BASÉES SUR LES BESOINS EXPRIMÉS PAR LA COMMUNAUTÉ HUMANITAIRE, RÉSOLUMENT ORIENTÉES SUR LA PRATIQUE, L'OPÉRATIONNALITÉ ET LE SAVOIR-ÊTRE.

POUR CHACUNE DE NOS ACTIONS, NOUS PRIVILÉGIONS LES DYNAMIQUES DE PARTENARIAT, PARTICULIÈREMENT QUAND ELLES ENCOURAGENT L'APPROPRIATION DES MÉTHODES ET OUTILS PAR LES PARTENAIRES.



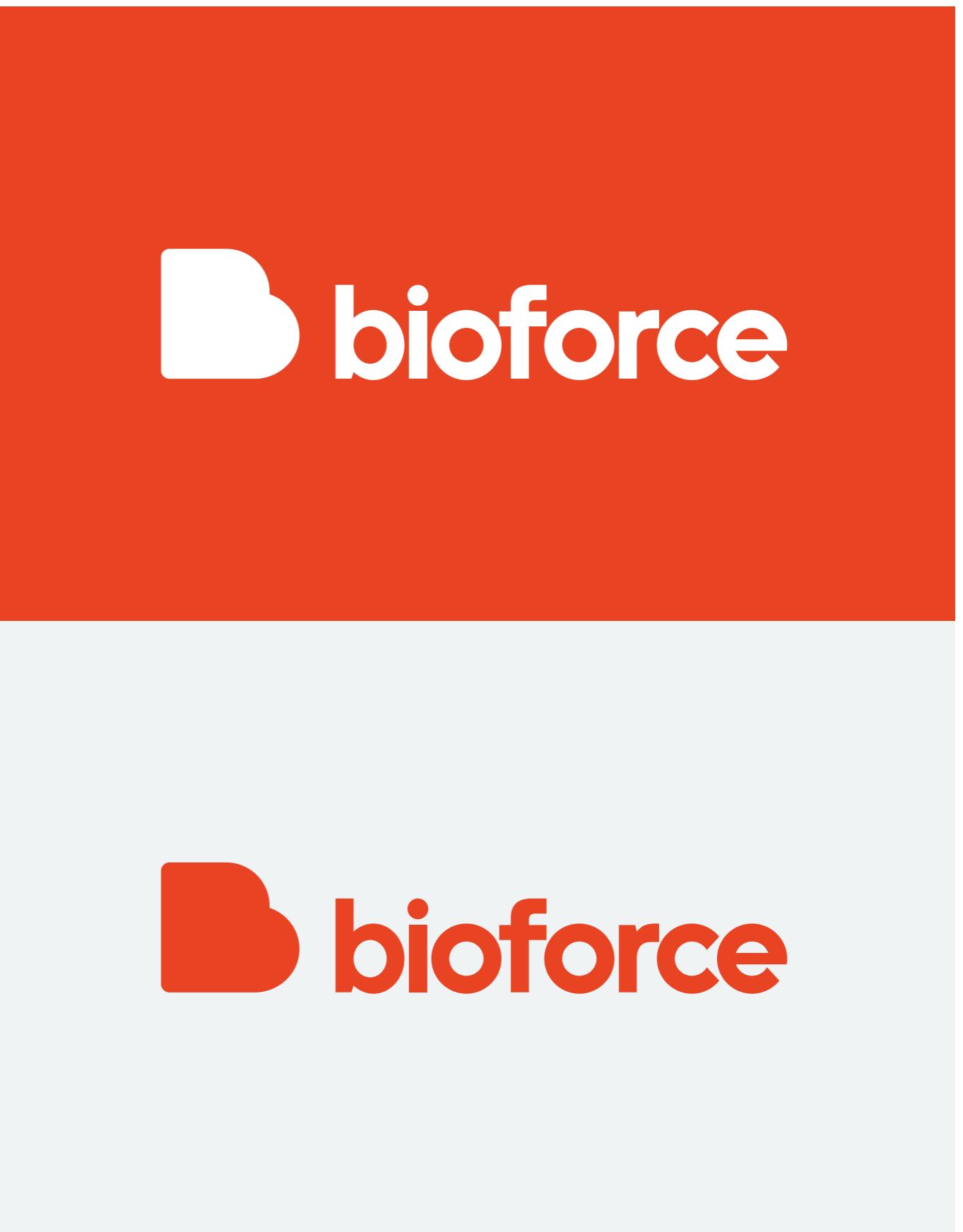
Identité de marque



Logotype

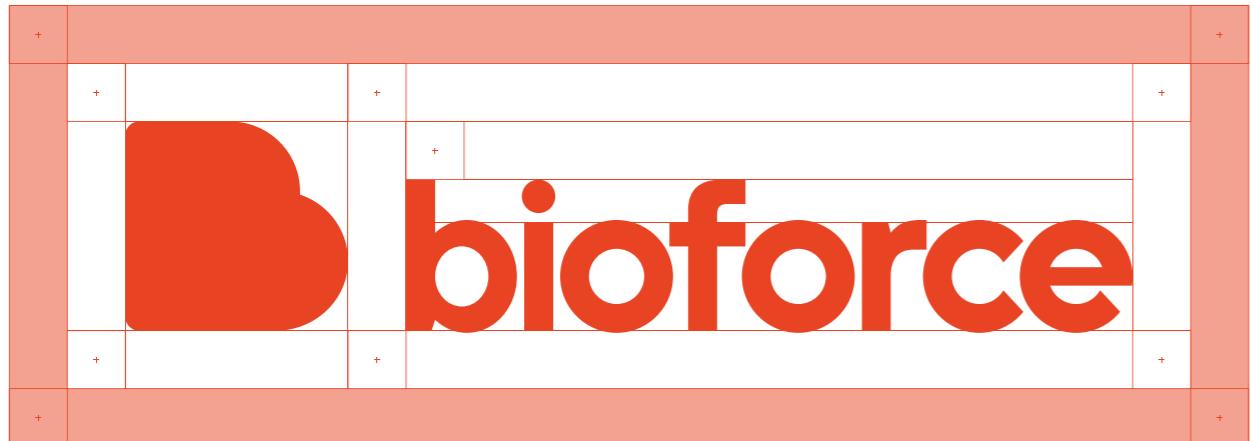
LA BASE

Aucun élément constitutif du logo ne peut être modifié (couleur, typographie, dimensions, construction, etc.). Il ne peut être redessiné et doit toujours être reproduit à partir d'un document de référence de bonne qualité, fourni par la direction de la communication de Bioforce.



LE CALAGE

Il est nécessaire de respecter une zone de protection ou espace de respiration du logotype, afin qu'aucun élément ne vienne perturber sa lisibilité, quelle que soit la taille envisageable du logo. On obtient ainsi un cadrage imaginaire, qui délimite la zone de protection. Il est tout à fait envisageable d'imaginer un espace plus important.



TAILLE MINIMALE

Afin de garantir une bonne lisibilité de l'ensemble des éléments constituant le logotype, celui-ci ne doit pas être utilisé à une taille inférieure à 20 mm de large.

