

CITEO



Charte Graphique 2018

01

Logotype

Présentation

Notre logotype incarne notre volonté de conjuguer performance économique et performance environnementale. Il a été conçu pour maximiser l'impact visuel tout en minimisant l'impact environnemental.

Sa « graisse » typographique a été évidée pour cumuler les avantages, d'un logo au faible taux d'encre mais à l'impact visuel faible (figure 1) et ceux d'un logo à l'impact visuel fort mais au taux d'encre élevé (figure 2).

Son poids (octets) est également plus léger.

C I T E O + **C I T E O** = © I I T E ©

figure 1 (impact écologique)
Taux d'encre : 20%

figure 2 (impact visuel)
Taux d'encre : 100%

éco-logotype
Taux d'encre : 50%

© || T E O

01 | Logotype

Construction du logotype, zone de protection.

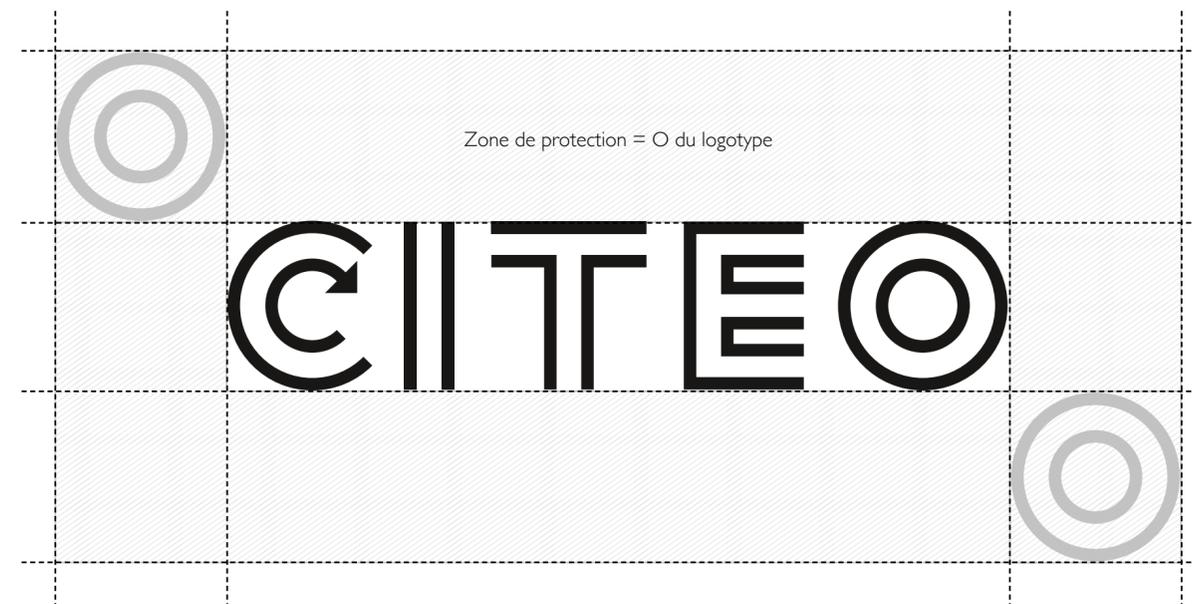
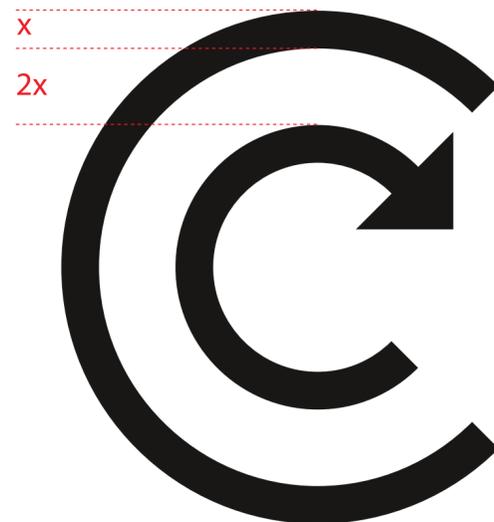
Dans un texte courant on écrira toujours la marque ainsi : Citeo.

Construction :

L'épaisseur du contour (x) est toujours égale à l'espacement des deux contours (2x).

Zone de protection :

La zone de protection est égale au O du logo Citeo. Une marge de protection a été définie autour du logo. Cette zone de "respiration" permet de le préserver de tout élément graphique qui pourrait nuire à sa lisibilité.



Les interdits

La reproduction du logotype doit être conforme à l'original.

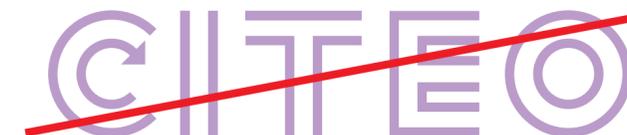
Il n'y a pas de possibilité de création artistique liée à l'image elle-même : les ajouts de couleurs, la modification des positions et les déformations sont exclus.



Il est interdit de réduire l'épaisseur des traits.



Il est interdit d'augmenter l'épaisseur des traits.



Il est interdit de passer le logo en couleur.

01 | Logotype

Taille d'utilisation & échelle.

La taille minimale du logotype a été fixée à 30 mm pour l'impression et 50 px sur la hauteur pour le digital en fonction du critère de lisibilité.

En deçà de cette taille le logotype ne sera pas lisible.



01 | Logotype

Principes d'utilisation du logotype

Le logo est déclinable en deux couleurs, le noir et le blanc.

On utilise le logo en noir lorsqu'il est positionné sur des fonds clairs.

On utilise le logo en blanc lorsqu'il est positionné sur des fonds sombres.



