



Franck Thomas Formation
COMPRENDRE LE MESSAGE DU VIN

CHARTRE GRAPHIQUE

Cette Charte Graphique contient les éléments visuels qui représentent l'identité visuelle de **Franck Thomas Formation**. Cela comprend le nouveau Logo, l'utilisation correcte du logo, les couleurs et la typographie à utiliser, le style photographiques et différentes déclinaisons.

L'envoi d'un message cohérent sur qui nous sommes est essentiel pour présenter une image forte et unifiée de l'entreprise.

Ces directives reflètent l'engagement de **Franck Thomas Formation** envers la qualité, la constance et le style. Chacun de nous est responsable de la protection des intérêts de l'entreprise en empêchant l'utilisation non autorisée ou incorrecte du nom et de la marque **Franck Thomas Formation**.

SOMMAIRE

LOGO

4

COMPOSITION DU LOGO

5

VERSIONS DU LOGO AVEC SLOGAN

6

VERSIONS DU LOGO SANS SLOGAN

7

ZONE DE PROTECTION

8

UTILISATION INCORRECTE DU LOGO

9

COULEURS 10

COULEURS PRINCIPALES

11

COULEURS D'ACCOMPAGNEMENT

12

TYPOGRAPHIE

13

TYPOGRAPHIE PRINCIPALE

14

TYPOGRAPHIE SECONDAIRE

15

PHOTOGRAPHIE

16

PRINCIPES

17

MOODBOARD

18

PUBLICATIONS

19

ICONOGRAPHIE

20

PRINCIPES

21

ICONÊS

22

DÉCLINAISONS

23

CARTE DE VISITE

24

PAPIER EN-TÊTE

25

SUITE DE LETTRES

26

LOGO

COMPOSITION DU LOGO

VERSIONS DU LOGO

ZONE DE PROTECTION

UTILISATION INCORRECTE DU LOGO

01

LOGO

L'identité visuelle s'appuie sur les caractéristiques fondamentales de cette entreprise :

- Professionnelle
- Humaine
- Moderne
- Accessible

Les couleurs font référence aux couleurs du vin et leur chaleur donne une touche de modernité à la marque.

COMPOSITION DU LOGO

Le symbole

L'illustration représente une main portant un verre au dessus du regard pour observer le vin et pour accueillir son message.

Le nom : Franck Thomas Formation

Une typographie sans-serif semibold, contemporaine et élégante, utilisée en majuscules et minuscules.

Slogan

La même typographie en majuscules est utilisée pour la phrase d'accroche.



