

# CHARTRE GRAPHIQUE INSTITUTIONNELLE LES MOUSQUETAIRES

AOÛT 2009



# SOMMAIRE

## Charte graphique institutionnelle les Mousquetaires

### **CHAPITRE 1**

Éléments de base : le logotype institutionnel et le style graphique

### **CHAPITRE 2**

La papeterie institutionnelle des filiales du Groupement les Mousquetaires

### **CHAPITRE 3**

L'endossement des enseignes

### **CHAPITRE 4**

Les documents de communication interne et externe

### **CHAPITRE 5**

La signalétique, le sponsoring et les produits dérivés

### **CHAPITRE 6**

La signalétique des points de vente

# CHAPITRE 1

Éléments de base :  
le logotype institutionnel  
et le style graphique

- 1.1 | LOGOTYPE EN COULEUR  
ET TAILLE MINIMUM
- 1.2 | LOGOTYPE MONOCHROME
- 1.3 | ZONE DE PROTECTION  
DU LOGOTYPE
- 1.4 | APPLICATION SUR FOND  
DE COULEUR OU PHOTO
- 1.5 | INTERDITS DU LOGOTYPE
- 1.6 | COULEURS INSTITUTIONNELLES
- 1.7 | TYPOGRAPHIES  
D'ACCOMPAGNEMENT
- 1.8 | DÉCOR INSTITUTIONNEL

## 1.1 | LOGOTYPE EN COULEUR ET TAILLE MINIMUM

Le logotype "les Mousquetaires" est composé d'un symbole stylisé du Mousquetaire, auquel s'ajoute une marque typographique.

Le symbole exprime trois valeurs clés :

- 1 - l'appui
- 2 - le combat
- 3 - le panache

Il ne doit jamais être modifié ou réinterprété dans sa forme, ses proportions ou ses couleurs.

Le logotype avec la mention, "les Mousquetaires" tel qu'il est défini, s'applique sur tous les supports dans le respect des règles détaillées dans les pages suivantes.

**Dans un texte courant "les Mousquetaires" s'écrit toujours avec un "l" minuscule et un "M" majuscule.**

Pour une bonne lisibilité de la marque, la taille minimale d'utilisation du logotype est fixée à 25 mm.

Deux couleurs, le Rouge et le Noir, ont été sélectionnées pour le logotype "les Mousquetaires". Ces couleurs sont définitives et ne peuvent en aucun cas être remplacées par d'autres teintes.

PANTONE	QUADRI	RVB	HTML
485 C	M 100% - J 100%	R 226 - V 0 - B 26	E2001A
Black	N 100%	R 26 - V 23 - B 26	1A171B



25 mm

## 1.2 | LOGOTYPE MONOCHROME

Pour l'interprétation en niveaux de gris, deux valeurs, le Gris et le Noir, ont été sélectionnées pour le logotype "les Mousquetaires".

Ces valeurs sont définitives et ne peuvent en aucun cas être remplacées par d'autres valeurs.

Cette interprétation sera réservée aux cas où l'utilisation de couleur n'est pas possible pour des raisons techniques ou de coût.



Une version en noir du logotype est proposée. Cette interprétation sera réservée à des cas exceptionnels lorsque la version en niveaux de gris posera des problèmes d'impression (réalisation d'un tampon ou pour un fax par exemple).



QUADRI	RVB	HTML
N 60%	R 135 - V 135 - B 135	878787
N 100%	R 26 - V 23 - B 26	1A171B

### 1.3 | ZONE DE PROTECTION DU LOGOTYPE

Une zone de protection a été créée afin de préserver l'intégrité du logotype. Le "M" sert de mesure pour définir cette zone. En aucun cas le tracé du rectangle n'est imprimé.

Lorsqu'on le superpose sur un pavé de texte, ou sur une photo, le logo s'applique toujours dans sa zone de protection (zone transparente permettant d'accueillir la couleur de fond).

Attention cette zone n'est jamais délimitée par un filet imprimé. Aucun élément ne peut venir s'inscrire dedans.



Tuerilluptat, con vero commodit in volor augiamet pratummy nos trud mod tem zzrit adiam quate con vel delenibh ero ero odip etum dolorper irit prat num sandre et, volore ex et aliqui blaorper secte digniam conum vendre do dion henibh el iustrud tat. Ure tate con or irit lut am iure augiam lenis accum dolorper iLe ummodigna feugue feug: odit, susci te digniamconu cila melenim dolobortisi. Tuerilluptat, con vero cor adiam quate con vel deler e ex et aliqui blaorper sec tate conulla ndreraesse f re augiamet pratummy n im dolorper iLenisl eumr igna feugue feugait acid fit, susci te digniamconum irit nosto eros at. Ostion volore feum quis adit alit lum vercila melenim dolobortisi. Lesto od min elenis accum dolorper ate conulla ndreraesse blaorper secte digniam conum vendre do dion heni bercila melenim dolobortisi digniam conum vendre

## 1.4 | APPLICATION SUR FOND DE COULEUR

Afin qu'il soit toujours lisible, le logotype s'applique sur tous les fonds couleurs clairs d'une densité maximum de 40 %.

Cette règle ne s'applique pas pour le jaune qui est suffisamment clair pour supporter le logo.



## 1.5 | INTERDITS DU LOGOTYPE



Ne pas déformer le logotype



Ne pas changer les proportions des éléments constituant le logotype



Ne pas changer les couleurs du logotype



Ne pas changer la typographie du logotype



Ne pas graisser le logotype



Ne pas recomposer le logotype sur une autre forme



Ne pas créer de versions outline du logotype



Ne pas atténuer ou changer la teinte du logotype

## 1.6 | COULEURS INSTITUTIONNELLES

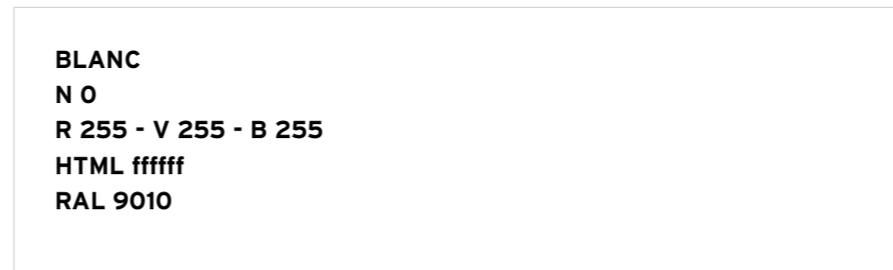
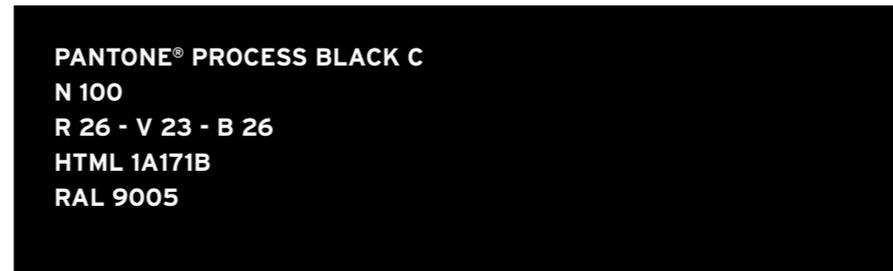
Les couleurs du logotype “les Mousquetaires”, le Rouge et le Noir, auxquelles s’ajoutent le Gris et le Blanc, ont été sélectionnées comme couleurs institutionnelles principales.

