





la charte graphique

L'identité visuelle d'une marque a pour but de rendre cette dernière reconnaissable par le grand public. Elle est régie par la charte graphique qui permet de fixer un cadre à l'utilisation du logotype, des couleurs et de l'univers visuel par le biais de règles simples.

La bonne application de ces règles permet de garder la cohérence de l'image de marque. Cette charte graphique est évolutive et est susceptible d'être mise à jour régulièrement. Ce document est téléchargeable et peut-être distribué à vos partenaires et prestataires. Dans chaque partie, vous trouverez le dossier dans lequel se trouve le fichier à utiliser.

Si vous avez des interrogations, nous vous invitons à consulter le service Communication d'ATMB : **communication.presse@atmb.net**



sommaire.



identité visuelle

Le logotype
Les couleurs
La typographie



supports imprimables

La papeterie
Les documents



supports digitaux

Les réseaux sociaux
Le site web

A person is walking a tightrope across a deep mountain valley. The sun is rising in the distance, creating a lens flare effect. The scene is captured in a teal color palette.

identité visuelle

 LE LOGOTYPE

 LES COULEURS

 LA TYPOGRAPHIE

la fondation atmb

La mobilité solidaire a pour objectif de lutter contre l'exclusion liée à l'absence de mobilité et créer du lien social sur le territoire.

Avec la Fondation ATMB pour la mobilité solidaire, nous voulons relier ceux qui en ont le plus besoin.

Nous leur facilitons ainsi l'accès aux soins médicaux, à l'éducation, à l'emploi, à la culture et au sport grâce à la mobilité.





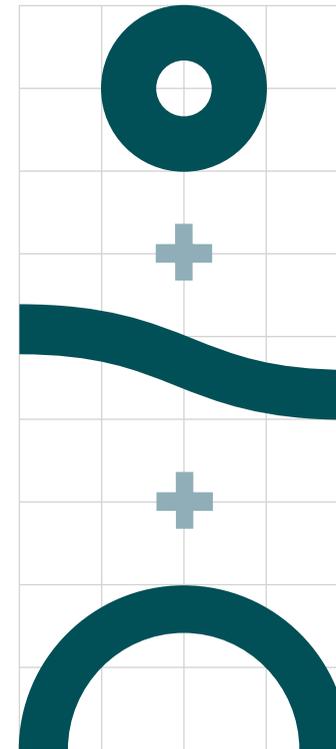
le logotype original

Le logo original de la Fondation est basé sur le mariage d'une typographie ronde sans sérif, de partie textuelle du logo ATMB et d'un symbole. Ce symbole est une association de formes qui représente une personne, le lien, le territoire et la mobilité. Il est présenté ici dans sa version originale, à utiliser sur la majorité des supports (sauf exceptions mentionnés ci-après).



Utilisez la version **CMJN** pour des documents destinés à être imprimés. La version **WEB** sera à privilégier pour des affichages digitaux (site web, présentation PPT, etc.).

Les fichiers JPEG ont un fond blanc, alors que les fichiers PNG ont un fond transparent. Les PNG et PDF sont à privilégier pour l'impression (y compris pour l'imprimeur). Pour des affichages digitaux, les JPEG et PNG sont conseillés. Utilisez toujours les fichiers fournis.





les déclinaisons

Des déclinaison du logo ont été prévues : une version verticale et une version avec la baseline.

Retrouvez les ici dans leurs versions originales à privilégier.



Utilisez la version CMJN pour des documents destinés à être imprimés. La version WEB sera à privilégier pour des affichages digitaux (site web, présentation PPT, etc.).



Version verticale



Version avec la baseline



utilisation

Le logo ne doit en aucun cas être modifié.

Les proportions, la typographie, et les couleurs du logo sont régies par cette charte et ne doivent en aucune manière être modifiées.

Une taille minimale est définie, le logo ne pourra pas être utilisé à une taille inférieure, ceci dans le but de conserver une bonne lisibilité.

