



Charte Graphique

FR — Version 1.0 — 2023



Conditions



AUTORISATION D'UTILISATION DE LA MARQUE SOUS CONDITIONS

Dans le but d'assurer une cohérence et une unité à nos supports de communication utilisés pour la vente de nos produits de marque Grad®, la société BURGER & CIE a édité la présente charte graphique à destination de ses distributeurs et partenaires intervenant dans la distribution de ses produits.

Afin de définir l'identité visuelle de notre marque Grad®, cette charte graphique définit les conditions propres à l'utilisation, la représentation, la reproduction de nos titres de propriété intellectuelle liés au signe distinctif Grad® nécessaire à la commercialisation de nos produits de platelage et bardage et notamment celles se rapportant à sa couleur, ses logos, ses éléments graphiques, ses icônes, ses pictogrammes, et à tout autres éléments graphiques susceptibles d'être associés à notre marque Grad®.

L'ensemble de cette charte constitue une création intellectuelle originale au sens des articles L.112-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Notre signe «Grad®» se compose à la fois d'une marque verbale «Grad®» (régulièrement enregistrée auprès de l'INPI et de l'EUIPO sous le numéro 45848820) et de la marque figurative Grad® (en cours de dépôt auprès de l'INPI et de l'EUIPO sous le numéro de dépôt 4933241 utilisant le code pantone «Bleu-gris P 176-16 C») dont la société BURGER ET CIE est propriétaire.

Toute reproduction totale ou partielle, toute modification, imitation ou utilisation totale ou partielle de nos marques, toute création d'œuvres dérivées à partir de nos marques «Grad®» (mentionnées ci-dessous) **sans notre autorisation écrite** ou encore la détention, la vente ou l'importation de produits comportant une contrefaçon d'une de nos marques, pour quelque motif et sur quelque support que ce soit, **est interdite**.

De tels comportements sont constitutifs d'un acte de contrefaçon.

Conditions



NON RESPECT DES CONDITIONS D'UTILISATION DE LA MARQUE

Afin de renforcer la cohérence et l'unité de nos supports de communication, nous vous accordons après notre autorisation écrite, le droit de reproduire, d'imiter et d'utiliser totalement ou partiellement en externe nos marques Grad® pour mettre en avant nos produits.

Une telle autorisation vous impose de **respecter notre image de marque, nos valeurs et les conditions présentées à cette Charte Graphique Grad®** lors de la reproduction, l'utilisation et l'imitation externe de notre marque Grad® sur vos supports de communication.

Nous vous rappelons que cet accord ne s'assimile en aucun cas à un acte de cession à votre bénéfice de nos titres de propriété intellectuels. Le respect de ces conditions permet d'atteindre une unité et une cohérence de communication de notre marque Grad®. En conséquence, tout manquement à ces conditions constaté par nos services entraîne le retrait immédiat de l'autorisation que nous aurions pu vous accorder. Un tel retrait vous est alors notifié par voie écrite par nos services.

A réception d'une telle notification, vous ne pouvez plus utiliser ni reproduire ni imiter partiellement ou totalement la marque Grad® sur un quelconque support, peu importe sa finalité. Il vous est alors interdit de reproduire, imiter et utiliser totalement ou partiellement nos marques Grad® puisque vous ne détenez plus de droit à son égard.

Dès lors, le maintien par vos services de la reproduction, l'imitation et l'utilisation de notre marque Grad® sans notre autorisation s'assimile à un acte de contrefaçon. Tout actes de contrefaçon vous expose alors à la commission d'une infraction pénale, à savoir un délit pouvant être réprimée jusqu'à quatre ans d'emprisonnement et 400.000 euros d'amende (articles L.716-9 et L.716-10 du Code de Propriété Intellectuelle).



Identité visuelle*

1

Logotype⁶

Présentation du logo⁶

Détails du logo⁸

Vue d'ensemble⁹

Logo primaire¹⁰

Logo secondaire¹¹

Icône¹²

Utilisation du logo sur photographies¹³

Zone de protection & taille minimale¹⁴

Partenariats¹⁵

Utilisations incorrectes¹⁶

Couleurs & typographies¹⁷

Palette de couleurs¹⁷

Couleur primaire¹⁸

Couleurs secondaires¹⁹

Typographie primaire²¹

Typographie secondaire²²

Spécimen typographique²³

Éléments graphiques²⁵

Pictogrammes²⁵

Détails des pictogrammes²⁷

**l'ensemble des éléments permettant de définir l'identité visuelle de notre marque Grad® constitue les conditions d'utilisations de la marque et sont à respecter*

Logotype

Présentation

Notre logo est développé de manière à être en parfaite cohérence avec notre activité. Nous avons opté pour une représentation simple et géométrique des lames de terrasse et de bardage, qui symbolisent nos produits. Ce choix met en évidence l'importance que nous accordons chez Grad à l'alignement parfait de nos lames, rendu possible grâce à notre système de fixation invisible. De cette façon, nous voulons donner une impression de structure et de rectitude, semblable à une vue de face ou du dessus une fois la pose réalisée.

Notre logo est protégé par la marque figurative GRAD en cours de dépôt auprès de l'INPI et de l'EUIPO sous le numéro de dépôt 4933241 utilisant le code pantone « Bleu-gris P 176-16 C », propriété de la société BURGER ET CIE.

1.0 — Présentation du logo



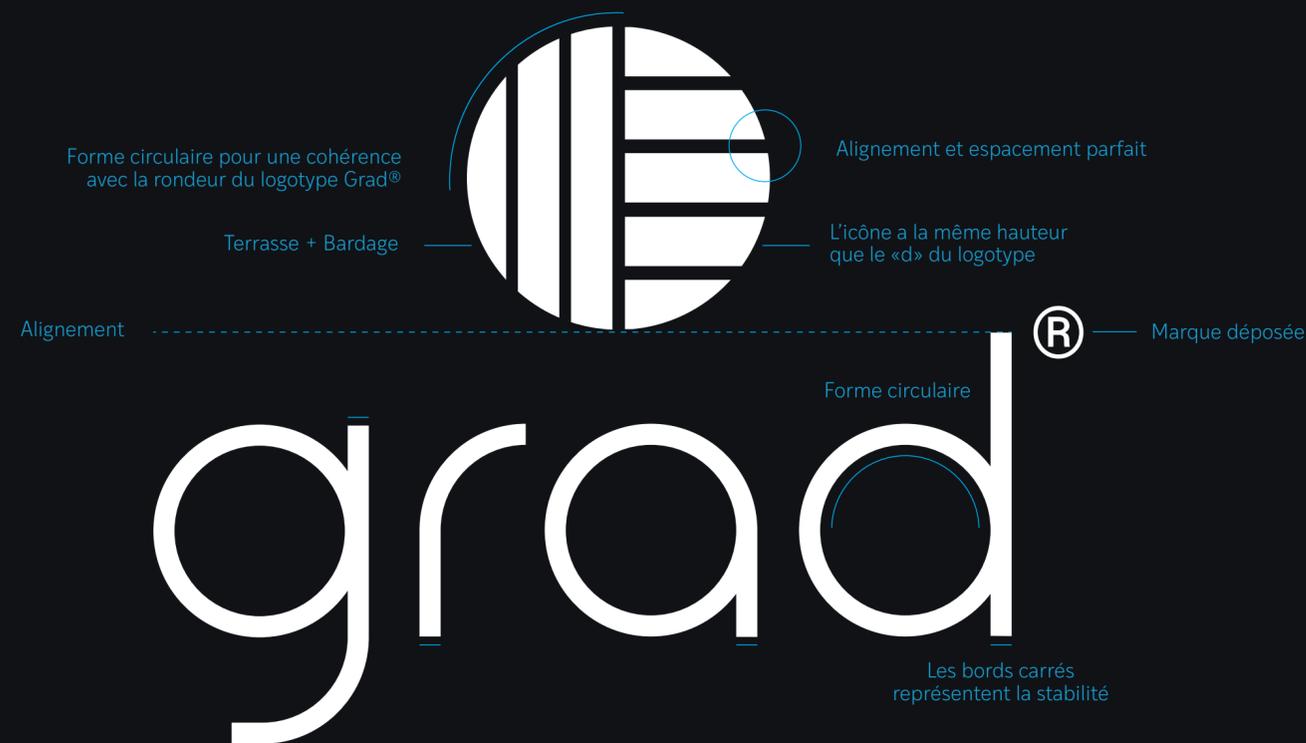
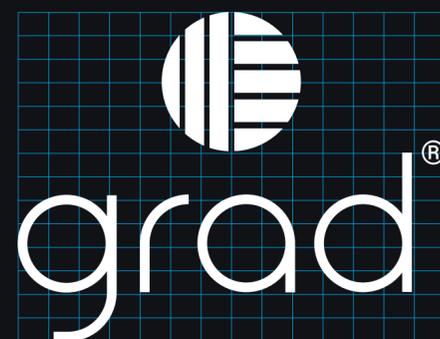