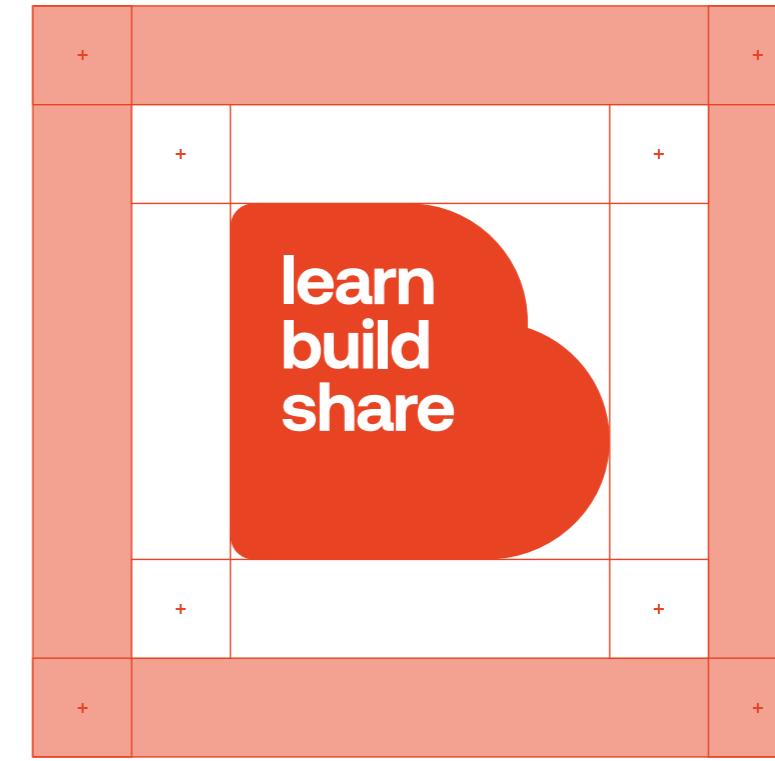
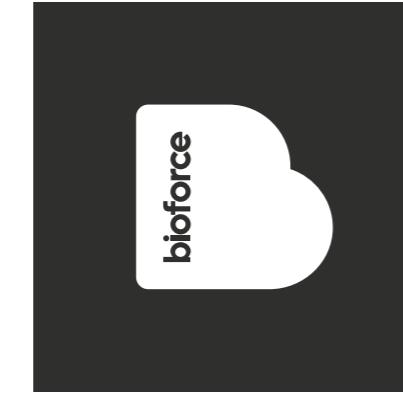
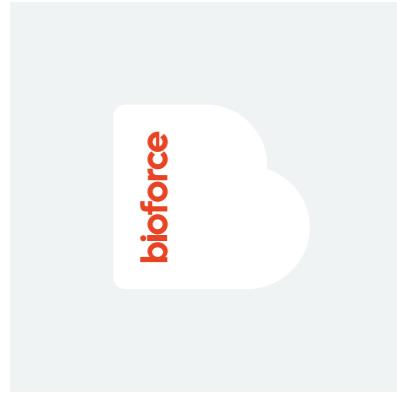
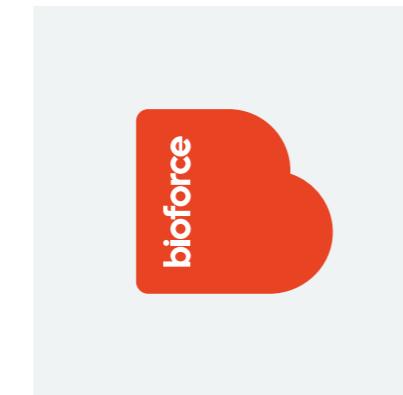
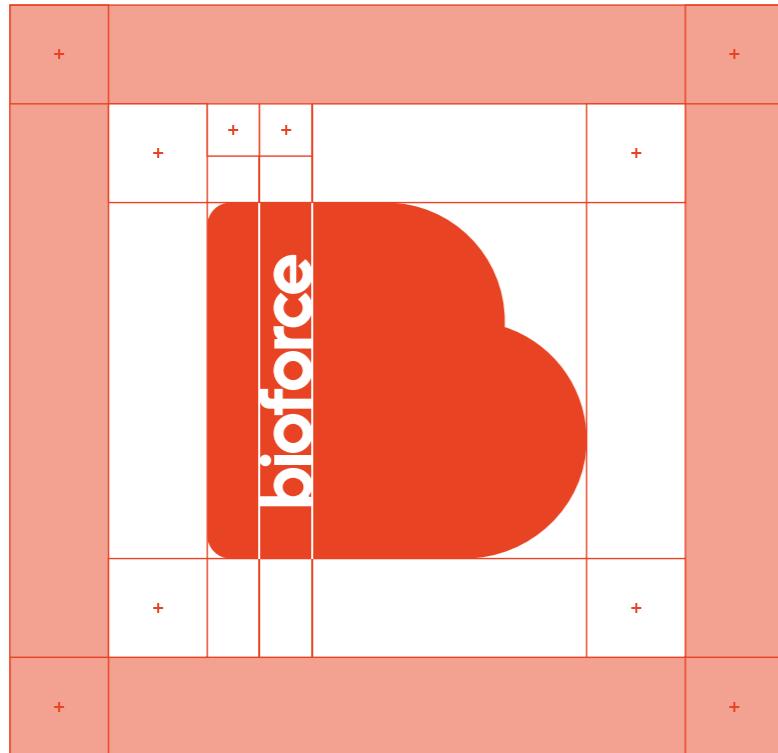


