

*Lila*  
.COM

**CHARTRE GRAPHIQUE**  
MANUEL DE L'IDENTITÉ VISUELLE



# CHARTRE GRAPHIQUE

## MANUEL DE L'IDENTITÉ VISUELLE

|                                      |             |                                    |              |
|--------------------------------------|-------------|------------------------------------|--------------|
| <b>INTRODUCTION</b> .....            | <b>P.3</b>  | <b>4. ÉDITION ÉLECTRONIQUE</b> ... | <b>P.31</b>  |
| <b>1. LE LOGO</b> .....              | <b>P.4</b>  | 4.1 Signature électronique .....   | p.32         |
| 1.1 Composition du logotype .....    | p.5         | 4.2 Présentation Power Point/..... | p.33         |
| 1.2 Les couleurs .....               | p.6         | Canva                              |              |
| 1.3 La typographie .....             | p.7         | 4.3 Newsletter .....               | p.34         |
| 1.4 Les versions couleurs du logo .. | p.8         | 4.4 Site web .....                 | p.35         |
| 1.5 Les règles de bases du logo ..   | p.9         | <b>5. SIGNALÉTIQUE</b> .....       | <b>P. 36</b> |
| 1.5.1 Les règles de bases du logo .. | p.10        | 5.1 Marquage véhicule .....        | p.37         |
| 1.6 Le logo sur fond coloré .....    | p.11        | 5.2 Signalétique intérieure .....  | p.38         |
| 1.7 Zone de protection .....         | p.12        | 5.3 Signalétique extérieure .....  | p.39         |
| <b>2. LA PAPETERIE</b> .....         | <b>P.13</b> | <b>6. GOODIES</b> .....            | <b>P. 40</b> |
| 2.1 Tête de lettre .....             | p.14        |                                    |              |
| 2.2 Suite de lettre .....            | p.15        |                                    |              |
| 2.3 Cartes de correspondance ..      | p.16        |                                    |              |
| 2.4 Carte de visite .....            | p.17        |                                    |              |
| 2.5 Carte de visite .....            | p.18        |                                    |              |
| 2.6 Enveloppes .....                 | p.19        |                                    |              |
| 2.7 Étiquettes / Autocollants .....  | p.20        |                                    |              |
| 2.8 Post it .....                    | p.21        |                                    |              |
| <b>3. LES IMPRIMÉS</b> .....         | <b>P.22</b> |                                    |              |
| 3.1 Communiqué de presse .....       | p.23        |                                    |              |
| 3.2 Chemise .....                    | p.24        |                                    |              |
| 3.3 Affiches .....                   | p.25        |                                    |              |
| 3.4 Carton d'invitation .....        | p.26        |                                    |              |
| 3.4.1 Variante monochrome .....      | p.27        |                                    |              |
| 3.5 Couverture A4 .....              | p.28        |                                    |              |
| 3.5.1 Dos de couverture .....        | p.29        |                                    |              |
| 3.5.2 Format Paysage .....           | p.30        |                                    |              |

## INTRODUCTION

---

Cette charte a été créée dans l'intérêt de la société, afin de faire évoluer son identité.

La charte graphique ou normes graphiques est un document de travail qui contient l'ensemble des règles fondamentales d'utilisation des signes graphiques qui constituent l'identité graphique d'une organisation, d'un projet, d'une entreprise.

Le but de la charte graphique est de conserver une cohérence dans les réalisations graphiques d'une même organisation, projet ou entreprise quels que soient les différents intervenants de la production (graphiste, directeur artistique...).

La bonne utilisation de cette charte graphique permettra une meilleure continuité visuelle de tous documents vecteurs de l'identité visuelle de l'agglomération.

La charte graphique s'applique à définir :

Le logotype: ses couleurs, sa position dans la page sur tous les supports (papier à en-tête, documents officiels, plaquettes, dossier et chemises, camion, etc.), la zone d'exclusion (espace protégé minimum autour du logo), ses déclinaisons sur des fonds blancs et de couleurs. La charte peut également définir les interdits: par exemple, l'interdiction d'apposer le logo sur un fond noir, de redimensionner le logo sans garder un rapport d'homothétie...

Les polices de caractères utilisées dans les documents afin de permettre de créer différents niveaux de textes et d'apporter un bon confort de lecture. La typographie est l'une des composantes essentielles de l'univers graphique d'une entité pour sa reconnaissance.

Les jeux de couleurs déclinables sur les différents supports de communication: d'une manière générale la charte indique les valeurs Pantone®, CMJN, RVB, RAL et hexadécimale de chaque couleur.

L'utilisation d'éléments graphiques pour la mise en page de supports de communication.



## 1. LE LOGO

---

Le nom "Lila" représente le nom de la société, c'est le point centrale permettant de se différencier des concurrents du même domaine d'entreprise. Le ".com" symbolise la communication à travers ses trois premières lettres.

L'écriture style manuscrite donne du dynamisme au logo.

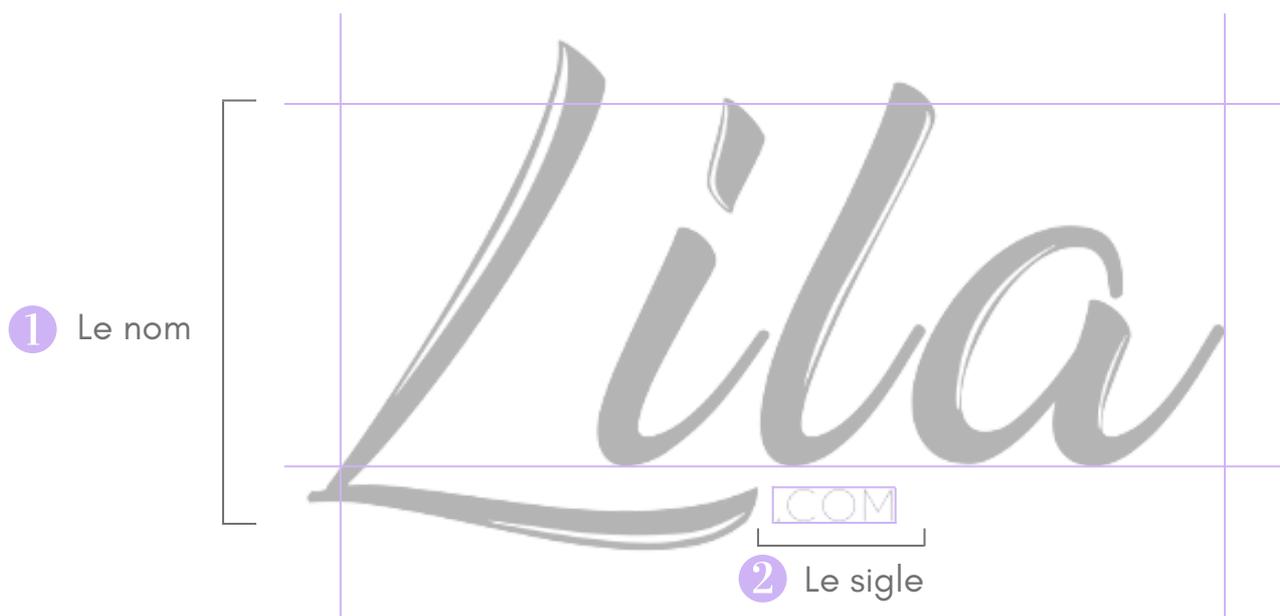


## 1.1 COMPOSITION DU LOGOTYPE

---

Le logo se compose de 2 éléments :

- 1 **Le nom** style manuscrit, en diagonale donnant un effet dynamique.
- 2 **Le sigle** ".com" disposé en dessous du nom et en petite police



## 1.2 LES COULEURS

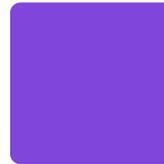
---

On distinguera 4 modes colorimétriques, chacun répondant à un usage spécifique. Le plus courant est la quadrichromie (CMJN), utilisé pour tous les travaux d'édition et print. Pour tout ce qui concerne les productions écrans (site web, powerpoint...) on se réfère aux valeurs RVB. Les valeurs Pantone®, aussi appelées tons directs, sont en principe utilisées pour la papeterie. Le 4e mode (RAL) est utilisé pour l'impression industrielle (couleur de véhicule...).