Quelques détails

Nous mettons l'accent sur la possibilité de réaliser des projets sur-mesure. À travers notre logo, nous souhaitons évoquer la technicité et la rigueur que nous investissons quotidiennement dans le développement de nos produits, ainsi que la simplicité d'utilisation grâce à son format épuré et aéré.

Notre logo véhicule une image de marque haut de gamme. Ces couleurs évoquent l'élégance, la sobriété, la pureté, le luxe et le design, en allant à l'essentiel. Notre logo se veut inspirant et accessible à tous. La forme ronde de l'icône a été choisie pour représenter le cœur même de notre concept : la longévité de notre système. Cette forme infinie reflète la durabilité de notre produit, conçu pour résister à l'épreuve du temps.

1.1 — Détails du logo



Logotype

Vue d'ensemble de l'utilisation des logos

Nous disposons de cinq types de logos à utiliser dans différentes formes de communication. La section suivante explique quand, comment et où notre logo doit apparaître.

1 Logo vertical

Utilisation interne et externe.
Logo principal pour la plupart des besoins.

2 Logo horizontal

Utilisation interne et externe.
Utilisé dans les cas où le logo vertical n'est pas adapté au support.

3 Logotype

Usage interne et externe.
Utilisé dans les supports contenant déjà l'icône.

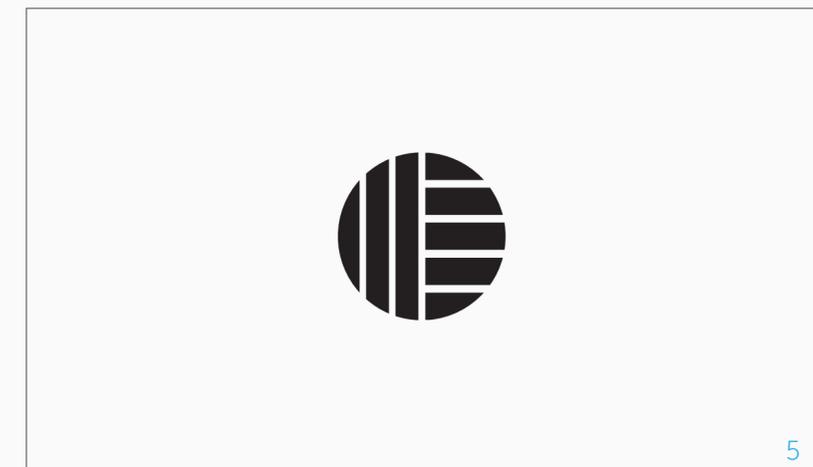
4 Logotype + Groupe

Usage externe.
Utilisé pour la promotion de la marque auprès des distributeurs et des partenaires.

5 Icône

Usage interne et externe.
Utilisée pour une esthétique minimaliste.

1.2 — Vue d'ensemble



Logotype

Utilisation du logo principal

Le logo Grad® vertical représente le logo principal à utiliser le plus souvent possible.

Comme ce logo occupe plus d'espace, il est préférable de le placer dans un design minimaliste, sans autres éléments qui l'encombrent.

1.3 — Logo primaire



Utiliser la version noire du logo vertical sur des fonds plus clairs



Utiliser la version blanche du logo vertical sur des fonds plus foncés ou des photographies



Utilisation du logo secondaire

Le logo secondaire doit être utilisé si notre logo principal ne convient pas à des applications spécifiques en raison de restrictions de taille, de format ou de conception.

1.4 — Logo secondaire



Utiliser la version noire du logo horizontal sur des fonds plus clairs



Utiliser la version blanche du logo horizontal sur des fonds plus foncées ou des photographies

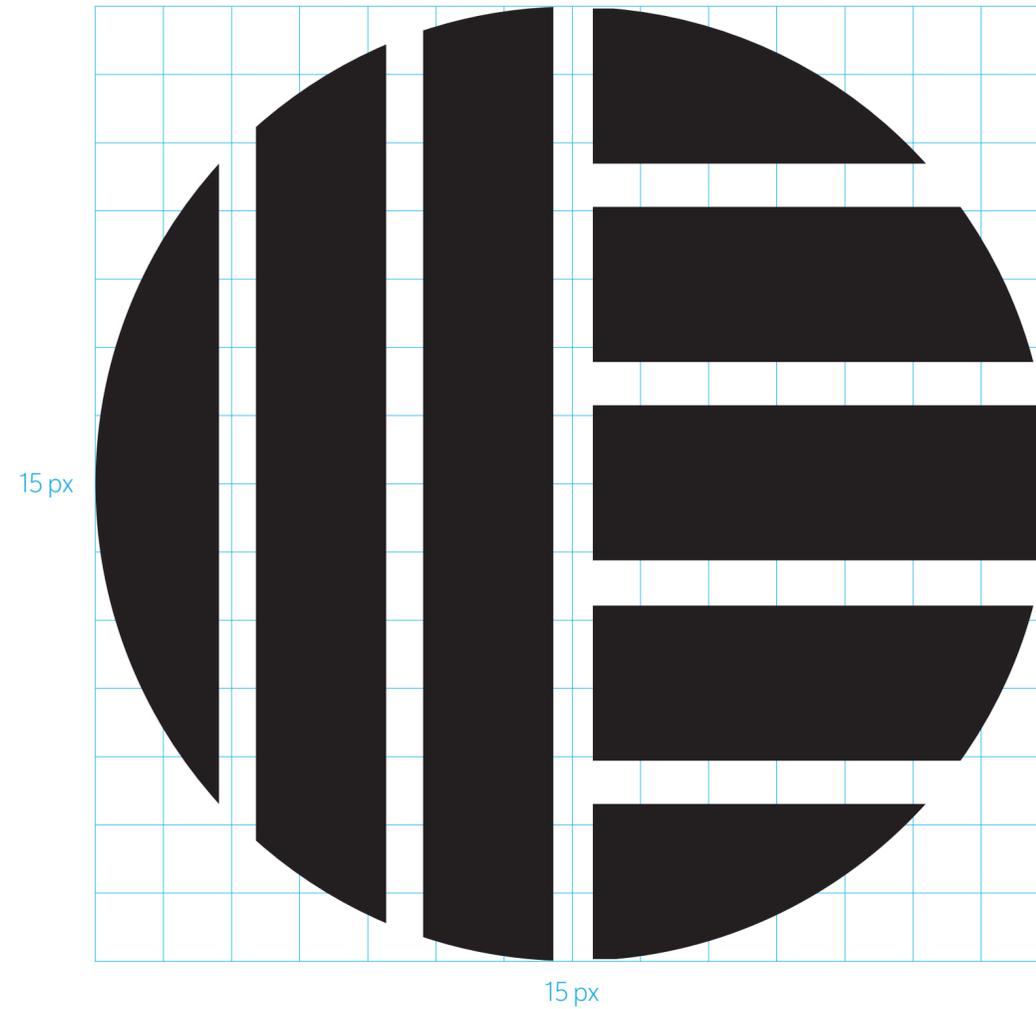
Logotype

Utilisation de l'icône du logo

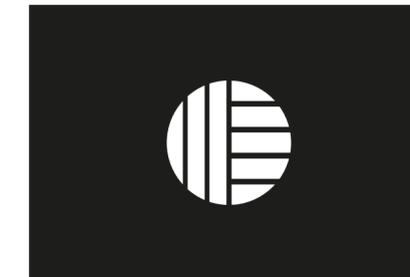
Pour les applications très petites où le logotype est illisible, l'icône peut être utilisée comme une icône, la favicon, l'image de profil des réseaux sociaux et plus encore...

