



CHARTRE GRAPHIQUE

AOUT 2015

SOMMAIRE

1- LE LOGOTYPE

A- Le logotype officiel

- La présentation du logotype
- Les couleurs utilisées
- La taille minimale d'utilisation
- La zone de protection

B- Le logotype avec la signature «from useful to useful»

- Association du logotype et de la signature
- La taille minimale d'utilisation
- La zone de protection

C- Les applications des logotypes sur fonds de couleurs

D- Les interdits

2- LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

A- Les typographies

- Syncopate
- Univers
- Pluto

B- Les grands principes pour une construction sur format A4

- La palette de couleurs
- Étape 1 : les bandes de couleurs / les angles
- Étape 2 : les marges tournantes
- Étape 3 : l'encart arrondi
- Les visuels
- La pictothèque

3- LES SUPPORTS BUREAUTIQUES

- Le papier à en-tête
- Le PowerPoint

4- LES SUPPORTS COMMERCIAUX

- La fiche produit
- L'argumentaire de vente (ADV)
- Les documents de gamme de produits
- La fiche promotion

5- LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

- L'encart catalogue
- Le bandeau web

25

26

28

29

30

31

33

34

LE LOGOTYPE

1- LE LOGOTYPE

A- LE LOGOTYPE OFFICIEL

• La présentation du logotype

Le logotype OWA est composé de trois lettres arrondies.
 Ce logotype illustre la circularité, essence même de l'économie circulaire.
 En japonais, WA signifie le cercle, l'anneau. Sa sonorité évoque l'ouverture, la curiosité, l'envie d'avancer, de défricher, de continuer à évoluer et à progresser.
 OWA c'est aussi «Our Way to Act» (agir pour un avenir plus responsable).



1- LE LOGOTYPE

A- LE LOGOTYPE OFFICIEL









• Les couleurs utilisées

Il est recommandé de toujours utiliser le logotype en couleurs sur fond blanc, sauf contrainte d'impression.

En cas d'impression une couleur, le logotype prend donc cette couleur en aplat, à 100 % et sans dégradé (cf. page 12).

Le logotype une couleur existe uniquement en défoncé, en noir et dans une des couleurs de la palette (cf. ci-contre).



								
CMJN	10 100 100 0	0 100 0 0	0 30 70 0	0 15 85 0	50 15 100 0	50 0 100 0	0 100 100 0	100 50 0 0
RVB	212 18 23	229 0 125	250 189 93	255 214 49	149 174 35	149 193 30	226 0 26	0 106 178

1- LE LOGOTYPE

A- LE LOGOTYPE OFFICIEL

• La taille minimale d'utilisation

Le logotype officiel OWA ne pourra être reproduit à une taille inférieure à 25 mm (140x56 px).

Lorsque le logotype devra être reproduit en très petite taille, il sera autorisé d'utiliser une version simplifiée telle que présentée, en supprimant la marque mère ARMOR.

Le logotype OWA, quelque soit sa version, ne pourra pas être utilisé à une taille inférieure à 8 mm (110x34 px).



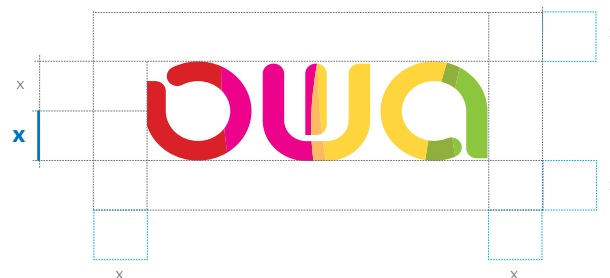
25 mm
140x56 px



8 mm
110x34 px

LOGOTYPE SIMPLIFIÉ

Afin de garder une visibilité optimale du logotype, il sera demandé de respecter une zone d'inviolabilité présentée ci-contre, où aucun élément ne pourra venir s'inscrire. Elle est définie tout autour du logotype et est égale à (x) la moitié de la hauteur du O de OWA.



1- LE LOGOTYPE

A- LE LOGOTYPE OFFICIEL

• Zone d'inviolabilité

LOGOTYPE OFFICIEL

Afin de garder une visibilité optimale du logotype, il sera demandé de respecter une zone d'inviolabilité présentée ci-à contre, où aucun élément ne pourra venir s'inscrire. Elle est définie tout autour du logotype et est égale à (x) la moitié de la hauteur du O de OWA.



Le logotype ARMOR est ferré à droite du logotype OWA.

Le A de ARMOR est aligné sur l'intérieur de la première branche du W de OWA.

La distance entre les deux logotypes est égale à 1,96 fois la hauteur (z) de la typographie du logotype ARMOR.



1- LE LOGOTYPE









B- PRÉSENTATION DU LOGOTYPE AVEC LA SIGNATURE

• Association du logotype et de la signature

Lorsque le logotype et la signature sont associés, la signature vient se positionner à droite du logotype et est alignée sur la base de OWA. Ils peuvent aussi vivre dissociés sur un même document.



* Quand l'utile redevient utile

								
CMJN	10 100 100 0	0 100 0 0	0 30 70 0	0 15 85 0	50 15 100 0	50 0 100 0	0 100 100 0	100 50 0 0
RVB	212 18 23	229 0 125	250 189 93	255 214 49	149 174 35	149 193 30	226 0 26	0 106 178

1- LE LOGOTYPE

B- PRÉSENTATION DU LOGOTYPE AVEC LA SIGNATURE

• Taille minimale d'utilisation

Le logotype OWA et la signature ne pourront être reproduit à une taille inférieure à 72 mm.
(ce qui garantie les 25 mm minimum pour le logotype complet, cf. page 7).