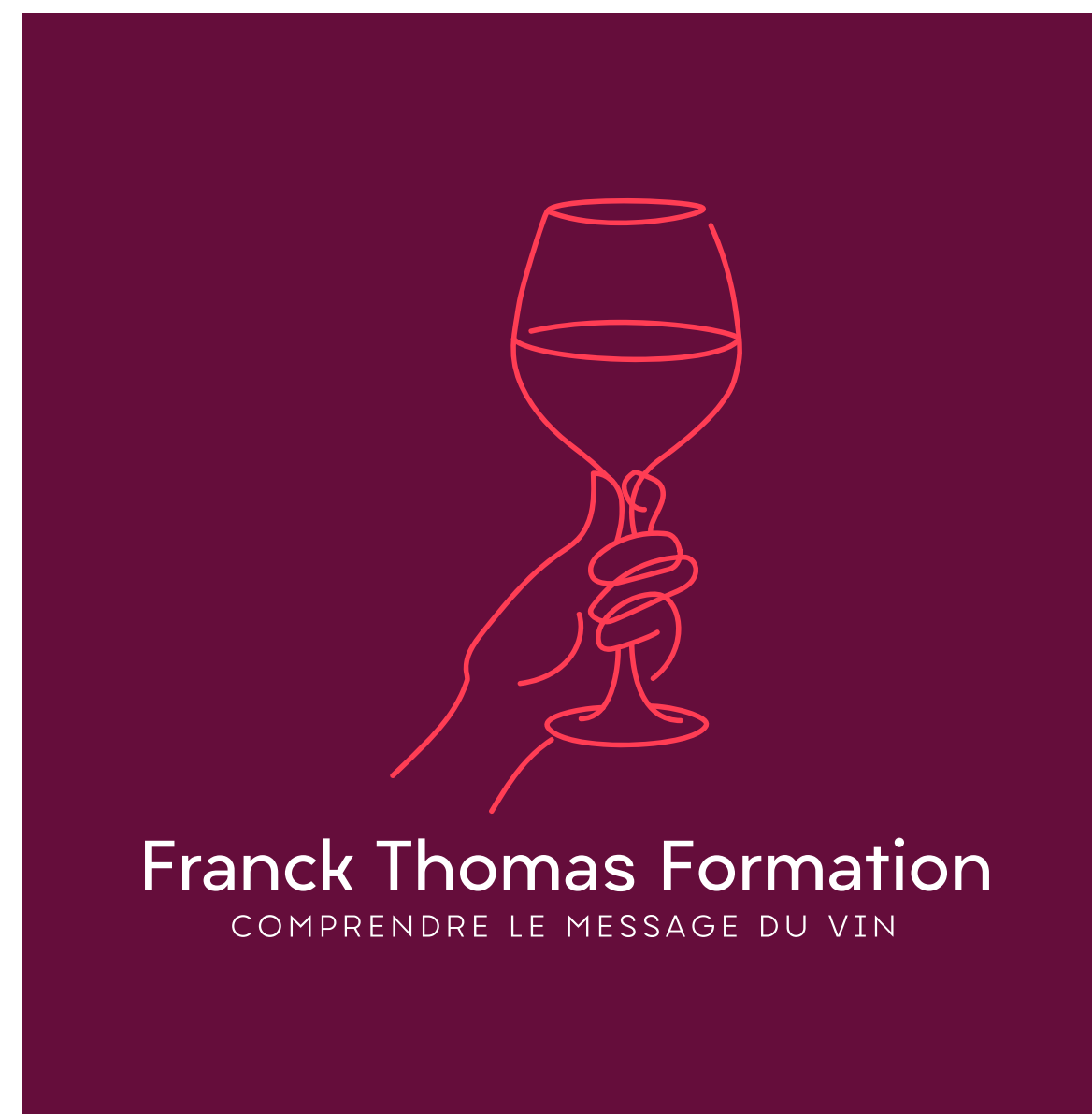
Franck Thomas Formation

COMPRENDRE LE MESSAGE DU VIN

LOGO

VERSIONS DU LOGO AVEC SLOGAN