Sur fond noir



Sur fonds clairs



Sur des fonds sombres



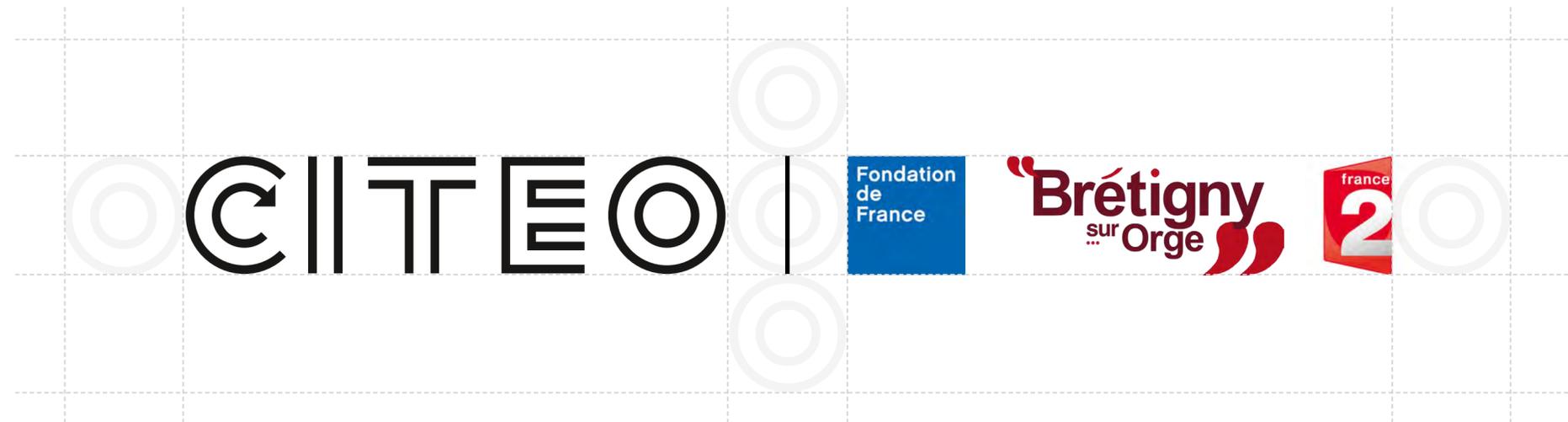
01 | Logotype

Systeme de co-branding

La taille des logos partenaires est calibrée par rapport à la hauteur du logo Citeo.

L'espace entre notre logo et les logos partenaires est égale au O du logo Citeo.

Le logo Citeo et les logos partenaires sont toujours séparés par un filet noir d'épaisseur égale à 1/2 de l'épaisseur des filets du logotype Citeo.



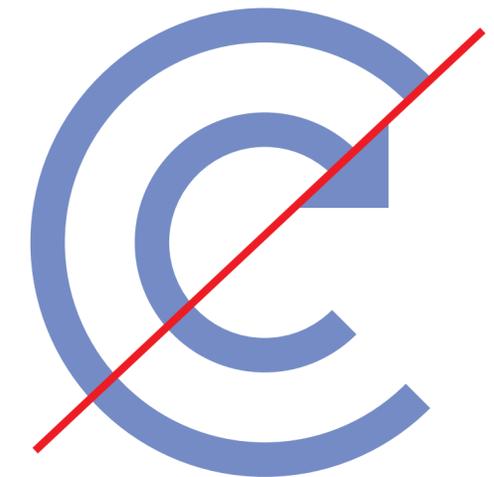
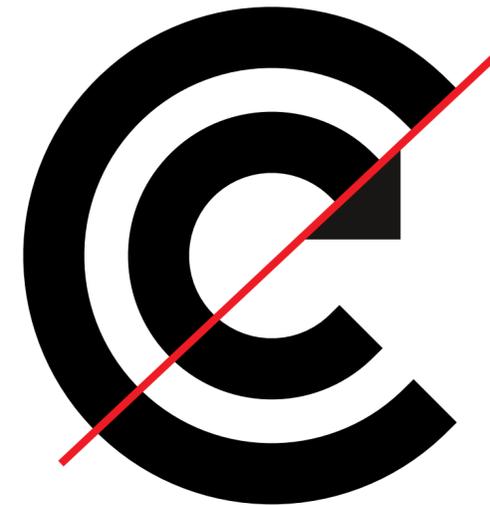
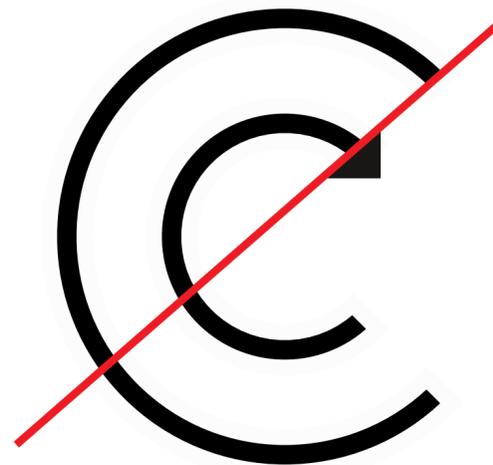
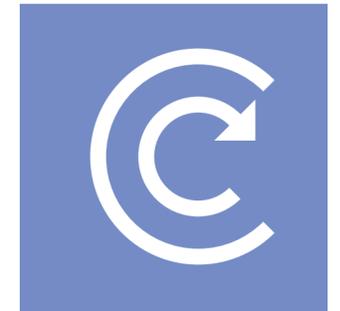
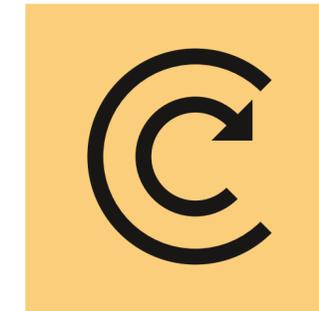
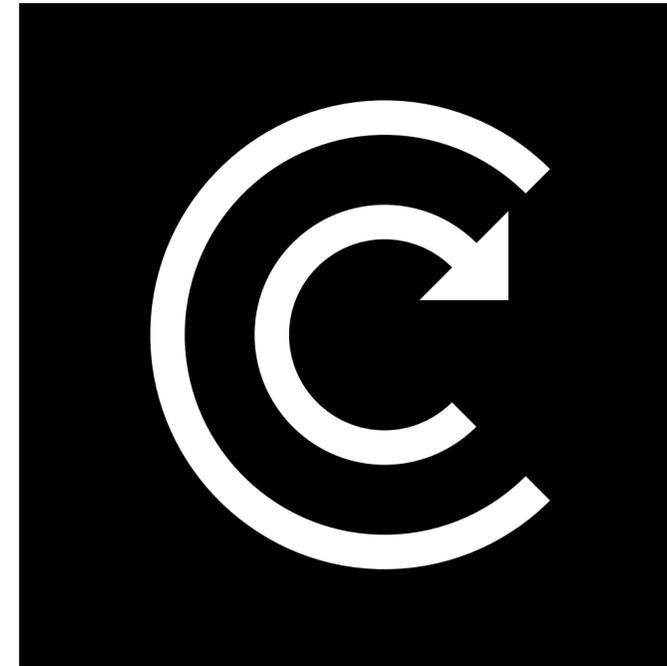
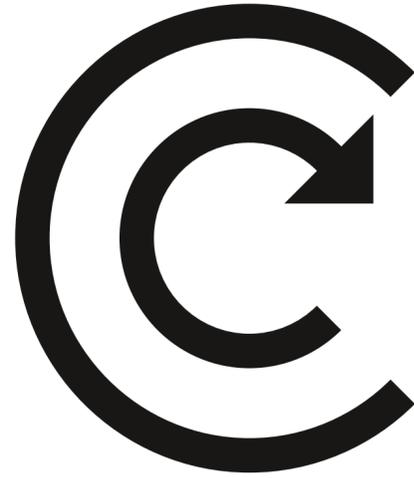
01 | Logotype

