

Manuel d'utilisation de la marque
U.A.E.



Manuel d'utilisation de la marque U.A.E.

Design de Base ■

Éléments de l'identité de marque. Terminologie de Base ■

Orientations de la Marque ■

Zone de Protection ■

Taille Minimum. Marque Adaptative ■

Couleurs Corporatives. Formulation Chromatique ■

Échelles de Gris ■

Versions negatives ■

Indications Chromatiques ■

Reproduction sur Fonds de Couleur ■

Usages Incorrects de la Marque ■

Design de Base

Éléments de l'identité de marque. Terminologie de Base.

Dans les pages qui suivent nous vous présentons les éléments de base qui forment l'identité corporate de l'U.A.E. et ses normes d'utilisation. Afin de permettre une meilleure compréhension de ce manuel, nous jugeons nécessaire de définir les terminologies utilisées pour chaque élément.

Symbole

C'est l'élément graphique essentiel de l'identité de marque, celui qui permet le plus rapidement et visuellement possible d'identifier l'Association.



Logo

La construction typographique du nom.

U A E

Marque

C'est la combinaison du symbole et du logo.

La marque représentera l'Association à tout moment et sera utilisée sur les supports graphiques ou applications nécessaires.



Marque avec Descripteur

Le descripteur donne plus d'information sur la marque. Dans ce cas, il s'agit du nom complet de l'Association, dans ses deux langues officielles, le français et l'anglais.



Union des Avocats Européens
European Lawyers' Union

Design de Base

Éléments de l'identité de marque. Terminologie de Base.

Couleurs Corporatives

Les couleurs corporatives sont le PANTONE 2756 C (bleu foncé) et le PANTONE 116 C (jaune).

Dans le cas où cela serait nécessaire, pour spécifications d'impression ou web, nous utiliserons les équivalents en CMYK et RGB.

Typographies Corporatives

La typographie U.A.E. a été spécifiquement créée, et la typographie du descripteur est la Frutiger Light.

Pour les éléments de papeterie et autres éléments de design, nous utiliserons cette même typographie dans ses versions telles que Bold, Italic ou Light Condensed.

Frutiger Light

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ° ª
' ! \$ % & / () = ? | @ # € < > , ; : - _ " { } Ç ^ * []

Frutiger Light Condensed

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ° ª
' ! \$ % & / () = ? | @ # € < > , ; : - _ " { } Ç ^ * []

Design de Base

Orientations de la Marque.

La combinaison du symbole et du logo constitue la marque, c'est-à-dire l'élément principal de l'identité de l'Association.

La marque doit être reproduite, de préférence, dans les couleurs corporatives définies antérieurement.

Dans certaines occasions, nous pouvons établir différentes manières de visualiser la marque, c'est-à-dire différentes manières de situer le symbole par rapport au logo. Dans ce cas, nous établissons deux versions correctes: verticale et horizontale.

La version verticale sera toujours utilisée de préférence, laissant la version horizontale à des usages très concrets, lorsque le design ou l'espace réservé à la marque ne permet pas son utilisation dans sa disposition verticale.

Disposition Verticale.
Usage préférentiel.

Disposition Horizontale.
Usage ponctuel.

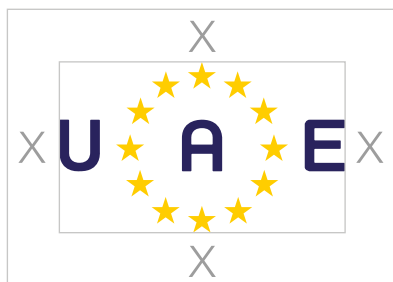


Design de Base

Marque. Zone de Protection.

Un espace est “réservé” autour de la marque, afin d’éviter que les textes, images ou illustrations ne soient placés trop près et n’empêchent la visualisation correcte de la marque.

Cette norme est calculée en fonction du “X” (qui coïncide avec la largeur des lettres de “U.A.E.”).



Design de Base

Taille Minimum. Marque Adaptative.