Pour rappel : lorsque le logotype devra être reproduit dans une taille inférieure à 25 mm, il devra alors être utilisé en version simplifiée (sans la marque ARMOR **ET** sans la signature).



* Quand l'utile redevient utile

1- LE LOGOTYPE

B- PRÉSENTATION DU LOGOTYPE AVEC LA SIGNATURE

• Zone de protection

LOGOTYPE OFFICIEL ASSOCIÉ
À LA SIGNATURE

Afin de garder une visibilité optimale du logotype et de la signature, il sera demandé de respecter une zone d'inviolabilité, où aucun élément (graphique ou typo) ne pourra venir s'inscrire. Elle est définie tout autour du logotype et est égale à (x) la moitié de la hauteur du O de OWA.



La signature pourra vivre seule, dans ce cas, sa zone de protection sera égale à la hauteur (y) entre l'astérisque et la base de la typographie ou de la hauteur du «F» capital.

Il est recommandé que (y) soit égal à (x), la moitié de la hauteur du O de OWA.



* Quand l'utile redevient utile

1- LE LOGOTYPE

C- LES APPLICATIONS DES LOGOTYPES SUR FONDS DE COULEURS

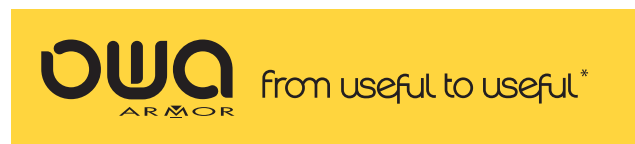
1- Application sur fond blanc



2- Application sur fond noir



3- Application sur fond de couleur



* Quand l'utile redevient utile

4- Application avec une contrainte d'impression en une couleur

Le logotype est géré dans cette couleur, à 100 % et sans dégradé (ici exemple avec la couleur du bleu ARMOR).



Quadrichromie (cf. page 6)



Quadrichromie (cf. page 6)



Réserve papier



Noir 100 %



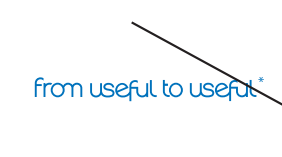
Bleu ARMOR (cf. page 6)

1- LE LOGOTYPE

D- LES INTERDITS

Principes de base :

- Le logotype OWA ne pourra pas être déformé.
- Les couleurs utilisées ne doivent pas être changées ni inversées entre elles.
- Les proportions entre les éléments composant le logotype doivent être respectées.
- La position du logotype ARMOR par rapport au logotype OWA ne pourra être modifiée, et ses différents éléments dissociés.
- La signature ne peut cohabiter avec le logotype simplifié. Elle sera toujours associée au logotype officiel et située à sa droite.

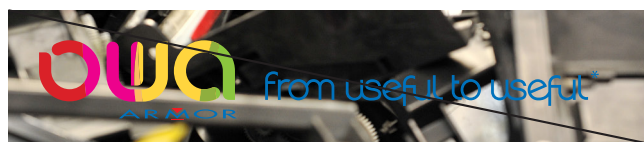


1- LE LOGOTYPE

D- LES INTERDITS

L'utilisation sur fonds de couleurs doit se faire uniquement en respectant l'application sur fond de couleur vu en page 12.

Afin de garder une visibilité optimale du logotype, il est établi de ne pas poser le logotype en couleur sur un fond coloré et en aucun cas sur une image.



* Quand l'utile redevient utile

LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

2- LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

a- Les TYPOGRAPHIES

1- SYNCOPATE

La typographie SYNCOPATE est utilisée dans toutes ses graisses. Elle est recommandée **pour les titrages dans les différents documents.**

syncopate

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

syncopate

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

2- Trebuchet MS

La typographie Trebuchet MS est recommandée **pour les textes courants et les mentions légales.**

Trebuchet MS 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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Trebuchet MS Italic

*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*

Trebuchet MS 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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Les textes sont écrits en noir à 65% ou -35% de noir.

2- LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES







B- Les Grands Principes

• La palette de couleurs



Elle nous permet d'avoir les mêmes couleurs quelque-soit les documents. Les couleurs primaires sont celles utilisées dans le logotype. Les couleurs secondaires sont celles apparaissant dans les bandes de couleurs.

On ne pourra prendre d'autres couleurs.





Couleurs primaires utilisées pour le logotype OWA

						
Pantone®						
CMJN	10 100 100 0	0 100 0 0	0 30 70 0	0 15 85 0	50 15 100 0	50 0 100 0
RVB	212 18 23	229 0 125	250 189 93	255 214 49	149 174 35	149 193 30

Couleurs primaires utilisées pour le logotype ARMOR

		
Pantone®		
CMJN	0 100 100 0	100 50 0 0
RVB	226 0 26	0 106 178

Couleurs secondaires utilisées pour les éléments graphiques OWA

				
Pantone®				
CMJN	0 70 100 0	0 30 100 0	100 0 0 0	- 35 % de noir 65 % de noir
RVB	236 99 33	251 186 0	0 179 241	

2- LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

B- LES GRANDS PRINCIPES POUR UNE CONSTRUCTION SUR FORMAT A4

ETAPE 1

• Les bandes de couleurs / les angles

Le rythme des bandes (rouge, rose, jaune, vert) est immuable.

Une mise en page horizontale et verticale (en tenant compte de l'intégration du logotype) a été définie. (cf supports commerciaux page 27).