L'éco-mark

Nous avons créé une version monogramme du logo Citeo pour iconiser la marque et en faire un signe de reconnaissance lié à l'économie circulaire.

L'éco-mark, n'apparaît jamais sans être accompagné du logo Citeo avec un endossement rapproché ou éloigné.

L'éco-mark peut être utilisé en majeur et/ou à la coupe. Voir les exemples dans le chapitre «Applications» (Cartes de visite, tote bags...)



02

Typographie

Typographie principale

Pour respecter notre démarche d'éco-branding, nous avons choisi la typographie Gill Sans pour son faible encombrement : pour un même nombre de caractères, elle prend moins de place que les autres typographies.

Ceci permet de réduire le nombre de pages des documents et donc d'utiliser moins de papier à l'impression.

La typographie Gill Sans est à utiliser avec les 6 styles de police suivants :

Gill Sans

Gill Sans Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Gill Sans Light italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz*

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

-25% de taux d'encre
14% d'économie de papier

Gill Sans Regular

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Gill Sans Regular italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz*

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Gill Sans Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Gill Sans Bold italic

***Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz***

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Utilisation de la typographie Gill Sans

Pour une meilleure cohérence entre les documents, nous préconisons les bas-de-casses dans nos titres pour plus de proximité.

x **Grand titre**
toujours en Gill
Sans regular

x **Gr**

x **Gr**

Sous-titre toujours en Gill Sans
light et en bas-de-casse

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas elementum mi vel sem elementum varius. Ut quis neque at nulla fringilla mollis quis vel odio. Pellentesque dictum orci at dui interdum, vel feugiat eros tempor. Fusce bibendum nisl quis sapien ultricies, nec congue justo porta.

**“Citation ou texte
en exergue”**

Pour les grands titres, il faut obligatoirement utiliser la typographie Gill Sans en regular et en bas-de-casse.

Gill Sans en light et en bas-de-casse.

Gill Sans en light et en bas-de-casse.

Pour les citations, les mises en exergue, l'idéal est d'utiliser la Gill Sans bold italic.

Typographie secondaire

La typographie Gill Sans Nova Inline permet de mettre en valeur certains éléments comme des mots importants ou des chiffres.

Elle doit être utilisée avec modération.

Ne pas utiliser cette typographie pour écrire des phrases entières, mais uniquement pour mettre en valeur des mots.

Ne pas couper les mots.

GILL SANS
NOVA INLINE

1 2 3 4 5
6 7 8 9 0

Pour mettre
en exergue
un MOT
dans nos titres

Typographie système

La typographie système est une typographie de substitution à la Gill Sans pour tous les documents du type Word©, Excel©, Powerpoint©, email...

Il est interdit d'utiliser cette typographie pour les supports de communication type brochure, leaflet, kakémono etc.

Arial

Arial regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Arial bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Arial italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz*

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Arial bold italic

***Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz***

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

03

Couleurs

Palette de couleurs

Couleurs principales :

Pour donner force et cohérence au territoire graphique de la marque, un univers coloriel précis a été délimité. Une palette de couleurs principales est disponible pour animer les différents supports : titres, textes, fonds, pictogrammes, etc. Les couleurs principales sont attribuées, chacune, à une cible (cf. page 24).

Couleurs secondaires :

En complément des couleurs principales, une palette d'accompagnement secondaire est à disposition pour animer les supports. On veillera à les utiliser avec parcimonie, les couleurs principales doivent rester dominantes.

Couleurs tertiaires :

Ces couleurs peuvent être utilisées en complément des couleurs secondaires uniquement pour animer des graphiques ou des tableaux.

Couleurs principales



C0 M0 J0 N100
R0 V0 B0
#000000



C100 M0 J0 N0
R0 V159 B227
#009FE3



C0 M100 J0 N0
R230 V0 B126
#E6007E



C0 M0 J100 N0
R255 V237 B0
#FFED14

Couleurs secondaires



C60 M40 J0 N0
R116 V143 B201
#FFED14



C75 M0 J20 N0
R0 V178 B204
#00B2CC



C0 M67 J33 N0
R237 V116 B131
#ED7483



C0 M50 J50 N0
R242 V152 B122
#F2987A



C50 M0 J50 N0
R141 V199 B153
#8DC799



C42 M42 J0 N0
R161 V151 B201
#A197C9



C51 M0 J0 N0
R128 V206 B244
#80CEF4



C0 M50 J0 N0
R241 V157 B195
#F19DC3



C0 M20 J60 N0
R253 V209 B122
#FDD07A



C40 M0 J40 N0
R167 V210 B174
#A6D1AD

Couleurs tertiaires



C20 M0 J20 N0
R214 V233 B216
#D5E8D7



C0 M30 J12 N0
R247 V199 B205
#F7C6CB



C20 M20 J0 N0
R209 V204 B230
#D0CBE5



C0 M0 J40 N0
R255 V246 B177
#FFF5B1

Ces couleurs respectent nos principes d'éco-branding.