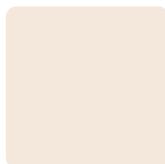
Pour conserver une cohérence chromatique il est indispensable de respecter les références établies.



Pantone® : 2635 C  
Cyan : 20 %  
Magenta : 27 %  
Jaune : 0 %  
Noir : 0 %  
Rouge : 206  
Vert : 180  
Bleu : 245  
#ceb4f5



Pantone® : 2665 C  
Cyan : 65 %  
Magenta : 71 %  
Jaune : 0 %  
Noir : 0 %  
Rouge : 128  
Vert : 69  
Bleu : 219  
#8045db



Pantone® : 7604 C  
Cyan : 4 %  
Magenta : 7 %  
Jaune : 11 %  
Noir : 0 %  
Rouge : 245  
Vert : 235  
Bleu : 225  
#f4e8dc



Pantone® : 424 C  
Cyan : 56 %  
Magenta : 48 %  
Jaune : 47 %  
Noir : 14 %  
Rouge : 113  
Vert : 113  
Bleu : 113  
#717171



### 1.3 LA TYPOGRAPHIE

---

Le logo ayant été fait sur mesure, il n'existe pas de police attitrée.

Cependant, pour une meilleure cohérence de l'ensemble des documents et déclinaisons, on utilisera les même polices dans des graisses différentes.

Les polices utilisées sont gratuites et disponibles sur [canva.com](https://www.canva.com)

Glacial indifference

---

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
0123456789

*Glacial indifference*

---

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
0123456789*

**Glacial indifference**

---

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
0123456789**

**LOVELO**

---

**ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
0123456789**



## 1.4 LES VERSIONS COULEURS DU LOGO

---

Dans l'utilisation du logo on rencontrera plusieurs versions possibles. En couleur, en noir et blanc en monochrome selon le contexte et support d'utilisation du logo, ou en blanc seul (négatif).

Un certain nombre de formats et de versions sont fournis avec la charte et, comme les modes colorimétriques, les formats ont un usage spécifique. Les formats les plus courants pour le print et l'édition sont le .pdf, .ai, .eps (en CMJN ou Pantone®). Ces formats sont vectoriels et entièrement modifiables, la qualité du logo ne sera pas altérée quel que soit le format d'impression. Pour l'usage bureautique ce sont en général les formats .jpg, .gif ou .png (en RVB) qui sont utilisés.



Noir et blanc



Noir et violet



Noir et Blanc, fond violet



Blanc et violet, fond noir



## 1.5 LES RÈGLES DE BASE DU LOGO

---

D'une façon générale, aucune modification du logo officiel n'est acceptée. C'est-à-dire qu'aucun des éléments qui le compose ne doit varier indépendamment de l'autre. Le logo tient dans un carré fictif et ne doit pas en sortir.





### 1.5.1 LES RÈGLES DE BASE DU LOGO

---

La taille et l'orientation du logo peuvent varier selon les documents. Tout changement de taille devra être effectué proportionnellement (aussi bien la largeur que la hauteur).

D'une façon générale, aucune modification du logo officiel n'est accepté. C'est-à-dire qu'aucun des éléments qui le compose ne doit varier indépendamment de l'autre. Le logo tient dans un rectangle fictif et ne doit pas en sortir.



#### Exemples d'interdits

---





## 1.6 LE LOGO SUR FONDS COLORÉS

---

Dans une mise en page, en fonction de la création, le logo sera amené à être positionné sur un fond couleur ou une image. Dans la mesure du possible, il est préférable de conserver le logo tel quel, sans fond blanc.

Dans le cas d'un fond très coloré ou très proche d'une des couleurs du logo on appliquera un bloc blanc sous le logo ou on laissera le logo en blanc.





## 1.7 ZONE DE PROTECTION

---

Lorsqu'il doit être utilisé dans un bloc blanc. Une marge de sécurité (zone de protection) doit être respectée pour que le logo reste lisible. On détermine ainsi un minimum de 3 mm de blanc tournant autour du logotype dans un bloc aux bords de 3 mm également.



## 2. LA PAPETERIE

---

En respectant les principes de base énoncés précédemment et ceux indiqués pour chaque document (placement et taille du logo, code couleurs, composition typographique...) il est possible de réaliser tous les documents de papeterie.

Pour concevoir un document inédit, on s'inspirera des modèles présentés ou déjà réalisés.

Les éléments de papeterie les plus courants sont : le papier entête, la carte de visite, la carte de correspondance, les enveloppes...



## 2.1 TÊTE DE LETTRE

L'entête de lettre est au format standard A4 (210 mm x 297 mm).

Le logo est placé en haut à gauche de la page dans un bloc de 50 mm de large par 29,2 mm de haut.

Le bloc adresse en bas à gauche est composé en Glacial indifférence

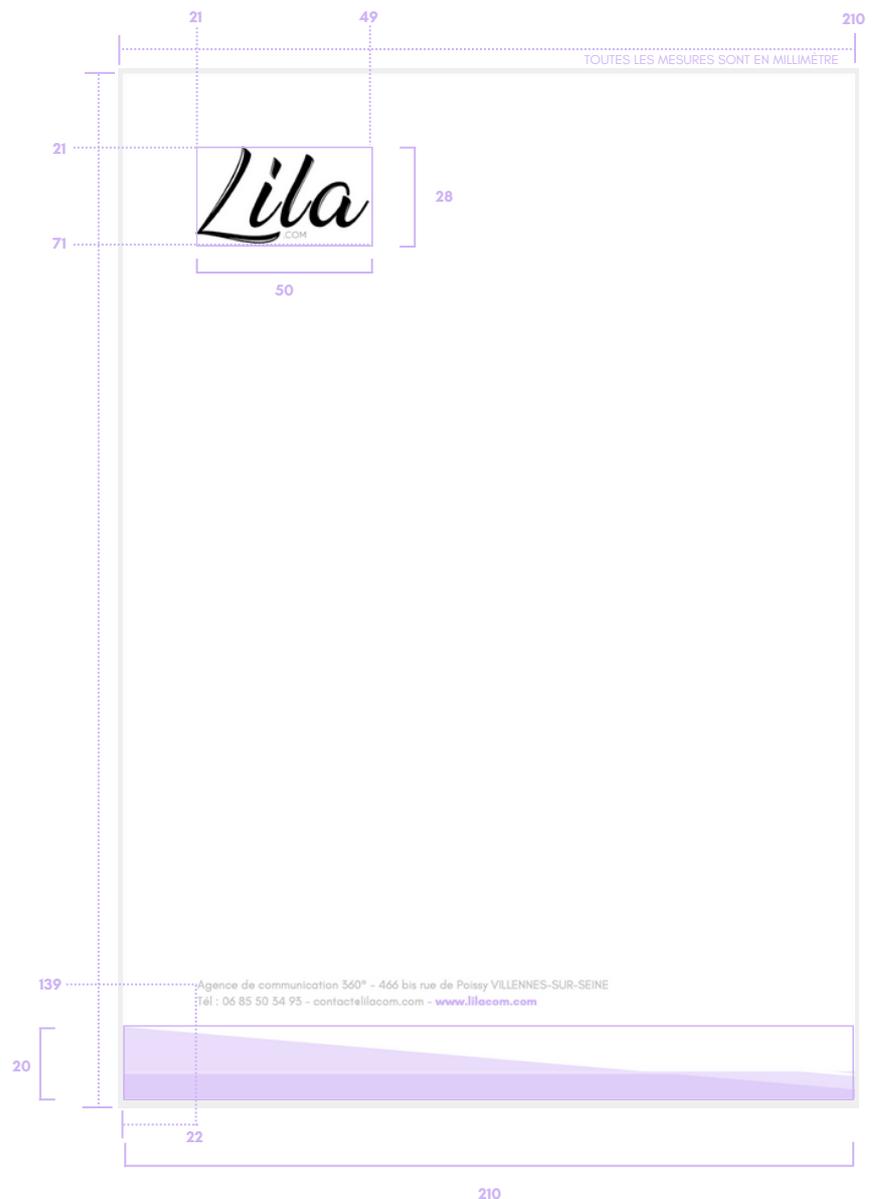
- corps 10
- interligne 1,4
- couleur : 424 C