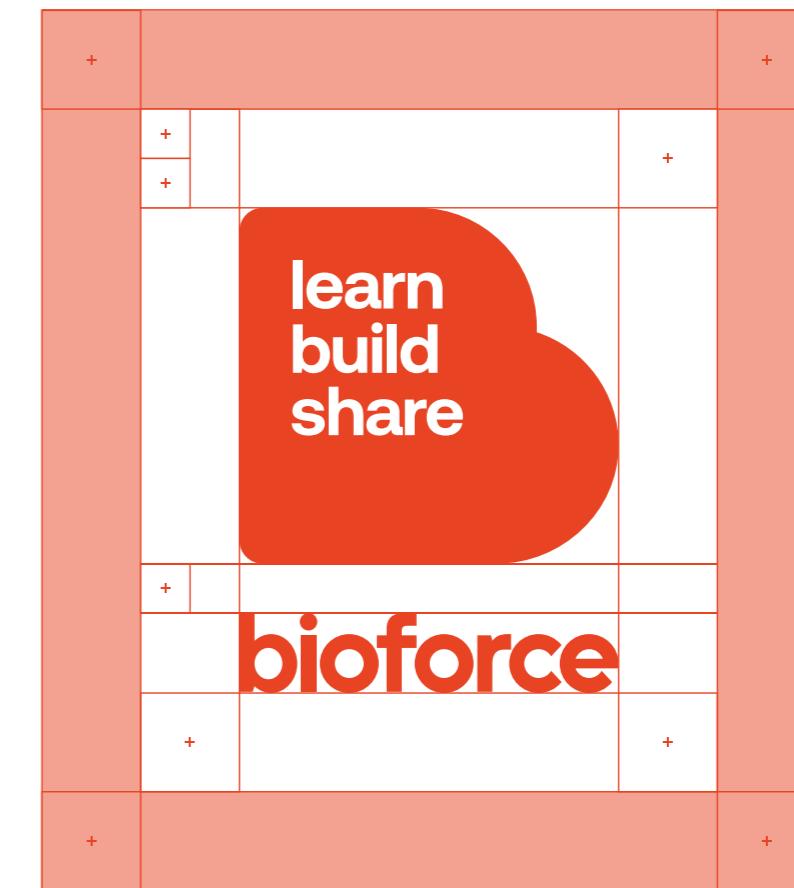
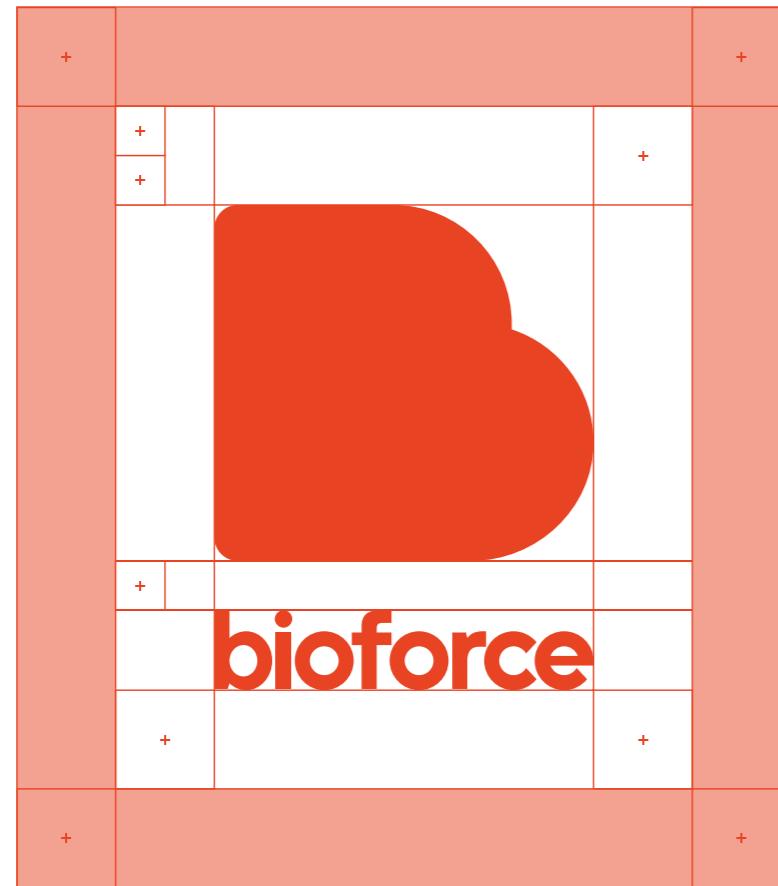
DÉCLINAISONS COULEURS

La version en couleur du logotype est à privilégier.