Taille minimale



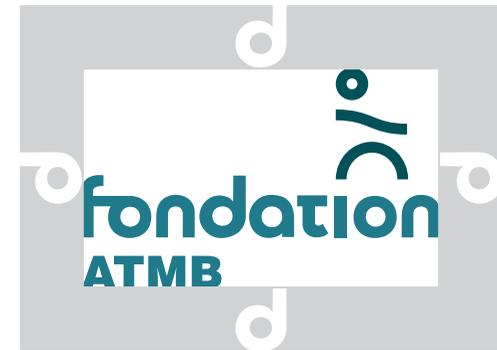
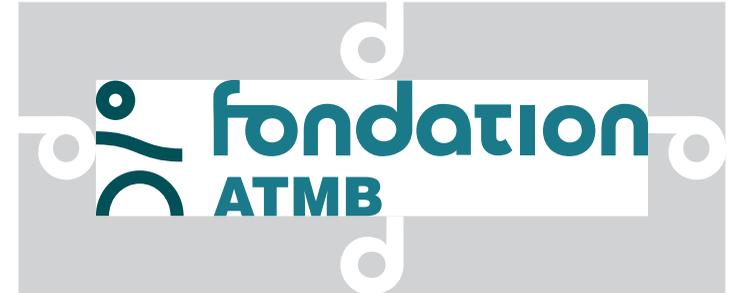
30 mm ou 85 px



la zone d'exclusion

Une zone d'exclusion autour du logo est fixée afin de conserver la bonne lisibilité du logo dans toutes les circonstances. Aucun texte ni aucun élément graphique ne devra entrer dans cette zone.

La zone d'exclusion correspond ici à hauteur de la lettre «d» du logo.





fond uni et coloré

Sur les supports ayant un fond uni, de couleur, ou avec une couleur similaire à celle du logo original, il convient d'utiliser le logo dans sa version monochrome blanche, ceci dans le but de garder le meilleur contraste entre le logo et le fond.



Utilisez la version CMJN pour des documents destinés à être imprimés. La version WEB sera à privilégier pour des affichages digitaux (site web, présentation PPT, etc.).



Version verticale



Version avec la baseline



fond uni et clair

Sur les supports ayant un fond uni, de couleur claire, il convient d'utiliser le logo dans sa version originale. Le contraste entre le logo et le fond doit être conservé, si ce n'est pas le cas, on bascule le cas d'un fond uni et coloré (voir page précédente).



Utilisez la version CMJN pour des documents destinés à être imprimés. La version WEB sera à privilégier pour des affichages digitaux (site web, présentation PPT, etc.).



Version verticale



Version avec la baseline



fonds complexes

On appelle fond complexe, un fond qui n'est pas uni (photo, éléments graphiques, etc.).

Sur ces supports, le logo sera utilisé dans sa version monochrome blanche si il reste lisible et que le contraste est suffisant. Si le logo n'est pas lisible, il faudra l'utiliser dans sa version originale sur fond blanc.



Utilisez la version CMJN pour des documents destinés à être imprimés. La version WEB sera à privilégier pour des affichages digitaux (site web, présentation PPT, etc.).





les interdits

Dans le but d'une cohérence visuelle et d'une bonne lisibilité les modifications ci-contre sont interdites.
N'essayez pas de recréer le logotype.



Notez que ces interdits s'appliquent également à **toutes les déclinaisons du logo** : version verticale et avec la baseline.



Ne pas déformer le logo



Ne pas modifier les couleurs



Ne pas modifier les éléments



Ne pas modifier la typographie



Ne pas changer la position
ou supprimer des éléments



Ne pas utiliser d'éléments
dans la zone d'exclusion



Ne pas passer en contours

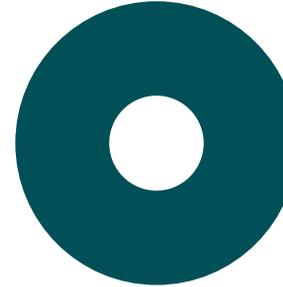


Ne pas utiliser d'effet d'ombre



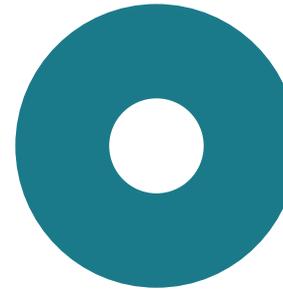
les couleurs principales

Les couleurs principales sont les couleurs à utiliser pour le logotype original, sur tous les supports administratifs et de communication, pour la mise en page ou pour des éléments de design collatéraux.