Elles ont toutes un taux d'encrage maximal de 100%.
(réparti sur les quatre couleurs primaires : CMJN).

Afin de minimiser le taux d'encrage, nos couleurs ont été conçues pour ne jamais dépasser un total de 100%.

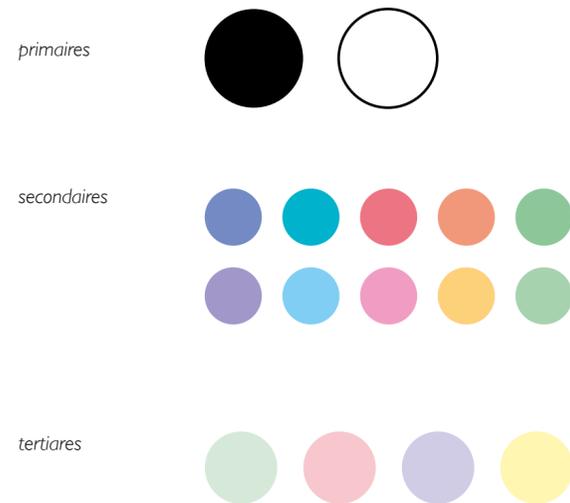
Exemple : C = 60% M = 40% J = 0% N = 0%

03 | Couleurs

Utilisation des couleurs par niveau.

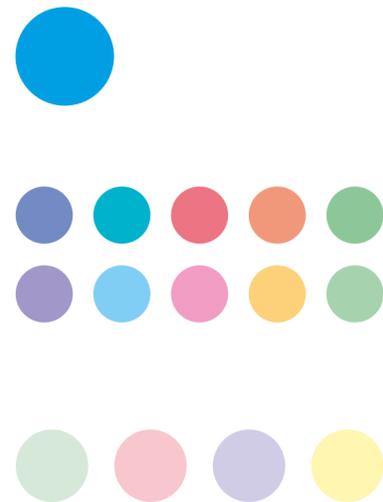
Chaque niveau est associé à une ou plusieurs couleurs principales. Ces couleurs doivent obligatoirement être utilisées pour la titraillie et les titres de couverture suivant la cible.

En complément des couleurs principales, une palette d'accompagnement secondaire est à disposition pour animer les supports. On veillera à les utiliser avec parcimonie, les couleurs principales doivent rester dominantes.



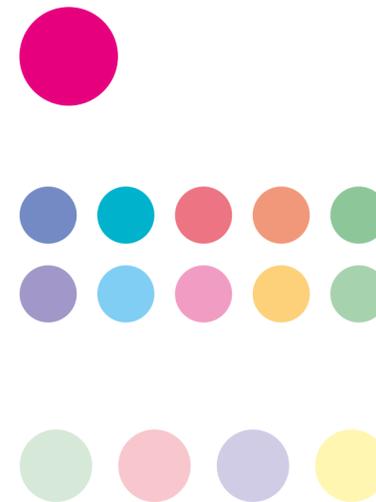
Corporate

Pour le corporate, le noir est la couleur principale pour la titraillie et les titres de couverture. A laquelle on peut associer les palettes secondaires et tertiaires.



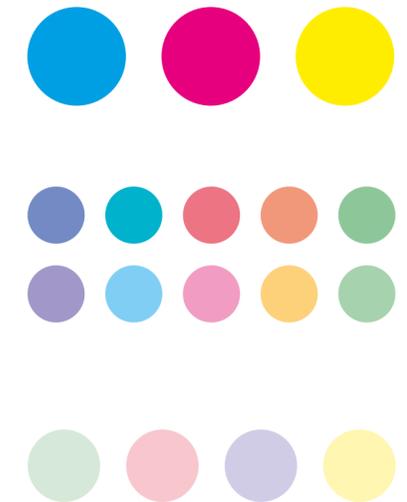
Offres et services pour les entreprises

Pour les offres et services destinés aux entreprises, la couleur principale est le cyan pour la titraillie et titre de couverture. A laquelle on peut associer les palettes secondaires et tertiaires.



Offres et services pour les collectivités

Pour les offres et services destinés aux collectivités, la couleur principale est le magenta pour la titraillie et titre de couverture. A laquelle on peut associer les palettes secondaires et tertiaires.



Intérêt général (hors sensibilisation)

Pour la communication d'intérêt général, les couleurs principales sont le cyan, le magenta et le jaune pour la titraillie et titre de couverture. A laquelle on peut associer les palettes secondaires et tertiaires.

