



CONNECTED TO INNOVATION

# CHARTE GRAPHIQUE

ÉDITION 2021



## INTRODUCTION

Le terme "charte" vient du latin *charta* qui signifie papier et qui, en français, a pris le sens de "loi", règle fondamentale. La charte graphique contient l'essentiel des règles graphiques qui constituent l'identité visuelle d'une entreprise. Elle permet de vérifier que chaque élément visuel est employé à bon escient pour que chaque nouveau support reflète correctement l'image de la société.

**La charte graphique est une aide à la conception, et conserve une certaine souplesse pour faire face aux cas particuliers, tout en respectant l'esprit de la marque.**

L'intérêt d'une charte graphique est double :

- L'identité visuelle est préservée quel que soit l'auteur du document. Tous les outils de communication parlent "d'une seule voix".
- Le destinataire identifie facilement la société émettrice parmi un panel de documents.

Toutes créations doivent être validées par le service Marketing **Prevost**.

# 01

## IDENTITÉ VISUELLE

Logo <b>Prevost</b>	p. 4
Utilisation du logo <b>Prevost</b>	p. 5
Typographies	p. 7
Couleurs	p. 8
Logo <b>prevoS1</b>	p. 9
Utilisation du logo <b>prevoS1</b>	p. 10
Iconographie	p. 12
Pictogrammes	p. 13

3

## LOGO **Prevost**

Fichiers :  
1. Identité visuelle / 1. Logo

### Version principale

C'est la représentation graphique de la marque commerciale.  
**Le logo bleu est la version qui doit être utilisée en priorité.**

Le logo **Prevost** est déposé (fichiers disponibles).



### Déclinaisons

Le logo peut exceptionnellement être utilisé en noir ou en blanc.



### Couleurs

Il doit toujours être appliqué sur fond blanc, à l'horizontal et ne peut être modifié, déformé ou redessiné.

Le bloc marque est souvent accompagné de la base line.

CONNECTED TO INNOVATION

La base line est utilisée en gris (N 80 %) ou équivalent.  
Sa typographie est l'Helvetica Neue Light avec une approche de lettres de 120 pt.

Le logo est toujours bleu ou blanc en marquage sur les produits.  
Il peut exceptionnellement être utilisé en noir.



PANTONE® Process 293 C  
CMJN 100 / 60 / 0 / 0  
RVB 0 / 92 / 169  
WEB # 005ca9  
RAL 5005



PANTONE® 000 C  
CMJN 0 / 0 / 0 / 0  
RVB 255 / 255 / 255  
WEB # #####  
RAL 9010



PANTONE® Process Black  
CMJN 0 / 0 / 0 / 100  
RVB 29 / 29 / 27  
WEB # 1d1d1b  
RAL 9005

4

## UTILISATION DU LOGO Prevost

### Zone de protection

Par souci de lisibilité, aucun élément (flet, texte ou image) ne doit être placé trop près du logo. Cette zone de protection est définie en fonction de la hauteur du "r" de **Prevost**, comme schématisé ci-dessous.



### Interdictions



Il est interdit de modifier le logo. Il doit toujours être utilisé dans sa forme originale. Ne jamais dissocier le sigle **P** du nom ou modifier ses proportions. Ne jamais utiliser le logo à la vertical à l'exception des tranches des tarifs & catalogues.



~~prevost~~



~~prevost~~



### Taille minimale



15 mm  
85 px

Le logo ne doit jamais être utilisé dans une taille inférieure à 15 mm pour l'impression et 85 pixels pour l'écran.

### Usage dans les textes

Lorsque l'on cite **Prevost** dans un texte, il convient de l'écrire en minuscule et en gras, avec le **P** toujours en majuscule.

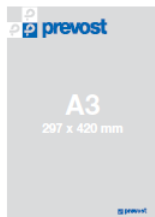
## UTILISATION DU LOGO Prevost

### Emplacement et taille

Le logo doit toujours être positionné en haut à gauche du support de communication. Le sigle **P** servira à lui donner son emplacement. Pour les formats "standards", les dimensions ci-dessous sont à respecter.