Quand son utilisation n'est pas possible techniquement, on pourra employer une des versions en niveau de gris, en réserve blanche ou monochrome présentées ci-dessous.





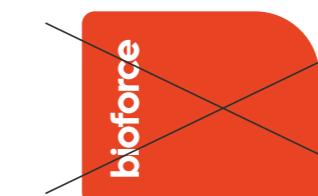
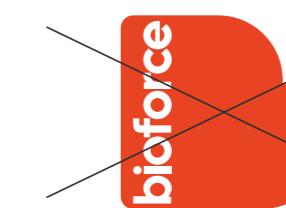




bioforce

LES INTERDITS

Les principes qui régissent l'utilisation du logotype sont volontairement simples afin de garantir la force et la cohérence de son identité. Toutefois des erreurs sont toujours possibles. Cette page présente les cas les plus courants. Ne pas déformer, incliner ou changer les proportions du logo. Ne pas attribuer une couleur qui n'est pas dans la charte de ce logo.



Couleurs

COULEURS PRINCIPALES

Dans tous les documents de communication, les couleurs principales constituent la base des différents univers associés aux thématiques.



ORANGE BIOFORCE

C : 0
M : 84
J : 90
N : 0



#E84424

GRIS



C : 70
M : 60
J : 60
N : 68

#333331



COULEURS SECONDAIRES



ROSE BIOFORCE

C : 0
M : 36
J : 10
N : 0

#F6BCC9

VERT BIOFORCE

C : 80
M : 0
J : 40
N : 0

#00ACAA



JAUNE BIOFORCE

C : 10
M : 0
J : 90
N : 0

#F2E61A

BLEU BIOFORCE

C : 60
M : 0
J : 0
N : 0

#5BC5F2

Typo-graphie

TYPOGRAPHIE

La typographie utilisée comme base du logotype et des différents éléments graphiques est la AEONIK.

Cette police de caractère linéale et très grasse permet d'être impactante et d'avoir une bonne lisibilité, tout en étant très moderne.

Sa grande diversité de graisses et de glyphs permet une bonne hiérarchisation des contenus textuels. On l'utilisera dans sa version BOLD pour les titres et dans sa version REGULAR pour les textes courants.

Appartenant à la famille des linéales, cette police de caractère confère des valeurs de modernité et de simplicité à l'image de la marque.

Le fait de l'utiliser en bas de casse, ajoutera humanisme, sympathie et douceur.

AEONIK
AEONIK
AEONIK
AEONIK

AEONIK 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
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 , ; : / # @ « & » ! ?

AEONIK 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
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 , ; : / # @ « & » ! ?

AEONIK 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
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 , ; : / # @ « & » ! ?

AEONIK 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
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 , ; : / # @ « & » ! ?