Elles participent activement à l’univers graphique et sont à utiliser en priorité.

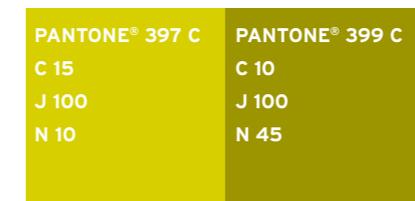
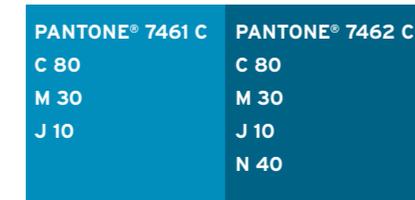
Les couleurs institutionnelles secondaires s’utilisent en complément des couleurs principales (pour animer une mise en page ou distinguer différents chapitres par exemple), en édition ou sur Internet.

Ces couleurs sont définitives et ne peuvent en aucun cas être remplacées par d’autres teintes.

### > COULEURS INSTITUTIONNELLES PRINCIPALES



### > COULEURS INSTITUTIONNELLES SECONDAIRES



## 1.7 | TYPOGRAPHIES D'ACCOMPAGNEMENT

Pour accompagner la marque, une police de caractères a été sélectionnée :

l'Interstate.

Ce caractère est proposé dans différentes graisses et variétés. L'Interstate Light, Regular, Bold et Black a été choisi en Romain et en Italic.

***Ce caractère est disponible pour PC et Mac sous les mêmes références.***

***Les polices de caractères utilisées ne sont pas téléchargeables, les prestataires sont invités à les acheter. Pour plus de détails, consulter le site [www.fontshop.com](http://www.fontshop.com)***

> INTERSTATE Light

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
a b c d e f g h i j k l m n 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 O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

> INTERSTATE Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
a b c d e f g h i j k l m n 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 O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

> INTERSTATE Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
a b c d e f g h i j k l m n 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 O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

> INTERSTATE Black

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
a b c d e f g h i j k l m n 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 O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Un deuxième caractère typographique a été choisi pour tous les documents électroniques qui ne permettent pas l'utilisation d'une police spécifique (email, présentation Powerpoint®...)

l'Arial.

> ARIAL regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

> ARIAL bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

## 1.8 | DÉCOR INSTITUTIONNEL DEUX INTENSITÉS

Le décor est la clé de voûte de l'univers graphique les Mousquetaires. Utilisant les couleurs institutionnelles principales, ses lignes tendues apportent du dynamisme et particularisent la mise en page.

Le décor existe en deux intensités :

### DÉCOR 1

discret, c'est un simple rappel de l'identité qui vient souligner le document.

### DÉCOR 2

offre un maximum d'impact et permet d'affirmer l'identité les Mousquetaires.



**DÉCOR 1**  
soulignement



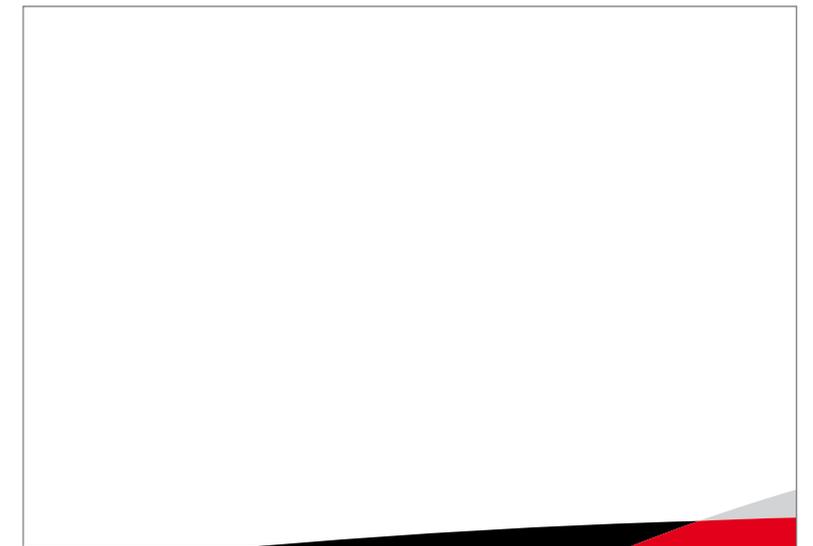
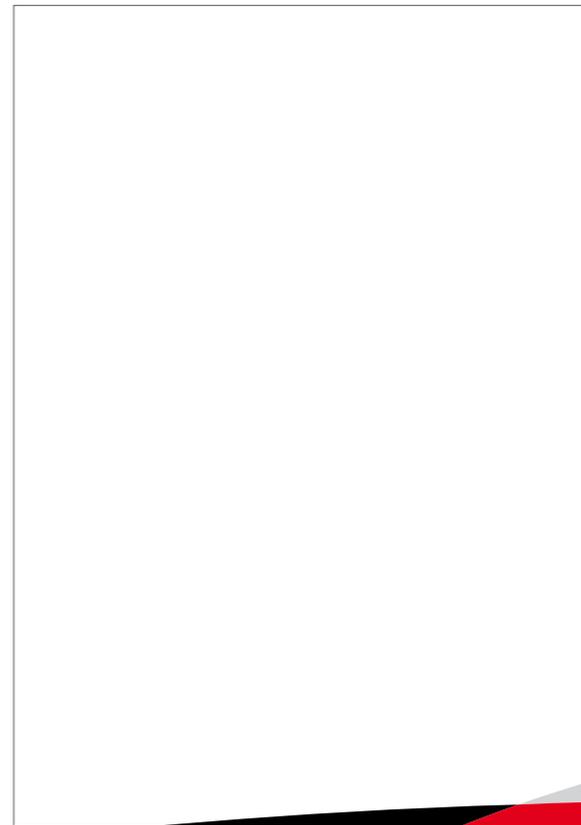
**DÉCOR 2**  
impact

## 1.8 | DÉCOR INSTITUTIONNEL CONSTRUCTION DÉCOR 1

Le décor 1 est un simple rappel de l'identité.

Toujours placé en bas à droite, sa taille dépend de l'impact que l'on veut lui donner et du format de document, mais en conservant systématiquement un espace avec le bord gauche et le haut du document.

La répartition des couleurs est fixe et doit être respectée.