Quatre variantes du logo sont possibles :



Logo A

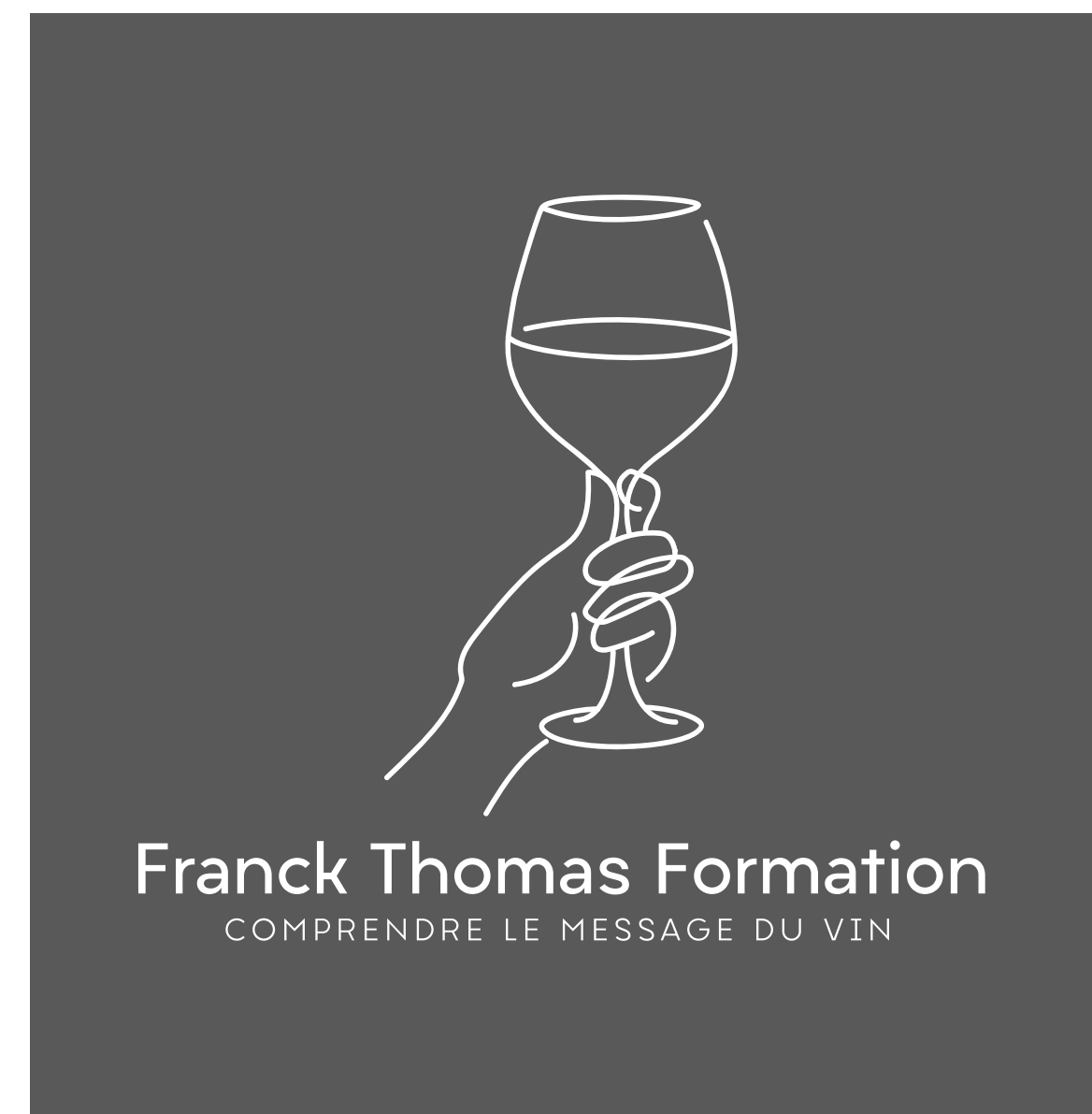
Symbole rose
Typographie blanche
Fond bordeaux

