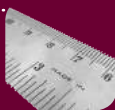


C

Harte graphique



1. Règles générales

- 1.1. Version du logo (01/01/2015)
- 1.2. Zone de protection et taille
- 1.3. Diffusion
- 1.4. Appellations



2. Nouvelle identité



3. Usages interdits



4. Univers de comm. graphique

- 4.1. Recommandations couleurs
- 4.2. Typographie



5. Modèles de documents

- 4.1. PPT, Word
- 4.2. Papeterie et autres supports

1. Version du logo (2015/01/01)

La version officielle du logo de la CCI France Japon est la suivante :



A éviter mais, dans le cas où la version horizontale ne conviendrait pas, il est possible d'utiliser la version verticale :



Dans des cas exceptionnels, si l'espace est réduit ou s'il est préférable de ne pas faire apparaître l'appellation, il est possible d'utiliser le sigle uniquement :



Dans le "share" : ***"/O_Logos-Modeles-Documents/1-Logo-..."***, vous trouverez :

- Des formats en version couleurs et mono (Noir/gris, rouge, bleu ou blanc).
- Des formats en **version CMYK (à utiliser dans la majorité des cas)** et Pantone (préférée pour certains supports de communication).
- Les formats suivants :

Format Adobe Illustrator : pour les designers

Format JPG : (lourd, ~2Mo) pour des documents nécessitant une bonne qualité d'impression

Format PNG : (léger, ~20Ko) pour insérer dans des documents électroniques (attention à la qualité d'impression >> cf. format JPG). Ce format permet d'avoir un fond transparent.

2. Zone de protection et taille

Dans tous les cas, les règles suivantes doivent être respectées :

- Marge de $x/4$
- Taille minimum de 4mm



3. Diffusion du logo

Chaque usage du logo, qu'il soit interne ou externe à la CCI France Japon doit être signalé par e-mail (pub@ccifj.or.jp) au service Communication.

Merci de préciser les éléments suivants :

- Nom et coordonnées de l'entreprise et du contact
- Cadre et période estimée de l'usage

Selon les cas le service Communication se réserve le droit de demander un échantillon à des fins de validation.

4. Usage des différentes appellations

Le nom officiel déposé est "Chambre de Commerce et d'Industrie Française du Japon".

En japonais : 「一般社団法人 在日フランス商工会議所」

En anglais : "French Chamber of Commerce and Industry in Japan"

Toutefois, afin de simplifier la prononciation, les appellations suivantes seront préférées (dans l'ordre): "CCI France Japon", "CCIFJ"

UNE NOUVELLE IDENTITÉ

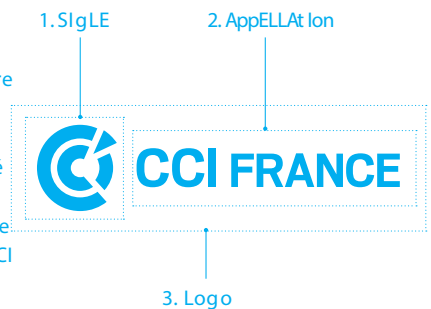
La nouvelle identité visuelle a pour principal objectif de traduire la dynamique qui anime le réseau des CCI. Plus qu'une simple évolution graphique, ce nouveau langage visuel s'inscrit dans un dessein plus vaste, celui d'installer la marque CCI comme un acteur incontournable du paysage institutionnel et économique français.

Le sigle CCI, élément central de cette nouvelle identité, est impactant, reconnaissable et mémorisable par tous. Il symbolise l'unité de la famille CCI et offre cohérence et constance au réseau.

ÉLÉMENTS DE LANGAGE

Afin de coordonner de façon homogène l'ensemble de la communication du réseau, il est nécessaire de préciser quelques notions :

- Le « sigle » désigne l'acronyme visuel CCI, situé sur la partie gauche de l'identité graphique,
- « L'appellation » correspond à la partie typographiée en police Scout Bold, qui inclut l'acronyme CCI avec l'ancrage local associé,
- *Enfin, le « logo »* rassemble le sigle et l'appellation, dans un même bloc-marque.



La nouvelle identité est la conjugaison de trois idées directrices :



Le réseau CCI étant un instigateur économique à la fois singulier et pluriel, il est important d'exprimer visuellement l'ancrage multi-local qui est la force du maillage CCI.



UN ROUAGE ESSENTIEL

Les CCI transmettent l'impulsion essentielle
au fonctionnement d'une entreprise, d'un territoire ou d'une
économie. Il s'agit d'un rouage clé.