Une grille de 15x15 a été utilisée pour créer notre icône.

1.5 – Icône



Utiliser la version noir de l'icône sur des fonds plus clairs



Utiliser la version blanche de l'icône sur des fonds plus foncés ou des photographies



Logotype

Règles d'applications

Lorsque le logo est placé sur une photographie, veillez à ce qu'il reste lisible. Ne modifiez pas les couleurs du logo pour créer un contraste.

Le logo peut être apposé sur des fonds clairs dans des photographies, à condition que la lisibilité ne soit pas affectée.

En règle générale, le logo est blanc lorsqu'il est placé sur une image. Dans le cas où les fonds sont plus complexes, le logo noir est à privilégier.

Attention : le logo ne peut pas être utilisé sur un fond trop contrasté. Il perdrait toute sa lisibilité.

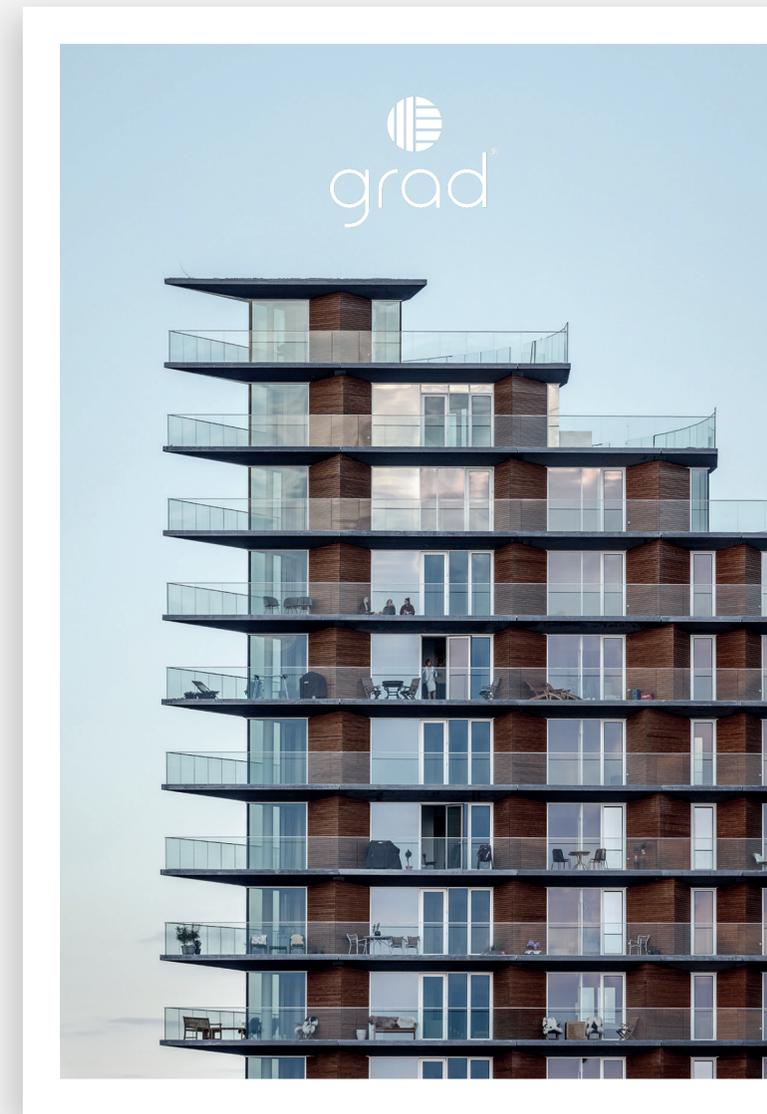
1.6 — Utilisation du logo sur photographies



⊗ Trop de contraste dans l'arrière-plan



⊗ Faible contraste entre les éléments



Application

Logotype

Zone de protection

Pour que le logo conserve un niveau élevé de visibilité, il est important qu'il soit entouré d'un minimum d'espace libre. Aucun autre élément graphique ne doit empiéter sur cette zone. Cela permet de s'assurer que le logo conserve une forte présence partout où il apparaît.

Le logo est toujours entouré d'un espace libre (zone de protection), au moins équivalent à un «a» du «a» du logo.

Taille minimale

Comme le logo sera affiché à de nombreux endroits, il est essentiel qu'il reste lisible et de bonne qualité à tout moment. En raison de la grande variété de tailles utilisées dans les supports, nous n'avons pas défini de "taille minimale" recommandée.

Cependant, pour que la taille minimale du logo soit adéquate, celui-ci doit toujours être visible, lisible et accompagné de sa zone de protection. La zone de protection permet de conserver, quel que soit le format ou le support choisi, des marges de sécurité autour du logo pour assurer sa lisibilité.

1.7 — Zone de protection & taille minimale



Logo horizontal



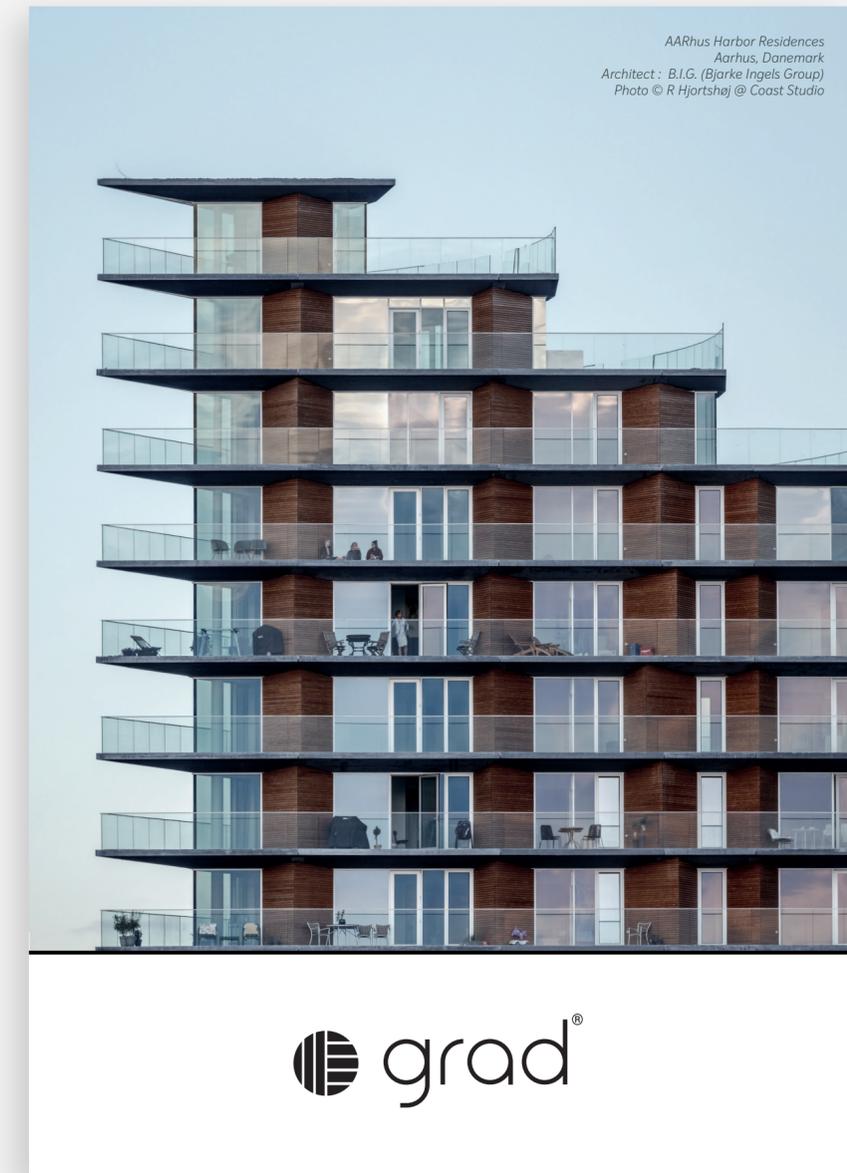
Logo vertical



Les détails du logo et de l'icône restent lisibles



Les détails du logo et de l'icône restent lisibles



AARhus Harbor Residences
Aarhus, Danemark
Architect : B.I.G. (Bjarke Ingels Group)
Photo © R Hjortshøj @ Coast Studio