(cf. code couleurs page 11)



Logo B

Symbole rose
Typographie bordeaux
Fond blanc



Logo C

Symbole blanc
Typographie blanche
Fond noir ou gris foncé



Logo D

Symbole noir
Typographie noire
Fond blanc ou gris clair

LOGO

VERSIONS DU LOGO SANS SLOGAN

Il est toujours conseillé d'utiliser le logo avec le slogan, mais si son utilisation n'est pas possible à cause de la lisibilité (ex. logo trop petit), il peut être utilisé sans le slogan. Quatre variantes du logo sont possibles :



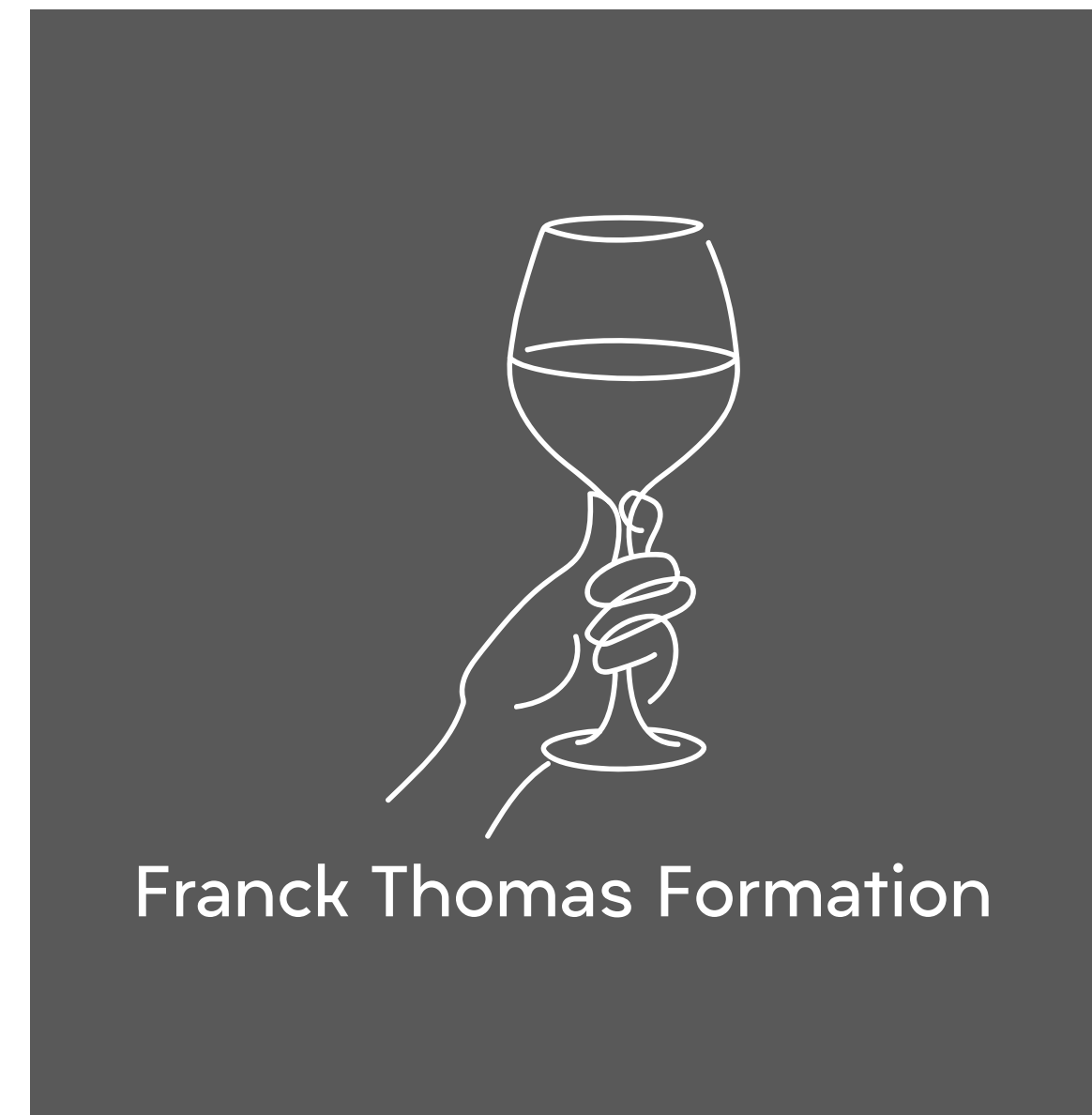
Logo A

Symbole rose
Typographie blanche
Fond bordeaux



Logo B

Symbole rose
Typographie bordeaux
Fond blanc



Logo C

Symbole blanc
Typographie blanche
Fond noir ou gris foncé



Logo D

Symbole noir
Typographie noire
Fond blanc ou gris clair

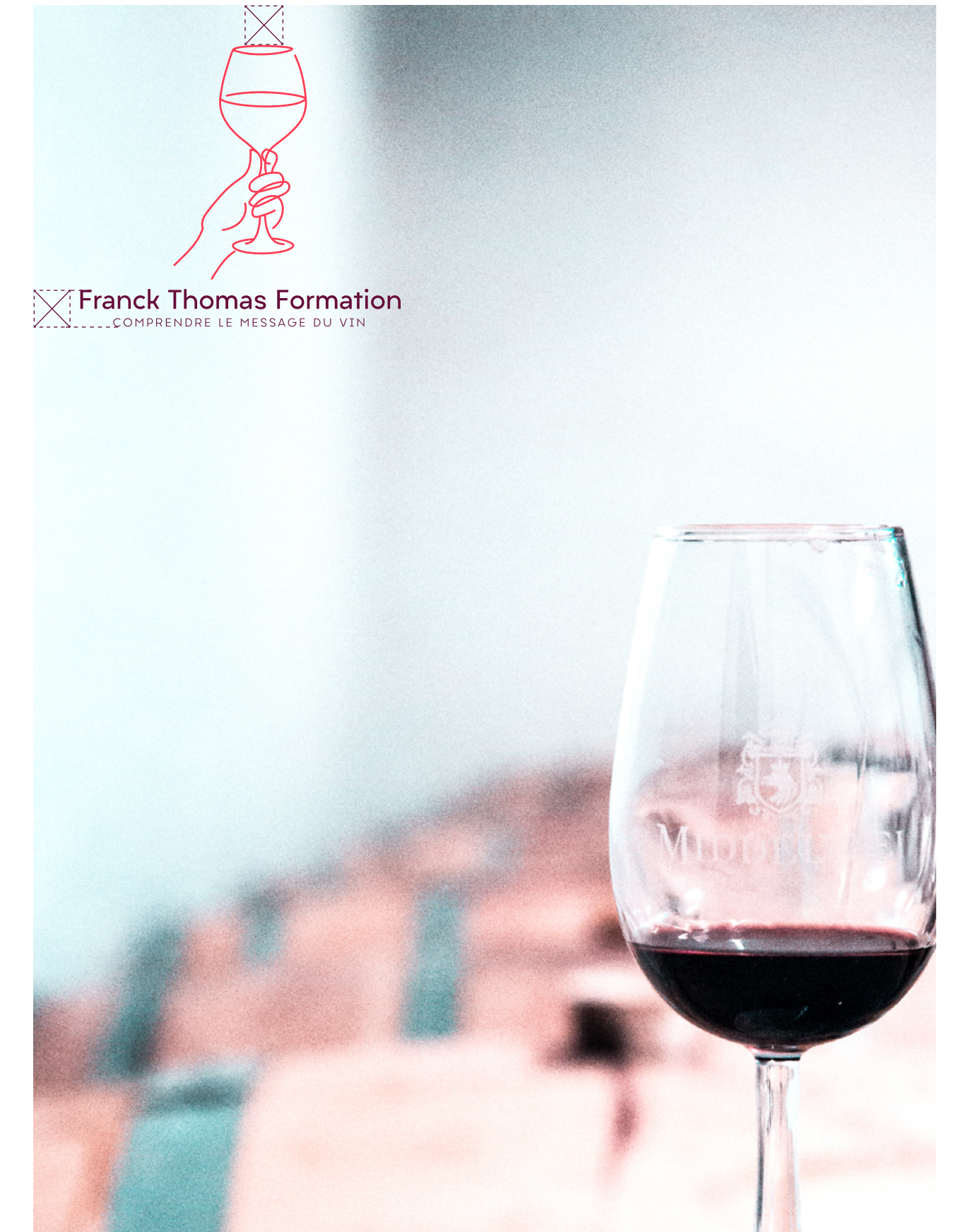
LOGO

ZONE DE PROTECTION

La zone de protection a pour rôle de protéger le logo de toutes les perturbations. À chaque fois que vous utilisez le logo, il doit être entouré d'une zone de protection pour assurer sa visibilité et son impact. Cette zone indique l'espace minimum entre le logo et le bord de la publication ou entre le logo et tout autre élément graphique.

Cette zone de protection "X" est déterminée par la hauteur de entre le nom et le slogan.

Aucun élément ne doit apparaître dans cette zone.