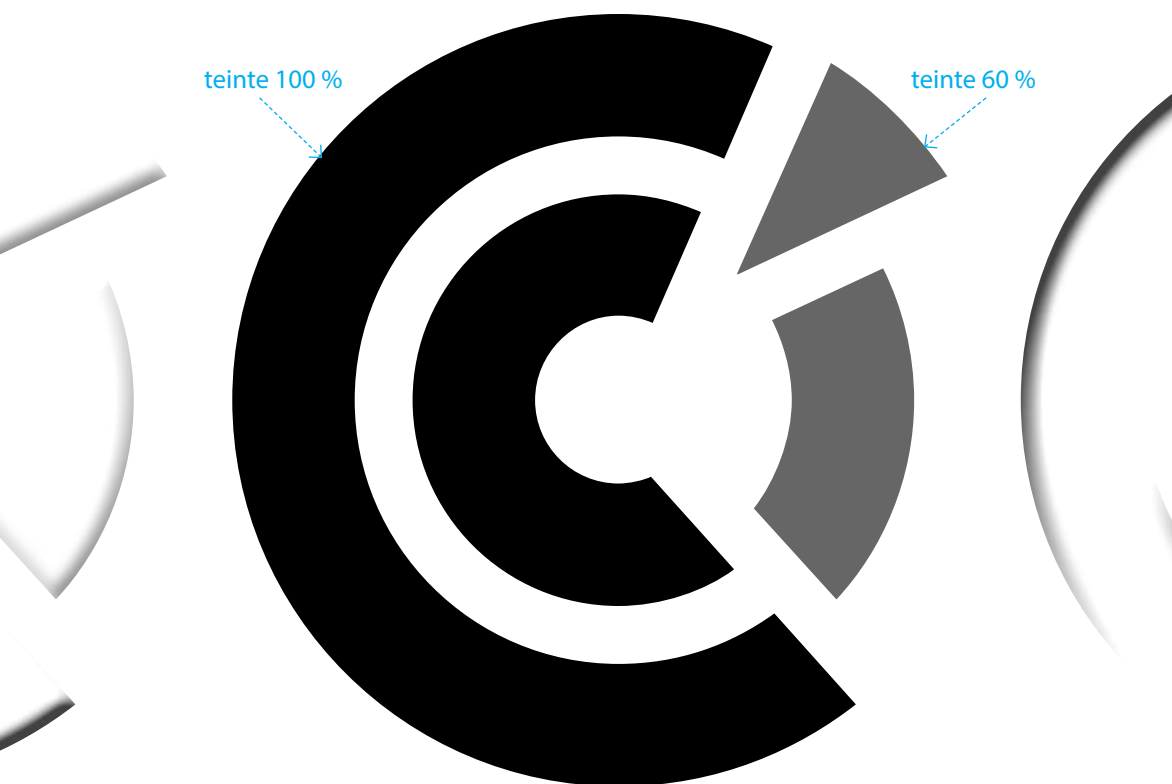
UN RAYONNEMENT LARGE

Les CCI génèrent un élan innovant, qui rayonne
sur l'ensemble des territoires.



Ce sigle est le socle de la conquête d'une nouvelle notoriété.
Il est la vitrine de la dynamique qui anime la famille des CCI
afin de regagner une place forte dans les esprits.

VERSION MONOCHROME



[?](#) pour plus de recommandations sur le comportement du logo reportez-vous page 41.

Lorsqu'il est impossible pour des raisons techniques ou économiques d'utiliser la version en couleur du sigle (ex. : télécopies, marquage d'objets, etc.), on utilise cette version monochrome déclinable sur d'autres teintes.

Le sigle pourra également servir de gabarit pour un embossage, un gaufrage, un marquage ou une forme de découpe.

COMMUNICATION CONJOINTE DANS LE RÉSEAU

CO-SIGNATURES

Lorsque plusieurs CCI signent ensemble une publication, les logos des différentes CCI s'alignent.



**CCI TROYES
ET AUBE**



**CCI REIMS
ÉPERNAY**



CCI ARDENNES



**CCI HAUTE
MARNE**

CONSTRUCTION

Les logos sont accolés les uns aux autres en respectant leurs zones de protection. Ils peuvent être côte à côte et/ou l'un au dessus de l'autre.



**CCI TROYES
ET AUBE**



**CCI REIMS
ÉPERNAY**



CCI ARDENNES



**CCI HAUTE
MARNE**

USAGES INTERDITS DU LOGO

Il est important de bien respecter
les spécifications de l'identité.

❓ Ai-je bien respecté les contraintes ?

