evolis net

we make I.T. easy for you

guide d'utilisation de la marque et du logo « mk.10 »

juillet 2012 - fr

Bonjour.

Vous avez entre les mains le guide d'utilisation de la marque EVOLIS et de son image.

Ce document est communément appelé «charte graphique» et définit l'«identité visuelle».
Il vous est fourni pour vous donner quelques indications sur l'utilisation du nom EVOLIS et de son logo dans le but de façonner l'image commerciale de la société, et ainsi la positionner dans son secteur d'activité, l'identifier facilement auprès des clients et partenaires, et la démarquer de la concurrence.
Il vous donne les recettes pour communiquer autour de la marque en toute efficacité et accorder les éléments les uns avec les autres quels que soient vos besoins en communication, à travers les supports «print» et les supports «web».

Il s'agit bien d'un guide, et non d'un ensemble de lois strictes :
il reflète le bon sens appliqué à l'esprit et au potentiel de EVOLIS.
Et comme EVOLIS, il autorise déclinaisons et créativité.

Une image forte est l'un des atouts les plus appréciables dont peut disposer une organisation.
Une utilisation judicieuse de cet atout permettra à tous ceux qui sont liés de près ou de loin à cette organisation de savoir à qui et à quoi ils ont à faire.

table des matières

stratégie globale 4
positionnement 4
- chaîne de valeurs 4
- une idée simple 4

masterbrand logo 5
construction du logo 6
- couleurs du logo 8
- mise en valeur du logo 10
- alignement autour du logo 10
- tailles du logo 10
- déclinaisons et utilisation du logo 12

couleurs de la charte 14
fontes 16
typo principale 16
- famille typographique 17

tonalité de la communication 18
univers graphique 20
principes de base 20
- éléments graphiques 22
- 2D et 3D 24
- formes abstraites 24

papier entête et carte de visite 26
exemples de mises en situation 28

stratégie globale

positionnement

EVOLIS est une société d'infogérance informatique, spécialisée en consulting, réseaux WAN, sécurité, virtualisation et systèmes UNIX, depuis janvier 2011, à l'activité croissante.

L'identité visuelle doit – tout en s'assurant de son originalité – se situer dans le même registre professionnel que la concurrence afin d'appuyer et de compenser une activité jeune.

Le tout s'adresse à toutes sortes de clients, sans distinction.

chaîne de valeurs

professionnalisme

maîtrise technique

robustesse et simplicité

fluidité et sécurité

fiabilité

une idée simple

EVOLIS est là pour faire évoluer votre IT : vous n'avez pas à vous occuper des tâches complexes et pénibles, car EVOLIS est le professionnel qui le fait pour vous, en toute tranquillité.