Le site web est composé en Glacial indifférence

- corps 10
- interligne 1,4
- couleur : 424 C

Bandes violettes en transparence :

- une droite 0°, transparence 40
- Une travers 4°, transparence 45



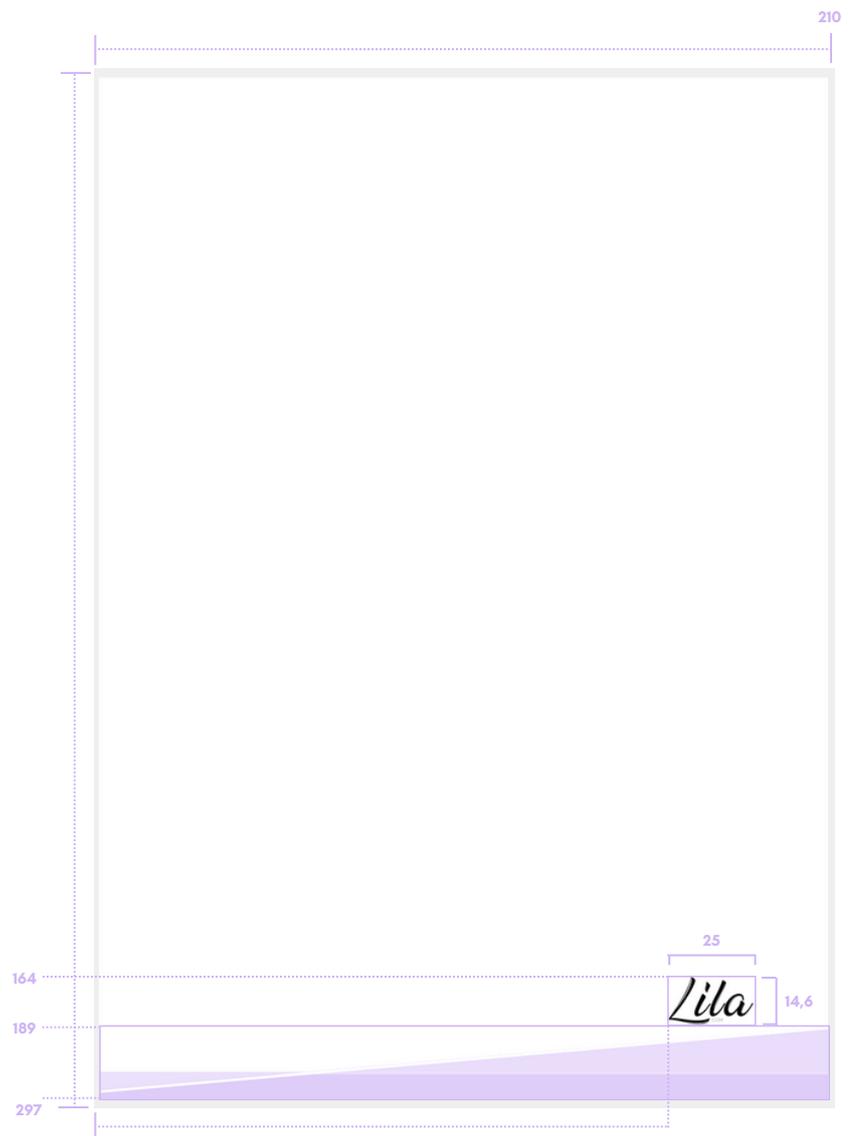
## 2.2 SUITE DE LETTRE

La suite de lettre est au format standard A4 (210 mm x 297 mm).

Le logo est placé en bas à droite de la page dans un bloc de 30 mm de large par 15 mm de haut.

Le rappel des bandes violettes inversées en transparence :

- une droite 0°, transparence 40
- Une travers -4°, transparence 45





## 2.3 CARTES DE CORRESPONDANCE

La carte de correspondance est au format standard de 210 mm x 100 mm.

Le logo est placé en haut à gauche de la page dans un bloc de 48 mm de large par 25 mm de haut.

Le bloc adresse en bas à gauche est composé en Glacial indifférence.

- corps 8 pts
- couleur : 424 C

Le bloc site web est composé en Glacial indifférence.

- corps 8 pts
- couleur : 2635 C

Dans le cas de la version nominative Les prénom (en minuscule) et nom (en majuscule) en Glacial indifférence

- corps 12 pts
- couleur : 2635 C

La fonction (en majuscule) en Glacial indifférence

- corps 12 pts
- couleur : 424 C

Le rappel des bandes violettes inversées en transparence :

- une droite 0°, transparence 40
- Une travers -4°, transparence 45



### VERSION NOMINATIVE





## 2.4 CARTE DE VISITE PREMIÈRE VERSION

Il existe 2 modèles de cartes de visite en recto/verso au format de 88 mm x 58 mm.

Le logo est accompagné de la description "agence de communication 360°" placé au centre.

Le lien vers le site internet lilacom.com est situé légèrement plus bas. Dégradé Blanc sur la gauche



- Le bloc prénom nom (majuscule) en gras Glacial indifférence
  - corps 7 pts
  - couleur : C65/M71/J0/N0
- La fonction (minuscule) en Glacial indifférence
  - corps 6 pts
  - interlettrage 234
  - couleur : C65/M71/J0/N0
- L'adresse mail en Glacial indifférence
  - corps 8 pts
  - couleur : C65/M71/J0/N0
- Le numéro de portable en Glacial indifférence
  - corps 8 pts
  - couleur : C65/M71/J0/N0
- Le bloc siret en Glacial indifférence
  - corps 7 pts
  - couleur : C65/M71/J0/N0
- Bloc Osez Exister
  - corps 7 pts
  - couleur : C0/M0/J0/N0
- Logos réseaux sociaux
  - 0,3 x 0,3
  - couleur : C65/M71/J0/N0
- Qr code
  - 1 x 1
  - couleur : C65/M71/J0/N0



## 2.5 CARTE DE VISITE DEUXIÈME VERSION

Il existe 2 modèles de cartes de visite en recto/verso au format de 88 mm x 58 mm.

Le logo est accompagné de la description "agence de communication 360°" placé au centre.