LOGO

UTILISATION INCORRECTE DU LOGO

1. N'utilisez pas le **Logo A** sur une image ou un fond clair.
2. N'utilisez pas le **Logo B** sur une image ou un fond foncé.
3. Ne modifiez jamais les proportions du logo ni les espaces entre les éléments du logo. Ne modifiez en aucune façon son apparence.
4. Ne changez pas la couleur du logo. Utilisez uniquement le logo dans les couleurs proposées dans la page 6 de ce guide.
5. Ne changez pas la disposition des éléments du logo.
6. Respectez la zone de protection. Ne placez pas le logo trop près du bord de l'image ou de tout autre élément (image, texte, icône, etc.)



COULEURS

COULEURS PRINCIPALES

COULEURS D'ACCOMPAGNEMENT

02

COULEURS

COULEURS PRINCIPALES

Le bordeaux et le rose sont les couleurs principales de la marque.
Son utilisation est conseillé dans tous les supports de communication



Bordeaux

–

Code couleur

CMYK : C42 M100 Y34 K51
RGB : R101 G13 B59
Web : #650d3b



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %

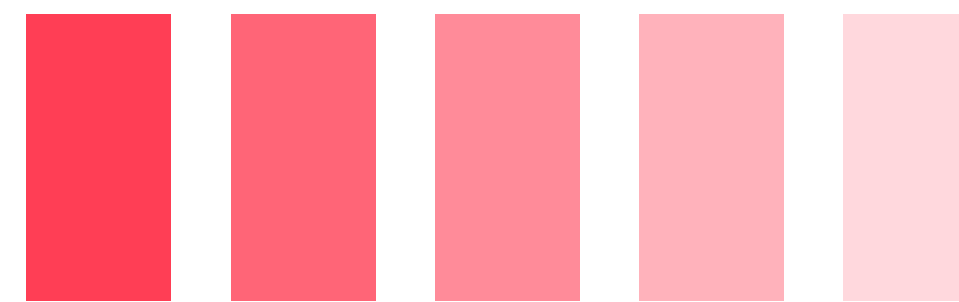


Rose

–

Code couleur

CMYK : C0 M85 Y53 K0
RGB : R255 G62 B85
Web : #ff3e55



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %

COULEURS

COULEURS D'ACCOMPAGNEMENT

Lors de la création de documents, vous pouvez utiliser les couleurs d'accompagnement : bleu indigo et blanc.