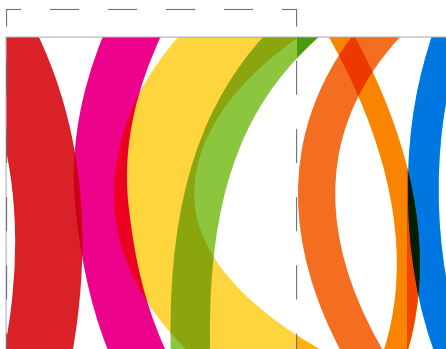
On utilise le gabarit avec les bandes de couleurs pour les argumentaires de vente, les fiches produits, les promotions.

Les bandes de couleurs reprennent soit les couleurs de la palette (rouge/rose/jaune/vert/orange/bleu), ou peuvent être transformées en un camaïeu d'une seule couleur.

Les angles bas gauche et haut droit reprennent l'arrondi des bandes de couleur du packaging. Elles sont toujours identiques.

On utilise le gabarit avec les angles pour tous les supports de communications (insertion catalogue, pub presse, en pleine page, mini-encarts ou A5).

Rythme immuable des bandes de couleurs



2- LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

B- Les Grands Principes pour une construction sur format A4

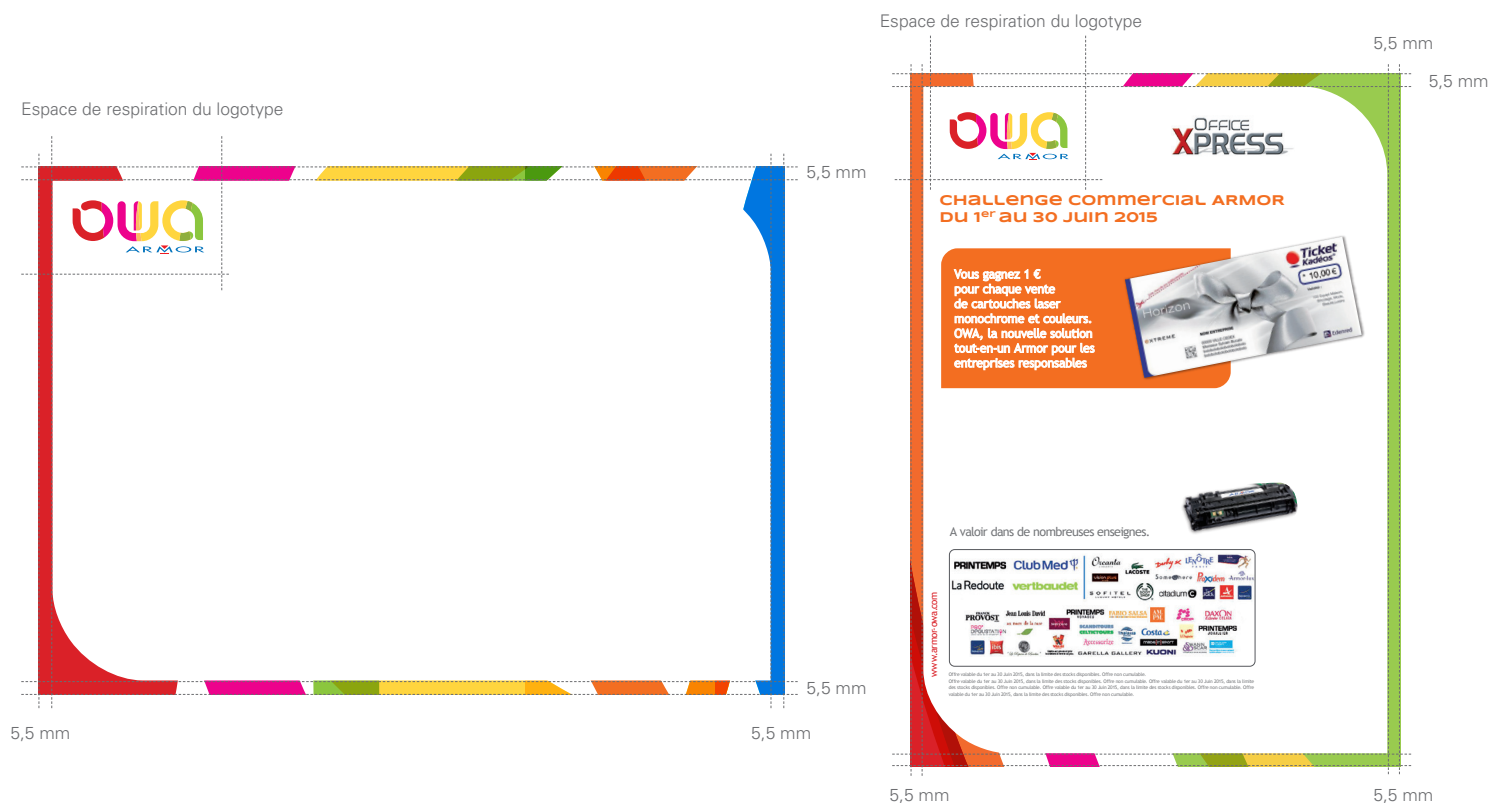
ETAPE 2

• Les marges tournantes

Pour l'ensemble des documents (horizontaux et verticaux), une marge tournante équivalente à 5,5 mm est à respecter.

Règle de construction homothétique sur la base d'un format A4.