Envoyez un mail de demande à :

pub@ccifj.or.jp

INTERDITS

Ne pas changer la typographie



Ne pas déformer le logo



Ne pas décaler les éléments



Ne pas modifier les proportions



Ne pas changer les couleurs



Ne pas utiliser l'appellation sans le sigle



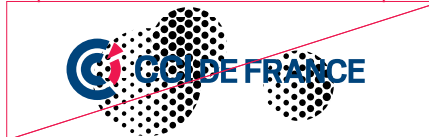
Ne pas utiliser le sigle sans l'appellation complète



Ne pas utiliser sur fond agité



Ne pas utiliser d'éléments dans la zone de protection



Ne pas utiliser le sigle avec une entité



Ne pas utiliser de logo sous le nom de la CCI



Ne pas modifier les proportions appellation/entité



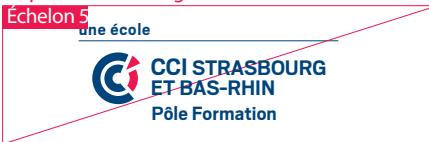
Ne pas passer un logo échelon 4 à la verticale

Échelon 4



Ne pas utiliser de logo échelon 4 avec l'échelon 5

Échelon 5



Ne pas déformer l'ensemble du bloc marque

Échelon 5



Ne pas modifier les proportions du filet

Échelon 5



Ne pas omettre le sigle

Échelon 5



Ne pas utiliser l'échelon 5 sous un logo d'échelon 1 à 3

Échelon 5



UNIVERS DE COMMUNI- CATION GRAPHIQUE

La refonte de l'identité visuelle de la famille CCI nécessite un univers graphique cohérent, pour une utilisation harmonieuse dans l'ensemble du réseau.

🔍 Ai-je bien utilisé l'univers graphique ?

Envoyez un mail de demande à :

pub@ccifj.or.jp

RECOMMANDATIONS COULEURS

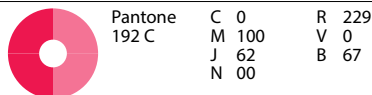
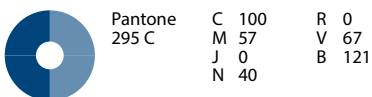
Vous trouverez ici une sélection de couleurs en adéquation avec celles du logo, et qui vous permettra de construire l'univers graphique qui l'accompagne. Cette sélection peut être enrichie par vos soins selon les besoins (publicité, partenariats, etc.).

Cette sélection concerne uniquement l'univers graphique et non le logo.
pour construire le logo sur différents fonds de couleur, reportez-vous à la page 39.

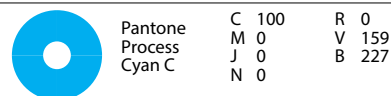
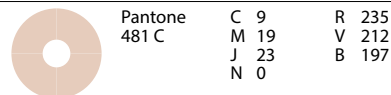
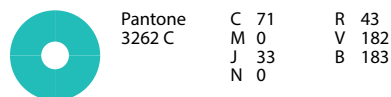
PALETTE INSTITUTIONNELLE

Dans le cadre d'une communication institutionnelle, voici les recommandations de couleurs pour constituer les éléments graphiques qui accompagnent le logo :

palette principale

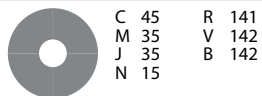
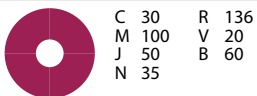
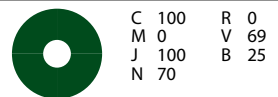
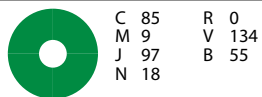
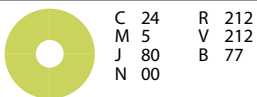
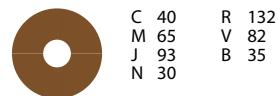
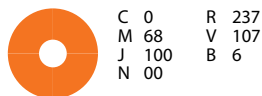
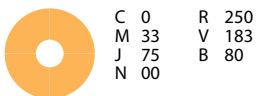


palette complémentaire



PALETTE COMMUNICATION

Hors du cadre institutionnel, voici une sélection de couleurs mises à votre disposition :



UTILISATION DU LOGO SUR FOND DE COULEUR

Il est recommandé d'utiliser autant que possible le logo sur un fond blanc dans les couleurs institutionnelles.

- Dans le cas d'une utilisation sur un fond ne permettant pas une bonne lisibilité, il faut utiliser le logo dans un cartouche blanc, qui respecte la zone de protection du logo.