Application

Logotype

Logos partenaires

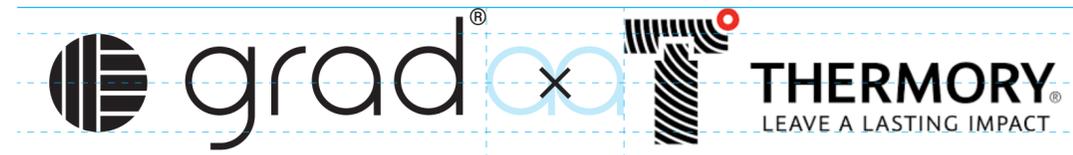
Ces schémas montrent comment créer des documents co-brandés avec nos partenaires. L'espace entre les logos est égal à la largeur de notre "a".

Attention : Si le logo du partenaire est horizontal, utilisez notre logo Grad® horizontalement. Au contraire, si le logo du partenaire est vertical, utilisez notre logo Grad® verticalement.

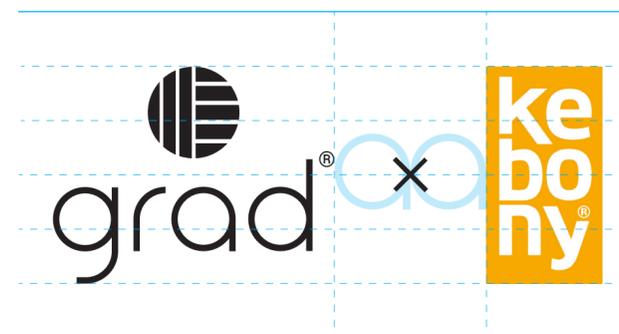
Multiples partenaires

S'il existe plusieurs logos de partenaires, il est généralement préférable d'utiliser notre logo Grad® dans un format horizontal.

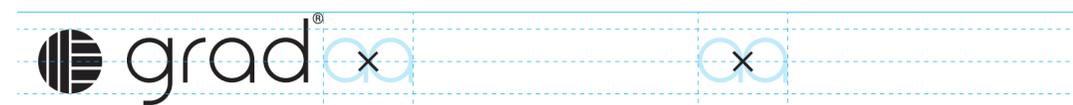
1.8 — Partenariats



Horizontal



Vertical



Logos multiples



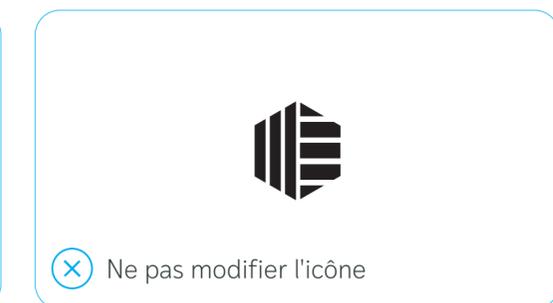
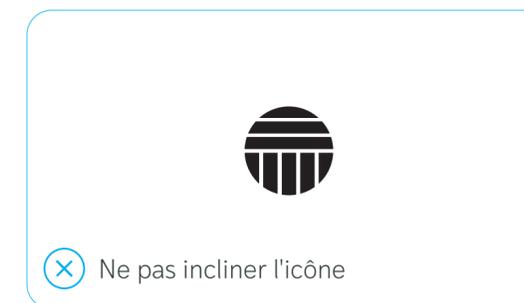
Application

Règles du logo

Dans un souci de cohérence, le logo Grad® est soumis à des règles qui doivent être appliquées à tous sur tous les supports de communication.

Il n'y a pas de possibilité de "création artistique" liée à l'image elle-même : l'ajout de couleurs, l'utilisation de dégradés, l'utilisation partielle d'un élément, la modification des positions ou de la typographie et les déformations sont interdites.

1.9 – Utilisations incorrectes

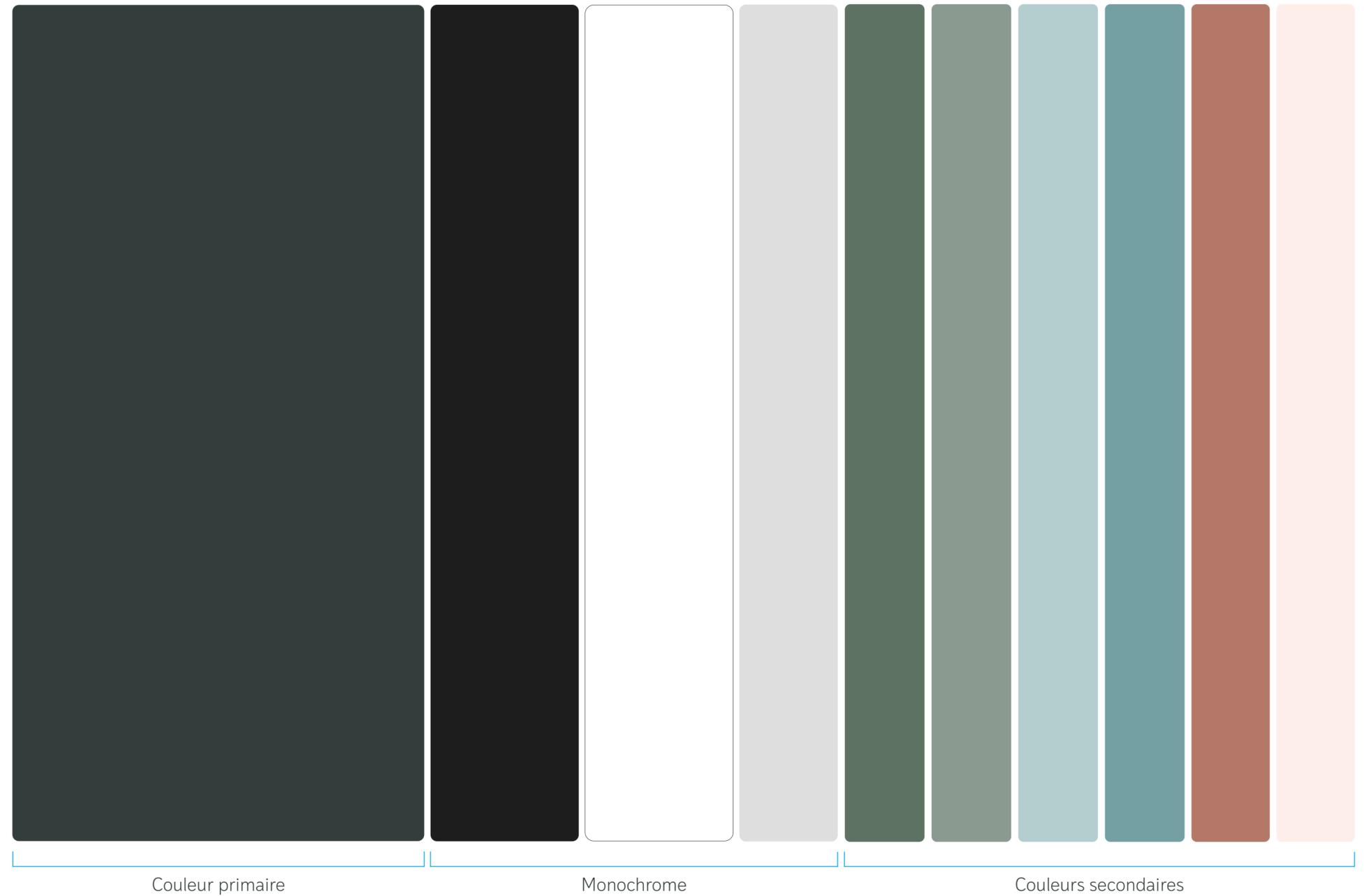


Intentions

Pour nous, chez Grad®, la finalité de nos produits est de construire des espaces de vie en totale harmonie avec la nature, qui se fondent dans l'environnement. Nous concevons la terrasse Grad comme un lieu de détente et de sérénité, synonyme de convivialité, où l'on profite directement de la nature et de l'environnement. De même, le bardage apporte une touche de nature directement dans la maison, à l'intérieur comme à l'extérieur.