Le lien vers le site internet lilacom.com est situé légèrement plus bas

Dégradé Blanc en bas à gauche



- Le bloc prénom nom (majuscule) en gras Glacial indifférence
  - corps 7 pts
  - couleur : C75/M68/J67/N90
- La fonction (minuscule) en Glacial indifférence
  - corps 6 pts
  - interlettrage 234
  - couleur : C75/M68/J67/N90
- L'adresse mail en Glacial indifférence
  - corps 8 pts
  - couleur : C75/M68/J67/N90
- Le numéro de portable en Glacial indifférence
  - corps 8 pts
  - couleur : C75/M68/J67/N90
- Le bloc siret en Glacial indifférence
  - corps 7 pts
  - couleur : C75/M68/J67/N90
- Bloc Osez Exister
  - corps 7 pts
  - couleur : C75/M68/J67/N90
- Logos réseaux sociaux
  - 0,3 x 0,3
  - couleur : C75/M68/J67/N90
- Qr code
  - 1 x 1
  - couleur : C65/M71/J0/N0





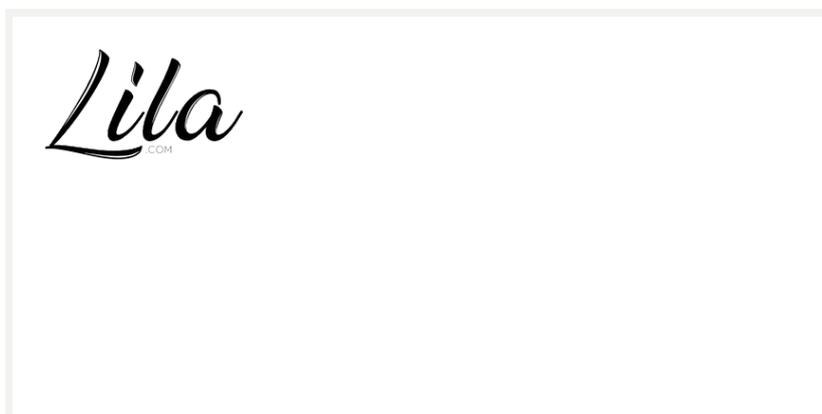
## 2.6 ENVELOPPES

---

Il existe plusieurs formats d'enveloppes. Pour conserver une cohérence on appliquera les principes de construction du modèle proposé. Selon le type d'impression on utilisera le logo en Noir & Blanc ou en couleur.

(Format d'exemple 220 mm x 110 mm)

Le logo est placé en haut à gauche de la page avec une zone de sécurité de 10 mm de blanc tournant. Placer le logo dans un rectangle invisible d'1/4 de la largeur (moins le blanc tournant) de manière proportionnelle.



---

Le bloc adresse en fer à gauche est composé en ubuntu light

- corps 8 pts
- interlignage 11 pts
- couleur : N65 110

Le site web est composé en ubuntu bold

- corps 8 pts
- interlignage 13 pts
- couleur : C8/M100/J68/N0

On considère les valeurs ci-dessus comme minimales. À adapter en fonction du format d'enveloppe.

15

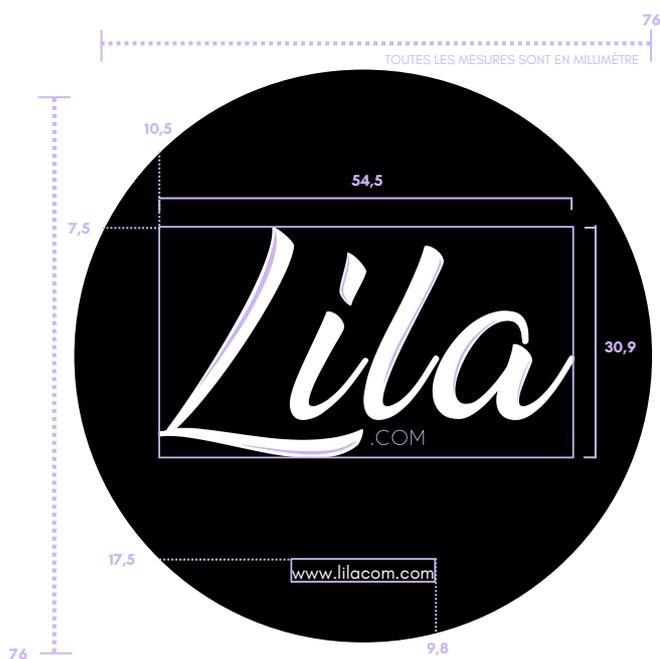


## 2.7 ÉTIQUETTES / AUTOCOLLANTS

Les autocollants sont au format rond de 76 mm de diamètre.

Le logo Blanc est placé au centre dans un cercle noir de 76 mm de diamètre.

Le bloc du site internet est centré en bas  
corps : 7 pts  
couleurs : C0/M0/J0/N0





## 2.8 POST IT

Le Post it est au format 100 mm x 75 mm. Les informations sont réduites au maximum afin d'optimiser l'espace d'écriture.

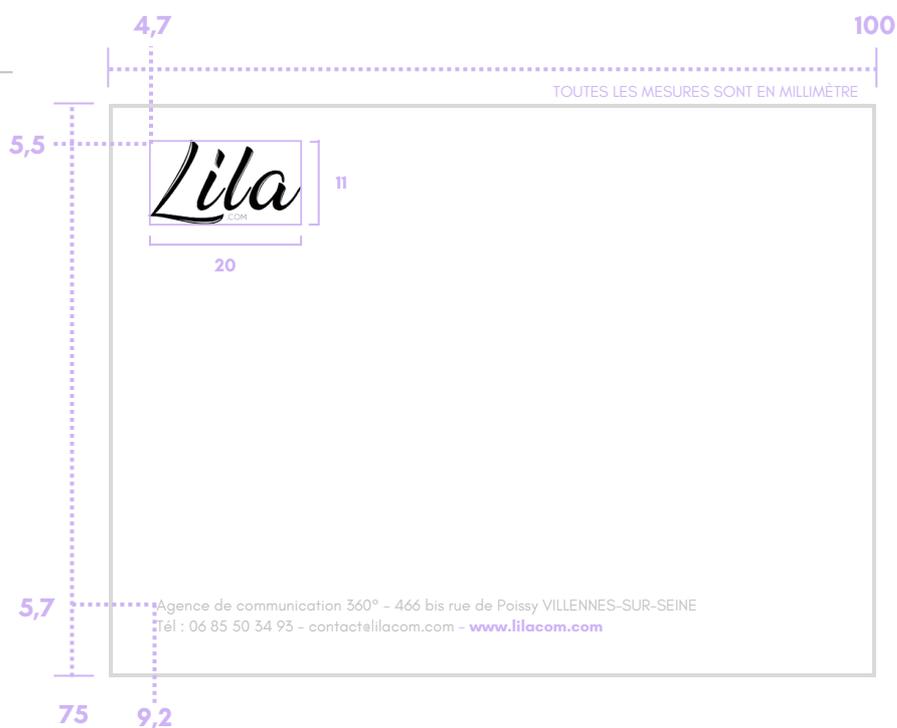
Le logo est placé en haut à gauche de la page dans un bloc de 26 mm de large par 13 mm de haut.

Le bloc adresse en bas à gauche est composé en Glacial indifférence.

- corps 8 pts
- couleur : 424 C

Le bloc site web est composé en Glacial indifférence.

- corps 8 pts
- couleur : 2635 C



### 3. LES IMPRIMÉS

---

Les supports d'édition doivent rester flexibles dans leur élaboration. Pour cette raison, il n'y a pas de côtes fixes de préconisées. Cependant pour une cohérence graphique de l'ensemble des documents et en respectant les principes de base de l'identité visuelle, une structure de page est proposée à titre d'exemple.

Les principaux travaux d'éditions que l'on rencontre ont deux formes. Soit ils sont en format portrait (plus haut que large), soit ils sont en format paysage (plus large que long). Ainsi, nous présentons un système qui s'adaptera à l'élaboration de tous les supports sans en contraindre la création graphique.