C
M
J
CM
MJ
CJ
CMJ
N
evolis net

construction du logo

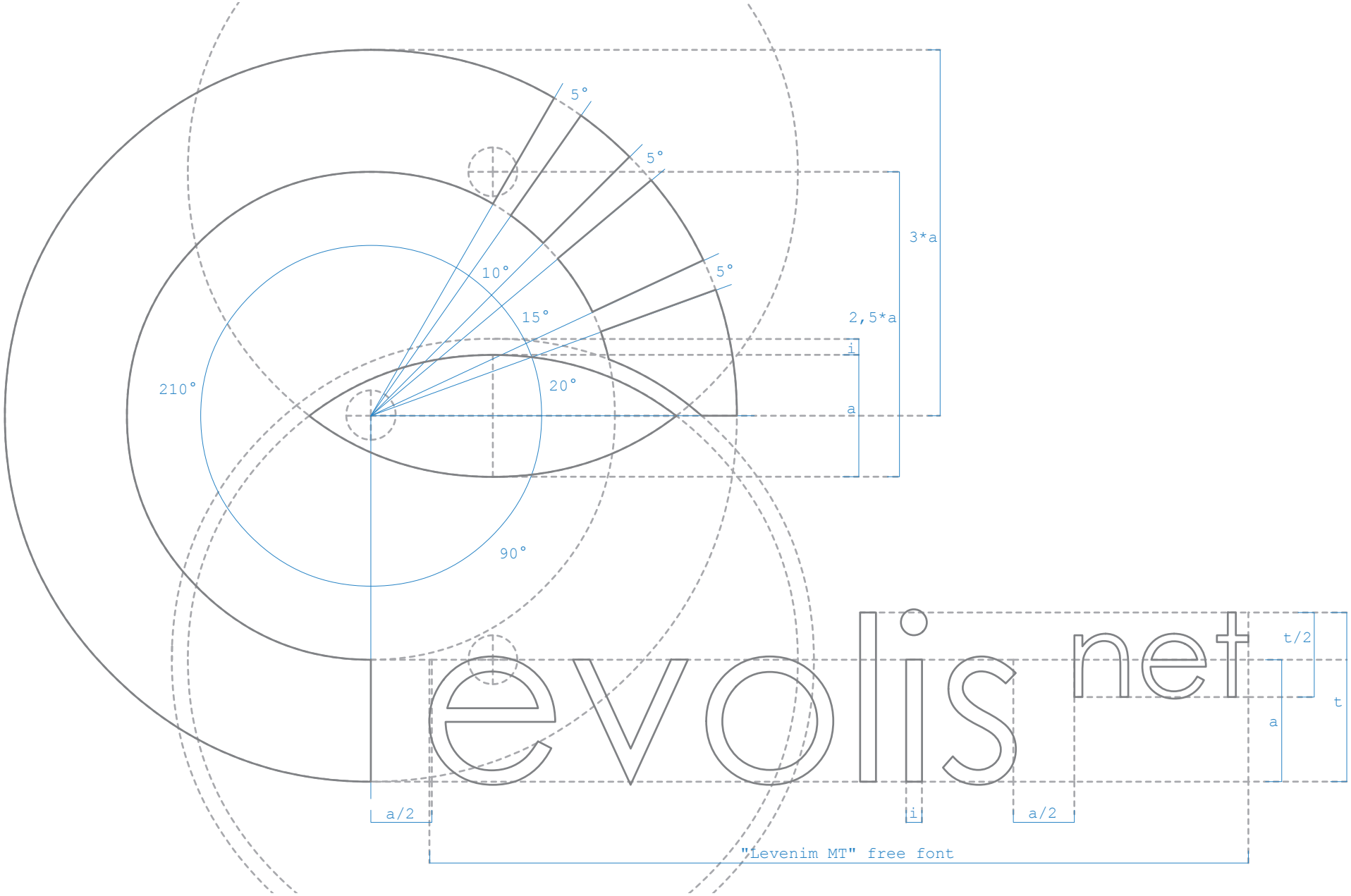
Le logo représente un arc de cercle de 270° ouvert en bas à droite, sur la marque. L'arc de cercle est un dégradé de couleurs vives commençant en bas, tournant dans le sens horaire, et se terminant en haut à droite dans un effet de pointillés. Il est réhaussé d'une «aiguille» stylisée, le tout dans le but de rappeler un compteur poussé au-delà de ses capacités. La forme globale rappelle la lettre «e».

Le nom «evolis net» se place en bas à droite du logo, avec le mot «net» en exposant.
La «baseline» se place généralement sous l'ensemble.

Le nom utilise une fonte typographique de type Sans Serif («Levenim»), à chasse variable, avec des proportions équilibrées, des arrondis nets et des angles visibles, le tout afin de faire écho aux arrondis et aux proportions du logo.

La couleur de la marque et de l'aiguille sont identiques : elles varient en fonction du fond utilisé.

Nota bene : cette explication technique n'est pas très importante.
Seuls le concept-moteur et le résultat importent.
Une image vaut mieux qu'un long discours !


5°
5°
5°
10°
15°
20°
210°
90°
3*a
2,5*a
i
a
t/2
t
a
a/2
i
a/2
"Levenim MT" free font

couleurs du logo

Le logo n'a pas de couleur de fond ou de détourage.

Le logo doit de préférence reposer sur un fond foncé. Dans ce cas, la partie basse de l'arc de cercle peut se fondre sans problème avec le fond, et la marque et l'aiguille sont blancs et bénéficient d'un léger effet de halo bleuté.

Il peut néanmoins également reposer sur un fond clair. Dans ce cas, la marque et l'aiguille sont gris foncé.

Le logo ne supporte pas très bien les déclinaisons autres que celles listées dans cette charte.

Astuce : la déclinaison noire sert de passe-partout ! En remplaçant la couleur pleine (noir) par une couleur de contraste, cette déclinaison s'adapte pratiquement à tous les supports.