## 1.8 | DÉCOR INSTITUTIONNEL CONSTRUCTION DÉCOR 2

Le décor 2 se place par rapport au croisement.  
Dans tous les cas :

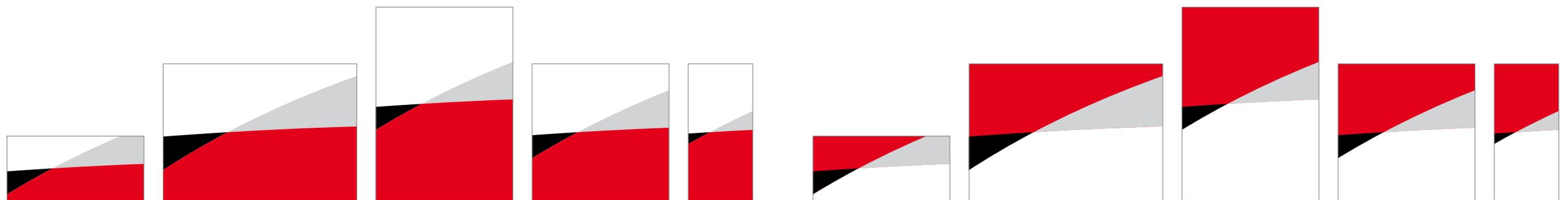
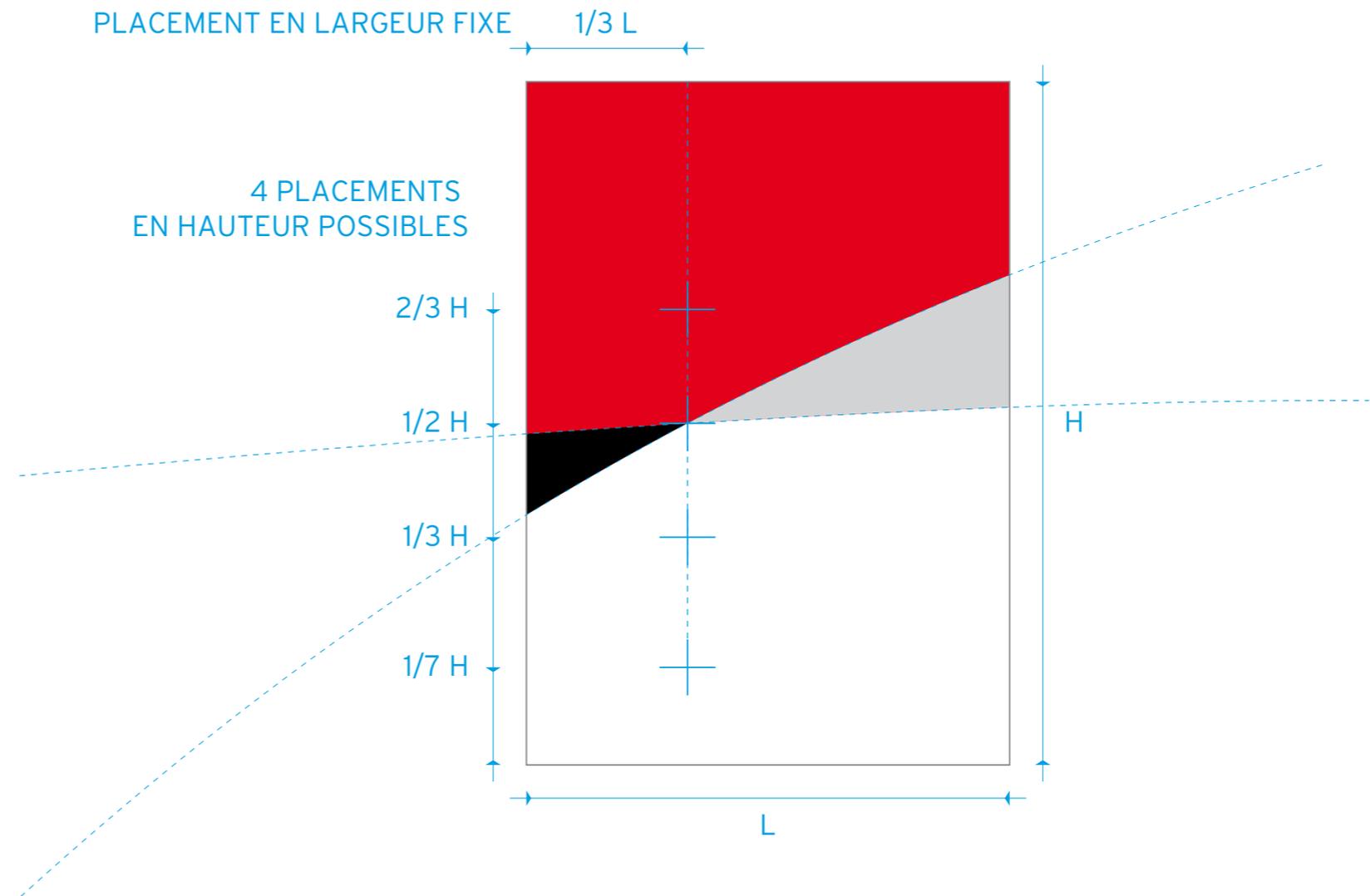
### le croisement est à $1/3$ du bord gauche

Quatre placements en hauteur sont possibles, permettant d'adapter les surfaces rouge et blanche en fonction des besoins (la taille du titre et l'importance souhaitée pour le logotype notamment).

Le placement du Noir et du Gris est fixe et doit être respecté. Le Blanc et le Rouge peuvent être échangés librement de façon à toujours placer le logotype institutionnel sur un fond blanc.

PLACEMENT EN LARGEUR FIXE  $1/3 L$

4 PLACEMENTS  
EN HAUTEUR POSSIBLES



# CHAPITRE 2

Principes fondamentaux  
de la papeterie institutionnelle  
des filiales du Groupement  
les Mousquetaires

- 2.1 | CONSTRUCTION DU BLOC-MARQUE
- 2.2 | PAPIER À EN-TÊTE
- 2.3 | MISE EN PAGE DE LETTRE
- 2.4 | CARTE DE CORRESPONDANCE
- 2.5 | CARTE DE VISITE  
CARTE COMMERCIALE
- 2.6 | ENVELOPPES
- 2.7 | FAX, NOTE INTERNE, COMPTE-RENDU
- 2.8 | DEVIS, BON DE COMMANDE, FACTURE
- 2.9 | PRINCIPE DE SIGNATURE MAIL
- 2.10 | PRÉSENTATION POWERPOINT®
- 2.11 | DOSSIER DE PRESSE
- 2.12 | Pochettes CD, DVD
- 2.13 | BADGES
- 2.14 | EXEMPLES DE BLOC-MARQUE,  
EXCEPTIONS

## 2.1 | CONSTRUCTION DU BLOC-MARQUE

**Un principe unique régit la construction et l'utilisation du bloc-marque pour l'ensemble des filiales du Groupement.** Les mêmes règles de tailles, de couleurs et d'usages sont à respecter pour tout document, toute activité, tout service, toute société.