La taille minimum recommandée pour la marque est de 20 mm de largeur, et de 30 mm si la marque comporte son descripteur.



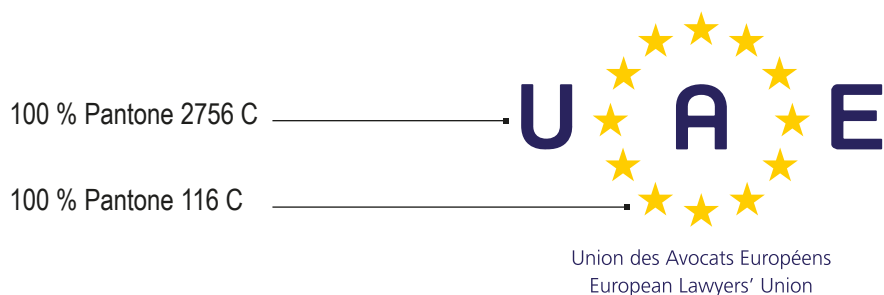
La marque adaptative est celle que l'on utilise sur des supports de taille réduite, tels qu'applications de téléphones portables, réseaux sociaux et autres communications digitales.




Design de Base

Marque. Couleurs Corporatives. Formulation Chromatique.


Ci-dessous, l'application correcte des couleurs corporatives pour la reproduction des signes d'identité et la correspondance avec leurs différentes nuances.



Indépendamment du matériel, des finitions ou des supports utilisés, les couleurs doivent correspondre à celles qui sont ici établies.

 Pantone 2756 C
CMYK: 100,90, 25, 25
RGB: 34, 45, 97
222D61



 Pantone 116 C
CMYK: 0, 20, 95, 0
RGB: 255, 205, 0
FFCD00



Design de Base

Marque. Échelles de Gris.

Dans les cas où l'impression en couleur n'est pas possible, nous utiliserons une version de la marque en échelles de gris.



Pantone Black C
CMYK: 0, 0, 0, 90
RGB: 60, 60, 59
3C3C3B



Pantone Black C
CMYK: 0, 0, 0, 40
RGB: 178, 178, 178
B2B2B2



Design de Base

Marque. Versions Négatives.

En cas de fonds de couleurs foncées, nous utiliserons les versions négatives de la marque, qui sont obtenues en inversant les couleurs corporatives définies antérieurement.

Logo couleur - version negative

100 % Pantone 2756 C

100 % Pantone White

100 % Pantone 116 C



Logo échelles de gris - version negative

90 % Pantone Black C

100 % Pantone White

40 % Pantone Black C



Design de Base

Marque. Indications Chromatiques.

Version Préférentielle

Nous établissons comme version préférentielle la marque verticale avec descripteur, dans ses couleurs corporatives, sur fond blanc et toujours en respectant la zone de protection indiquée antérieurement.



Version Secondaire

En version secondaire nous utiliserons la marque en négatif, avec les typographies en blanc sur le fond bleu foncé corporate, et les étoiles en jaune corporate.



Version échelles de gris

Dans ce cas, nous recommandons la version d'échelles de gris sur fond blanc.



Design de Base

Marque. Reproduction sur Fonds de Couleur.

En règle générale, la marque doit être placée sur un fond qui permette et garantisse sa parfaite visualisation.

La marque sera toujours utilisée sur fond blanc, gris très clair ou bleu foncé corporate.
En cas d'utilisation sur une image en couleurs, ou sur toute autre couleur de fond, la marque devra être placée dans un cadre (dont la taille minimum est la zone de protection) en blanc, gris très clair ou bleu foncé corporate, selon la version utilisée.



Design de Base

Marque. Usages Incorrects.

La marque ne doit être altérée en aucun cas.

La marque ou les éléments qui la composent ne doivent pas être distorsionnés, ni dans leur forme, ni dans leurs couleurs, afin de préserver l'identité corporate.

La configuration de proportions ne peut pas être modifiée.

La disposition des éléments ne peut pas être altérée.

Le logo doit toujours être composé de ses éléments corporatifs.