CMYK (%)
7,0,88,0

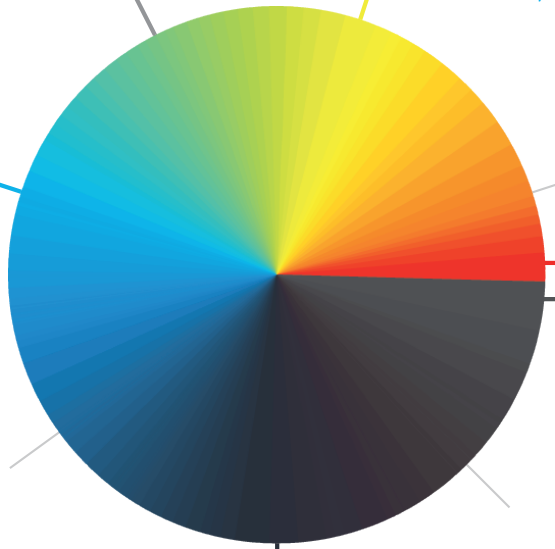
RGB (hex)
fff100

243°~288°~342°
= 27,5%

CMYK (%)
73,8,0,0

RGB (hex)
00afe1

144°~198°~243°
= 27,5%



342°~360°
= 5%

CMYK (%)
0,95,94,0

RGB (hex)
ff0000

0°~45°
= 12,5%

CMYK (%)
66,57,53,31

RGB (hex)
555555

45°~90°~144°
= 27,5%

CMYK (%)
0,0,0,0

RGB (hex)
ffffff

evolis net

CMYK (%)
79,69,51,53

RGB (hex)
2c323d

mise en valeur du logo

Le logo d'EVOLIS n'ayant pas de cadre, il est important de le laisser respirer lorsqu'il est utilisé pour une composition. Les zones d'espacement autour du logo sont déterminées proportionnellement aux éléments du logo.

La «zone d'exclusion» correspond à l'espace minimal à laisser autour du logo en cas d'utilisation avec d'autres visuels de «même importance».
C'est l'espace qu'occupent le logo, la marque et la baseline... et rien d'autre !

La «zone de confort» correspond à l'espace minimal à laisser autour du logo pour qu'il soit mis en valeur.

Ces espaces sont indépendants des fonds unis.

alignement autour du logo

Privilégier un alignement des éléments autour du logo par rapport à :
- la ligne de base de la marque
- la justification à gauche de la marque
- les bords «sectionnés» de l'arc de cercle (pour une utilisation du logo sans la marque)

tailles du logo

Le logo peut être utilisé en plusieurs tailles à condition qu'il ne soit pas disproportionné par rapport à son environnement

La taille minimale du logo est déterminée par la taille de lisibilité minimale du texte qui l'accompagne.

Si le texte n'est pas lisible car trop petit, utiliser le logo sans le texte.

Si les formes du logo ne sont pas visibles car logo trop petit, utiliser le logo monochrome.

Si le logo monochrome n'est pas lisible car logo trop petit, ne pas utiliser le logo.

Et harum quidem rerum facilis est et expedita distinctio. Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor repellendus. Temporibus autem quibusdam et aut officiis debitis aut rerum necessitatibus saepe eveniet ut et voluptates repudiandae sint et molestiae non recusandae.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Sed ut

perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, ...

déclinaisons et utilisation du logo

C’est avant tout une histoire de bon sens.

evolis net
we make IT easy for you
we can do it!

couleurs de la charte

Les couleurs dominantes sont, de préférence, le blanc et l'anthracite (gris foncé).

Ces couleurs permettent de faire ressortir les couleurs vives du logo qui sont donc également celles de la marque.

Il est possible d'ajouter, par touches aux proportions parcimonieuses, des couleurs vives aux compositions, des couleurs d'accentuation, et/ou des couleurs coupées, à condition que ce soient celles du dégradé de couleurs du logo.

Eviter quand-même les compositions trop chargées. Le logo, par son dégradé, contient suffisamment de couleurs sans qu'il soit nécessaire d'en ajouter d'autres. La clarté reste l'idée dominante.