### 3.1 COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La couverture du communiqué de presse reprend les principaux graphiques établis précédemment en y ajoutant des informations complémentaires. Le format est généralement de 210 mm x 297 mm.

Même blocs et dimensions que  
Tête de Lettre (2.1)

Bloc communiqué de presse

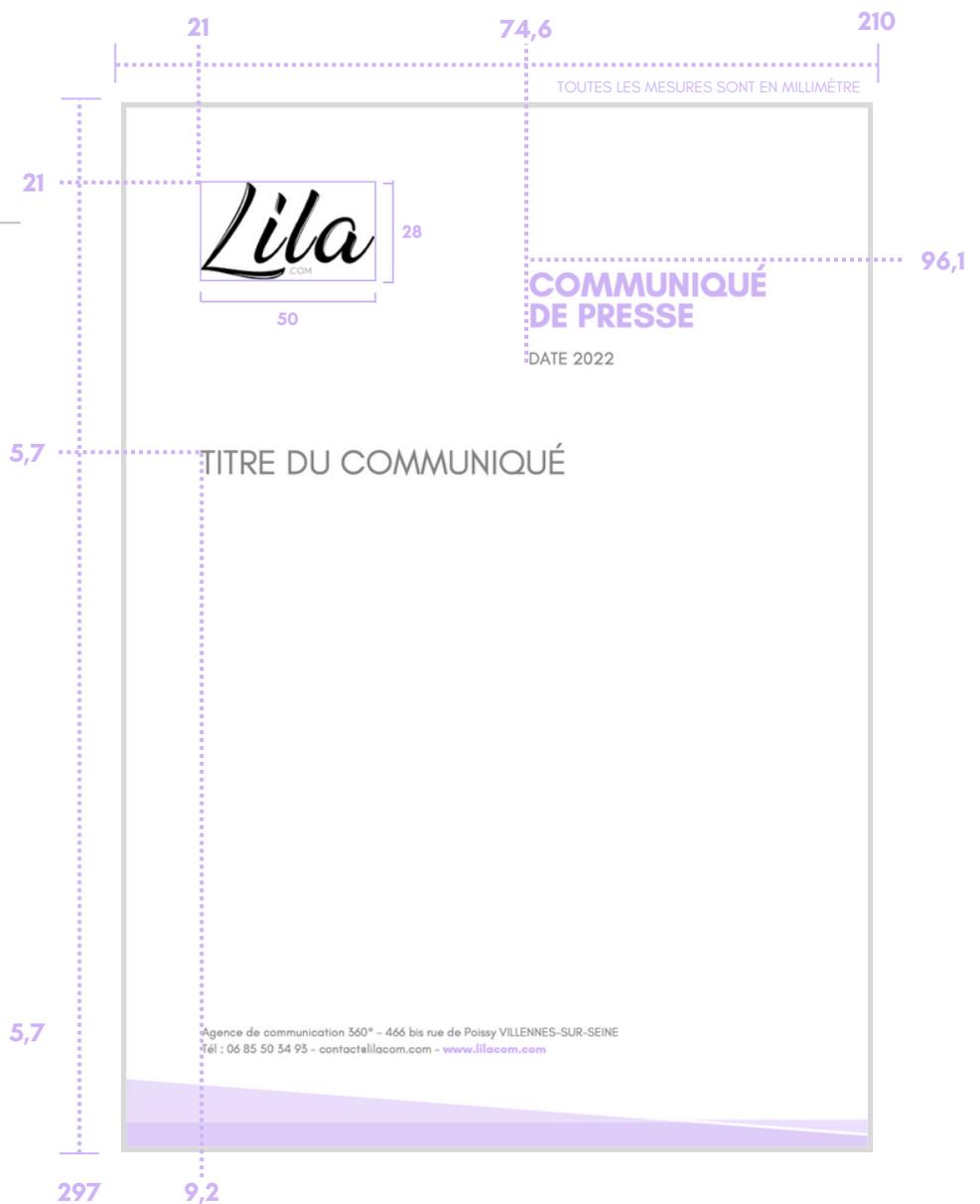
- corps : 28
- couleur : 2635 C

Bloc Date 2022

- corps : 14
- couleur : 424 C

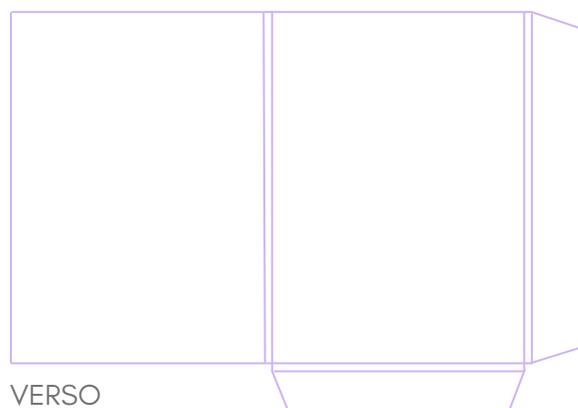
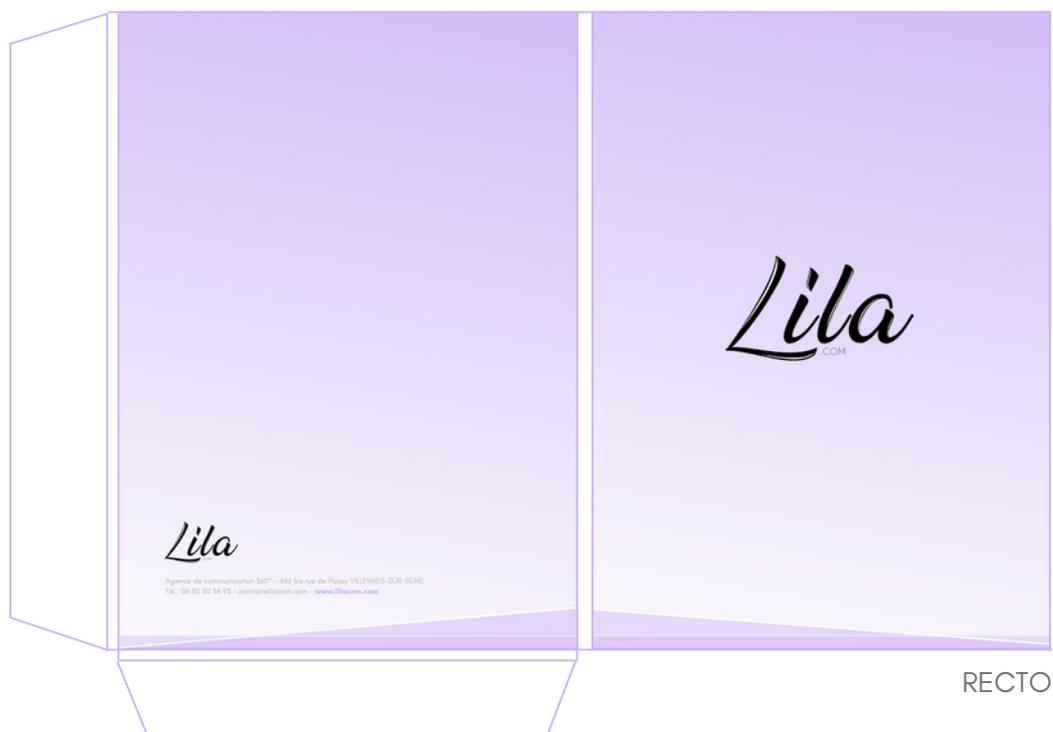
Bloc Titre du communiqué