Palette de couleurs

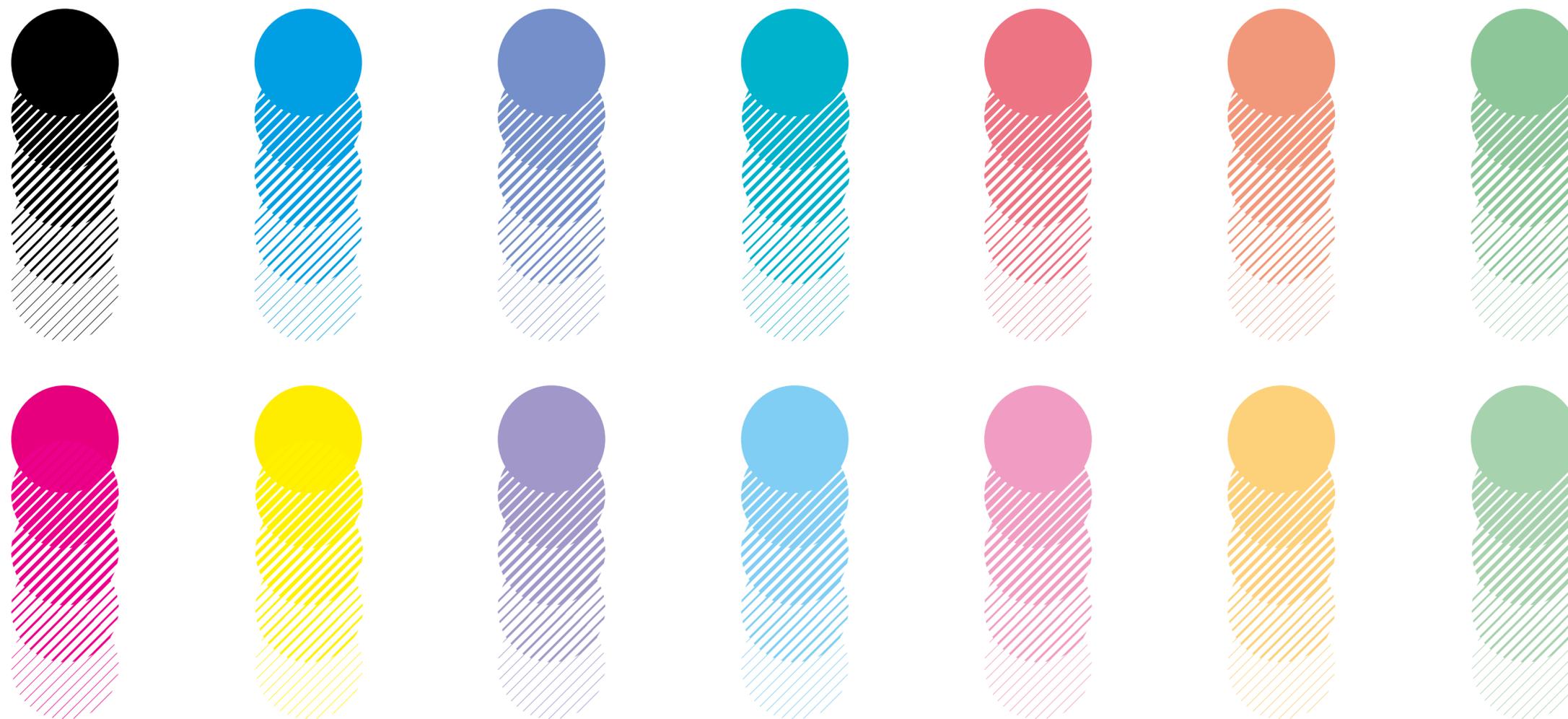
Pour poursuivre notre démarche d'éco-branding, mis à part les typographies et les pictogrammes, nos couleurs ne s'utilisent pas en aplat. Pour remplir des surfaces de couleurs, nous préconisons donc d'utiliser des trames.

Nous avons créé 4 types de trames, composées de lignes plus ou moins épaisses, orientées à 45°. Les fichiers exécutés sont à disposition.

Ces trames s'utilisent uniquement dans les couleurs primaires et secondaires (cf. page 23).

Les trames doivent être utilisées avec parcimonie, elles ne doivent pas dépasser 20% de la surface de la page.

Ne pas utiliser ces trames sous du texte.



04

Iconographie



Pour respecter notre démarche d'éco-branding, nos visuels sont toujours détourés sur fond blanc. Cela permet de maximiser leur impact tout en minimisant la surface d'encre.

Ils doivent être simples et lumineux. Ils jouent avec la profondeur de champ et différents cadrages pour communiquer proximité et authenticité.

En utilisant des visuels détourés sur fond blanc, nous limitons la surface imprimée de nos documents.

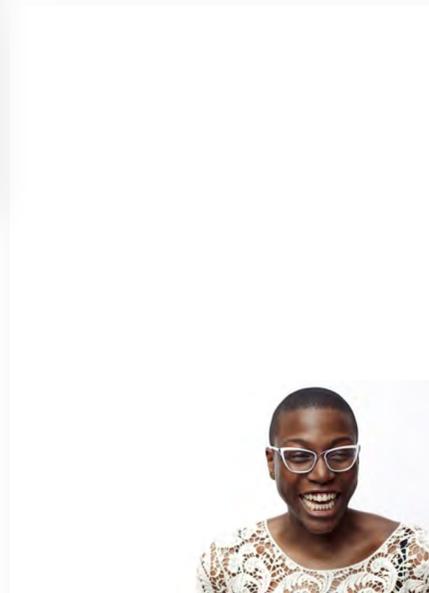
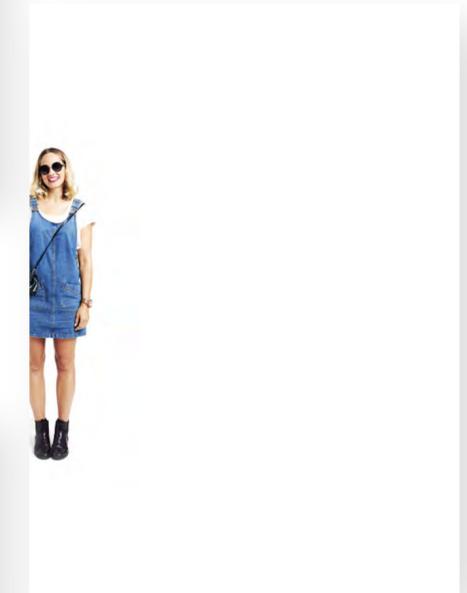
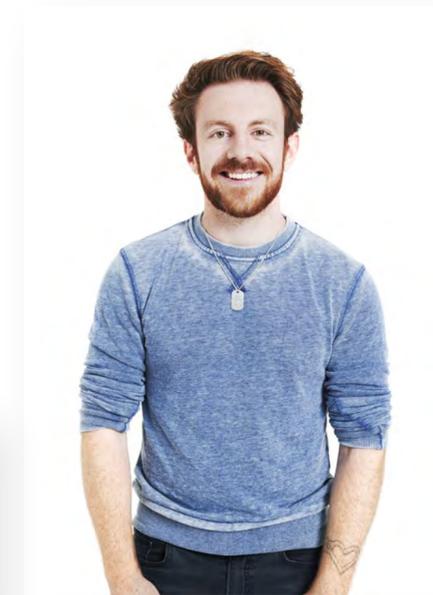
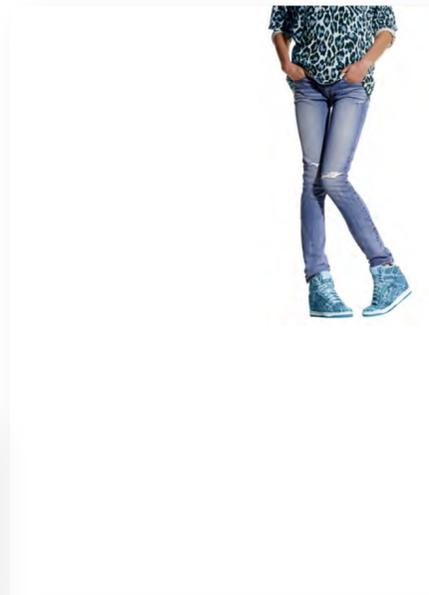
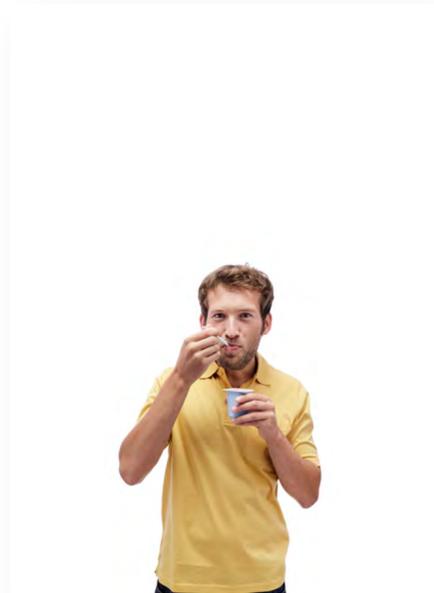
04 | Iconographie