CMYK (%)
0,95,94,0

RGB (hex)
ff0000

CMYK (%)
31,0,100,0

RGB (hex)
ccff00

CMYK (%)
56,0,27,0

RGB (hex)
76c5c2

CMYK (%)
7,0,88,0

RGB (hex)
fff100

CMYK (%)
6,28,93,0

RGB (hex)
f1bb11

CMYK (%)
85,45,13,0

RGB (hex)
0078aa

CMYK (%)
73,8,0,0

RGB (hex)
00afe1

CMYK (%)
25,100,100,26

RGB (hex)
990f0f

CMYK (%)
98,84,0,0

RGB (hex)
002fa7

CMYK (%)
79,69,51,53

RGB (hex)
2c323d

CMYK (%)
26,97,0,0

RGB (hex)
bf0083

CMYK (%)
52,4,0,0

RGB (hex)
7fc9ec

CMYK (%)
66,57,53,31

RGB (hex)
555555

CMYK (%)
0,0,0,100

RGB (hex)
000000

CMYK (%)
0,0,0,0

RGB (hex)
ffffff

fontes

typo principale

Les typos d'EVOLIS, utilisées pour le print et pour le web, doivent être propres, objectives, universelles, et modernes.

«Levenim MT», de type Sans Serif, répond à ces critères.

72 pt	making I.T. easy
50 pt	making I.T. easy
36 pt	making I.T. easy
25 pt	making I.T. easy
18 pt	making I.T. easy
13 pt	making I.T. easy
8 pt	making I.T. easy

famille typographique

Typo principale et typos associées, à utiliser en complément ou en remplacement, selon les besoins.

Levenim MT

ABCDFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 > ?!.,:/@&+

Helvetica

ABCDFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 > ?!.,:/@&+

Arial

ABCDFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 > ?!.,:/@&+

Helvetica LT Condensed Light

ABCDFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 > ?!.,:/@&+

Courrier New

ABCDFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 > ?!.,:/@&+

tonalité de la communication

EVOLIS représente un univers technologique ouvert en possibilités.

Sur fond foncé, les éléments à mettre en valeur peuvent être encadrés avec des couleurs vives et/ou un léger effet de halo.
Les éléments sont disposés de manière espacée et aérée, tout en gardant des principes d'alignement les uns aux autres pour une impression d'unité et de maîtrise.

Les titres et mots qui ne font pas partie d'une phrase ou ne sont pas des noms propres, restent en minuscules et sans ponctuation.
Les majuscules sont utilisées le moins possible afin de mieux faire ressortir certains mots accentués.

Le nom «EVOLIS» est écrit en capitales d'imprimerie lorsque écrit en toutes lettres dans tous les documents internes.
Le nom «EVOLIS» est écrit en minuscules uniquement, et avec sa fonte dédiée, lorsque utilisé en tant que logo.

La communication d'EVOLIS se veut directe, technique et assurée.
Les termes techniques, utilisés judicieusement et sans excès, mettent le client en confiance sans le noyer.
L'utilisation de l'anglais donne une portée internationale à l'activité.

Le ton doit être professionnel afin que le client sache qu'il peut se reposer sur EVOLIS.

evolis net
we make it easy for you
Karim Azaizia
chief executive officer
+33 (0) 6 62 54 15 97
karim.azaizia@evolis-net.fr
adresse complète
code postal + ville
France
http://www.evolis-ne
evolis net

principes de base

Les images associées à EVOLIS sont celles des technologies de l'information et du traitement des données, de l'infogérance, du professionnalisme et de la réactivité.
Privilégier les images «propres», ne donnant pas une impression de fouillis, avec des équipements neufs et haut de gamme mais aussi avec de l'humain correctement habillé (chemise, expression franche, sourire cordial...).

La profondeur de champ (net + flou), un contraste correct, et des effets lumineux (rappelant le léger halo du logo sur fond foncé) sont un plus.

Certaines images sportives peuvent être utilisées dans la mesure où elles reflètent un état d'esprit propre à l'entreprise.

Proscrire les allégories, les images anecdotiques et caricaturales, les compositions artificielles, le «syndrome Photoshop», les hors sujet, les bordures.