- corps : 28
- couleur : 424 C



## 3.2 CHEMISE

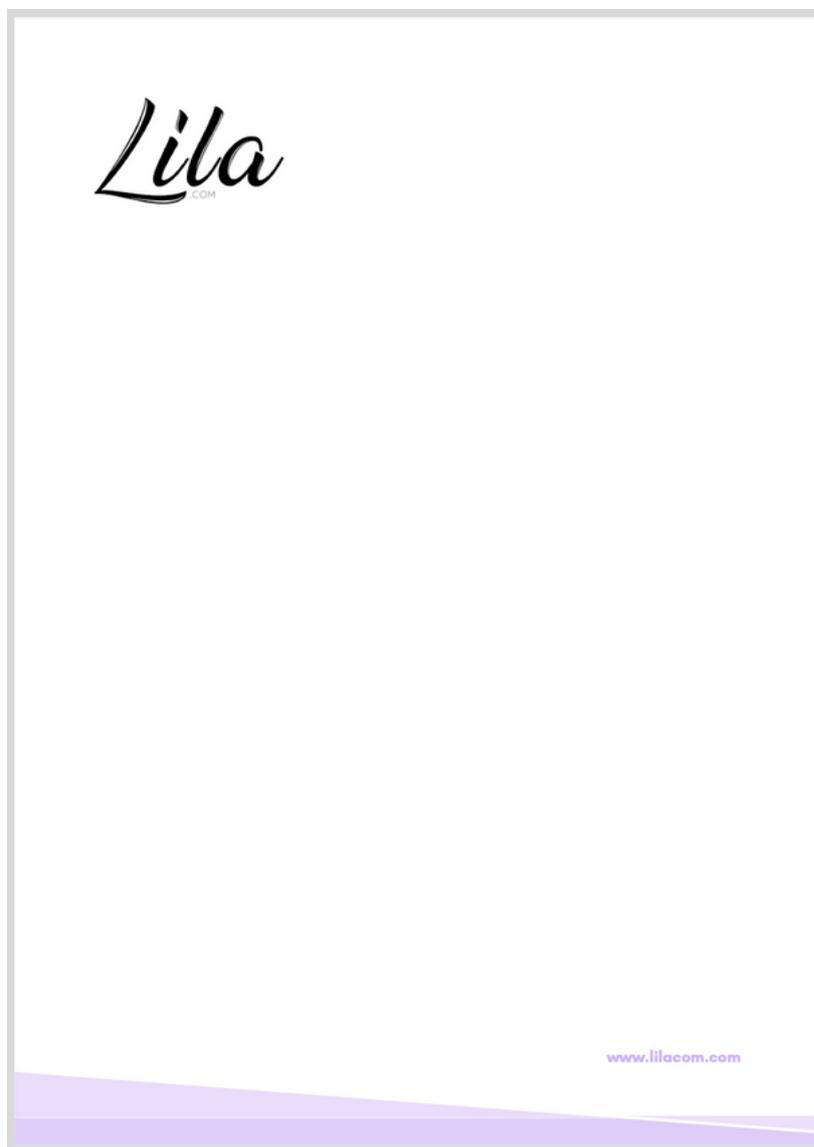
La chemise sert de support institutionnel. On l'utilise pour insérer plusieurs documents en général de format A4. Le format présenté est standard avec un double rainage et deux rabats.



## 3.3 AFFICHES

---

Les affiches présentées sont pour un usage essentiellement informatif, avec beaucoup de contenu texte. Deux formats (A4 et A3) sont proposés pour une impression sur copieur.





### 3.4 CARTON D'INVITATION

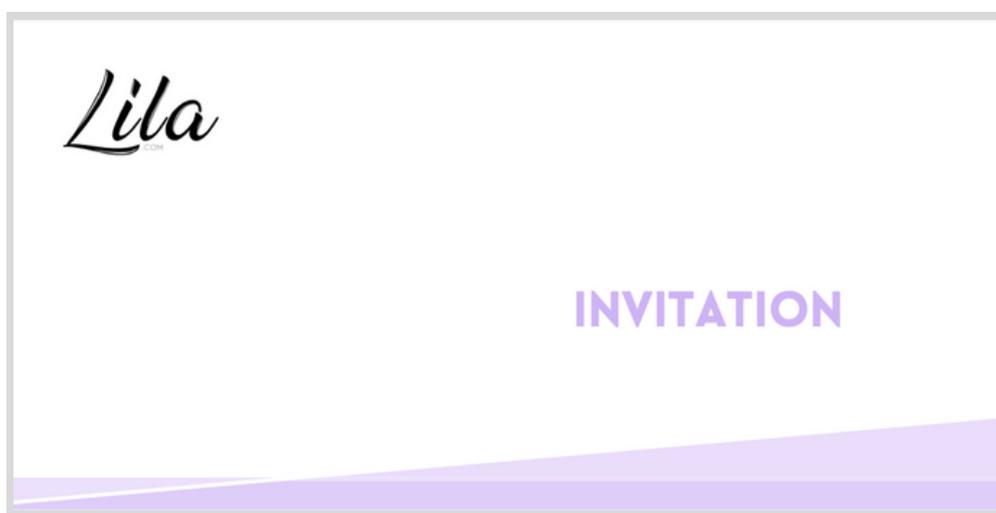
---

Dimension 200 x 100 mm

Bloc Invitation en LOVELO

corps : 28

couleur :