Pour rappel :



2- LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

B- LES GRANDS PRINCIPES POUR UNE CONSTRUCTION SUR FORMAT A4

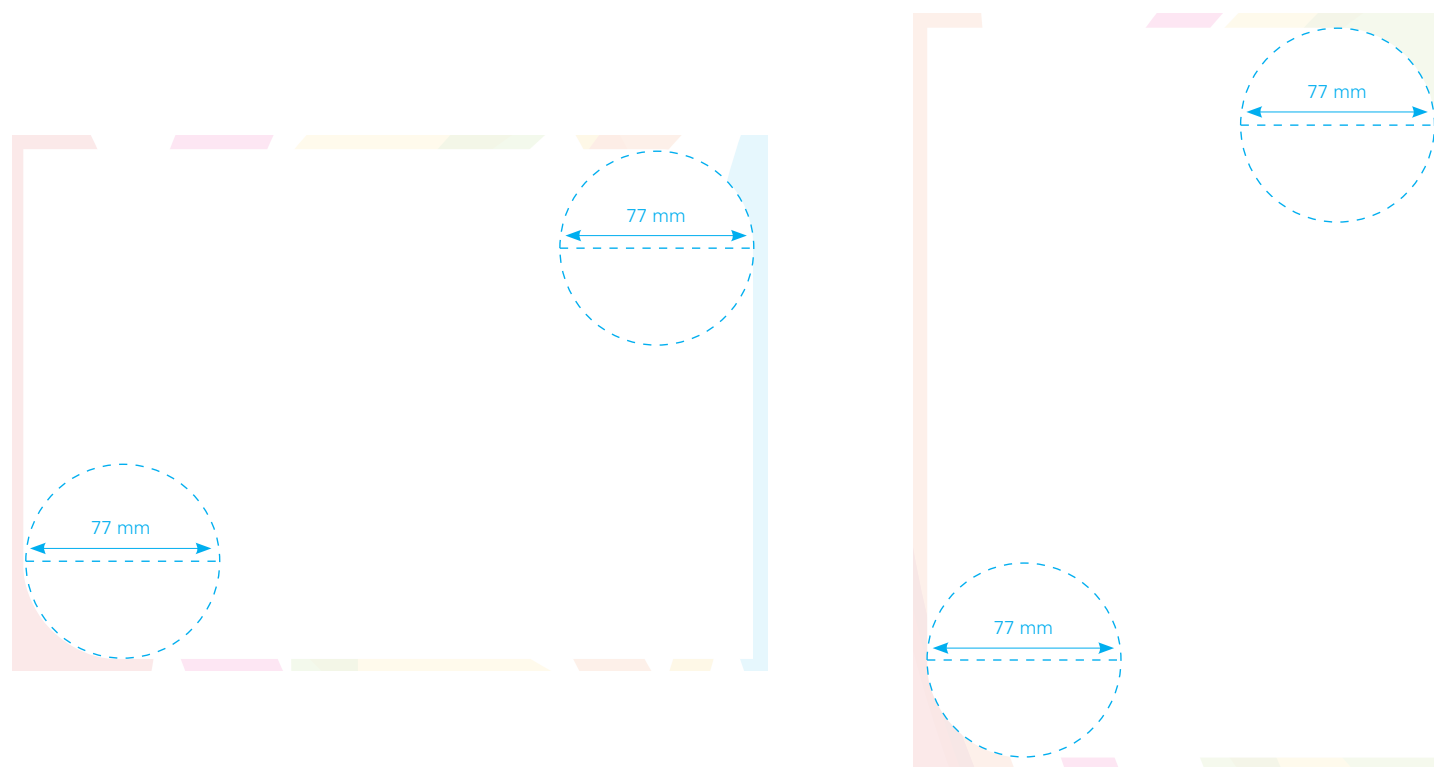
ETAPE 3

• L'encart arrondi

Les encarts textes ou les photographies seront insérés dans des formes à angles arrondis en haut à droite et en bas à gauche pour le format vertical comme pour le format horizontal.

Lorsque l'encart sera agrandi ou réduit (affiches ou autre formats), l'agrandissement des arrondis sera proportionnel.

Règle de construction homothétique sur la base d'un format A4.



2- LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

B- Les Grands Principes

• Les visuels

Ils peuvent être traités de différentes manières. Visuels photographiques en couleur ou bien en Noir et Blanc. Des bandes de couleurs viennent se juxtaposer sur les photos, soit en mode produit (pour mettre en avant une partie de l'image), soit en aplat pour apporter du dynamisme.



Aplat de couleur - Lumière sur une partie de l'image



Couleur et bande en produit

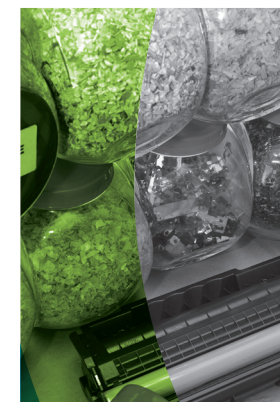


Photo noir et blanc + bande de couleur



Mélange des « techniques » avec du noir et blanc, des bandes en aplat et des bandes en produit.

2- LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

B- Les Grands Principes

• La pictothèque

Une pictothèque est créée pour animer graphiquement les supports Print en fonction des domaines d'intervention : packaging, leaflet, affiches, stands, films d'animation, OWAPEDIA, etc.

Ces pictos ne peuvent être modifiés (proportions, couleurs) et doivent être utilisés tel quel.

Il est recommandé de conserver les couleurs propres à chaque picto composant le tryptique.