iStockphoto

iStockphoto

iStockphoto

iStockphoto

iStockphoto

éléments graphiques

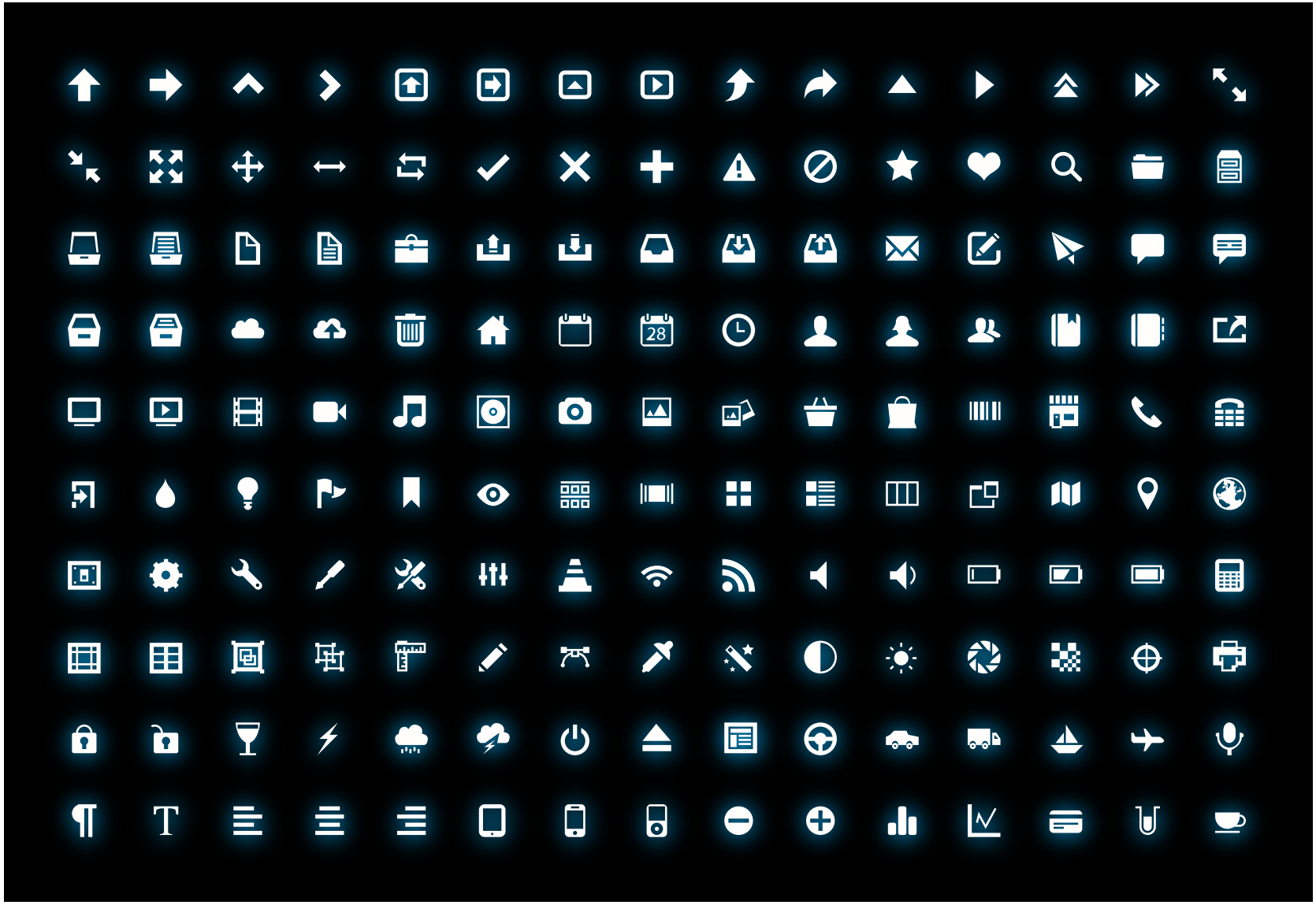
Des pictos peuvent être associés à la marque et au logo, à condition qu'ils restent dans le même registre graphique.

Ils ne doivent pas être visuellement plus complexes que le logo.

Ils doivent être suffisamment simples et explicites pour être utilisés sans sous-titres.

Ils doivent garder les couleurs de la charte.

Ils peuvent être utilisés, sur fond foncé, avec un léger halo bleuté.