Les citoyens

Nos photos représentent de vrais gens, spontanés, en mouvement, pris sur le vif.

Notre volonté est que tout le monde se sente concerné car le tri est l'affaire de tous et l'économie circulaire un projet partagé.

Pour créer du dynamisme dans les compositions, il est préférable de jouer avec différents types de cadrages.

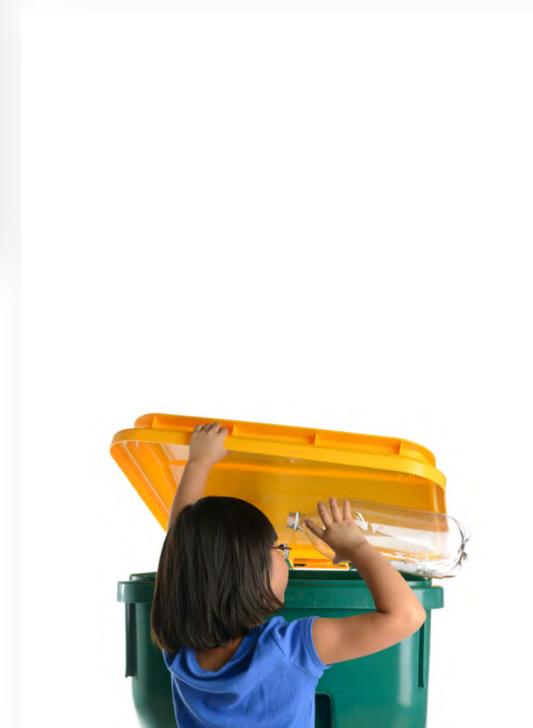
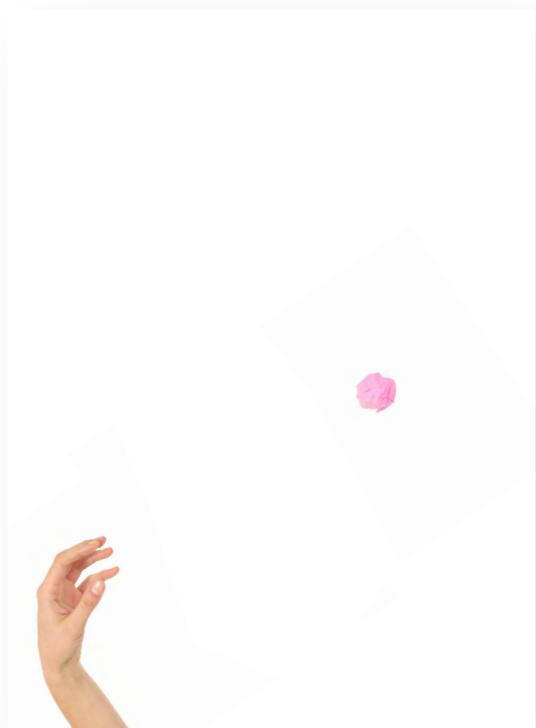