PRODUITS



CARTOUCHES



ACCESSOIRES
PRODUITS DÉRIVÉS



ACCESSOIRES
PRODUITS DÉRIVÉS



IMPRIMANTE



CARTOUCHES
REMANUFACTURÉES



BORNE DE COLLECTE



KIT DE COLLECTE



JUMBO

SERVICES



INTERNET



USINE



DÉMANTÈLEMENT



RSE



ASSISTANCE



USINE DE TRI



COLLECTE



BILAN MATIÈRE

AUTRES



ENTREPRISE



NATIONAL ET INTERNATIONAL



LEADER



PIONNIER



ENVIRONNEMENT



ÉCONOMIE CIRCULAIRE



QUALITÉ



COÛT



COÛT

2- LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

B- Les Grands Principes








• La pictothèque WEB

Une pictothèque web est créée pour faciliter la navigation par un langage universel et animer graphiquement les supports d'édition WEB en fonction des domaines d'intervention : site internet, E-mailing, plateforme... Ils peuvent être plus spécifiques ou simplifiés pour favoriser leur compréhension.

Les pictos sont déclinables avec les couleurs de la palette.



MENU PRINCIPAL

-  HOME
-  IMPRIMER RESPONSABLE AVEC OWA
-  PRODUITS
-  ATOUTS DÉVELOPPEMENT DURABLE
-  A PROPOS D'ARMOR
-  CONTACTS - FAQ
-  OÙ TROUVER NOS PRODUITS

NAVIGATION SECONDAIRE

-  BATTERIE EN'SAFE
-  AICP
-  ASE
-  AOP
-  N°1 MONDIAL de la technologie transfert thermique
-  N°1 DE LA VENTE de cartouches remanufacturées en France
-  LEADER EUROPÉEN des cartouches Jet d'Encre alternatives
-  LOCALISATION
-  CHIFFRE D'AFFAIRES
-  COLLABORATEUR

EXTRANET

-  COMMANDER VOTRE BORDEREAU
-  TÉLÉCHARGER LES OUTILS DE COMMUNICATION
-  DÉCOUVRIR LES ACCESSOIRES DE BUREAU
-  ÉDITER VOTRE BILAN MATIÈRE
-  COMMANDER DES CARTONS DE COLLECTE
-  OBTENIR DES INFORMATIONS

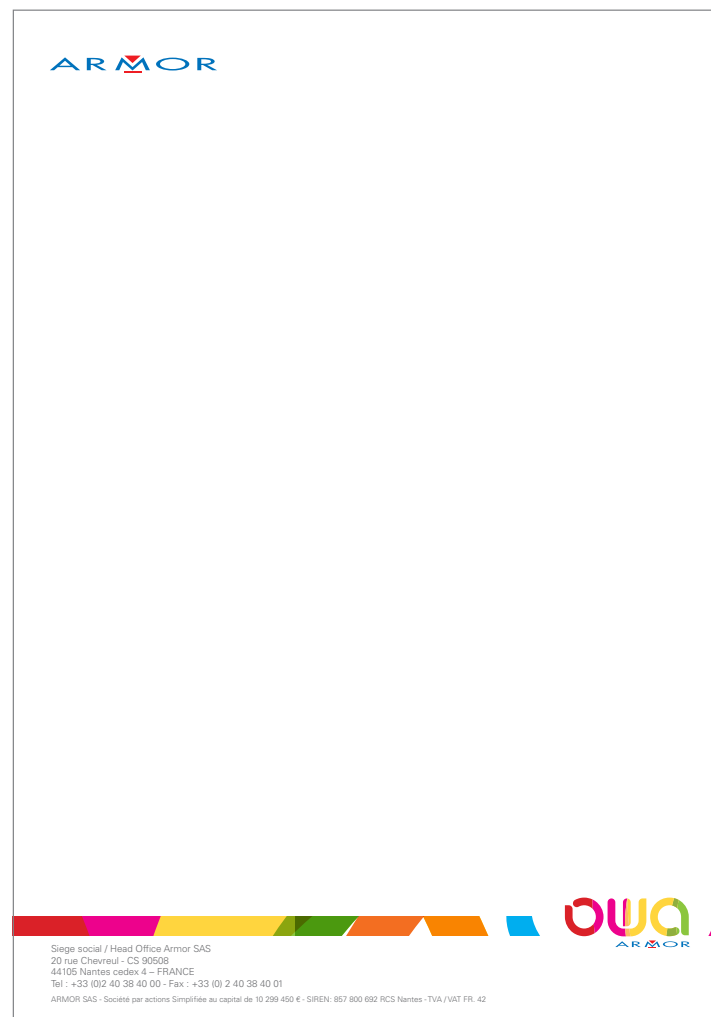
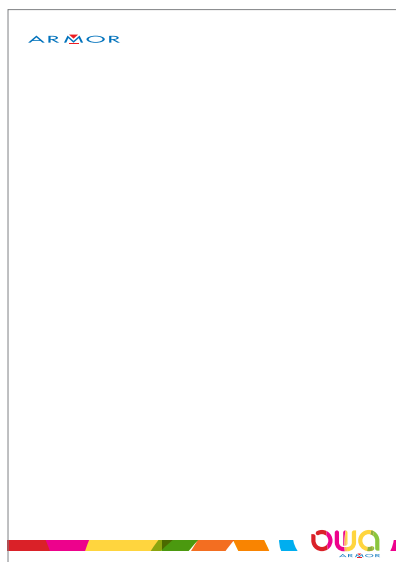
LES SUPPORTS BUREAUTIQUES