**Le bloc-marque est composé de trois éléments :**

- le logotype institutionnel, inaltérable dans son organisation et ses couleurs.
- le nom de l'entité émettrice (niveau d'information 1).
- le service, le département, le métier ou la zone géographique de l'entité qui communique (niveau 2).

L'ensemble des éléments composants le bloc-marque (ainsi que l'éventuel bloc adresse) sont ferrés à gauche et alignés avec le bord gauche de la mention "les Mousquetaires". Le "M" sert de mesure pour indiquer les intervalles entre les différents blocs d'informations. Il est souhaitable de conserver un espace de respiration autour du bloc-marque, le "M" sert également de mesure ; la marge droite se mesure à partir de la ligne la plus longue.

### NIVEAU 1

commence par une capitale, toutes les autres lettres sont en minuscule (à l'exception des noms propres). Pour des cas exceptionnels de dénomination trop longue (comme les cartes de visite), le nom de l'entité peut être construit sur deux lignes.

**Couleur :** Rouge

**Typographie :** Interstate Regular

### NIVEAU 2

commence par une capitale, toutes les autres lettres sont en minuscule (à l'exception des noms propres).

**Couleur :** Noir

**Typographie :** Interstate Regular

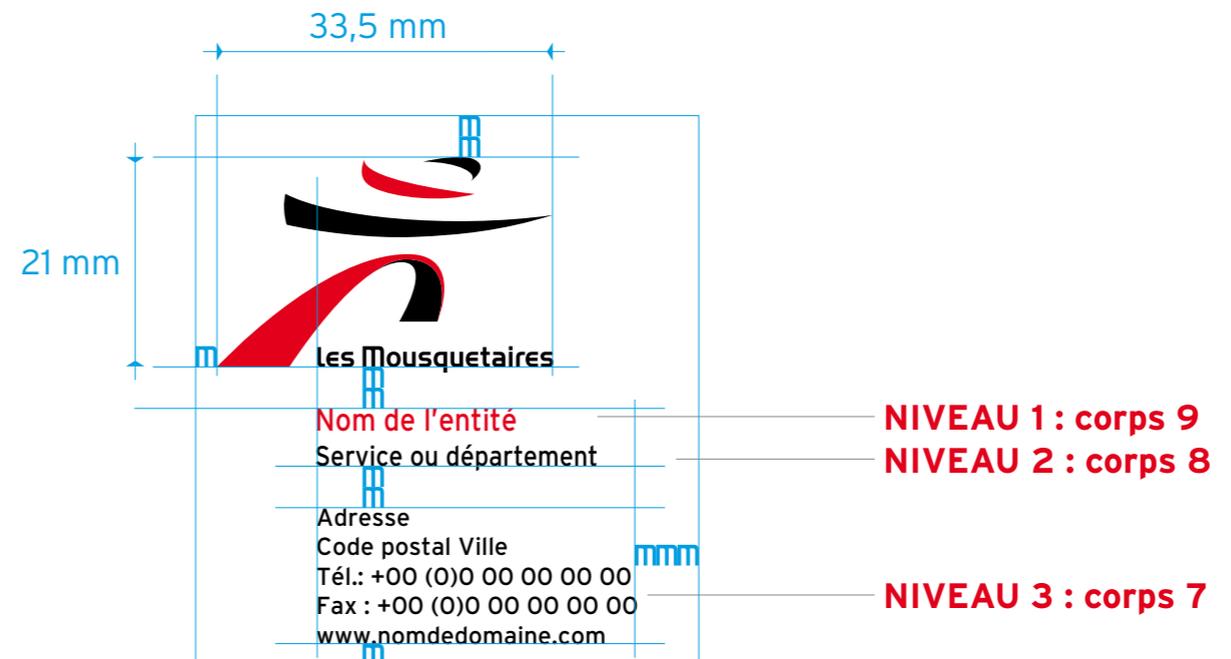
### NIVEAU 3 (optionnel)

A cet ensemble peut s'ajouter l'adresse, également alignée sur la mention "les Mousquetaires".