Nous tenions également à souligner l'élégance, la sophistication et l'esthétique de nos produits. Il était donc important pour nous de choisir une palette de couleurs qui corresponde à cette vision, notre objectif étant de nous rapprocher le plus possible des couleurs que l'on trouve dans notre environnement naturel.

1.10 — Palette de couleurs





Principal

La couleur principale utilisée pour la marque Grad® est un gris bleu foncé. Elle représente l'élégance et la sophistication et apporte la tranquillité.

Utilisations

Ce gris bleu est la couleur emblématique de Grad®. Elle est principalement utilisée comme fond de couleur au début d'un document ou sur la couverture.

Il peut également être utilisé occasionnellement pour des éléments graphiques.

1.11 — Couleur primaire

Bleu-gris

HEX	#333d3c
CMJN	74 59 62 51
RVB	51 61 60
Pantone	P 176-16 C

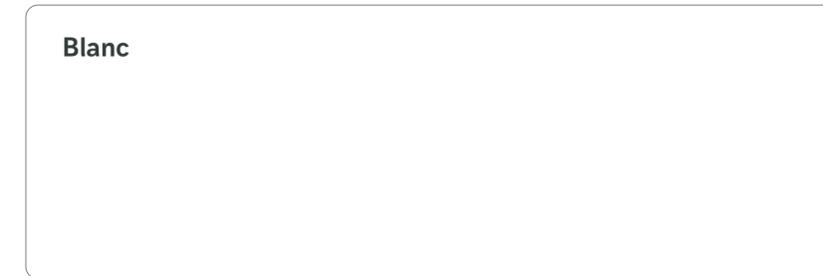
Monochrome

Les couleurs secondaires de la marque sont le noir, le blanc et le gris. Ces couleurs d'accompagnement sont utilisées pour assurer l'accessibilité, la simplicité et la cohérence de toutes les communications de la marque.

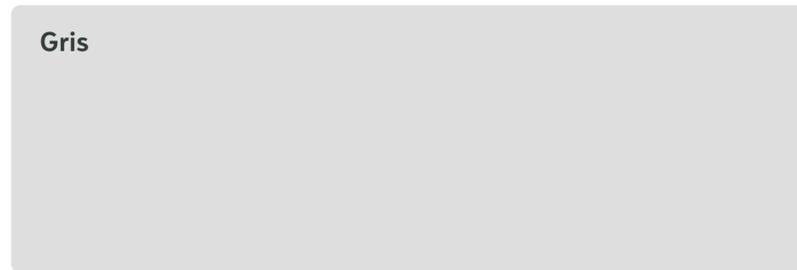
1.12 — Couleurs secondaires



HEX #1d1d1d
CMJN 75 66 60 81
RVB 29 29 29
Pantone P 179-16 U



HEX #ffffff
CMJN 0 0 0 0
RVB 255 255 255
Pantone P 1-1 U



HEX #dedede
CMJN 16 11 12 0
RVB 222 222 222
Pantone P 179-3 U

Les couleurs

Nos couleurs secondaires s'inspirent des valeurs mentionnées ci-dessus et accentuent l'image que nous souhaitons véhiculer à travers notre communication. Le vert représente la nature et apporte la sérénité, le bleu rappelle le ciel et l'eau et apporte la confiance. Le beige clair apporte douceur, équilibre et simplicité. Enfin, le rouge représente la chaleur, la force du bois et la stabilité de la terre.

Utilisations

Ces couleurs d'accentuation sont principalement utilisées pour le marché B2C. Elles doivent être utilisées avec parcimonie dans les éléments graphiques pour conserver leur signification et leur puissance. Ces couleurs ne sont jamais utilisées dans les grands aplats comme le bleu-gris Grad®. Elles sont réservées aux petits détails. Cette gamme de couleurs est conçue pour accompagner le logo et ne peut être appliquée directement sur celui-ci.

1.12 — Couleurs secondaires



HEX #5f7365
CMJN 64 41 59 18
RVB 95 115 101
Pantone P 5615 C



HEX #8b9c90
CMJN 49 30 43 02
RVB 139 156 144
Pantone P 5635 C



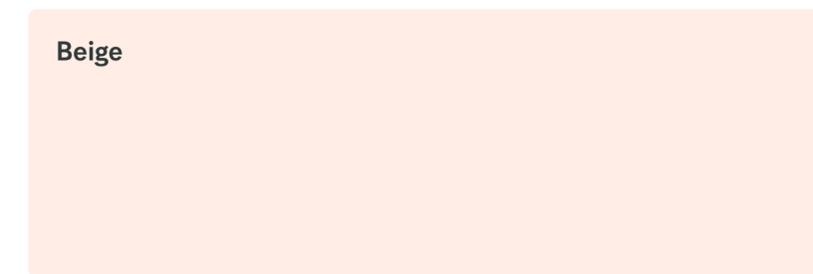
HEX #7ea4a7
CMJN 55 23 32 04
RVB 126 164 167
Pantone P 126-12 U



HEX #b4cfd1
CMJN 29 09 16 00
RVB 180 207 209
Pantone P 5523 C



HEX #b37767
CMJN 27 57 58 06
RVB 179 119 103
Pantone P 43-7 C



HEX #ffede6
CMJN 00 07 06 00
RVB 255 237 230
Pantone P 48-1 C



Police de la marque

La typographie est un élément clé de notre marque. Elle permet de maintenir la cohérence, de créer de la clarté et d’apporter de l’équité dans tous nos supports de communications.

IvyStyle Sans représente la voix principale de la marque Grad®. D’un style épuré et moderne, cette police multifonctionnelle offre un excellent confort de lecture. Cette famille de caractères apporte un ton visuel cohérent à l’ensemble de nos mises en pages.

Utilisations

IvyStyle Sans est utilisé pour les titres, le texte courant et le corps du texte. Pour une meilleure lisibilité, utilisez Ivy Style Sans Light. Ce style de caractère est utilisé dans la plupart des cas.

L’italique ne doit être utilisé que pour souligner certains mots ou paragraphe important.

IvyStyle Sans SemiBold peut être utilisé ponctuellement pour mettre en avant des informations importantes. Le gras peut être utilisé pour les grands titres de 24 pt et plus.

AaBbCc123 IvyStyle Sans

IvyStyle 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
Àà Èè Éé Çç Ôô Ìì
0123456789.,?;/!+ -*&@

IvyStyle Sans SemiBold

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
Àà Èè Éé Çç Ôô Ìì
0123456789.,?;/!+ -*&@

IvyStyle Sans Light
IvyStyle Sans Light Italic
IvyStyle Sans Regular
IvyStyle Sans Regular Italic
IvyStyle Sans Bold
IvyStyle Sans Bold Italic

IvyStyle 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
Àà Èè Éé Çç Ôô Ìì
0123456789.,?;/!+ -*&@



Police de la marque

IvyPresto Display est la typographie secondaire de Grad®. Elle est utilisée pour les sous-titres et les textes spéciaux de notre communication. Son utilisation permet d’élargir le champ des possibilités graphiques sur les supports de communication, tout en restant cohérentes.