### 3.4.1 VARIANTE MONOCHROME

---





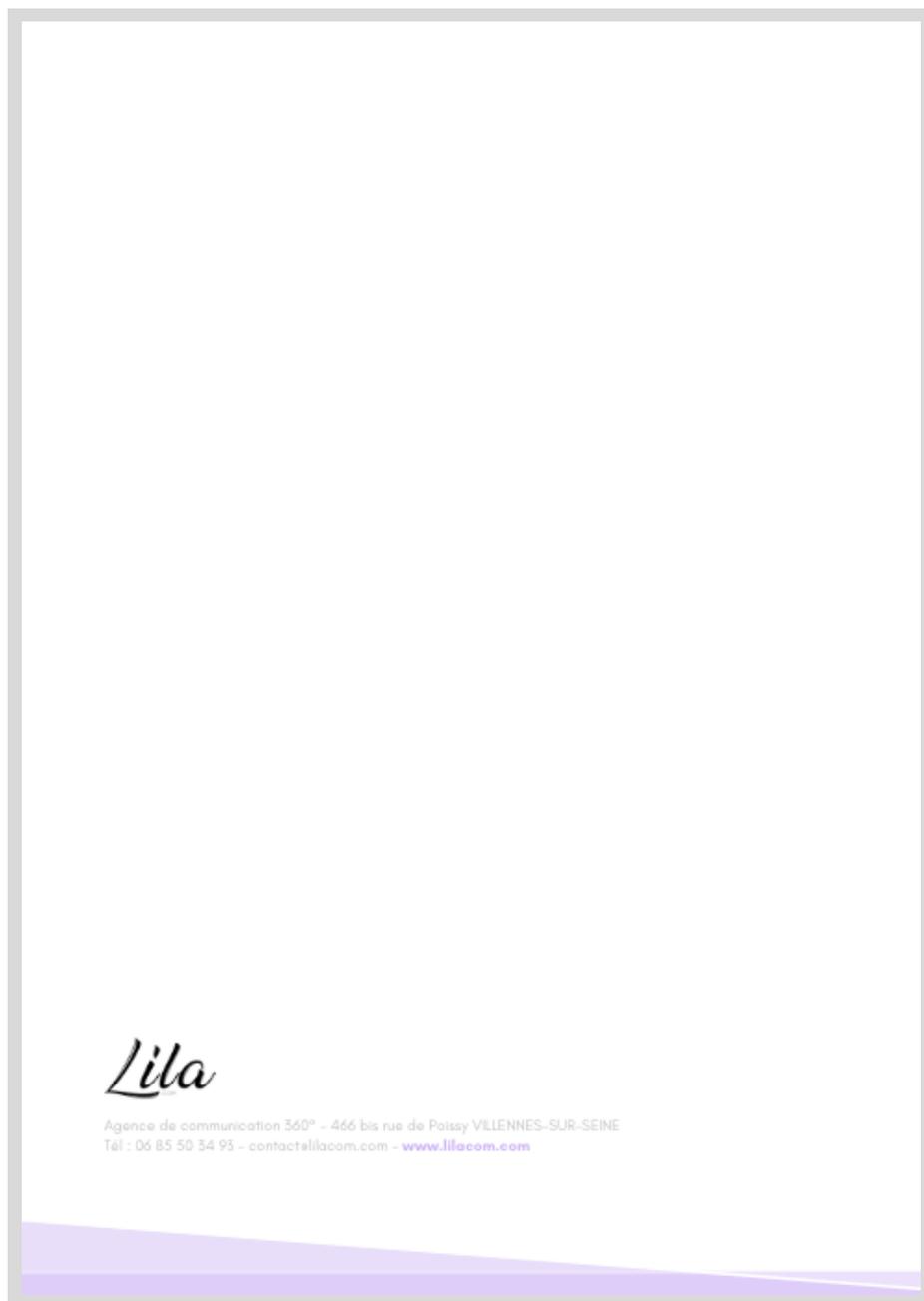
### 3.5 COUVERTURE A4

---



### 3.5.1 DOS DE COUVERTURE

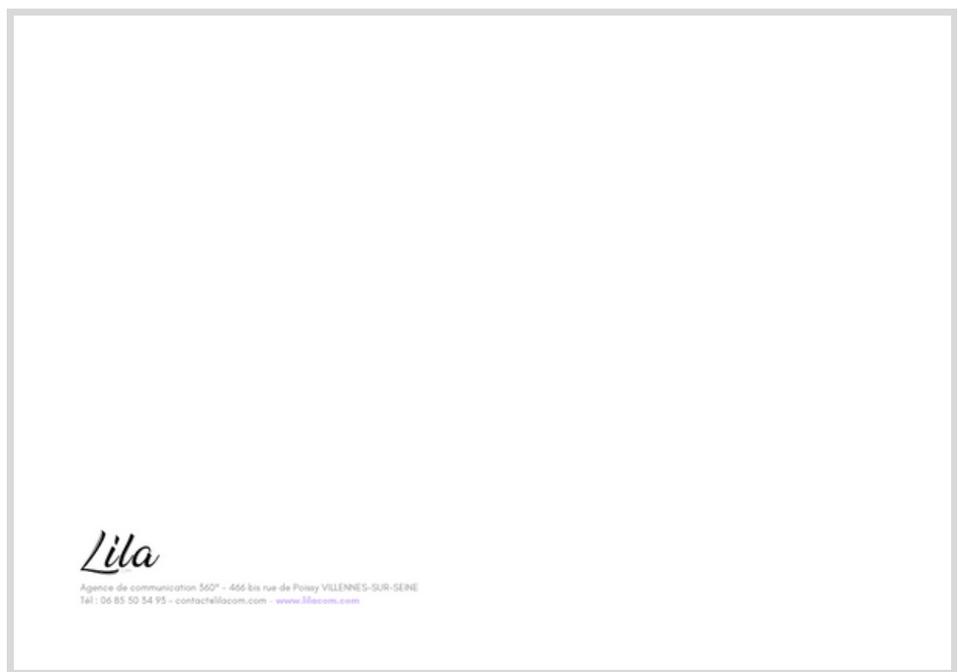
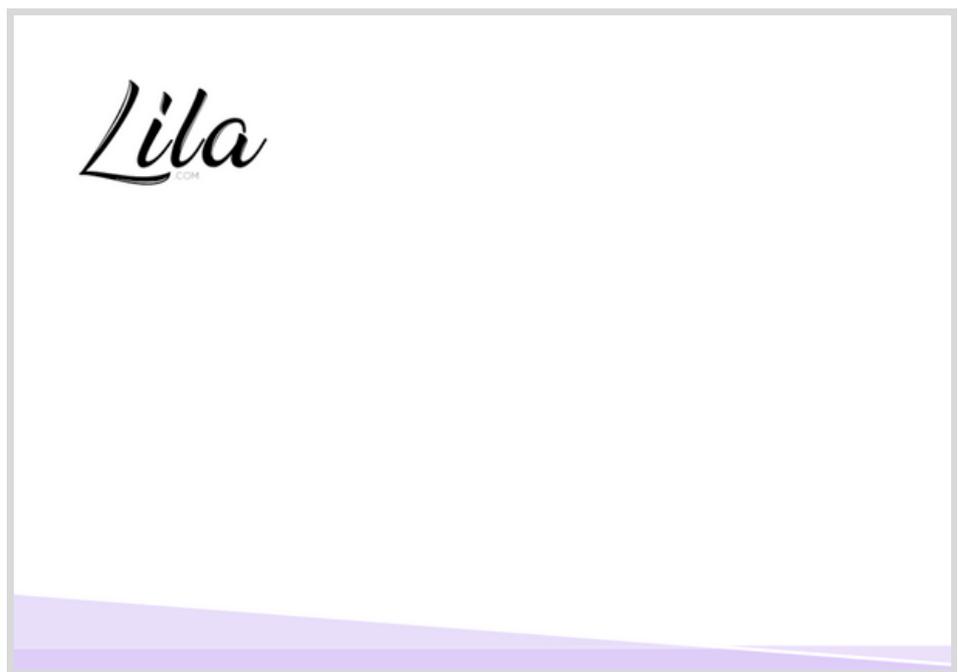
---





### 3.5.2 FORMAT PAYSAGE

---



## 4. L'ÉDITION ÉLECTRONIQUE

---

Les supports écran doivent rester flexibles dans leur élaboration. Cependant pour une cohérence graphique de l'ensemble des documents et en respectant les principes de base de l'identité visuelle, des modèles sont proposés à titre d'exemple.



## 4.1 SIGNATURE ÉLECTRONIQUE

---

Les signatures électroniques sont créées pour personnaliser les envois de mail.





## 4.2 PRÉSENTATION POWER POINT / CANVA

---





## 4.3 NEWSLETTER

Logo spécial newsletter "LilaNews". Le *Lila* repris tel que le logo initial, *.com* remplacé par *news* en violet et enfin, un dessin d'un *stylo plume* sur la droite du *Lila* en noir.

The image shows a newsletter layout template with a purple background. At the top, there is a header with the "Lila news" logo (where "news" is in purple) and a pen nib icon, with "MOIS - ANNÉE" below it. The main content area is divided into two article sections. Each section has a "RUBRIQUE" header, a "TITRE DE L'ARTICLE" header, and a placeholder for a "PHOTO" (a grey box with the word "PHOTO" in purple). Below the photo placeholder is a block of placeholder text. The second article section is followed by a "Merci d'avoir lu jusqu'ici !" message, a note about the next issue in November, and a social media follow-up prompt. At the bottom, there are social media icons for Facebook, LinkedIn, Instagram, and Spotify, followed by the "Lila .COM" logo and contact information.

**Lila news**  
MOIS - ANNÉE

**RUBRIQUE**

**TITRE DE L'ARTICLE**

PHOTO

jkednknkczej ddzke dzejjnczned nc jzkefkjcb e zdiza ciznekef ncizje rokizer fonin zef cnzje coz ofj akdn zox,z. coant doj,re idkjazrdfo. jkednknkczej ddzke dzejjnczned nc jzkefkjcb e zdiza ciznekef ncizje rokizer fonin zef cnzje coz.