3- LES SUPPORTS BUREAUTIQUES

- Le papier à en-tête

Format A4
couleur texte : noir - 35%
typographie : Trébuchet MS regular

Recommandations techniques :
Grammage 90g
papier offset



3- LES SUPPORTS BUREAUTIQUES

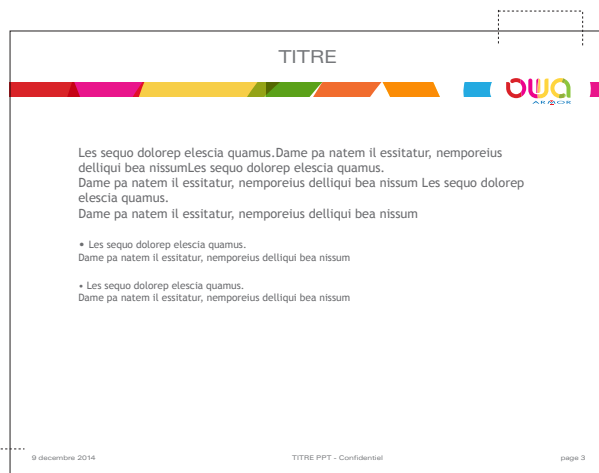
• Le PowerPoint

couleur texte : noir - 35%

typographie : Trébuchet MS regular



Espace de respiration du logotype

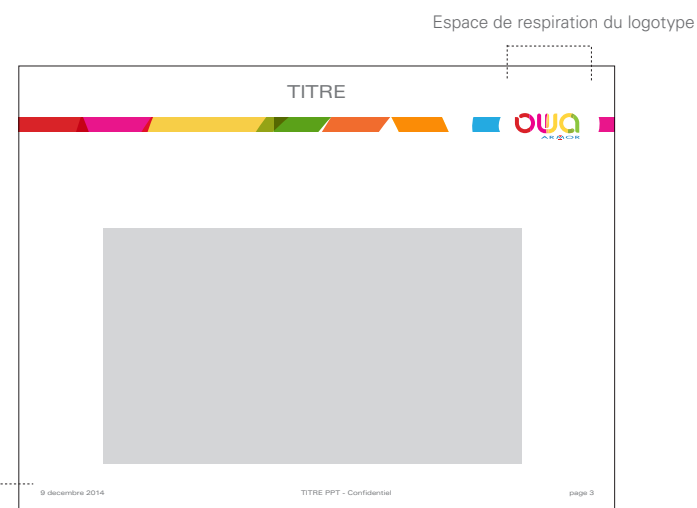


Zone
d'informations
interne



Zone
d'informations
interne

Espace de respiration
du logotype



Zone
d'informations
interne

LES SUPPORTS COMMERCIAUX

4- LES SUPPORTS COMMERCIAUX

• La fiche produit - format A4

Elle est construite à l'horizontale et reprend les éléments identitaires de la marque OWA.
L'encart arrondi blanc s'installe sur le fond graphique OWA (bandes de couleurs). Le logotype OWA est toujours situé au même endroit (en haut à gauche, à 5,5 mm du bord) en respectant sa surface d'invulnérabilité.

Typographie de titre : Syncopate
Typographie de texte : Trebuchet MS



Pour rappel :



4- LES SUPPORTS COMMERCIAUX

• L'argumentaire de vente (ADV) - format A4

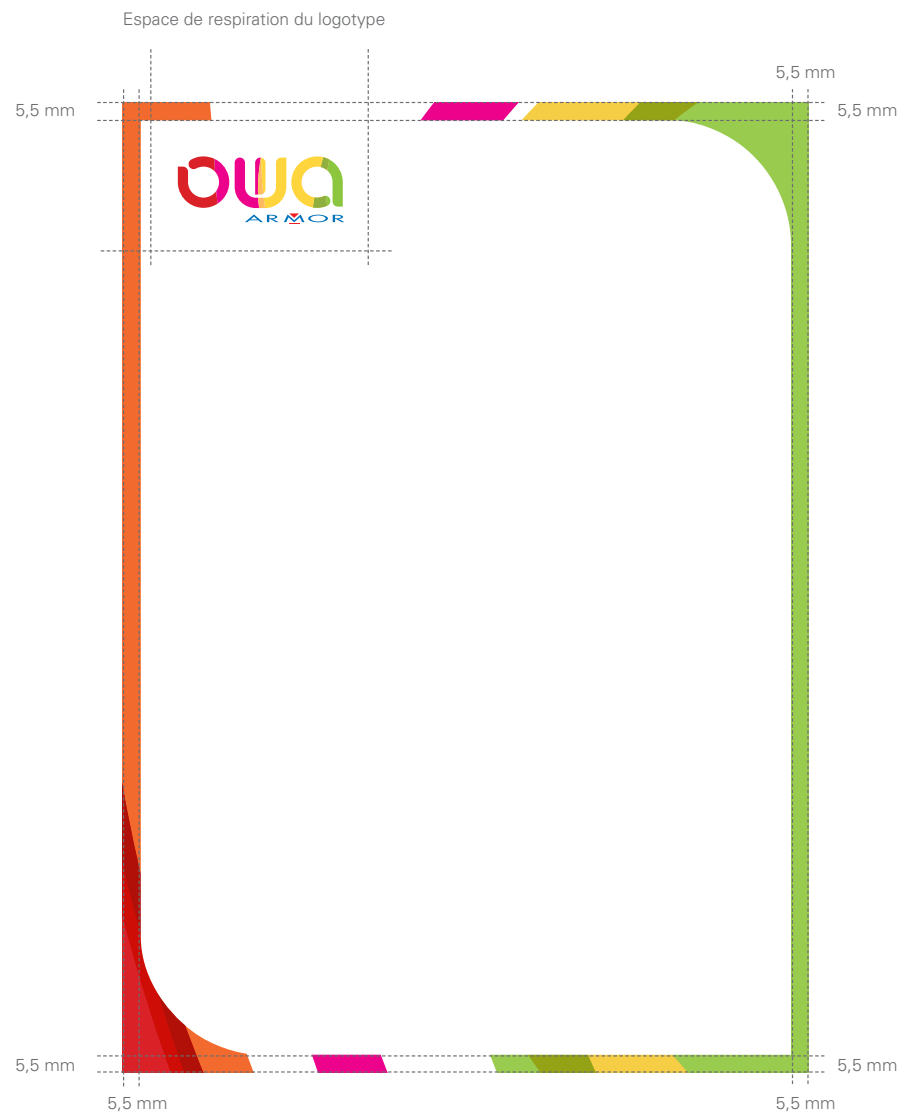
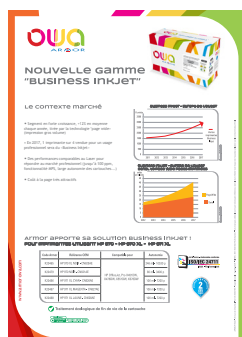
Il est construit à la verticale et reprend les éléments identitaires de la marque OWA.