Utilisations

IvyPresto Display Light Italic doit être utilisé avec une approche de ≥50 pour assurer sa lisibilité. Dans la plupart des cas, l’IvyPresto est utilisé en Light Italic sauf dans le cas où l’image de fond n’est pas assez contrastée. Dans ce cas, il est nécessaire d’utiliser IvyPresto Display en Bold Italic.

AaBbCc123

IvyPresto Display

IvyPresto Display Light
IvyPresto Display Light Italic
IvyPresto Display Regular
IvyPresto Display Regular Italic
IvyPresto Display SemiBold
IvyPresto Display Bold Italic

IvyPresto Display 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
Àà Èè Éé Çç Ôô Ìì
0123456789.,?;:/!+*-&@*

IvyPresto Display 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
Àà Èè Éé Çç Ôô Ìì
0123456789.,?;:/!+*-&@*

IvyPresto Display 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
Àà Èè Éé Çç Ôô Ìì
0123456789.,?;:/!+*-&@***

Hiérarchie des caractères

Il est important d'organiser la typographie dans un système hiérarchique en fonction de l'importance et de la fonction de chacun.

Utilisations

Titres : Utilisez la police IvyStyle Sans Bold en majuscule pour tous les titres. Privilégiez cette police en Bold au-delà de 24 pt de corps de textes. Dans le cas contraire, il convient d'utiliser SemiBold pour les textes en gras de moins de 24 pt afin de garantir la lisibilité.

Aucune taille de corps de textes n'est fixé. Elle est définie en fonction des besoins et de la taille du document en question. Pour des raisons de lisibilité, il est conseillé de ne pas diminuer le corps de texte en dessous de 6 pt.

1.15 — Spécimen typographique

TITRE	IvyStyle Sans Bold ¹
<i>Titre secondaire</i>	IvyPresto Display Light Italic
SOUS-TITRE	IvyStyle Sans SemiBold ²
Corps de texte	IvyStyle Sans Regular ³
<i>Titres spéciaux</i>	IvyPresto Display Light Italic ⁴
<i>Note</i>	IvyPresto Display Light Italic ⁵



2 QUI SOMMES-NOUS ? 7

1 **NOS ENGAGEMENTS**

4 *Environnement.*
Grad® s'engage pour le futur à travers plusieurs actions :

- La conception de nos produits, en faisant le choix de travailler avec des matériaux recyclés et recyclables. L'aluminium utilisé pour les rails est issu à >80% d'aluminium recyclé et est 100% recyclable. Le plastique utilisé pour l'injection des accessoires et des clips est 100% recyclable.
- L'usine se chauffe à partir de copeaux de bois issus de nos productions.
- Production à la commande.
- Durabilité garantie des produits (20 ans) pour éviter les remplacements.
- Privilégier au maximum les circuits courts pour l'approvisionnement de nos matières premières.

3 **NOS SERVICES**

Garanties.
L'ensemble des produits fabriqués par Grad® (rails et accessoires) est garanti 20 ans.

Gestion commerciale.
Chez Grad®, nous apportons un soin tout particulier à nos partenaires. C'est en ce sens que chaque client partenaire bénéficie d'un commercial dédié ainsi que d'un relai au siège dédié pour garantir un taux de service et une disponibilité constante. Nous sommes convaincus que les relations commerciales doivent être fondées sur des interlocuteurs pérennes et disponibles.

Grad3D.
Nous mettons à disposition de nos partenaires le logiciel de dessin : Grad3D, pour vous permettre de dessiner et préparer vos offres commerciales.
En complément, deux collaborateurs au siège spécialisés pour vous accompagner à la prise en main de l'outil et dans son utilisation.

Bureau d'étude.
Grad® bénéficie d'une équipe de techniciens produit à votre disposition pour vous accompagner dans vos études de projets.
A travers notre outil interne Grad3D pour les projets domestiques de terrasses et bardages, ou bien des outils comme Autocad et REVIT pour les projets à plus grande échelle.
Nous sommes capables d'étudier tous vos projets sur-mesure.

Formations.
Pour permettre à nos partenaires de développer pleinement leurs potentiels, nous mettons en place l'Académie Grad®. Un parcours de formation en plusieurs étapes pour pleinement appréhender le produit, ses avantages et sa technicité.
Que ce soit une question sur le système, sur les techniques de vente, de pose, ou bien un besoin sur le logiciel de dessin, nous vous accompagnons dans votre compréhension globale de Grad®.



5 Application

Couleurs & typographies

Exemple d'application

Tous les tableaux doivent être présentés avec des lignes horizontales de 0,5 pt. Les lignes de séparation verticales dans les tableaux ne doivent être utilisées que si elles sont nécessaires à la clarté d'un contenu complexe.

Page gauche

- 1 **Pagination** IvyStyle Sans Light 10 pt
- 2 **Titre des sections** IvyStyle Sans Bold 10 pt
- 3 **Titre** IvyStyle Sans Bold 30 pt
- 4 **Titre secondaire** IvyPresto Light Italic 10 pt
- 5 **Corps de texte** IvyStyle Sans SemiBold/Light 9 pt
- 6 **Étiquette** IvyStyle Sans Bold 7 pt
- 7 **Note** IvyStyle Sans Light Italic 7 pt

Page droite

- 8 **Corps de texte** IvyStyle Sans Bold 8 pt
- 9 **Header** IvyStyle Sans Bold 9 pt

Détails tableau

- 10 **Titre tableau** IvyStyle Sans Bold 9 pt
- 11 **Sous-titre tableau** IvyStyle Sans Light 6 pt
- 12 **Référence tableau** IvyStyle Sans Bold 8 pt
- 13 **Description tableau** IvyPresto Light 8 pt

1.15 — Spécimen typographique

36 LES ESSENCES

MOSO®

Lamelles en bambou compressées à haute densité.

Ce double traitement permet une installation en extérieure durable.

Disponible en deux finitions : Bamboo X-Treme et Bamboo N-Durance

Durété et résistance au feu importante.

Résistance au poinçonnement & à l'abrasion

L'alternative écologique face à l'usage massif de bois tropicaux.

Idéal pour les chantiers publics.

Saturateur déjà appliqué d'usine.

Sans nœuds.

Le Bamboo X-Treme est thermo-traitée à 200°C

Équivalent classe 4 - Classe de durabilité 0 (pas d'attaques de champignons)

Profil Confort : bois raboté avec un effet légèrement bombé sur le dessus pour permettre l'évacuation de l'eau.

LES ESSENCES 37

10 **COMPATIBILITÉ**

REF	DESCRIPTION
1185	Flat Rail - 124
2222	Flat Rail - 124
1189	Top Rail - 124
1191	PR24 - 124
1194	PR39 - 124
1197	PR56 - 124

119 mm

21 mm

0,06 ml/m²

0°

MOSO® X-TREME QTE/COUS

LONGUEUR 1,85 M	2022	234 pcs
MOSO® N-DURANCE QTE/COUS		
LONGUEUR 1,85 M	2108	234 pcs

→ Entraxe maximum pour usage privé 46,2 cm

→ Sous réserve de disponibilité

→ Photos non contractuelles

→ Marché public : nous consulter

Jusqu'à 25 ans de garantie, selon conditions du fabricant, plus de caractéristiques et critères qualité disponibles sur notre site www.gradconcept.com