**Nom de l'entité**

**Service ou département**



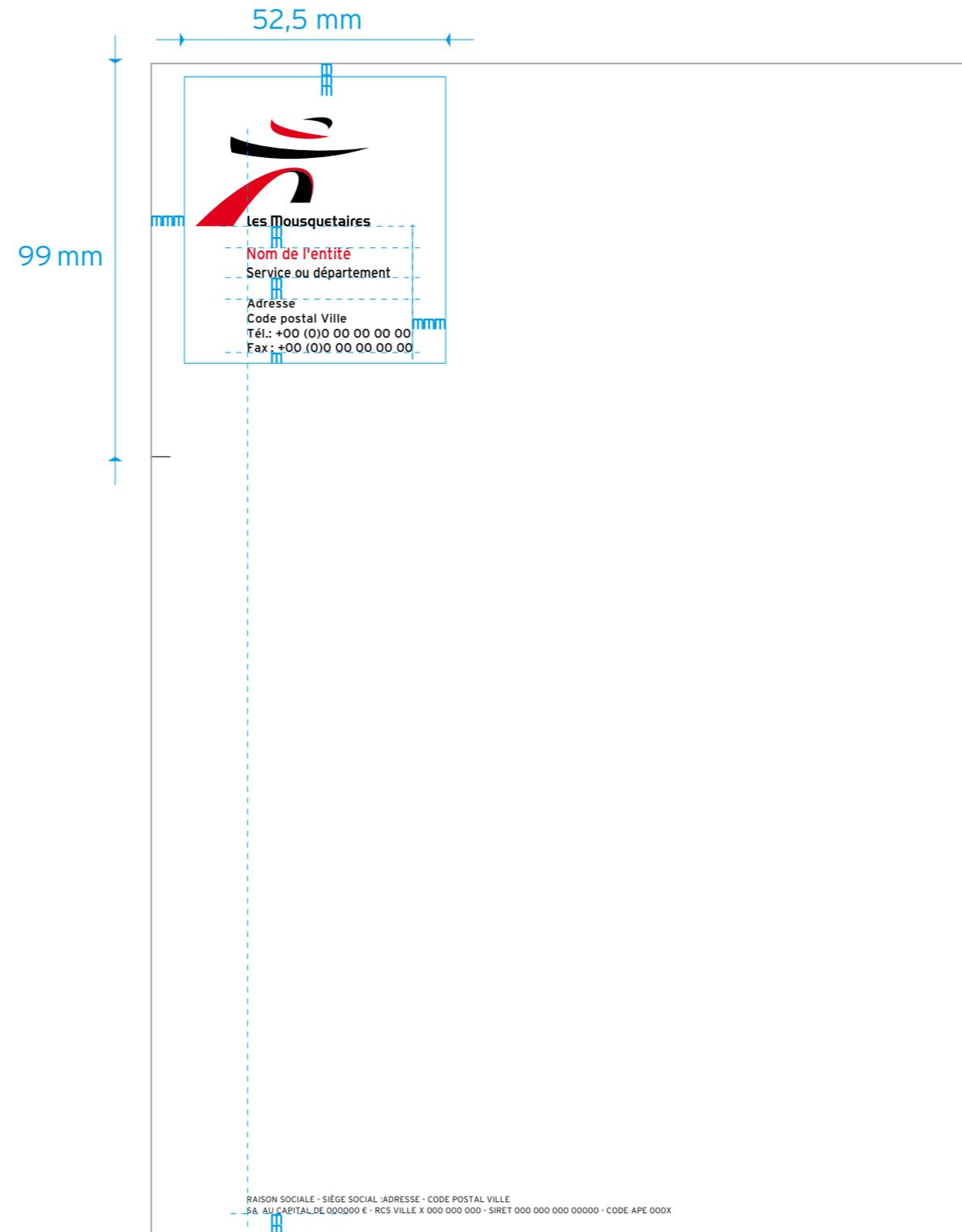
## 2.2 | PAPIER À EN-TÊTE

L'en-tête de lettre est construite à partir du bloc-marque de chaque filiale placé en haut de page à gauche. L'ensemble des informations est ferré à gauche et aligné avec le bord gauche de la mention "les Mousquetaires". Le "M" sert de mesure pour indiquer les marges et intervalles.

### La grille de mise en page du papier à en-tête distingue deux types d'informations :

- les éléments d'identification commerciale sont associés au bloc-marque en haut de page.
  - les mentions légales et l'adresse du siège social de l'entité émettrice sont placées en pied de page.
- La raison sociale de l'entité doit impérativement apparaître devant le siège social sur tout document à caractère officiel.*

Seules ces informations peuvent être pré-imprimées.



## 2.3 | MISE EN PAGE DE LETTRE

Bien respecter le principe de mise en page permet d'homogénéiser les différents courriers et de fédérer le langage du Groupement Les Mousquetaires.

Les alignements, la typographie, le corps de lettre et l'interligne sont autant d'éléments essentiels qu'il convient de respecter à l'aide du modèle de document Microsoft® Word disponible en téléchargement.

**Les Mousquetaires**

**Nom de l'entité**  
Service ou département

Adresse Code postal Ville Tél.: +00 (0) 00 00 00 00 Fax : +00 (0) 00 00 00 00	Société Civilité Prénom Nom Adresse Code postal Ville
--	--

Ville, date

Monsieur, Madame,

Omnia licet quae umquam ingenia fulserunt in hoc unum consentiant, numquam satis hanc humana-rum mentium caliginem mirab idere uelit, uitam unusquisque quam multis distribuit! Adstricti sunt incontinendo patrimonio, ad iacTuram temporis uentum est, profusissimi in eo cuius unius honesta auaritia et itaque ex seniorumturba comprehendere aliquem: "Peruenisse te ad ultimum aetatis humanae uidemus, centesimus tibi uelsupra premitur annus: agedum, ad computationem aetatem tuam reuoca. Duc quantum ex isto tempore creditor, quantum amica, quantum rex, quantum cliens abstulerit, quan-tum lis uxoria, quantum seruorum coercitio, quantum officiosa per urbem discursatio; adice morbosquos manu fecimus, adice quod et sine usu iacuit: uidebis te pauciores annos habere quam numerepete memoria tecum. Quando certus consilii fueris, quotus quisque dies uauida cupiditas, blanda conuersatio abstulerit,quam exiguum tibi de tuo relictum sit; intelleges telmmaturum moruid ergo est in causa? Tamquam semper uicturi uiuitis, numquam uobis fragilitas ues-tra succurrit, non obseruatis. Turam temporis uentum est, profusissimi in eo cuius unius honesta auaritia et itaque ex seniorumturba comprehendere aliquem: "Peruenisse te ad ultimum aetatis humanae uidemus, centesimus tibi uelsupra premitur annus: agedum, habere quam numerepete memoria computationem aetatem tuam reuoca. Immaturum moruid ergo est in causa? Tamquam semper uicturi uiuitis, numquam uobis fragilitas ues-tra succurrit, non obseruatis.