TITRES
AEONIK
BOLD / CAPITALES

SOUS-TITRES
AEONIK
MEDIUM / CAPITALES

TEXTES DE LABEUR
AEONIK
REGULAR / BAS DE CASSE

**CECI EST UN
EXEMPLE DE TITRE**

EXAMPLE DE SOUS-TITRE

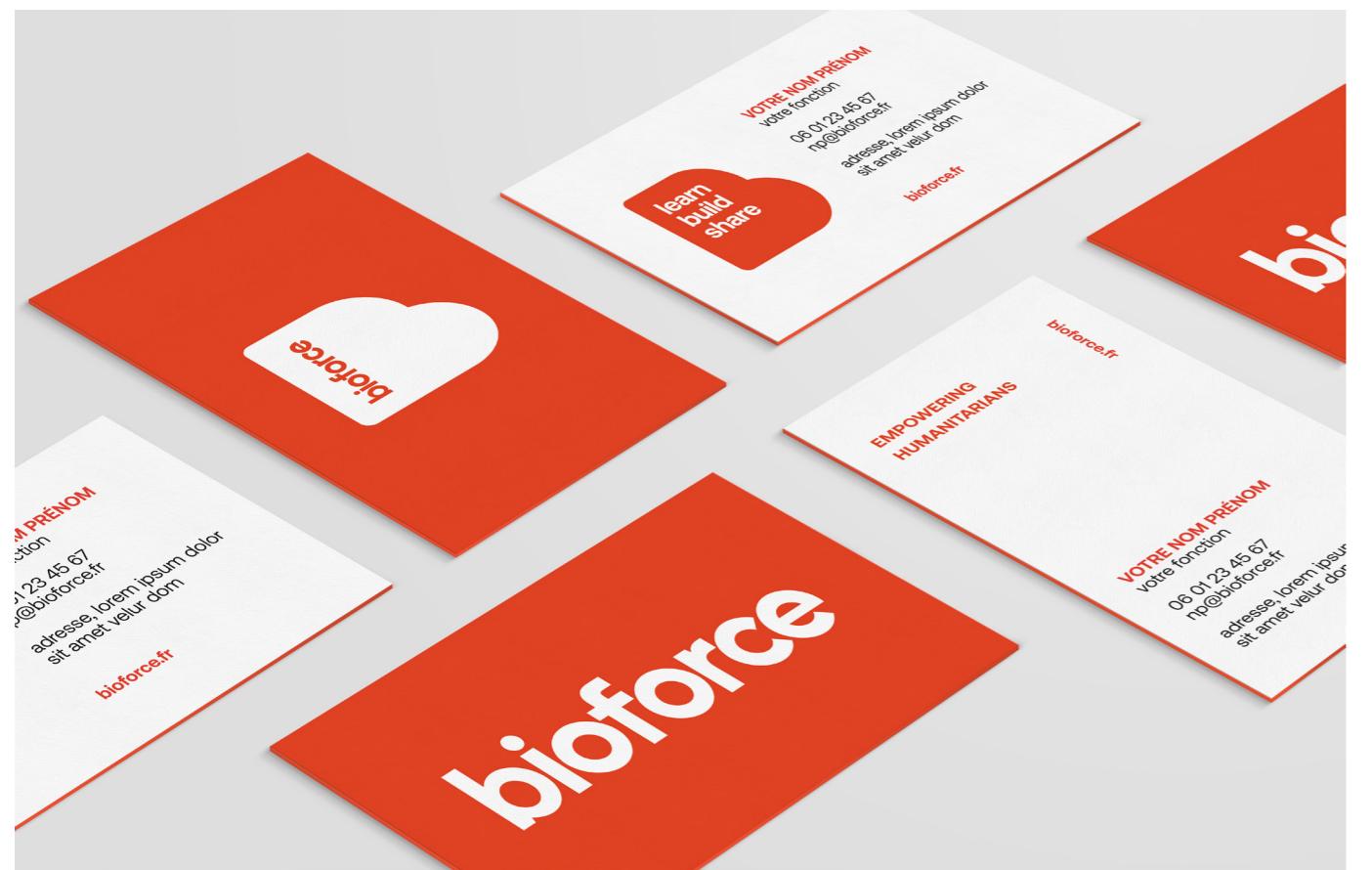
Ceci est un exemple de paragraphe. Ducondum que mussidelic
mo co vidit, ca nihiliciis, tatum eresili ctorure et dit fat. Valabef
auridiuret vividem ingulis. mei ina, Patrum faut dem sulin tem te pris
hocavo, nonlos Ad aperemus tempopote pestabe.