Bleu Indigo

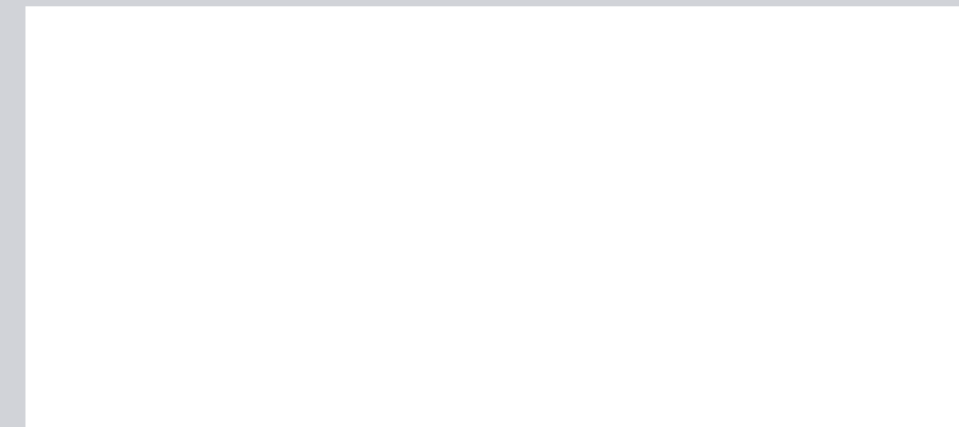
–

Code couleur

CMYK : C93 M82 Y48 K55
RGB : R23 G34 B59
Web : #17223b



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %



Blanc

–

Code couleur

CMYK : C0 M0 Y0 K0
RGB : R255 G255 B255
Web : #ffffff

TYPOGRAPHIE

TYPOGRAPHIE PRINCIPALE
TYPOGRAPHIE SECONDAIRE

03

TYPOGRAPHIE

TYPOGRAPHIE PRINCIPALE

LIBER GROTESQUE FAMILY est la famille typographique principale utilisé dans l'identité visuelle de Franck Thomas Formation.

La typographie joue un rôle important, elle témoigne du ton et de la qualité de la marque. Une utilisation soignée de la typographie renforce notre personnalité et garantit la clarté et l'harmonie dans toutes les communications d'entreprise.

LIBER GROTESQUE FAMILY

A B C D E F G H I J K L M Light
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 0
! " § \$ % & / () = ? ` ; :

A B C D E F G H I J K L M SemiLight
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 0
! " § \$ % & / () = ? ` ; :

A B C D E F G H I J K L M Regular
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 0
! " § \$ % & / () = ? ` ; :

A B C D E F G H I J K L M SemiBold
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 0
! " § \$ % & / () = ? ` ; :

A B C D E F G H I J K L M Bold
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 0
! " § \$ % & / () = ? ` ; :

A B C D E F G H I J K L M Black
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 0
! " § \$ % & / () = ? ` ; :

TYPOGRAPHIE

TYPOGRAPHIE SECONDAIRE

Si vous ne disposez pas de la typographie LIBER GROTESQUE sur votre poste informatique ou si vous devez utiliser une typographie classique, nous vous recommandons d'utiliser la typographie HELVETICA.

HELVETICA

A B C D E F G H I J K L M Light
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 0
! " § \$ % & / () = ? ` ; :

A B C D E F G H I J K L M Regular
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 0
! " § \$ % & / () = ? ` ; :

A B C D E F G H I J K L M Bold
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 0
! " § \$ % & / () = ? ` ; :

PHOTOGRAPHIE

PRINCIPES
MOODBOARD
PUBLICATIONS

04

PHOTOGRAPHIE

PRINCIPES

Les images corporatives sont responsables du transfert des valeurs de la marque. L'utilisation d'un style graphique cohérent dans les photographies est importante pour se positionner sur le marché et améliorer l'image de l'entreprise.



