

# CHARTRE GRAPHIQUE AXMETRIC

L'adoption en 2005 d'une nouvelle identité graphique marque pour l'entreprise une évolution importante vers le développement de sa franchise.

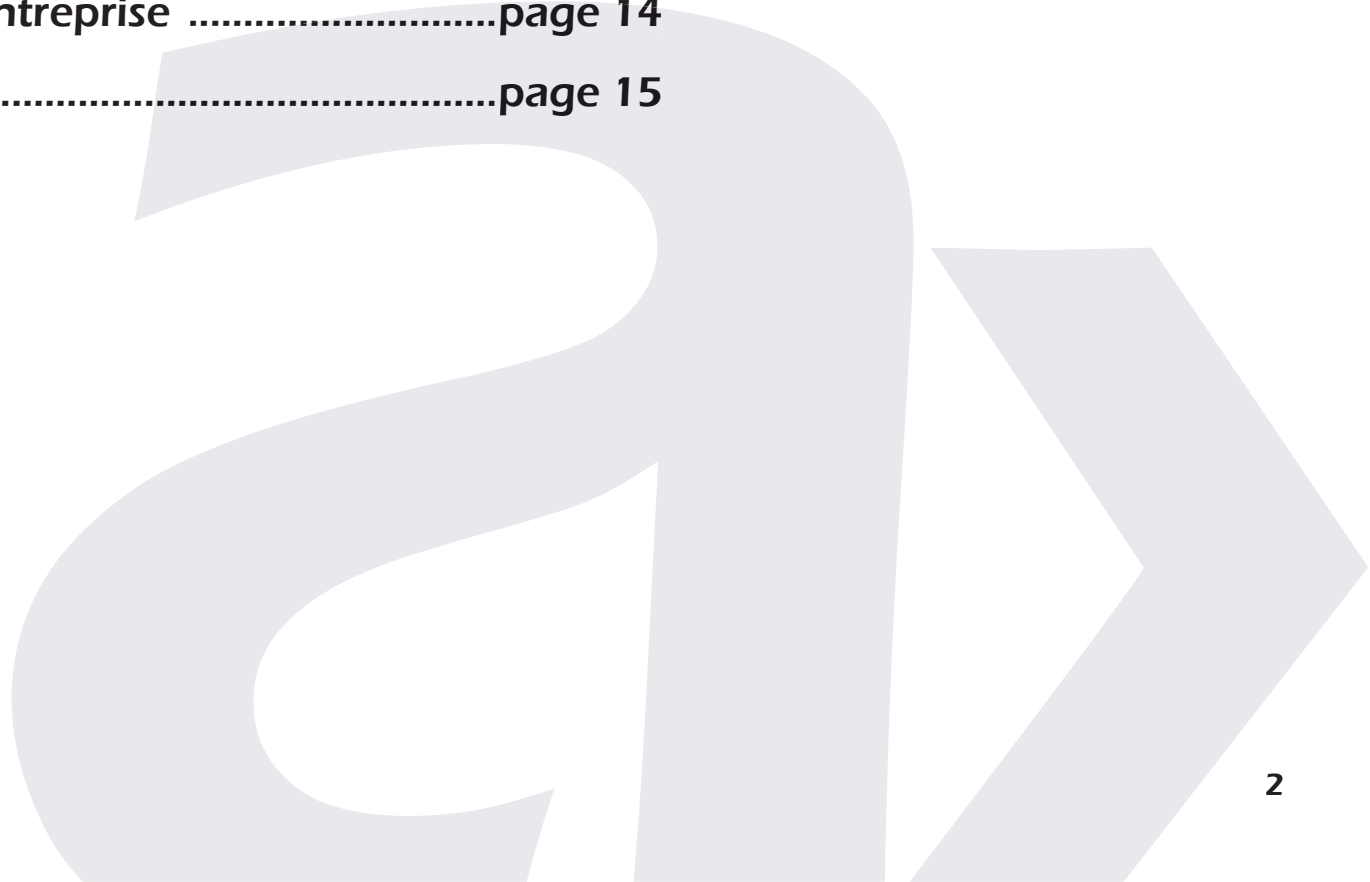
Par la cohérence qu'elle lui apporte, la charte graphique renforce la qualité de l'entreprise à travers l'image qu'elle donne d'elle-même.