04 | Iconographie

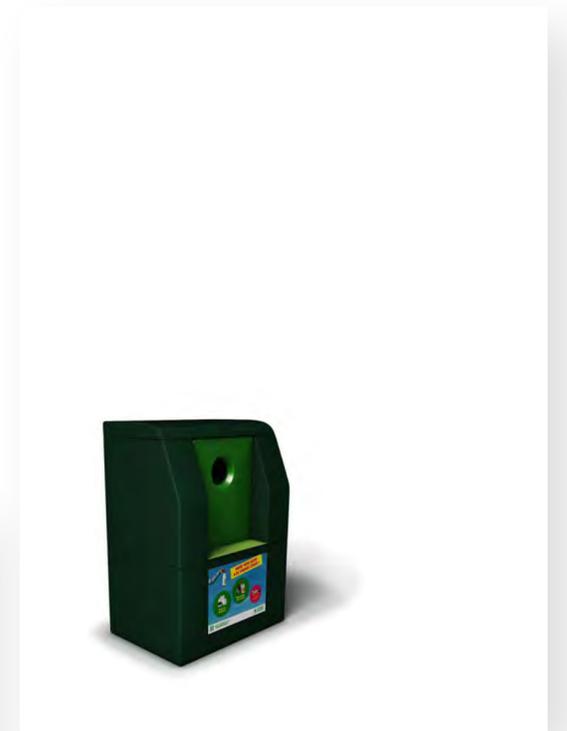
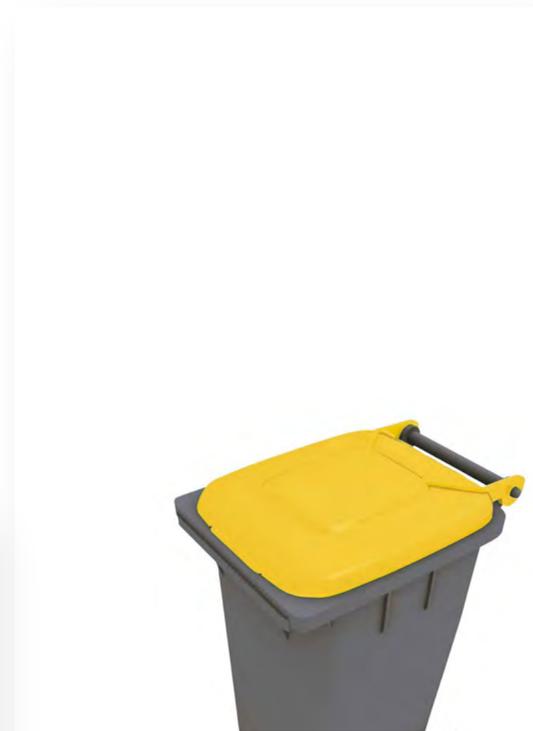
Le tri

Pour sensibiliser au mieux nos cibles aux gestes du tri il est important d'utiliser des visuels représentant ces gestes.

Les photos montrant le geste de tri jouent, elles aussi, avec différents types de cadrages.

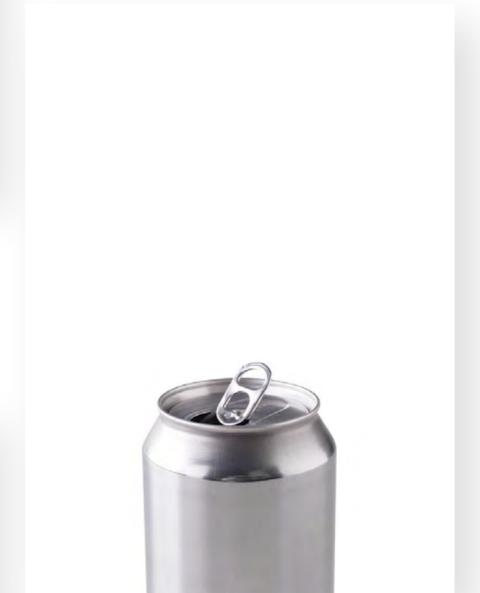
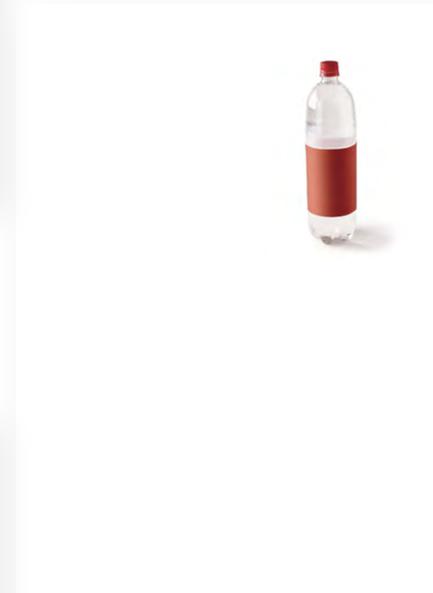