#### Couverture A3

Taille du logo 120 mm



#### Couverture A4

Taille du logo 100 mm



#### Couverture A5

Taille du logo 60 mm



#### Couverture A6

Taille du logo 40 mm



#### Catalogue & Tarif

Taille du logo 140 mm



#### Supports A4

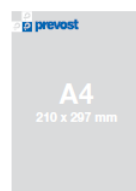
(Fiche, annonce presse, action commerciale...)

Taille du logo 90 mm



#### 4<sup>ème</sup> de couverture A4

Taille du logo 60 mm



#### Pied de page A3

Taille du logo 20 mm

#### Pied de page A4

Taille du logo 20 mm

#### Pied de page A5

Taille du logo 15 mm

#### Pied de page A6

Taille du logo 15 mm

### Structure de pied de page

Le logo doit toujours être positionné en extérieur de page, accompagné du folio.



# TYPOGRAPHIES

## Typographie principale

### Helvetica Neue 45 Light / 75 Bold

Cette typographie offre une lisibilité optimale, aussi bien pour les documents imprimés qu'à l'écran.

Elle doit être utilisée sur tous les supports de communication print et digitaux (brochures, catalogues, site web etc.)

Les autres graisses de l'Helvetica Neue peuvent être utilisées en fonction des besoins.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 OPQRSTUVWXYZ  
 0123456789  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 àéèæøeöüïñ.,;:'/?!&(){}«»°- \*#@

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**OPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**àéèæøeöüïñ.,;:'/?!&(){}«»°- \*#@**

## Typographie alternative

### Helvetica / Arial / Arial Black ou Gras

Au sein de l'entreprise **Prevost** la typographie à utiliser est Helvetica, Arial ou Arial black.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 àéèæøeöüïñ.,;:'/?!&(){}«»°- \*#@

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**àéèæøeöüïñ.,;:'/?!&(){}«»°- \*#@**

## Typographique pour les noms de gammes

### Helvetica Neue, Arial ou Arial black

Afin de privilégier le nom de nos produits, ils doivent être saisis en gras, italique (bleu, noir ou blanc).

***Alto, Conex, 27102, PPS, prevoS1***

# COULEURS

## Couleurs principales

Le logo doit être utilisé en priorité en bleu **Pantone® Process 293 C** ou équivalent CMJN / RVB / WEB / RAL.

Il peut également être utilisé en blanc sur un fond bleu.

**PANTONE®** Process 293 C  
**CMJN** 100 / 60 / 0 / 0  
**RVB** 0 / 92 / 169  
**WEB** #005ca9  
**RAL** 5005

**PANTONE®** 000 C  
**CMJN** 0 / 0 / 0 / 0  
**RVB** 255 / 255 / 255  
**WEB** #ffffff  
**RAL** 9010

## Couleurs d'accompagnement

Le gris foncé est utilisé principalement pour les textes.

Le orange vient en complément pour annoncer les nouveautés ou les informations événementielles.

Le jaune est utilisé uniquement sur les documents promotionnels.

**PANTONE®** Cool Gray 10 C  
**CMJN** 0 / 0 / 0 / 80  
**RVB** 87 / 87 / 86  
**WEB** #575756  
**RAL** 7012

**PANTONE®** 716 C  
**CMJN** 0 / 60 / 100 / 0  
**RVB** 239 / 125 / 0  
**WEB** #ef7d00  
**RAL** 2003

**PANTONE®** 7548 C  
**CMJN** 0 / 22 / 100 / 0  
**RVB** 254 / 200 / 0  
**WEB** #fec800  
**RAL** 1018

**CMJN** 100 / 30 / 0 / 0  
**RVB** 0 / 128 / 201

**CMJN** 60 / 8 / 0 / 0  
**RVB** 97 / 187 / 235

**CMJN** 90 / 15 / 0 / 0  
**RVB** 0 / 152 / 218

**CMJN** 45 / 6 / 0 / 0  
**RVB** 148 / 205 / 241

**CMJN** 80 / 10 / 0 / 0  
**RVB** 0 / 166 / 226

**CMJN** 30 / 4 / 0 / 0  
**RVB** 188 / 222 / 246

# LOGO **prevoS1**

Fichiers :  
1. Identité visuelle / 2. Logo **prevoS1**

## Version principale

Le logo **prevoS1** est déposé. Il ne peut être modifié ou déformé.  
**Si les 2 logos sont présents sur la page, le logo **prevoS1** doit être inférieur à 60% de la taille du logo Prevost.**



Il doit toujours être appliqué sur fond blanc, à l'horizontal et ne peut être modifié, déformé ou redessiné.