Territoire de marque



Édition





learn
build
share

EMPOWERING HUMANITARIANS



bioforce

bioforce.fr

learn
build
share

EMPOWERING HUMANITARIANS

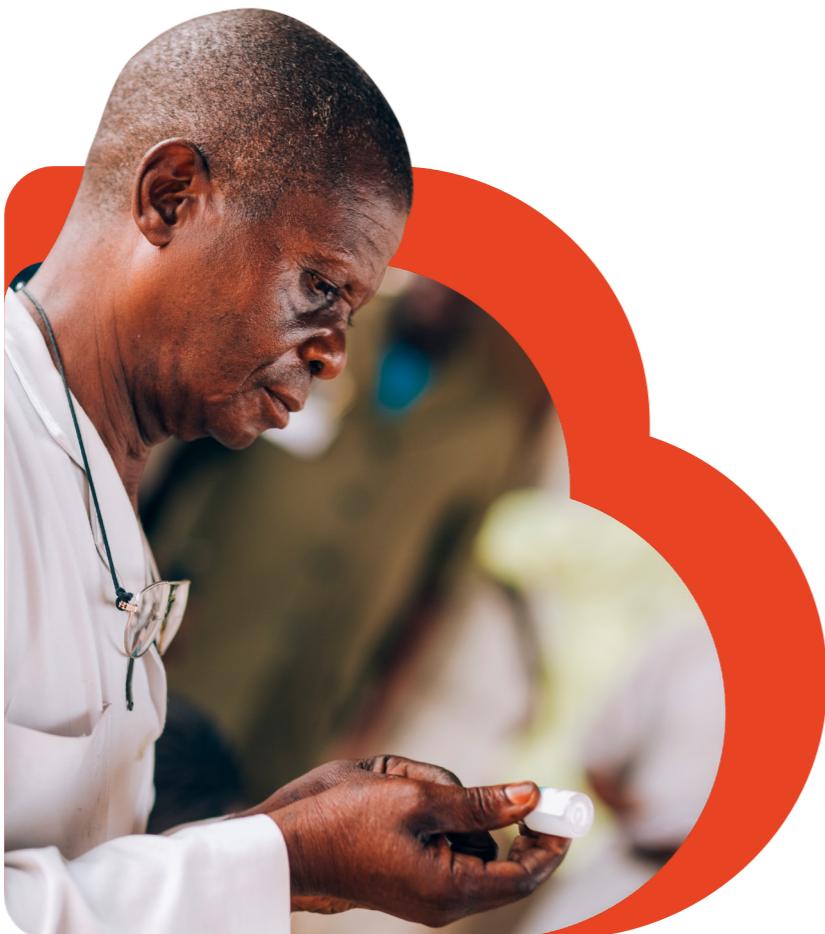


bioforce

bioforce.fr

learn
build
share

EMPOWERING
HUMANITARIANS



bioforce

bioforce.fr

learn
build
share

EMPOWERING
HUMANITARIANS



bioforce

bioforce.fr

learn
build
share

**KNOWING
IS THE
FIRST STEP
OF HELPING**

bioforce

bioforce.fr

learn
build
share

**KNOWING
IS THE
FIRST STEP
OF HELPING**

bioforce

bioforce.fr



learn
build
share

bioforce

**KNOWING
IS THE
FIRST STEP
OF HELPING**

bioforce.fr

learn
build
share

bioforce

**KNOWING
IS THE
FIRST STEP
OF HELPING**

bioforce.fr



learn
build
share

EMPOWERING HUMANITARIANS



bioforce

bioforce.fr

learn
build
share

EMPOWERING HUMANITARIANS



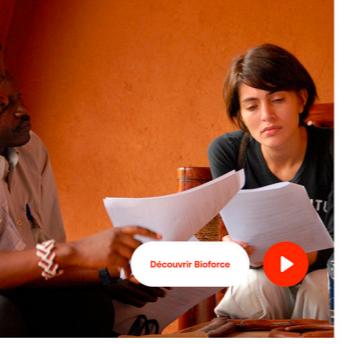
bioforce

bioforce.fr

EMPOWERING HUMANITARIAN

NOUS SOMMES LÀ POUR CEUX QUI DONNENT DU TEMPS,
QUI PRENNENT SOIN DES AUTRES, QUI APAISENT LES CRISSES
ET QUI S'ENGAGENT POUR L'HUMANITÉ. NOUS SOMMES LA
POUR CEUX QUI CROIENT EN LA PAIX ET LA SOLIDARITÉ. TOUS
CEUX QUI SAUVENT DES VIES, PARTOUT AUTOUR DU MONDE.
CE SONT EUX QUE NOUS ACCOMPAGNONS À DEVENIR DES
HUMANITAIRES PROFESSIONNELS PARCE QUE S'OCCUPER DES
PLUS VULNERABLES N'EST PAS QU'UNE VOCATION, C'EST UN
VRAI MÉTIER.

NOUS SOMMES BIOFORCE.



learn
LES FORMATIONS BIOFORCE

TOUTES NOS FORMATIONS

NOS FORMATIONS SUR MESURE

PRÉPAREZ VOTRE PROJET DE FORMATION

Un métier au service de la communauté humanitaire

build
NOS MISSIONS

Toutes nos missions

LIBAN GUINÉE RCA

LE PROJET "PREPARE" LUTTE CONTRE EBOLA

share
NOS CONTRIBUTIONS

SOMETIMES MONEY









bioforce