midnight green

C90 M44 J48 N41
R0 V81 B89
HEX #005159
PANTONE 3165 C



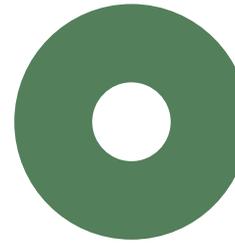
teal

C81 M33 J35 N15
R31 V122 B140
HEX #1f7a8c
PANTONE 2222 C



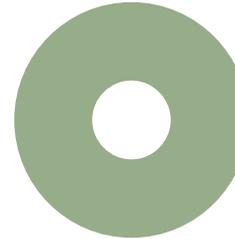
les couleurs secondaires

Les couleurs secondaires seront utilisées pour la communication. Elles servent pour la typographie des titres, pour des fonds ou pour les éléments graphiques. Il faudra les utiliser judicieusement, elles ne doivent pas venir desservir les couleurs primaires.



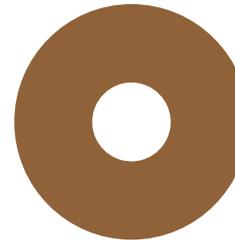
fern green

C69 M31 J73 N15
R88 V129 B87
HEX #588157
PANTONE 2265 C



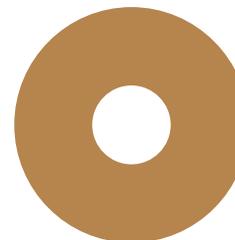
sage

C42 M20 J51 N3
R163 V177 B138
HEX #a3b18a
PANTONE 7494 C



raw umber

C30 M56 J82 N26
R153 V102 B51
HEX #996633
PANTONE 7574 C



lion

C22 M45 J76 N11
R191 V139 B73
HEX #bf8b49
PANTONE 7510 C



accessibilité

Veillez à toujours garder un bon contraste entre la couleur du texte et la couleur du fond pour l'accessibilité. Utilisez uniquement du texte noir ou blanc comme indiqué sur le cartouche de couleur. Ne changez pas la couleur du texte car ces combinaisons sont spécifiquement approuvées pour l'accessibilité.

midnight green Texte #ffffff Contraste valide Ratio 9.05	teal Texte #ffffff Contraste valide Ratio 5.03
fern green Texte #ffffff Contraste valide Ratio 4.54	sage Texte #373737 Contraste valide Ratio 5.53
midnight green Texte #ffffff Contraste valide Ratio 4.88	teal Texte #1a1a1a Contraste valide Ratio 5.68



la police de caractère du logotype

La police **Claris Sans** a été utilisée pour créer le logo de la Fondation. C'est une police sans sérif et au style moderne. Elle peut être utilisée pour des titres, ou des éléments à mettre en avant, comme des citations. Elle est disponible gratuitement sur BeFont.



Vous trouverez la police Claris Sans en téléchargement libre sur le site BeFont.

Claris Sans

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Ji Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0123456789

thin

Lorem ipsum dolor.



la mise en page type

Claris Sans
24 pt

La Fondation ATMB

Geologica Bold
16 pt, VA 50

QUI SOMMES-NOUS ?

Geologica Semibold
14 pt, VA 50

Historique du mécénat chez ATMB

Geologica Regular
12 pt

Relier les hommes : telle est la vocation première du réseau ATMB. Au cœur des Alpes, ATMB rend accessible un territoire à la géographie unique, des portes du Jura, en passant par les plaines genevoises, jusqu'aux Alpes de Suisse et d'Italie.

Geologica Bold
50 pt



Claris Sans
14 pt

L'association Wimoov a pour ambition d'accompagner individuellement tous les publics en situation de fragilité vers une meilleure mobilité.

Geologica Bold & Regular
10 pt

Mathilde Nicoud
RESPONSABLE MÉCÉNAT & SPONSORING