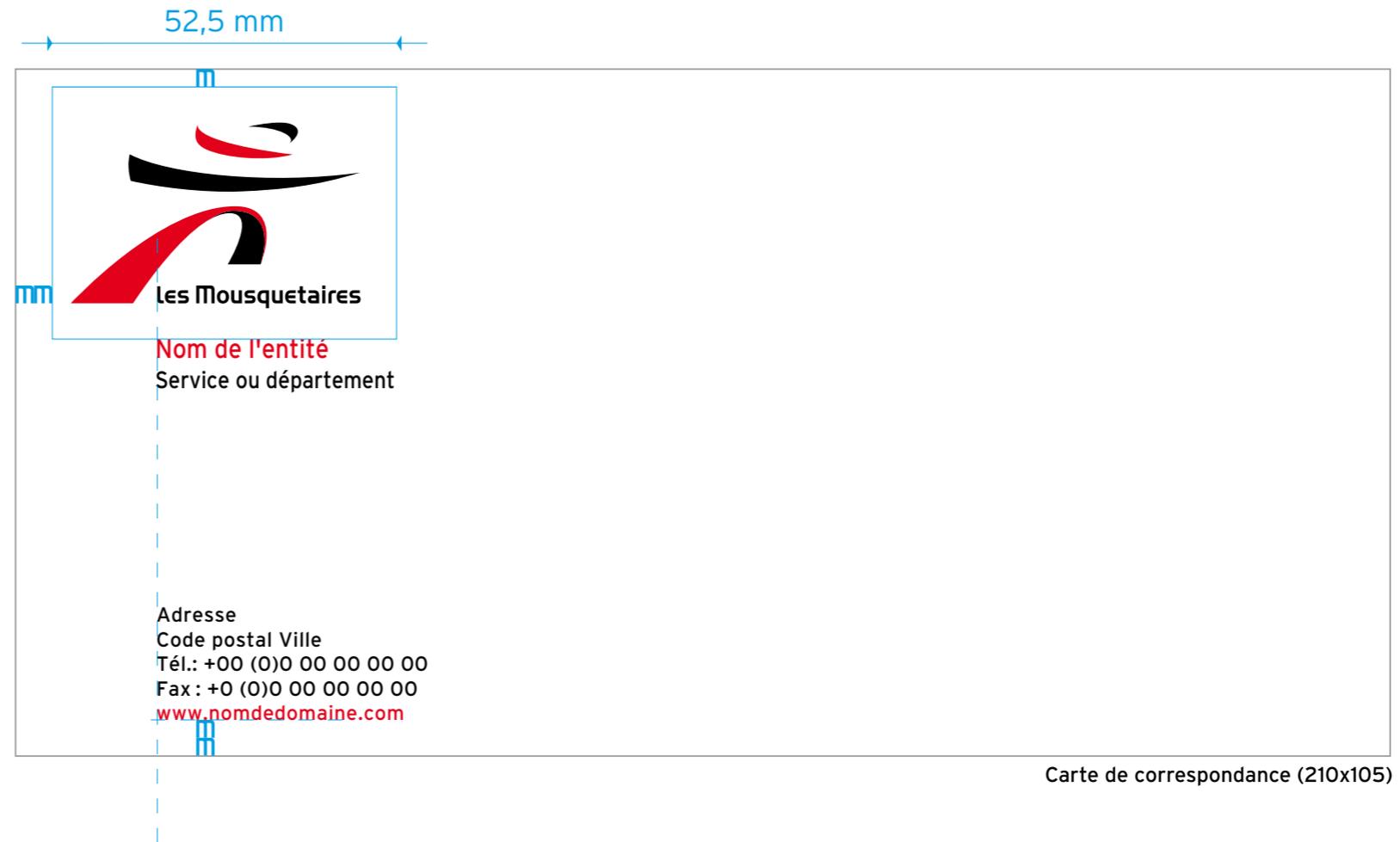
Prénom Nom  
Fonction

RAISON SOCIALE - SIÈGE SOCIAL - ADRESSE - CODE POSTAL VILLE  
SA - AU CAPITAL DE 000000€ - RCS.VILLE X.000 000 000 - SIRET.000 000.000.0000 - CODE APE.000X

## 2.4 | CARTE DE CORRESPONDANCE

Comme l'en-tête de lettre, la carte de correspondance est mise en page à partir du bloc-marque de chaque filiale placé en haut de page à gauche. Le "M" sert de mesure pour indiquer les marges et intervalles.

Le bloc adresse est placé en bas des cartes, aligné avec le bord gauche de la mention "les Mousquetaires". L'adresse du site internet est saisie en Rouge pour mieux ressortir.



Carte de correspondance (210x105)

## 2.5 | CARTE DE VISITE CARTE COMMERCIALE

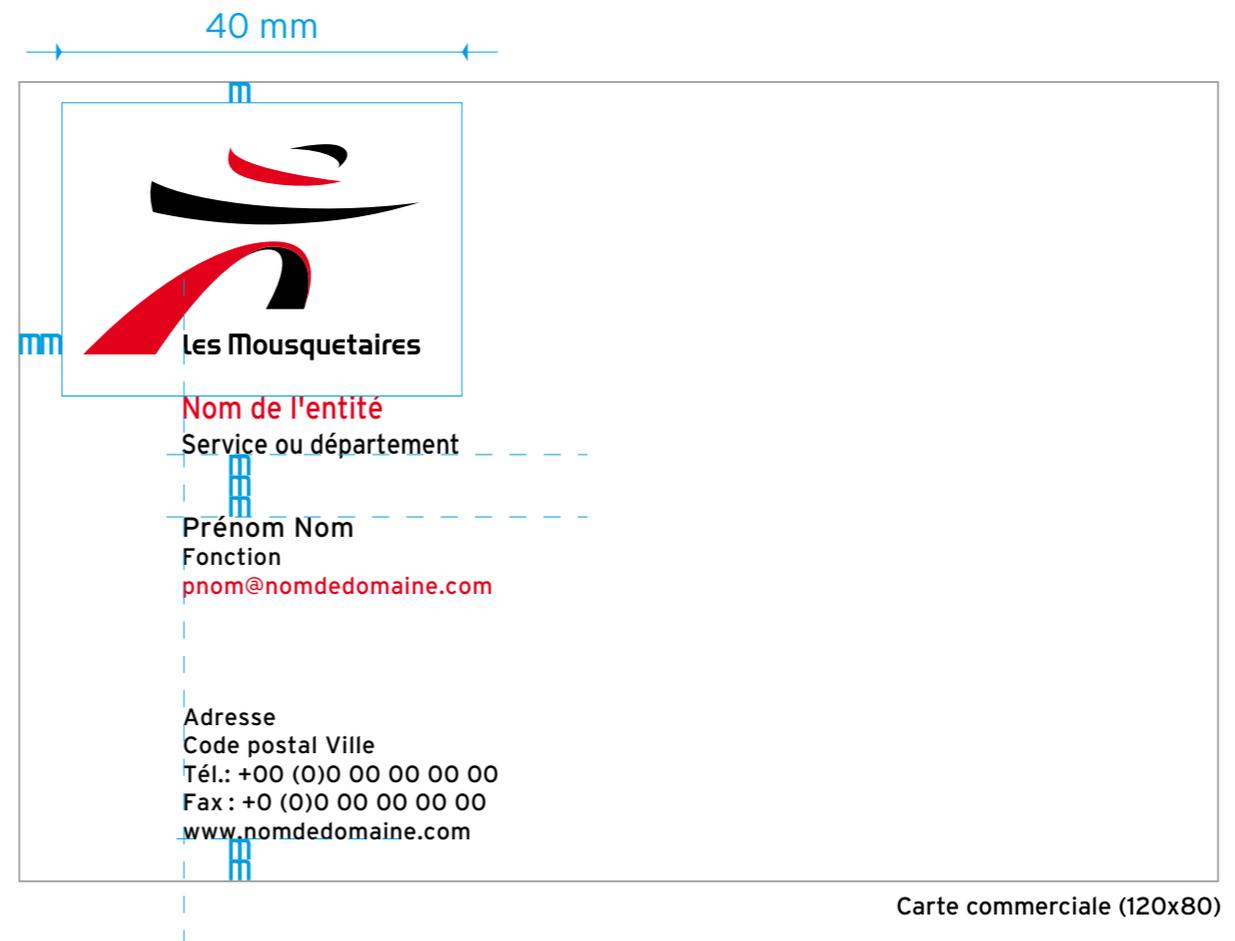
Comme l'en-tête de lettre, la carte de visite et la carte commerciale sont mises en page à partir du bloc-marque de chaque filiale placé en haut de page à gauche. Le "M" sert de mesure pour indiquer les marges et intervalles.

*Pour rappel, le nom de l'entité peut être construit sur deux lignes pour des cas exceptionnels de dénomination trop longue.*

Sur la carte de visite, le nom, la fonction et l'adresse de messagerie sont à droite du logotype, sur trois lignes. L'adresse de messagerie est en Rouge pour mieux ressortir.

Sur la carte commerciale, le nom, la fonction et l'adresse de messagerie sont placés en milieu de carte, sur trois lignes. L'adresse de messagerie est en Rouge pour mieux ressortir.

Le bloc adresse est placé en bas des cartes, aligné avec le bord gauche de la mention "les Mousquetaires". L'adresse du site internet reste en Noir dans ce cas, pour ne pas interférer.



