



AQUASPASS' AIR

INTRODUCTION

L'une des priorités clés d'un LOGO à succès est une présentation cohérente que tout le monde reconnaît immédiatement. Peu importe où et quand quelqu'un rencontre la marque, qu'il s'agisse d'un consommateur ou d'un partenaire commercial, dans l'imprimé, le courrier ou le catalogue.

La marque – en tant qu'idée, promesse et expérience – doit répondre à 5 standards :

- Elle doit être pertinente par rapport à un besoin réel ou projeté.*
- Il doit être livrable.*
- Il doit être crédible.*
- Il doit être différenciant.*
- Il doit être à la fois inspiré et inspirant.*

L'identité se compose d'un kit très simple de pièces qui, utilisées avec soin avec les bonnes relations, formeront l'expression visuelle distinctive du logo Aquaspass'air Ce document décrit les composants, leur structure et leurs relations qui vous aideront à appliquer le logo Antoine RIGOT de manière cohérente dans toutes les communications. Chaque détail de l'identité du logo a été créé pour s'assurer qu'elle exprime la marque et ses valeurs.

TABLE DES MATIÈRES

<i>INTRODUCTION</i>	<i>02</i>
<i>LOGO</i>	<i>04</i>
<i>COULEURS</i>	<i>05</i>
<i>PALETTE DE COULEURS</i>	<i>06</i>
<i>NOIR & BLANC</i>	<i>07</i>
<i>USAGE INCORRECTE</i>	<i>08</i>
<i>TYPOGRAPHIE</i>	<i>09</i>
<i>EXEMPLES D'APPLICATION</i>	<i>10</i>
<i>CARTE DE VISITE</i>	<i>11</i>
<i>ENVELOPPE</i>	<i>12</i>
<i>CONTACT</i>	<i>13</i>

LOGO

Nom, logo, couleurs, typographie : ce sont les piliers de l'identité de marque. Leurs caractéristiques assurent une image individuelle et cohérente de l'entreprise sur le marché. Le graphisme du logo définitif est épuré, essentiel, fort et met en avant les valeurs de la marque. Le logo doit toujours être produit à partir de l'œuvre d'art principale. La seule fois où vous devez utiliser le symbole seul, c'est sur le site Web ou sur les réseaux sociaux où il existe d'autres éléments pour aider l'utilisateur à reconnaître la marque.

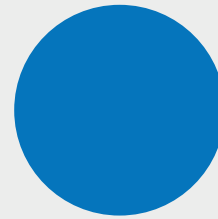


COULEURS

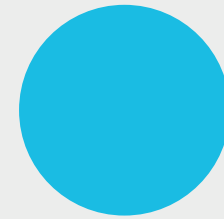
Une palette de 2 couleurs a été créée : l'inspiration pour celles-ci est expliquée dans la section suivante. Le logotype ne peut être réalisé qu'à partir de ces couleurs. Veuillez sélectionner la couleur la plus appropriée pour votre communication et, au fil du temps, essayez de les utiliser de manière égale afin que nous ne soyons pas associés à une seule couleur. Vous devriez toujours essayer d'utiliser la version positive (principale) du logo. Cependant, lorsque le fond est de la même couleur qu'un élément du logo, vous pouvez utiliser la version négative.



PALETTE DE COULEURS



Process Blue C
Pantone 7461 C
R2, G112, B184
HEX #0270B8



Cyanine Blue B16
Pantone 2995 C
R28, G184, B226
HEX #1CB8E1

NOIR & BLANC

La version monocromatique a été spécialement conçue pour répondre à certaines exigences d'impression spécifiques. Ils ne doivent pas être utilisés dans d'autres circonstances.



USAGE INCORRECTE

Le logo doit être utilisé tel quel et ne doit en aucun cas être modifié. Cela signifie que vous ne devez pas :

- CHANGER les couleurs du logo
- REDIMENSIONNER le logo de manière disproportionnée.
- CHANGER l'orientation ou la rotation du logo
- AJOUTER des effets au logo
- RECADRER le logo de quelque manière que ce soit



TYPOGRAPHIE

La typographie est un outil puissant dans le développement d'une identité créative et est un élément clé pour créer un look cohérent dans toutes les communications. L'utilisation d'une police de caractères la rend toujours reconnaissable; il rassemble les communications et les rend plus distinctives. Le style de caractères que nous utilisons pour donner vie à notre communication donne le ton de notre marque : épuré, moderne, élégant, distinctif et lisible. La police sélectionnée est un classique de tous les temps : Poppins.

POPPINS
ExtraBold

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 !?«»\$%&/()=

The quick brown fox jumps over the lazy dog

The quick brown fox jumps over the lazy dog

The quick brown fox jumps over the lazy dog

EXEMPLES D'APPLICATION

La section suivante rassemble tous les éléments identitaires pour montrer la marque Aquaspass'air en application. Veuillez utiliser ces exemples d'applications comme guide visuel pour vous aider à créer vos communications. Cette section démontre la flexibilité de la marque, explorant l'utilisation de tous les éléments, éléments fonctionnant en partenariat et logotype uniquement.

CARTE DE VISITE

*Papier:
90x55 mm 350g*

*Espacement des polices et des
lignes :
Poppins 12pt, Hauteur de ligne 16pt*

*Couleurs :
Texte écrit en noir*

*Logo:
Centré sur l'avant largeur 45mm
Coin supérieur gauche au dos
largeur 20mm*

*Distances :
5 mm / 0,2 pouces de toutes les
bordures*



ENVELOPPE

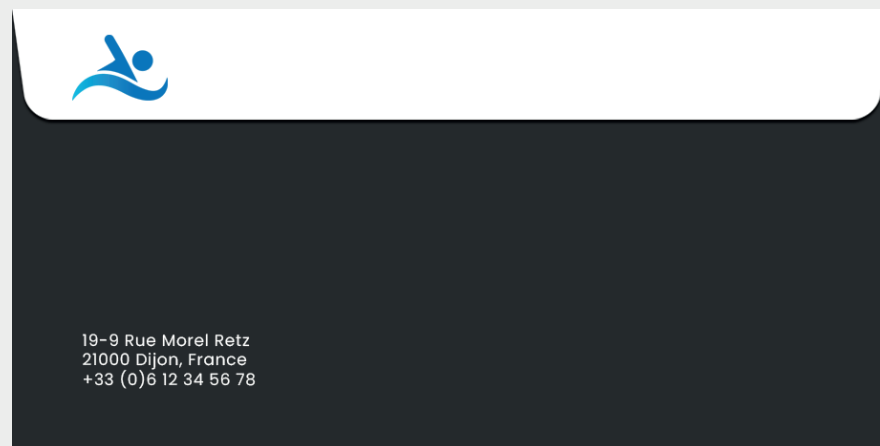
*Papier:
Papier bond A4 110g*

*Espacement des polices et des
lignes :
Poppins 12pt, Hauteur de ligne 16pt*

*Couleurs:
Texte en blanc*

*Logo:
Coin supérieur gauche largeur 40
mm*

*Distances :
10 mm / 0,4 pouces de toutes les
bordures*



CONTACT

DIJON 21000, FRANCE

@aquaspass-air.fr

+33 (0)6 12 34 56 78