VIIEILLISSEMENT

À LA POSE

6 MOIS

2 ANS

Éléments graphiques

Les icônes

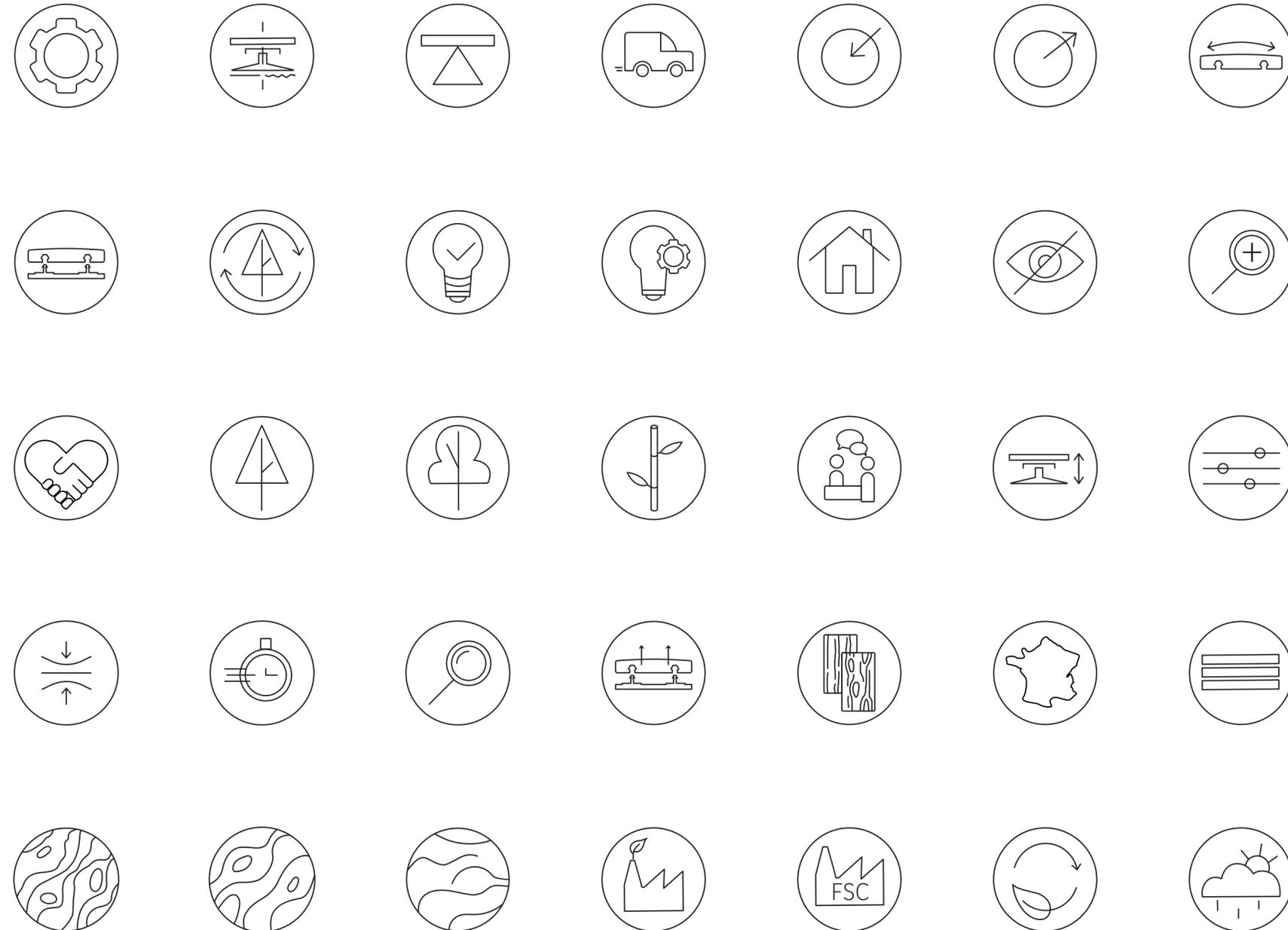
Nous concevons nos icônes avec beaucoup de soin et d'attention. Les icônes Grad® doivent être équilibrées dans leur utilisation de l'espace négatif, communiquer efficacement leur signification et respecter la grille décrite dans les pages suivantes.

Nous utilisons un jeu d'icônes conçu sur mesure pour nos communications. Ils doivent être utilisés à bon escient et jamais au détriment de la lisibilité.

Les pictogrammes peuvent être utilisés aussi bien pour les communications imprimées que pour les communications sur le web. Leur intégration dans nos mises en page rend le contenu plus visuel et plus facile à assimiler. Nos icônes sont strictement fonctionnelles et conçues pour être lisibles à petite échelle.

Nous n'utilisons jamais les pictogrammes pour remplacer la photographie.

1.16 – Pictogrammes

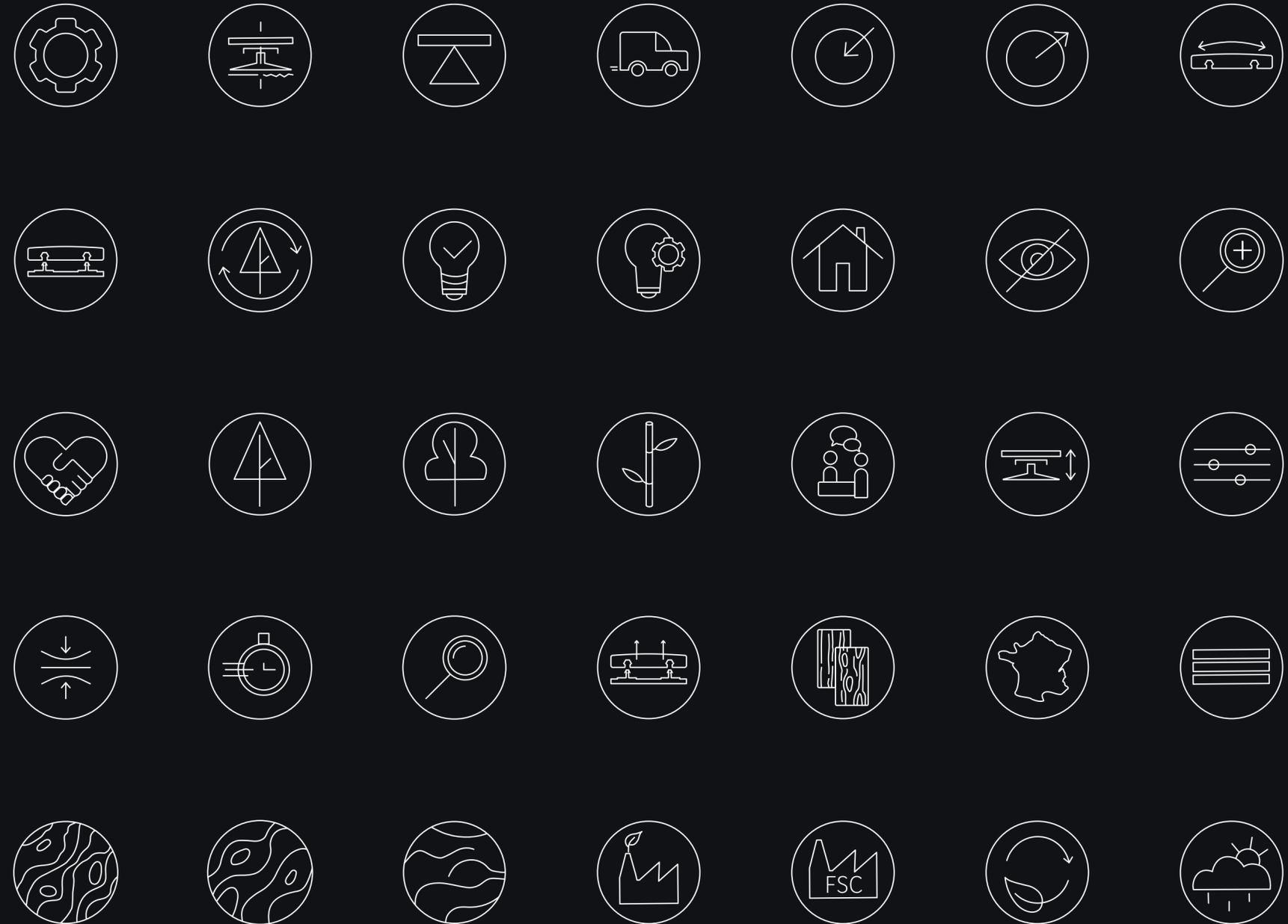


Les icônes

Les pictogrammes peuvent également être blancs sur un fond sombre, comme le noir illustré ici ou le bleu-gris de la charte.