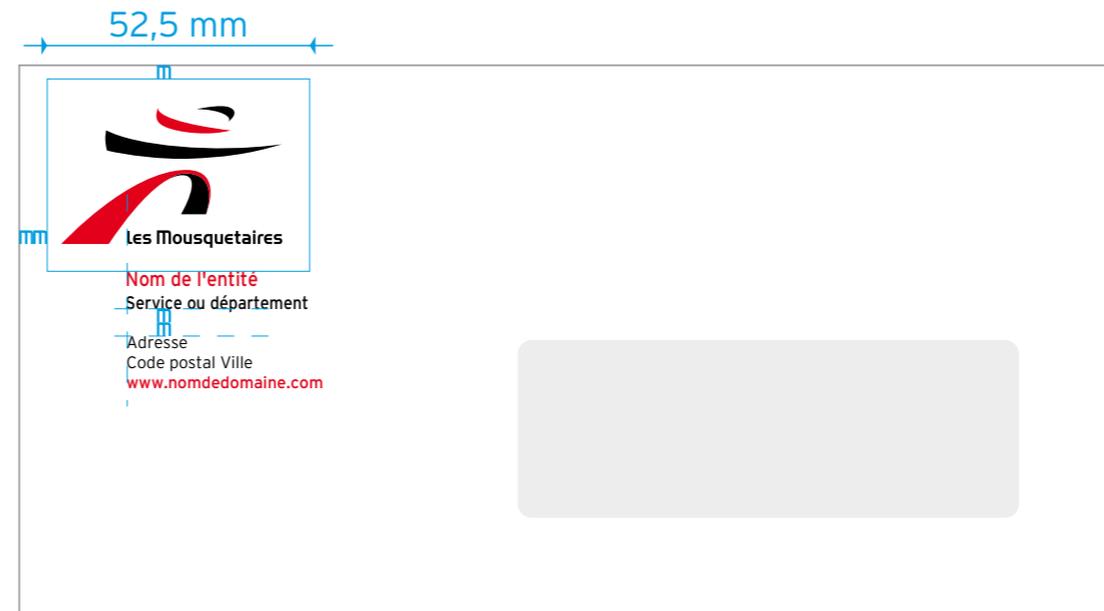
## 2.6 | ENVELOPPES

Comme le reste de la papeterie, les enveloppes sont mises en page à partir du bloc-marque de chaque filiale placé en haut de page à gauche. Le "M" sert de mesure pour indiquer les marges et intervalles.

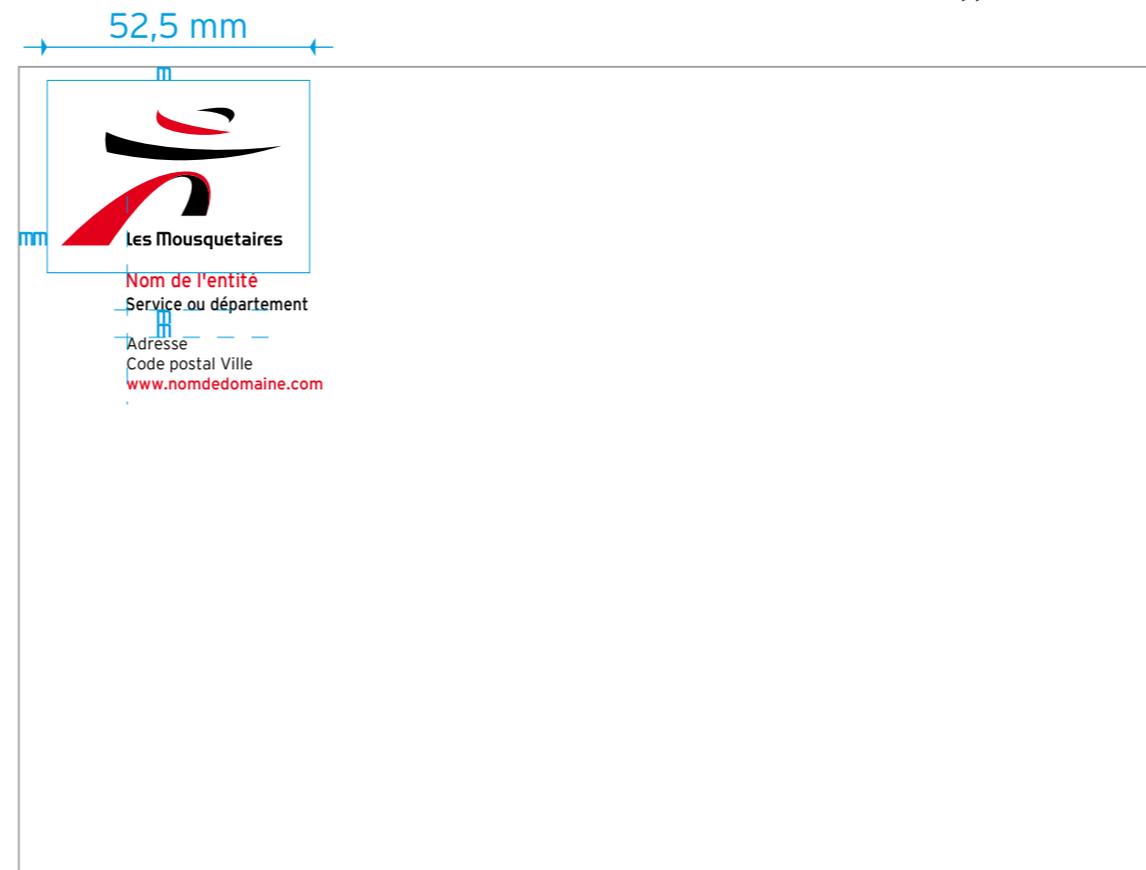
Pour rappel, le nom de l'entité peut être construit sur deux lignes pour des cas exceptionnels de dénomination trop longue.

Le bloc adresse est placé directement sous le bloc-marque afin de respecter les contraintes de la Poste, aligné avec le bord gauche de la mention "les Mousquetaires". Il comprend uniquement l'adresse postale pour le retour du courrier et l'adresse du site internet. Cette dernière est saisie en Rouge pour mieux ressortir.

**Ces deux formats peuvent être utilisés comme modèles pour décliner sur d'autres enveloppes.**



Enveloppe (220x110)



Enveloppe (324x229)

## 2.7 | FAX, NOTE INTERNE, COMPTE-RENDU

La télécopie, la note interne et le compte-rendu sont directement basés sur la grille de mise en page du papier à en-tête.

Le bloc-marque placé en haut à gauche a la même taille et le même positionnement que sur le papier à en-tête. L'adresse en bas de page est également reprise, les marges gauche et droite correspondent aux marges du modèle de mise en page de lettre.

Les trois documents se distinguent par leur nom, indiqué en haut à droite, et par le contenu du bloc d'informations central.

L'ensemble de ces modèles est réalisé en niveaux de gris, pour l'utilisation en bureautique.

52,5 mm

COMPTE-RENDU

Les Mousquetaires

NOTE DE SERVICE

73mm

FAX

Nom de l'entité  
Service ou département

Nbre de pages (celle-ci incluse)

LIEU / DATE : \_\_\_\_\_

DESTINATAIRE : \_\_\_\_\_

N°DE FAX : \_\_\_\_\_

ÉMETTEUR : \_\_\_\_\_

OBJET : \_\_\_\_\_

Adresse  
Code postal Ville  
Tél. : + 00 (0)0 00 00 00 00 - Fax : + 00 (0)0 00 00 00 00  
RAISON SOCIALE - SIÈGE SOCIAL : ADRESSE - CODE POSTAL VILLE  
SA - ALU CAPITAL - DE 000000 € - RCS VILLE X 000 000 000 - SIRET 000 000 000 000000 - CODE APE 000X

## 2.8 | DEVIS, BON DE COMMANDE, FACTURE

Le devis, le bon de commande et la facture sont basés sur la grille de mise en page du papier à en-tête.