Désormais plus graphique, plus dynamique, elle caractérise de manière certaine l'entreprise dans son secteur d'activité.



# SOMMAIRE

Avant-propos.....	page 3
Le Logotype et son emblème .....	page 4
La typographie.....	page 10
L'utilisation du logo'.....	page 11
Attention ! .....	page 13
L'unité graphique de l'entreprise .....	page 14
CD rom & Notes .....	page 15



# AVANT PROPOS

**La charte graphique est un élément de cohérence globale, indispensable dans une entreprise telle qu'Axmetric évoluant dans un secteur d'activité vaste, où la concurrence est très réactive.**

En définissant les grands principes de l'identité visuelle de l'entreprise, la charte graphique lui permet de contrôler son image et de rester cohérent face au client.

En effet une identification facile et directe est un signe de qualité et de rigueur, qui sont deux des principales qualités que l'on attend d'un expert et à fortiori d'un groupe d'experts.

La difficulté de cette unité réside dans la multiplication des agences partout en France, d'où la nécessité d'une charte graphique claire, complète, mais laissant un maximum de place à la créativité.

Il est défini ici la majorité des problèmes que vous pourrez rencontrer, mais pour les cas plus particulier, il est indispensable de contacter le responsable communication de l'entreprise ou la direction.

## CE DOCUMENT SE COMPOSE DE DEUX PARTIES :

- Le livret : Il décrit l'usage du logo et de ses différentes déclinaisons selon les supports.
- Le CD-Rom : C'est une base de données comprenant les différents logos dont vous pouvez avoir besoin. Pour d'autres besoins spécifiques, adressez-vous au Service Communication.

# LE LOGOTYPE...



Pantone DS 78-1C

c : 15  
m : 100  
J : 100  
n : 7

c : 79  
m : 62  
J : 41  
n : 0

Pantone 5405 M

Toutes les mentions accompagnant le logo doivent tenir en dessous de la partie rouge du logotype

**Le logo est fourni sur le CD-Rom au format JPEG ainsi que sous une forme vectorielle pouvant être augmentée ou réduite à votre guise.**

**Attention toutefois deux contraintes :**

- **Le logo doit toujours rester dans un format homothétique.**
- **Le nom doit rester visible et lisible (pas moins de 35 mm de large)**

Pour mettre en valeur le logo, une marge sera définie par la partie bleue, sur tout les supports contenant le logotype