La collecte

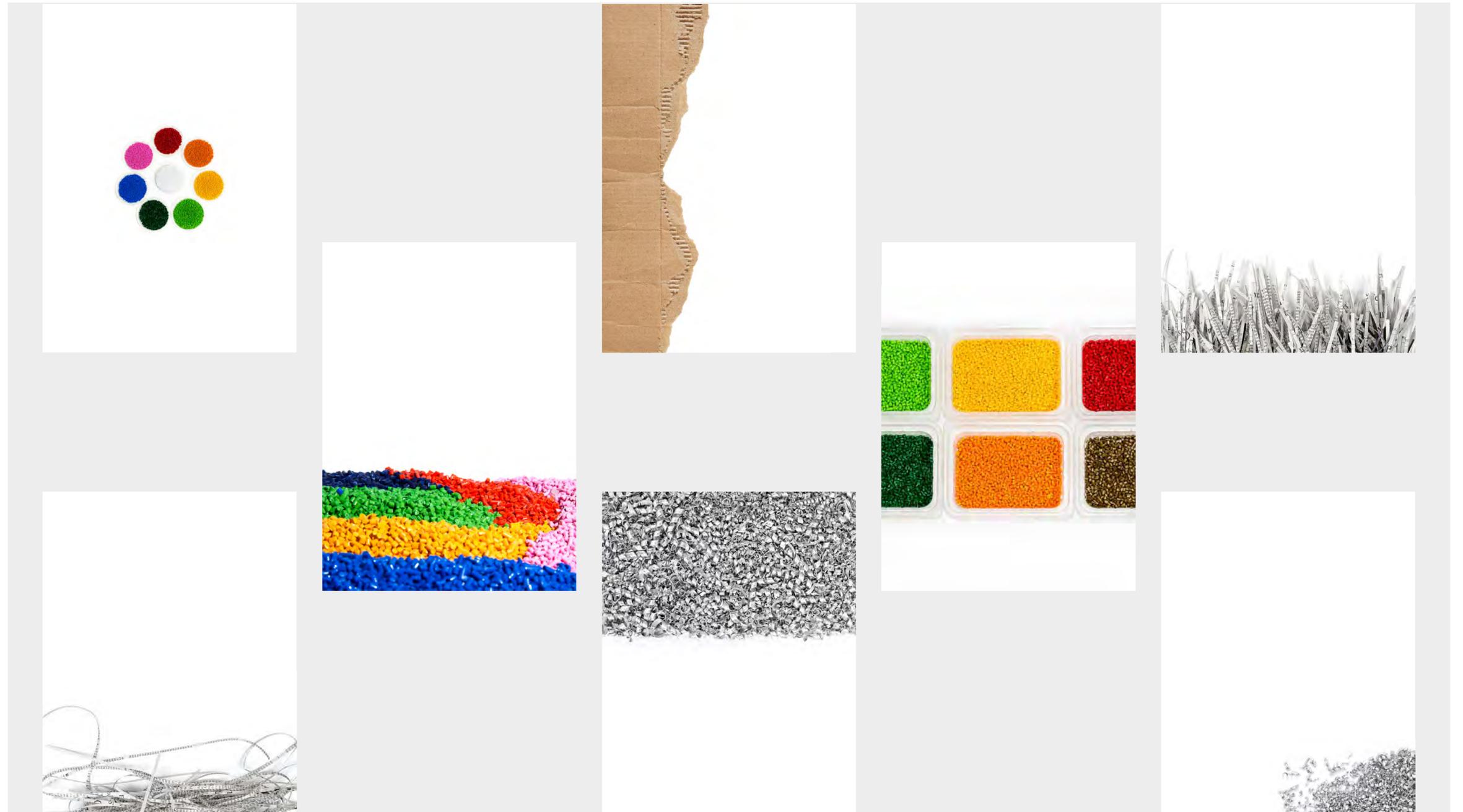


04 | Iconographie

Les emballages et le papier



Les matières



Les pictogrammes

Construction :

Toujours sur la base de l'éco-branding les pictogrammes ont été conçus pour utiliser le moins d'encre possible.

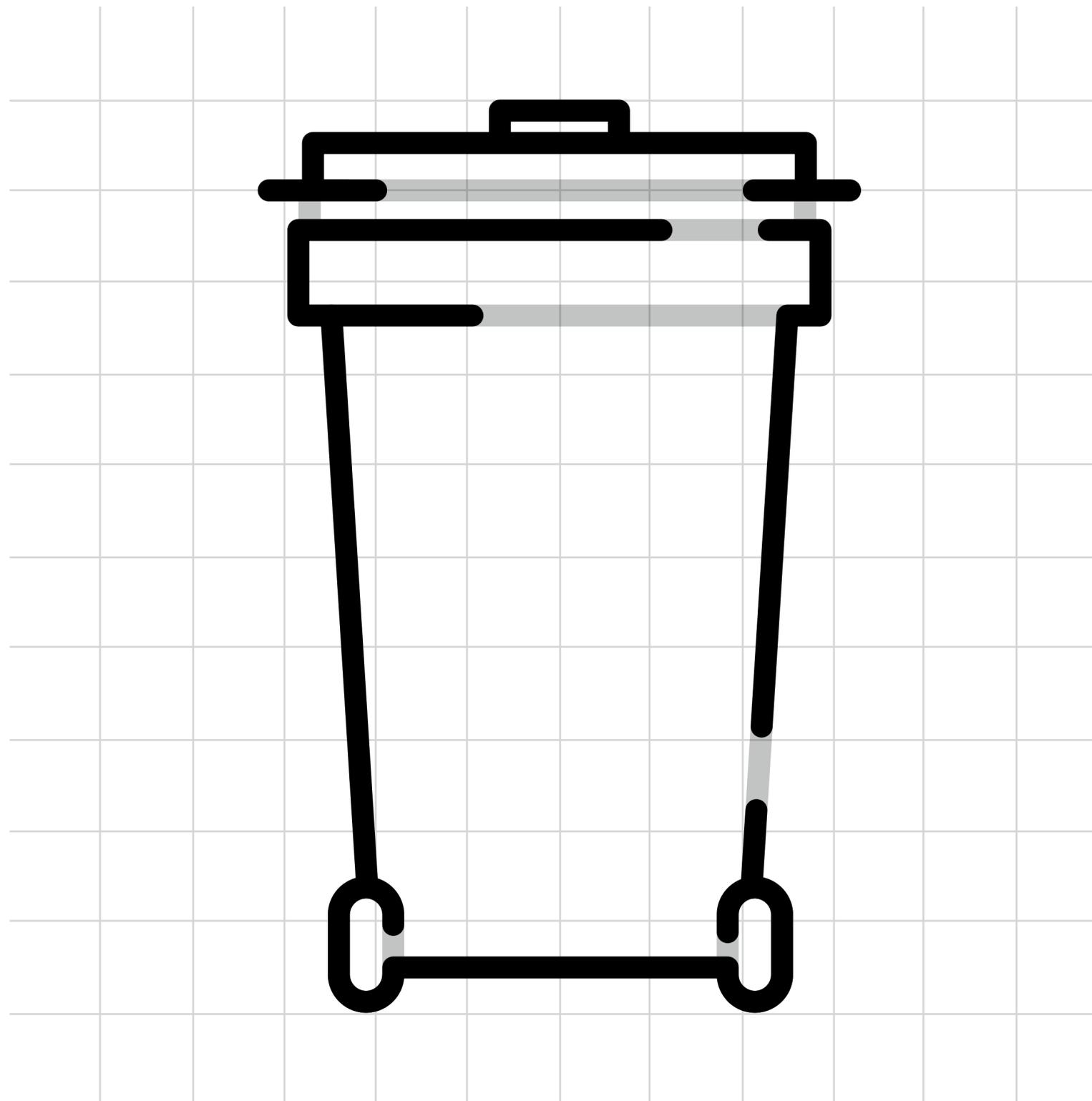
Son dessin est donc très simple et utilise le minimum de trait possible pour que l'objet soit reconnaissable.

Couleurs :

Toutes les couleurs de la charte, sans préférence, peuvent être utilisées.

La bibliothèque de pictogrammes exécutés en HD est à disposition.

En utilisant le moins de traits possibles dans nos pictogrammes, nous limitons l'utilisation d'encre sur nos documents.



merci.

CITEO

Direction de la Communication
50 Boulevard Haussmann,
75009 Paris

01.81.69.06.00
contact@citeo.com