**RUBRIQUE**

**TITRE DE L'ARTICLE**

jkednknkczej ddzke dzejjnczned nc jzkefkjcb e zdiza ciznekef ncizje rokizer fonin zef cnzje coz ofj akdn zox,z.

**Merci d'avoir lu jusqu'ici !**

On se retrouve le mois prochain pour les LilaNews de Novembre.  
En attendant, n'hésitez pas à nous suivre sur les réseaux-sociaux !

*Avec LilaCom, Osez Exister !*

f in @ d

**Lila**  
COM

LilaCom, 466 bis rue de Poissy, Villennes-Sur-Seine, France 78670, France, 0685503493  
Se désabonner Gérer les préférences

## 4.4 SITE WEB



## NOS EXPERTISES

DÉCOUVREZ NOS SERVICES





## 5. SIGNALÉTIQUE

---

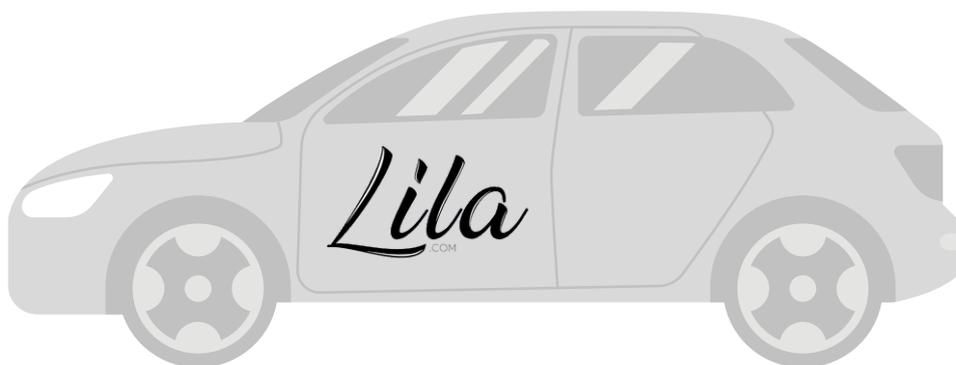
La signalétique a comme premier enjeu la meilleure visibilité possible et la reconnaissance immédiate de l'identité visuelle de l'entreprise. Les principes graphiques présentés précédemment s'appliquent à tous les supports de signalétique en s'adaptant aux contraintes techniques de fabrication.



## 5.1 MARQUAGE VÉHICULE

---

Sur l'ensemble des camions bennes, on retrouvera le logotype, en petit à l'avant et sur les portières, puis en grand sur les côtés de la benne.





## 5.2 SIGNALÉTIQUE INTÉRIEURE

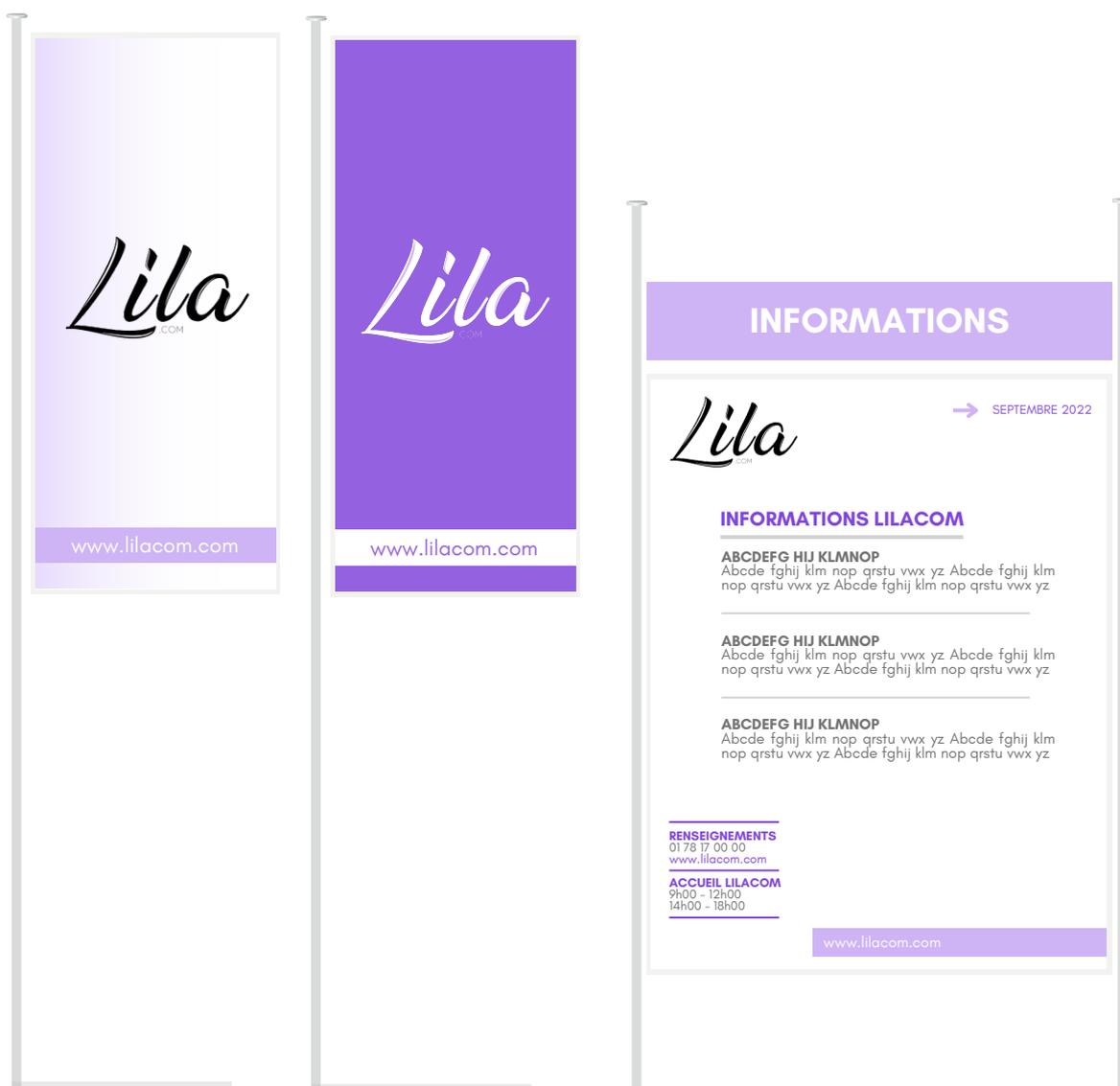
La signalétique a pour premier enjeu la meilleure visibilité et lisibilité des informations. On appliquera ainsi de façon pertinente les couleurs, typographie et le logotype adaptés aux supports définis.





## 5.2 SIGNALÉTIQUE EXTÉRIURE

La signalétique a pour premier enjeu la meilleure visibilité et lisibilité des informations. On appliquera ainsi de façon pertinente les couleurs, typographie et le logotype adaptés aux supports définis.

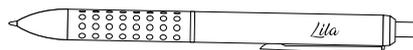




## 6. GOODIES

---

Pour les supports du type goodies (promotion par l'objet), on appliquera les règles du logo en adaptant celle-ci au support choisis.



*Lila*  
.COM

Agence de communication 360° - 466 bis rue de Poissy VILLENES-SUR-SEINE  
Tél : 06 85 50 34 93 - [contact@lilacom.com](mailto:contact@lilacom.com) - [www.lilacom.com](http://www.lilacom.com)