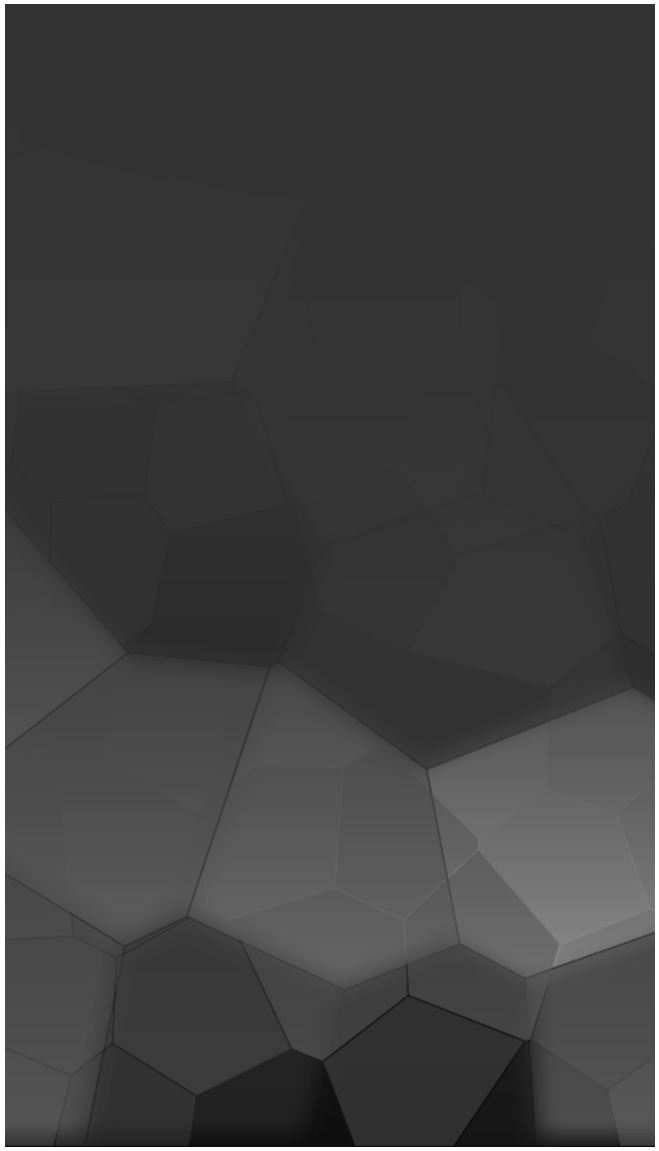


2D et 3D

Le logo est un objet 2D représenté avec un effet de profondeur. Les éléments graphiques associés peuvent reprendre ce même principe.

formes abstraites

De par sa construction, le logo et les compositions peuvent - entre autres - être associés à des formes géométriques circulaires et/ou des motifs utilisant des lignes.



papier entête et carte de visite

Papier à entête (au format A4) et cartes de visite (au format «italien» 85x54mm) reprennent les éléments de base de la charte tout en permettant une certaine flexibilité et en gardant un esprit aéré.

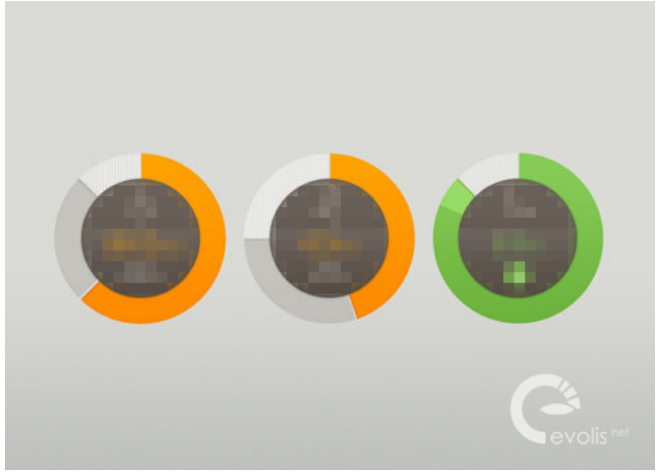
Les mises en page incluent les informations minimales et nécessaires, et peuvent être réparties recto-verso si nécessaire.

Karim Azaizia
chief executive officer
+33 (0) 6 62 54 15 97
karim.azaizia@evolis-net.fr
adresse complète
code postal + ville
France
http://www.evolis-net.fr
evolis net
evolis net
we make I.T. easy for you

evolis net
3 rue des Poètes,
77181 Courtry, France
tel: +33 (0) 1 23 45 67 89
fax: +33 (0) 1 23 45 67 89
http://www.evolis-net.fr
EVOLIS SARL Unipersonnelle - RCS Meaux 529 326 043 - COURTRY (77)

Making I.T. easy
for you
evolis net

evolis net


evolis net

evolis net