Ces options offrent un contraste suffisant pour préserver la lisibilité des pictogrammes.

1.16 — Pictogrammes



Éléments graphiques

Utilisation des icônes

Les pictogrammes Grad® sont dessinés sur une grille de 100 px par 100 px. Chaque icône utilise un trait de 1 pt et les coins doivent être arrondis. Nos pictogrammes s'inspirent de la géométrie ronde et droite de notre logo et de nos icônes.

Ne jamais utiliser d'icônes à l'intérieur de formes telles que des carrés ou des losanges.

Ne jamais supprimer le cercle qui entoure le pictogramme. Il est là pour maintenir la cohérence graphique et l'homogénéité avec le reste des pictogrammes. Ces règles de conceptions sont à respecter.

Taille

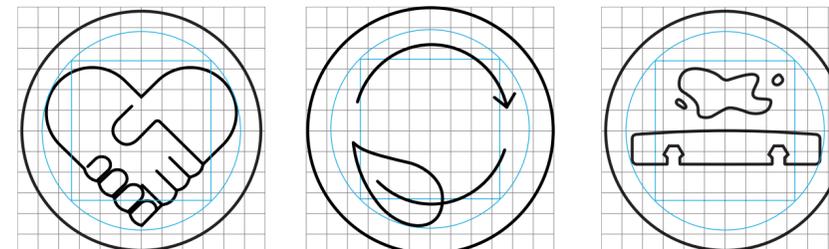
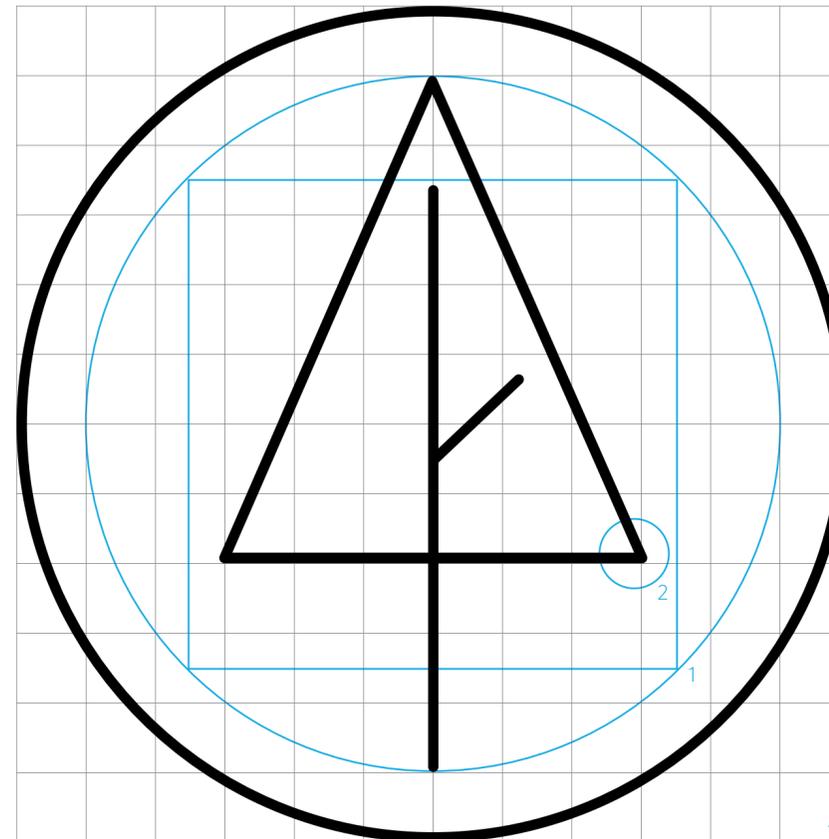
La taille du pictogramme peut être adaptée à la taille du support sur lequel il apparaît. Il est important de veiller à ce que le pictogramme soit facile à lire. La taille minimale est de 50 px par 50 px.

Description

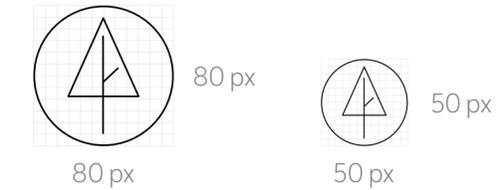
- 1 Construction** Zone de protection
- 2 Géométrie** Coins arrondis
- 3 Cercle** Forme circulaire pour une cohérence avec la rondeur du logotype Grad®
- 4 Grille** Disposition de la grille

1.17 – Détails des pictogrammes

Construction de l'icône



Taille



Éléments graphiques

Application typographique

Chaque pictogramme est accompagné d'une légende qui permet de définir la signification de l'icône. Ces légendes sont toujours rédigées en IvyStyle Sans Regular, avec un espacement des lettres de 30. Selon l'exemple, les légendes peuvent être placées en dessous ou à droite de l'icône. Les pictogrammes peuvent également être appliqués sans les légendes correspondantes.

- 1 Version verticale du pictogramme
- 2 Version horizontale du pictogramme

Zone de protection

La zone de protection est définie par la hauteur du corps du texte de la légende.

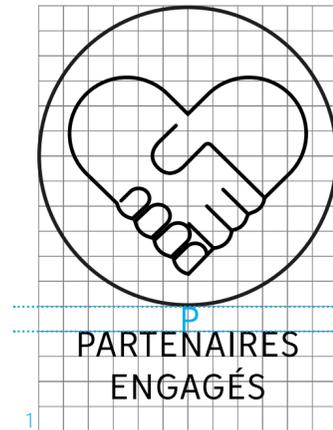
Règles des pictogrammes

Dans un souci de cohérence, les pictogrammes sont soumis à des règles qui doivent être appliquées à tous sur tous les supports de communication. La reproduction des pictogrammes doit être conforme au modèle original.

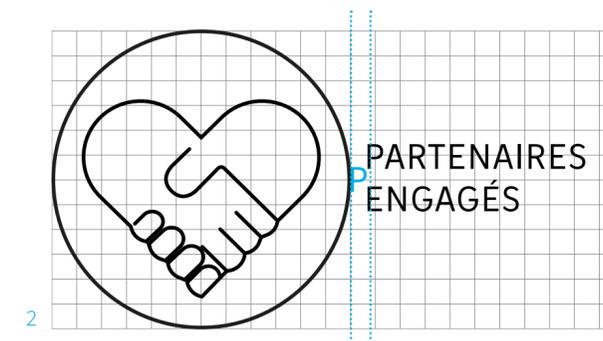
- 1 N'utilisez pas de couleurs d'arrière-plan
- 2 Ne pas superposer avec une photographie
- 3 N'utilisez pas de couleurs non approuvées
- 4 N'inclinez pas les pictogrammes
- 5 Ne changez pas les proportions
- 6 Ne superposez pas les composants

1.17 – Détails des pictogrammes

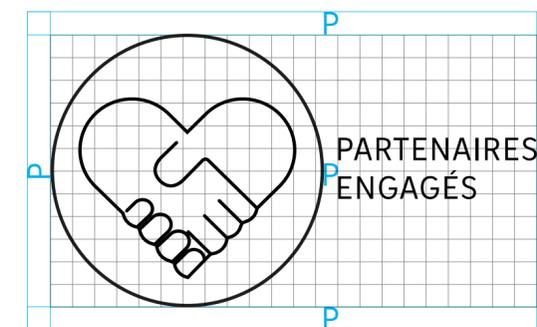
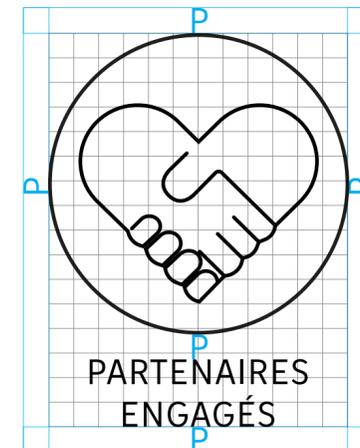
Application de la typographie



Définit par la hauteur de la typographie



Zone de protection



Utilisations incorrectes