# ... SA SYMBOLIQUE

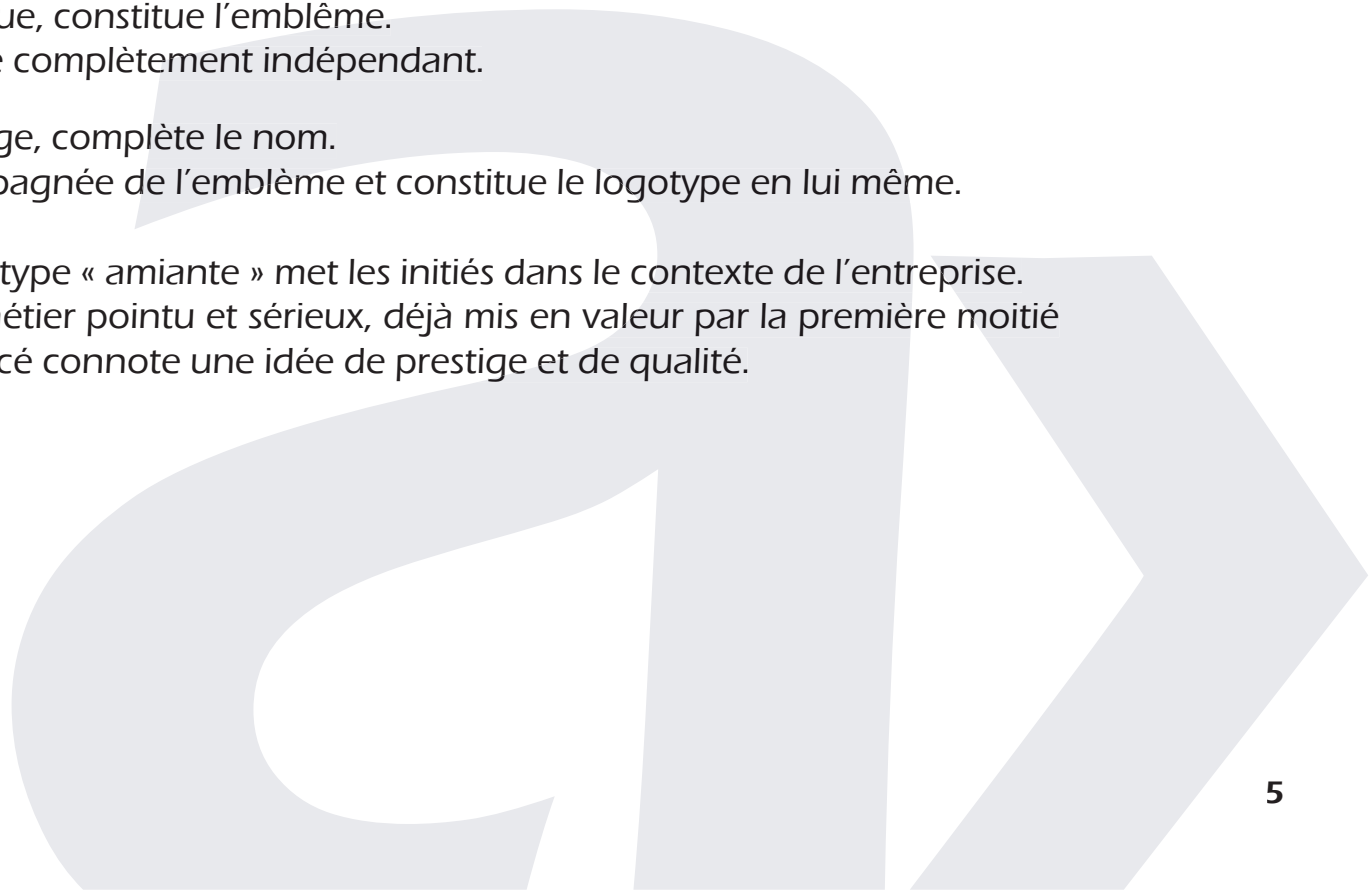
Le logotype à été imaginé à partir d'une typographie déjà beaucoup utilisée auparavant par l'entreprise dans ses différentes actions de communication (dépliants publicitaires, fiches d'informations ...)

La rupture avec son ancienne identité n'est donc pas totale, d'autant plus que les couleurs de l'ancien logotype sont reprises dans un souci de reconnaissance.

Ce nouveau logotype est composé de deux parties :

- La première partie, bleue, constitue l'emblème.  
Cet emblème est peut être complètement indépendant.
- La seconde partie, rouge, complète le nom.  
Celle-ci est toujours accompagnée de l'emblème et constitue le logotype en lui même.

Le « a », proche de celui du logotype « amiante » met les initiés dans le contexte de l'entreprise.  
Le bleu gris renforce l'idée de métier pointu et sérieux, déjà mis en valeur par la première moitié du « x », tandis que le rouge foncé connote une idée de prestige et de qualité.



# ... SES DÉCLINAISONS

## APPUYÉ D'UNE PHRASE



Cette version est utilisée sur tous les supports susceptibles d'être vus régulièrement par les clients ou le public

Les informations associées aux logo doivent tenir sur une ligne, entre le début de la partie rouge et la fin du «c».



# EN MONOCHROMIE

D'une manière générale l'impression en monochromie sera réservée à de petits supports où l'impression en quadrichromie n'est pas envisageable pour des raisons de coût



c : 0 %  
m : 0 %  
J : 0 %  
n : 40 %

c : 0 %  
m : 0 %  
J : 0 %  
n : 60 %

Le noir est blanc n'est en fait présent que dans le cas de photocopie, de fax, ou rares documents à imprimer en noir et blanc.

Son utilisation est à limiter au maximum car les couleurs du logo sont une part importante de l'unité graphique de l'entreprise.



# ... ET SON EMBLÈME

L'emblème fait partie intégrante du logo et est nécessaire à sa lecture, toutefois, dans un but décoratif, ou lorsque la place est vraiment limitée il peut fonctionner seul.