## Déclinaisons

Le logo peut exceptionnellement être utilisé en noir ou en blanc.



## Couleurs

Le logo est toujours bleu ou blanc en marquage sur les produits.  
Il peut exceptionnellement être utilisé en noir.



PANTONE® Process 293 C  
CMJN 100 / 60 / 0 / 0  
RVB 0 / 92 / 169  
WEB # 005ca9  
RAL 5005



PANTONE® 000 C  
CMJN 0 / 0 / 0 / 0  
RVB 255 / 255 / 255  
WEB # #fff  
RAL 9010



PANTONE® Process Black  
CMJN 0 / 0 / 0 / 100  
RVB 29 / 29 / 27  
WEB # 1d1d1b  
RAL 9005

# UTILISATION DU LOGO **prevoS1**

## Zone de protection

Par souci de lisibilité, aucun élément (filet, texte ou image) ne doit être placé trop près du logo. Cette zone de protection est définie en fonction de la hauteur du 'r' de **prevoS1**, comme schématisé ci-dessous.



## Interdictions



Il est interdit de modifier le logo. Il doit toujours être utilisé dans sa forme originelle.  
Ne jamais dissocier le **S1** du nom ou modifier ses proportions.  
Ne jamais utiliser le logo **prevoS1** à la vertical.



## Taille minimale



15 mm  
85 px

Le logo ne doit jamais être utilisé dans une taille inférieure à 15 mm pour l'impression et 85 pixels pour l'écran.

## Usage dans les textes

Lorsque l'on parle de la gamme dans un texte, on n'utilise pas le logo mais il convient de l'écrire en caractère gras avec le **S1** en italique : **prevoS1**. Il peut être en noir, blanc ou bleu.

# UTILISATION DU LOGO **prevoS1**

## Emplacement et taille

Sur une couverture, le logo **prevoS1** doit être à 60% de la taille du logo **Prevost**.  
Si les 2 logos sont présents sur la page, le logo **prevoS1** doit être à 60% de la taille du logo **Prevost**.



**Pied de page**  
Taille du logo 15 mm

## Couleurs associées aux boutons

Les raccords **prevoS1** sont compatibles avec les normes internationales, une couleur spécifique est à utiliser en fonction du pays et du profil utilisé.

 <b>ISO 6150 B</b> RAL 5015 CMJN 90 / 40 / 0 / 0 RVB 0 / 123 / 194	 <b>British</b> RAL 2008 CMJN 0 / 65 / 100 / 0 RVB 238 / 114 / 3
 <b>European 7.4</b> RAL 6024 CMJN 90 / 10 / 80 / 10 RVB 0 / 139 / 85	 <b>Truflate</b> RAL 3020 CMJN 0 / 100 / 100 / 0 RVB 210 / 10 / 17
 <b>ISO 6150 C</b> RAL 9005 CMJN 0 / 0 / 0 / 100 RVB 29 / 29 / 27	 <b>ARO 210</b> RAL 1018 CMJN 0 / 15 / 100 / 0 RVB 255 / 213 / 0

## Structure de pied de page

Le logo doit toujours être positionné en extérieur de page, accompagné du folio.



Identité visuelle • Utilisation du logo **prevoS1**

11



# ICONOGRAPHIE



Fichiers :  
1. Identité visuelle / 3. Iconographie

## Typologie des visuels

D'une façon générale les prises de vues doivent être réalisées en 3/4 haut. Les logos doivent être dans le sens de lecture. Le photographe veillera à bien orienter les produits.

Il convient également de les éclaircir, de les rendre lisibles et de les retoucher si nécessaire. Les rayures, les taches, ou autres aspérités doivent être nettoyées.

Pour les couvertures on privilégie des visuels sur fond blanc avec un soin particulier apporté aux éclairages. La sobriété et l'esthétisme doivent valoriser la marque.

### Raccords et soufflettes **prevoS1**

Retoucher le logo en blanc sur le raccord et la soufflette.



### Enrouleurs

Retoucher les images afin de supprimer les étiquettes jaunes.



### FRL

Retoucher les textes jaunes en blanc



Identité visuelle • Iconographie

12