Images en Couleur

-

- couleurs désaturées
- images nettes
- photographie authentique
- moderne



Images en Noir et Blanc

-

- images contrastées
- images nettes
- look minimaliste
- photographie authentique
- moderne

PHOTOGRAPHIE

MOODBOARD



PHOTOGRAPHIE

PUBLICATIONS

Dans les publications avec photographie, il est conseillé d'utiliser le logo sur une barre verticale de couleur bordeaux. De cette manière le logo prend une place importante dans la composition.

- Barre bordeaux en couleur à 100% ou en transparence à 85%.
- Laisser toujours une partie de la photo à gauche et à droite de la barre
- Le logo doit être lisible. Il peut être situé en bas ou au milieu de la barre



ICONOGRAPHIE

PRINCIPES
ICÔNES

05

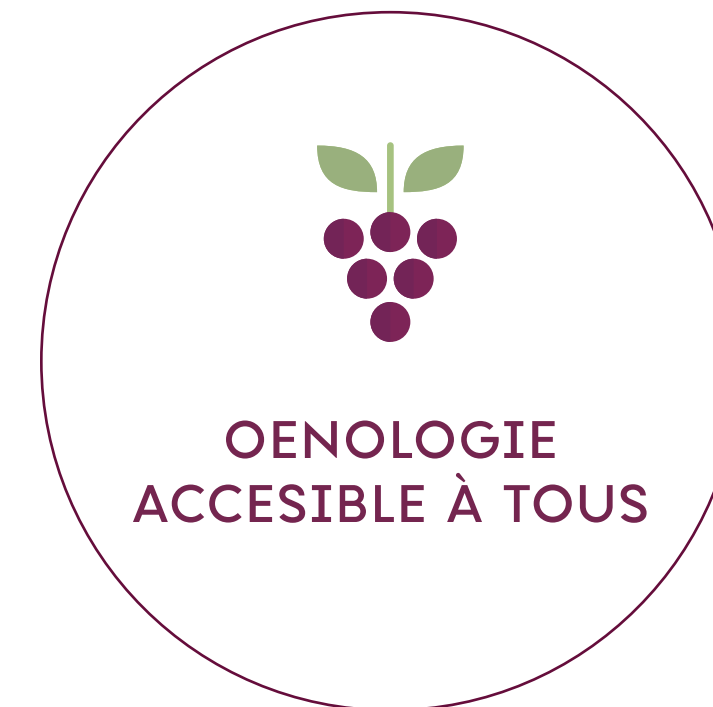
ICONOGRAPHIE

PRINCIPES

Les icônes sont des symboles qui guident un utilisateur et attirent l'attention sur un message ou une idée spécifique, sans s'appuyer sur une langue écrite.

Les icônes ici proposés peuvent être utilisés sur le Site Web, les publications ou les publicités.

-
- Utiliser des icônes uniquement si la composition le permet
- Une seule icône par image
- Ne pas changer la couleur des icônes
- Mise à l'échelle uniquement proportionnel



ICONOGRAPHIE

ICONÊS



DÉCLINAISONS

CARTE DE VISITE
PAPIER EN-TÊTE
SUITE DE LETTRES

06

DÉCLINAISONS

CARTE DE VISITE

Les cartes de visite doivent être imprimées en recto/verso. Le recto contient le logo sur fond bordeaux situé au centre de la carte. Le verso contient les informations de contact du membre de l'équipe ainsi que l'adresse postale et le site Internet de l'entreprise. Le nom et poste sont écrits en blanc sur un fond bordeaux et les informations de contact en bordeaux sur fond blanc. Des icônes accompagnent les informations de contact.

- Format : 85 x 54 mm
- Couleur fond : Bordeaux

Typographie

- Nom : 12 pts
Liber Grotesque Family
SemiBold
- Poste : 10 pts
Liber Grotesque Family
SemiLight
- Infos contact : 8 pts
Liber Grotesque Family
SemiLight



DÉCLINAISONS

PAPIER EN-TÊTE

Il est conseillé d'imprimer le papier entête et les suites de lettres de manière professionnelle (impression offset ou numérique). Si l'impression professionnelle n'est pas possible, cette mise en page peut être utilisée dans un document Microsoft Word à conditions de respecter les couleurs, la typographie, les mesures et la disposition des éléments.