Autant que possible le chevron de l'emblème doit être collé à la droite du support et tramé à 10%



# LA TYPOGRAPHIE

La typographie utilisée dans toute la communication de l'entreprise est : ERAS, light, medium et demi, à ne jamais italiser.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890 & ? ! , ; . : € £ \$ % @

La police utilisée pour le logo est une ERAS, une typographie créée par Albert Botton en 1974.

Albert Botton est l'un des derniers grands typographes français de tradition et de formation classique, aujourd'hui encore intervenant à l'Atelier National de Création Typographique de l'Imprimerie Nationale.

Ce calligraphe mondialement connu, artisan lettriste de 70 ans, continue de créer et de travailler pour les agences de design et pour l'édition.

La police Eras appartient à la famille des linéales géométriques. Les linéales sont des polices sans empattement, les géométriques ne comportent pas de pleins et de déliés, et les courbes restent pratiquement constantes de lettre à

lettre, ce qui renforce le côté strict de tels caractères.

La police Eras est toutefois une exception dans cette catégorie, grâce à sa légère inclinaison vers l'avant et aux subtiles variations d'épaisseur.

De plus, la combinaison de larges courbes et l'interlettrage réduit mettent en valeur la forme intérieure des lettres.

L'Eras n'a pas une forme parfaitement géométrique, elle apparaît plus spontanée, presque comme une police manuscrite.

La police Eras est disponible en 6 tailles : light, book, medium, demi, bold et ultra. A noter que cette police n'existe pas en italique, l'Eras étant elle-même une police légèrement italienne.

# L'UTILISATION DU LOGO'

## PAPIER EN TÊTE, CARTE DE VISITE,



**axmetric**

4, Chemin du grand bois - B.P. 37  
69511 VAULX - EN - VELIN Cedex  
Tél. : (33) 04 72 04 53 80  
Fax : (33) 04 72 04 57 90  
[www.axmetric.com](http://www.axmetric.com)

AXMETRIC - S.A.S. au capital de 38.500 € - RCS Lyon B 412 804 114 - APE 743 B - RC - IMMO n° 112 295 387  
AXMETRIC est certifié QUALICERT conformément au référentiel « Prestations de services dans le cadre d'opérations techniques d'insécurités - Référence N/C/SN/01 » pour ses activités : Constat Amiante, Listes des risques d'accréditation au plomb, Mesurage Loi Carrez. Liste des caractéristiques certifiées disponibles sur demande ou sur [www.wsp.com/standards](http://www.wsp.com/standards)



IN LACON  
Plomb, Amiante, Loi Carrez, Services  
Caractérisés sur demande

Echelle 1/2



**axmetric**

Plomb - Amiante - Loi Carrez  
Etats parasitaires - Environnement

Eric APPERT  
Président  
06 10 25 06 58

4, Chemin du grand bois - B.P. 37  
69511 VAULX - EN - VELIN Cedex  
Tél. : 04 72 04 53 80  
Fax : 04 72 04 57 90  
[ericappert@axmetric.com](mailto:ericappert@axmetric.com) [www.axmetric.com](http://www.axmetric.com)

Echelle 1

# ENVELOPPE, CARTE DE CORRESPONDANCE



4, Chemin du grand bois - B.P. 37  
69511 VAULX - EN - VELIN Cedex  
Tél. : (33) 04 72 04 53 80  
Fax : (33) 04 72 04 57 90  
[www.axmetric.com](http://www.axmetric.com)

Echelle 1



Plomb - Amiante - Loi Carrez  
Etats parasitaires - Environnement



94 CACHAN  
Plomb, Amiante, Loi Carrez, Termites  
Caractéristiques sur demande

4, Chemin du grand bois - B.P. 37  
69511 VAULX - EN - VELIN Cedex  
Tél. : (33) 04 72 04 53 80  
Fax : (33) 04 72 04 57 90



# ATTENTION !

LES DÉFORMATIONS  
ENGENDRENT SOUVENT UNE  
PERTE DE QUALITÉ ET DONC  
UNE PIXELISATION DU LOGO.

REFUSE



Attention à ne pas déformer le LOGO en changeant sa taille pour l'adapter à votre support.

Attention à ne pas incliner le logo, sa seule forme est droite, de gauche à droite, donc pas de miroir non plus.