L'encart arrondi blanc s'installe sur le fond graphique OWA (bandes de couleurs). Le logotype OWA est toujours situé au même endroit (en haut à gauche) en respectant sa surface d'invulnérabilité.

L'organisation des bandes a alors été adaptée.

Typographie de titre : Syncopate

Typographie de texte : Trebuchet MS

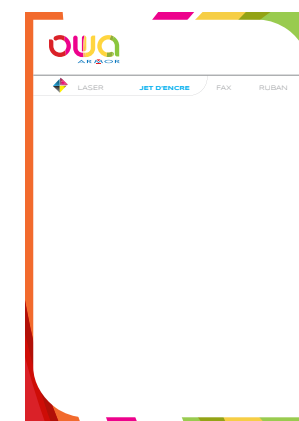
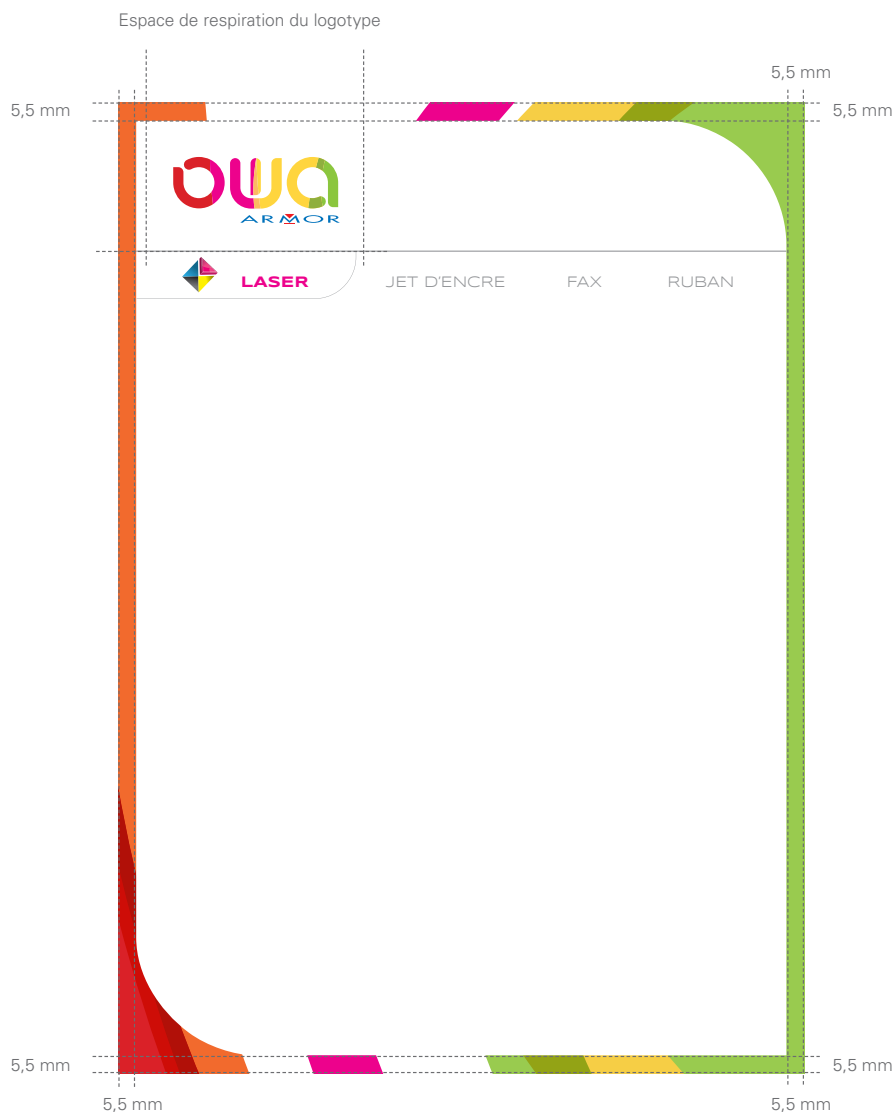


4- LES SUPPORTS COMMERCIAUX

• Les documents de gamme de produits - format A4

Elles sont construites à la verticale et reprennent les éléments identitaires de la marque OWA. L'encart arrondi blanc s'installe sur le fond graphique OWA (bandes de couleurs). Le logotype OWA est toujours situé au même endroit (en haut à gauche) en respectant sa surface d'invulnérabilité. L'organisation des bandes a alors été adaptée.

