



DL
STUDIO

LA CHARTE GRAPHIQUE



La charte graphique est un document de travail présenté sous forme de book. Elle contient l'ensemble des règles fondamentales d'utilisation des signes graphiques qui constituent l'identité graphique de votre organisation, association, entreprise. Le but de la charte est de conserver une cohérence dans les réalisations de vos supports de communication.

1

LE LOGO

Le logo ou logotype est l'élément graphique principal de votre identité visuelle. Il représente votre entreprise / votre marque et ses valeurs. Il est utilisé sur l'ensemble de vos supports de communication. Il est donc primordial que votre logo reste lisible et cohérent avec l'image de votre entreprise.



S002-09-2022

2

DÉCLINAISONS LOGO



Le Logo doit pouvoir vivre sur différents documents.
Vous y trouverez ici les différentes déclinaisons
autorisées suivant les supports choisis.

3

RÈGLES



Les règles de protection et d'insertion garantissent
la bonne lisibilité de votre logo afin de garder
une cohérence sur tous vos supports.

4

POLICES DE CARACTÈRES

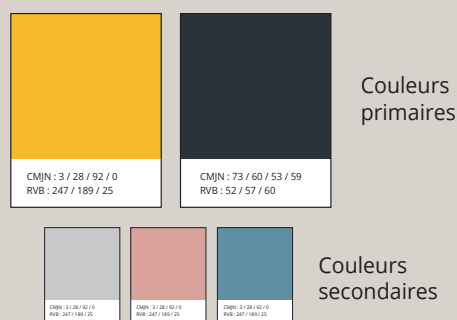
Montserrat bold
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopkrstuvwxyz

Montserrat bold
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopkrstuvwxyz

La police de caractère doit être en accord avec l'esprit
de votre entreprise. Elle donne du caractère
à vos documents de communication.

5

PALETTE CHROMATIQUE



La palette chromatique reprend
les couleurs primaires du logo ainsi que les couleurs
secondaires pouvant être utilisées dans des proportions
moindres et bien définies.

6

ICONOGRAPHIE



L'iconographie est utilisée pour faire passer
ou renforcer un message. Elle a de multiples objectifs
selon votre stratégie de communication et votre cible.
Elle ne doit surtout pas être négligée.

7

DÉCLINAISONS DE BASE



Les déclinaisons de base comprendront les éléments
de papeterie indispensables comme la carte de visite,
le papier en tête, l'enveloppe courrier, le tampon,
la signature mail etc ...

8

FLYER ET PLAQUETTE



Que vous ayez peu ou beaucoup d'informations à communiquer, il y a toujours des documents imprimés à mettre à disposition de vos clients.

9

VÉHICULE



Les véhicules sont un formidable outil de communication. C'est une publicité mobile indispensable.

10

ENSEIGNE



L'enseigne met en valeur votre image sur votre bâtiment. De nombreuses solutions techniques, lumineuses ou non existent pour être vues de loin.

11

SIGNALÉTIQUE



La signalétique, intérieure ou extérieure, facilite l'accès des visiteurs. Elle informe aussi sur les produits et les services de l'entreprise. Elle doit mettre en valeur votre image.

12

PLV / STAND



La PLV et le stand doivent refléter l'esprit et les valeurs de votre entreprise. Sur un salon, il est indispensable de se démarquer de ses concurrents.

13

DIGITAL



Site internet, réseaux sociaux, référencement sont aujourd'hui des supports digitaux répandus. L'affichage dynamique, les bornes tactiles complètent votre présence digitale sur vos stands, expos, show-room...