- Format : A4 : 210 x 297 mm
- Couleur pied de page : Rose

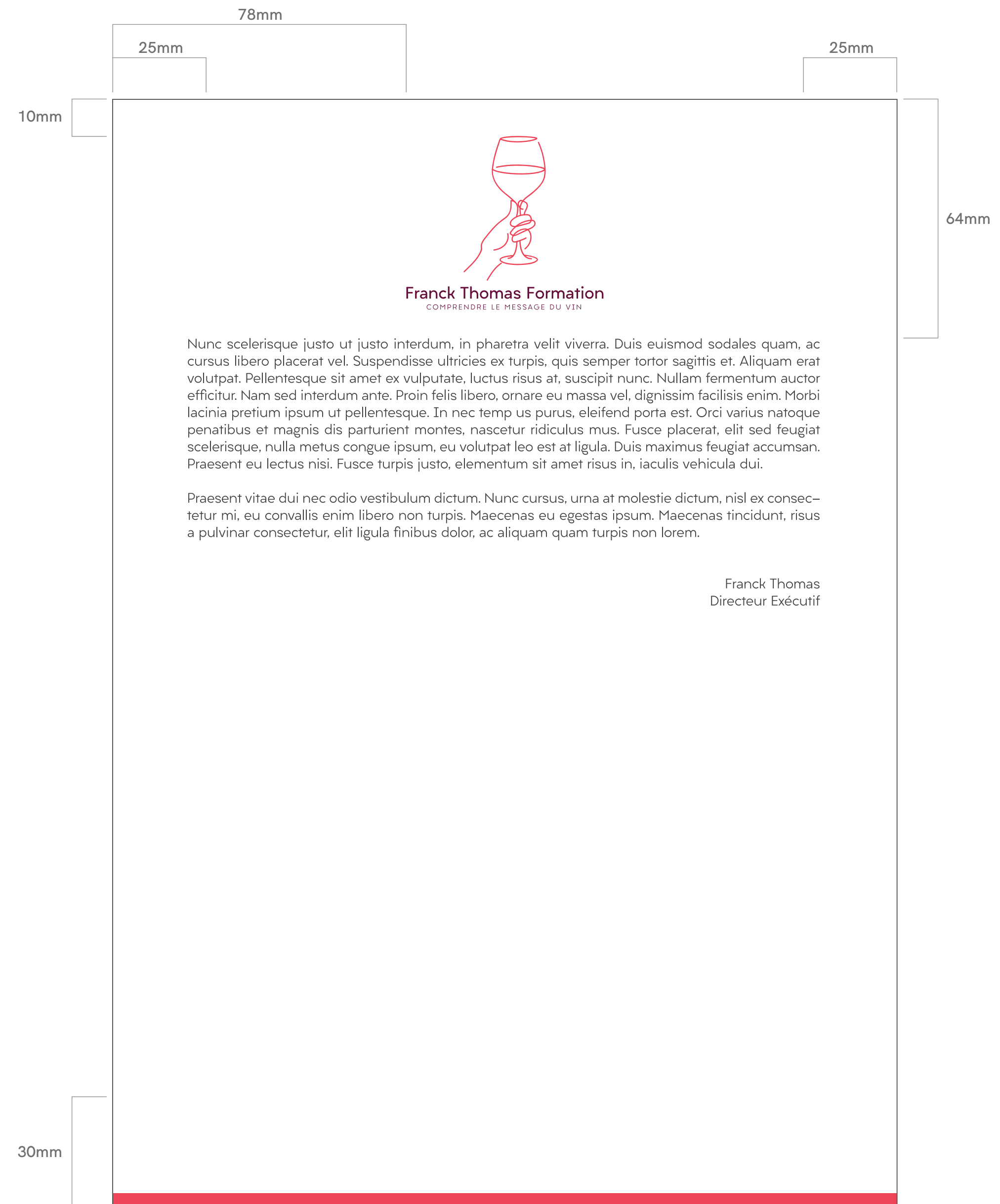
Typographie

- Infos pied de page : 8 pts
Interlignage : 9,6 pts
Liber Grotesque Family
Light
- Corps du texte : 10 pts
Interlignage : 13 pts
Liber Grotesque Family
SemiLight



DÉCLINAISONS

SUITE DE LETTRES





Franck Thomas Formation

COMPRENDRE LE MESSAGE DU VIN

50 chemin des Oliviers
06600 Antibes
Tél. +33 9 51 44 21 013
contact@franckthomas.fr
www.franckthomas.fr

Graphisme :
www.julianadevis.com