- Sur un fond clair, le logo peut être utilisé avec ses couleurs institutionnelles.
- Sur un fond vif, foncé ou photo, le logo peut être décliné en blanc, en respectant les teintes.
- Il est également possible d'utiliser le logo en version monochrome Noir 100%, Bleu Pantone 295 C et Rouge Pantone 192 C.

INTERDITS



Ne pas utiliser le logo sur des couleurs similaires au logo.

Ne pas utiliser le logo avec un contraste trop faible pour être lisible.

Ne pas utiliser le logo dans une version monochrome autre que les cas définis précédemment.

RECOMMANDATIONS IMAGES

Le choix des images fait partie de la stratégie qui accompagne la nouvelle identité. Dès lors, les photos choisies sur les différents supports de communication doivent, elles aussi, illustrer les trois idées directrices de la nouvelle identité : une présence multi-locale, un rouage essentiel, un rayonnement large.

RECOMMANDATIONS

Il est préconisé de privilégier des photos tirées de la réalité, d'événements, en mouvement, afin de renforcer le dynamisme de la nouvelle identité et souligner la présence des CCI au cœur des activités de leurs publics.

IMAGES À ÉVITER

À l'inverse, il convient d'éviter les images froides, sur un fond terne ou artificiel. De même, il est préférable de ne pas utiliser des illustrations qui sont trop lointaines de l'ADN des CCI, qui ne reflètent pas ses valeurs ou qui sont culturellement trop éloignées. Enfin, il est recommandé de s'abstenir d'utiliser des images tirées de banques d'images trop datées (ordinateurs dépassés, vêtements démodés, etc.).

CONSEILS :

préférez toujours une ou deux images à plusieurs.

Si aucune des images présentées n'est satisfaisante en terme de qualité (cadrage, hors sujet, pixellisation, etc.),

préférez une composition typographique ou graphique, qui sera plus valorisante pour le contenu.

ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Il est possible d'utiliser des cadrages zoomés sur le sigle, ou certains des éléments le constituant. On peut aussi le modéliser en 3D.



INTERDITS

Ne pas déformer les éléments et/ou le sigle.

Ne pas changer les proportions des éléments du sigle.



UNIVERS TYPOGRAPHIQUE

POUR CONSTRUIRE LE LOGO

Scout Bold ①

C'est la typographie utilisée pour l'appellation des logos. On peut l'utiliser pour la création de nouvelles identités de marques, et en titraile dans la communication.

? où la trouver ?

5 licences d'utilisation ont été attribuées à chaque CCI. La typographie est disponible sur demande auprès de nouvellecharte@ccifrance.fr pour acheter une nouvelle licence, rendez-vous sur www.fonts.com.

POUR COMMUNIQUER

Deja Vu Sans ②

Cette typographie, développée de manière collaborative par des internautes, est graphiquement proche de la typographie Scout Bold. Privilégiez les versions Condensed (Regular, Italic et Bold) et Extra Light.

? où la trouver ?

Elle est disponible gratuitement à l'adresse www.dejavu-fonts.org

Typographies linéales

Pour s'adapter à toutes les communications en place, il est possible d'utiliser des typographies linéales, qui se rapprochent de la typographie Scout Bold. Par exemple la Scout, la Din, la Trade Gothic, l'Akzidenz Grotesque, l'Helvetica Neue.

Arial ③

Lorsqu'aucune des typographies ci-dessus n'est disponible sur l'ordinateur utilisé ou que le support est numérique (si internet ou mobile), on utilise l'Arial.

? où la trouver ?

L'Arial est une typographie système disponible par défaut sur presque tous les ordinateurs. pour plus de possibilités graphiques, l'Arial est disponible dans de nombreuses versions sur le site www.fonts.com.

TYPGRAPHIES À ÉVITER

Les typographies "fantaisies"

Aux typographies trop fantaisistes, on préférera une image originale associée à une typographie linéale.

Scout Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1

Deja Vu Sans Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

2

Deja Vu Sans Condensed bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

2

Deja Vu Sans Extra Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

2

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

3

1. PPT, Word

Dans le "share" : ***"/0_Lettres Documents fax Logos CCIFJ/***", vous trouverez plusieurs modèles de document:

- Au format Power Point : Un modèle de présentation
- Au format Word : Des modèles de lettre avec ou sans entête et un modèle de fax

Ces modèles doivent être utilisés pour toute présentation et communication externe ou interne.

2. Papeterie (Papier à entête, enveloppes, ...) et autres supports (Suchiren board, drapeau, ...)

Le service Communication conserve dans son share l'ensemble des modèles au format AI (Adobe Illustrator) et PDF.