Attention les couleurs ne changent en aucun cas, ni ne s'inversent, les seules variantes autorisées sont expliquées dans la partie réservée au logo.



Attention l'espacement entre les lettres ou/et entre les parties graphiques ne doit pas changer.

Attention la casse et la police ne doivent pas changer.

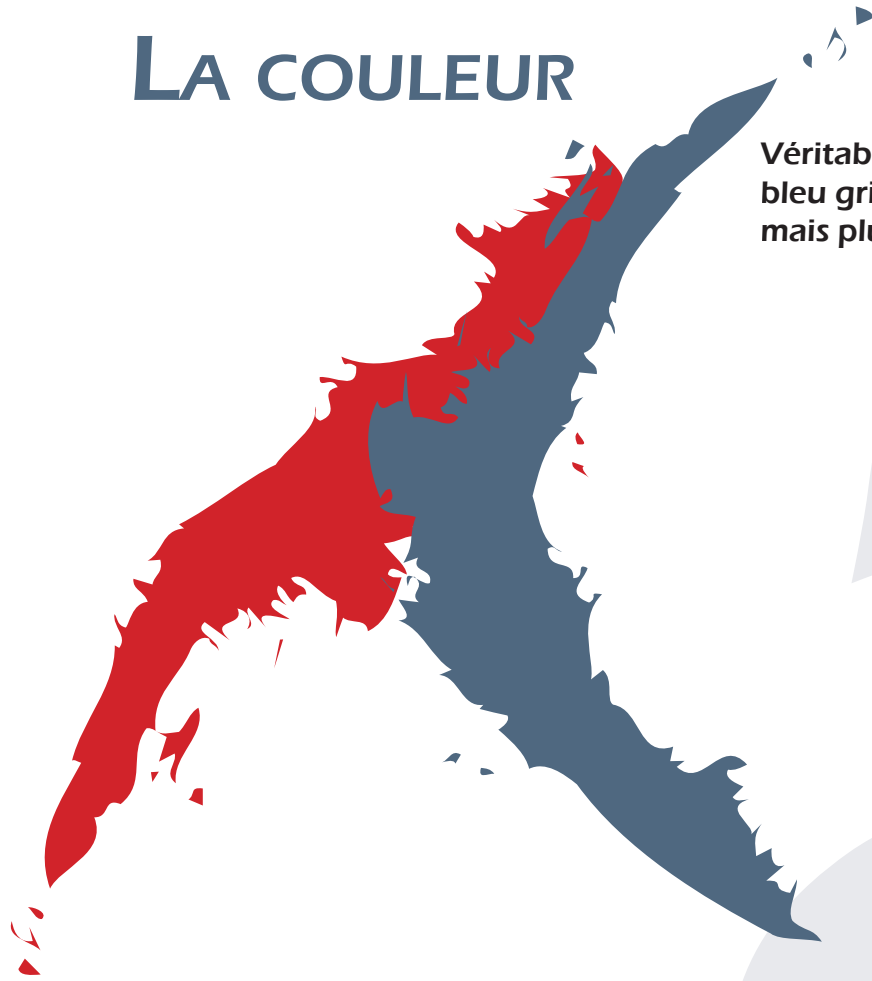


Attention les chevrons représentant un «x» ne doivent pas être remplacés par un «x» et le «a» doit rester une grande minuscule.

# L'UNITÉ GRAPHIQUE, DE L'ENTREPRISE

## LA COULEUR

Véritable élément de l'identité graphique, les couleurs rouge foncé, bleu gris et blanc évoquent naturellement les couleurs françaises, mais plus encore, les couleurs Lyonnaises ! Sa ville natale ...



## EMBLÈME

Présent dès que cela est possible afin d'identifier l'entreprise par ce seul signe en plus du logo

### EN QUADRICROMIE

Rouge : C 15 M 100 J 100 N 7  
Bleu : C 79 M 62 J 41 N 0

### EN PANTONE

Rouge : DS 78 - 1 C  
Bleu : 5405 M

### EN MAC CAL

Rouge : 9859 - 12  
Bleu : 9839 - 11

### DANS MICROSOFT OFFICE

Pour Exel, Powerpoint : Rouge foncé et bleu gris  
Pour publisher, Word : Rouge C 15 M 100 J 100 N 7  
Bleu C 82 M 55 J 26 N 7