Typographie de titre : Syncopate
Typographie de texte : Trebuchet MS



Déclinaison première page Jet d'encre

4- LES SUPPORTS COMMERCIAUX

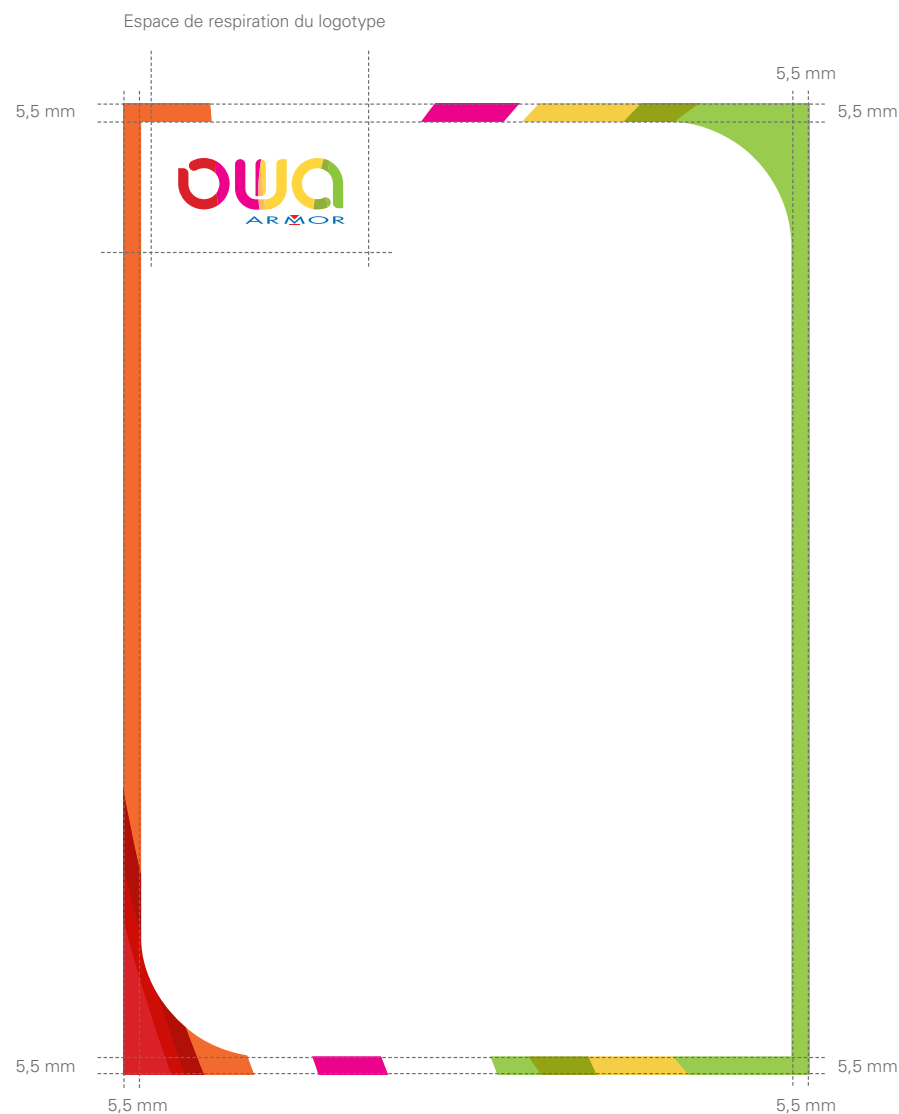
• La fiche promotion - format A4

Elle est construite à la verticale et reprend les éléments identitaires de la marque OWA.

L'encart arrondi blanc s'installe sur le fond graphique OWA (bandes de couleurs). Le logotype OWA est toujours situé au même endroit (en haut à gauche) en respectant sa surface d'invulnérabilité.

L'organisation des bandes a alors été adaptée.

Typographie de titre : Syncopate
Typographie de texte : Trebuchet MS



A decorative border surrounds the central text, composed of various colored geometric shapes (triangles, trapezoids) in red, pink, yellow, green, orange, and blue, arranged in a modern, abstract pattern.

LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

5- LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

• L'encart catalogue - format A4

Il est construit à l'horizontal et reprend les éléments identitaires de la marque OWA.

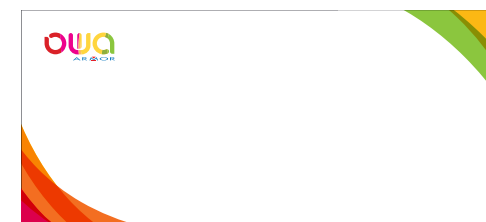
Le logotype OWA est toujours situé au même endroit (en haut à gauche) en respectant sa surface d'invulnérabilité.

Typographie de titre : Syncopate

Typographie de texte : Trebuchet MS



Espace de respiration du logotype



Déclinaison format 200 x 90mm



Déclinaison format A5

5- LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

- **Le bandeau web**

Il permet de communiquer sur des services ou des produits OWA. Le logotype OWA vit dans une zone définie sur fond blanc, toujours positionné à droite du bandeau. Il y a plusieurs options de mise en page avec un aplat de couleur défini en fonction du thème et qui intègre ou non une image. Quelque soit la mise en page, les informations texte sont gérées sur un aplat de couleur. Il convient à chacun de respecter une équité visuelle entre le logotype et la zone du message.



S.A.V.



Coût



Prestation



Environnement



Qualité

$Z = 1/2$ de (x)
 (x) étant la moitié de la
 hauteur du O de OWA



À noter :
exceptionnellement le
rythme des bandes de
couleurs sur les bandeaux
web très étroits et en
hauteur, peuvent s'utiliser
à l'horizontal.

ARMOR
20 rue Chevreul - 44100 Nantes - FRANCE
T. : 02 40 38 41 71
www.armor-owa.com