Le bloc-marque et l'adresse commerciale placés en haut à gauche ont les mêmes tailles et les mêmes positionnements que sur le papier à en-tête.

L'adresse du destinataire a également le même positionnement.

Le tableau regroupant les informations a la même construction sur les trois documents, seuls quelques champs diffèrent.

Les trois documents se distinguent par leur nom, indiqué en haut à droite, au même emplacement que sur la télécopie, la note interne et le compte-rendu.

NB : Pour certains documents soumis à des contraintes techniques particulières (logiciel, format ...) il peut également être fait usage de la version monochrome du logo ainsi que de principes de mise en page particuliers.

**52,5 mm**

**92mm**

**FACTURE**

**DEVIS**

**BON DE COMMANDE**

**NOM DE L'ÉMETTEUR** RÉFÉRENCE A RAPPELER  
**FACTURE N°** DU

S.A.S au capital de 00.000 €  
Adresse Siège : 24, rue Auguste-Chabières - 75015 Paris  
Etablissement Principal :  
3, allée des Mousquetaires  
Parc de Tréville  
91078 BONDOUFLE Cedex  
888 888 888 R.C.S. Paris  
N° TVA INTRA : FR 11 301161170  
Téléphone : 01 88 88 88 88  
Télécopie : 01 88 88 88 88

DÉSIGNATION	QUANTITÉ	PRIX UNITAIRE	MONTANT H.T.
<b>ORIGINAL</b>			
			<b>TOTAL H.T.</b>
			<b>T.V.A.</b>
			<b>MONTANT T.T.C.</b>

**Les Mousquetaires**

**Prénom Nom** **Signature :**

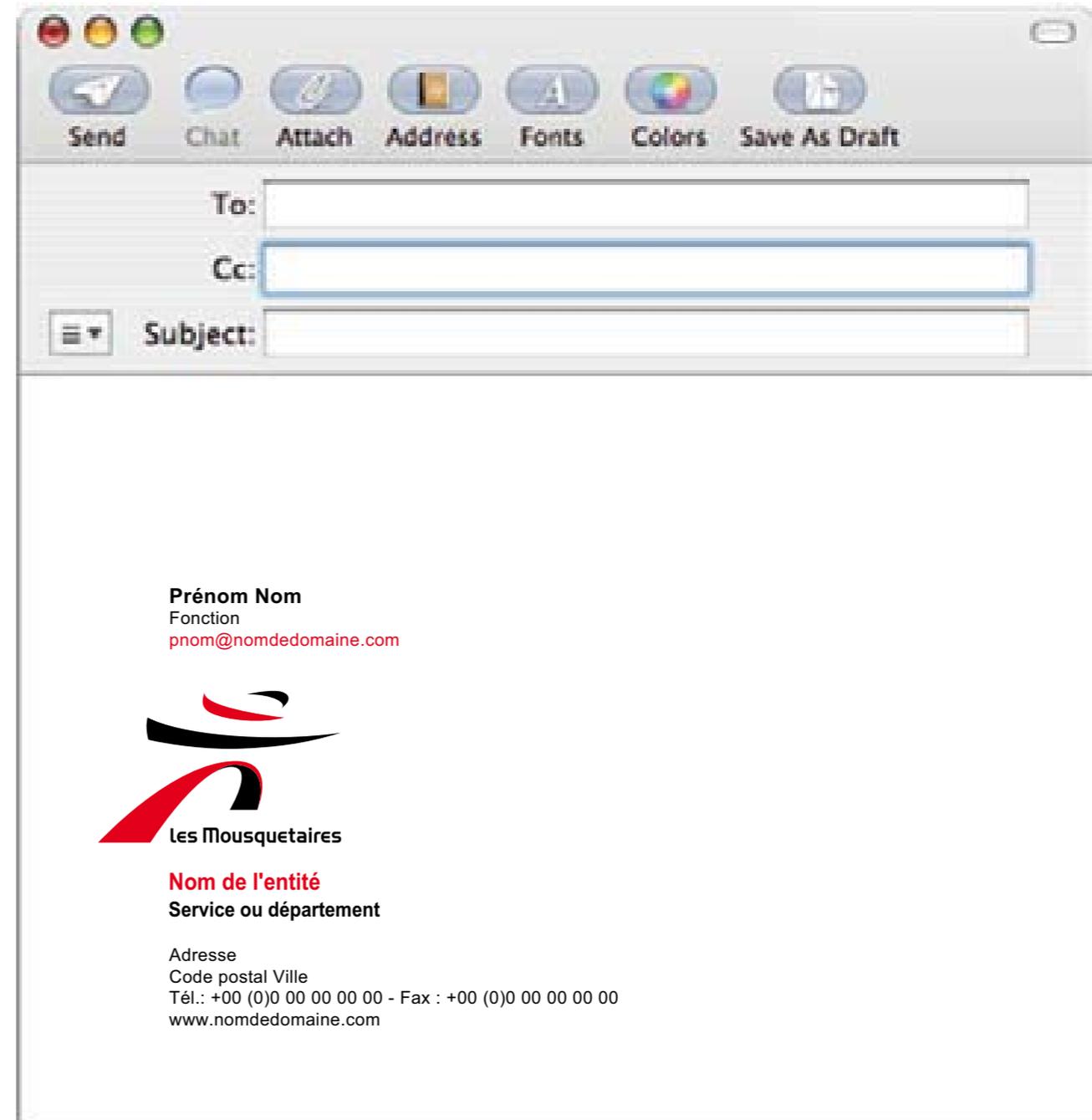
**Conditions de paiement :**

**Date de livraison :**

MENTIONS LÉGALES  
turam temporis unum est, profississimi in eo culus unius honesta asarilla et itaque ex seniorum turba comprehendere aliquem: "Peruenisse te ad ultimum aetatis huius centesimus tibi vel supra premitur annus: aequum, ad computationem aetatis tuam reuoca."  
turam temporis unum est, profississimi in eo culus unius honesta asarilla et itaque ex seniorum turba comprehendere aliquem: "Peruenisse te ad ultimum aetatis huius centesimus tibi vel supra premitur annus: aequum, ad computationem aetatis tuam reuoca."  
turam temporis unum est, profississimi in eo culus unius honesta asarilla et itaque ex seniorum turba comprehendere aliquem: "Peruenisse te ad ultimum aetatis huius centesimus tibi vel supra premitur annus: aequum, ad computationem aetatis tuam reuoca."  
turam temporis unum est, profississimi in eo culus unius honesta asarilla et itaque ex seniorum turba comprehendere aliquem: "Peruenisse te ad ultimum aetatis huius centesimus tibi vel supra premitur annus: aequum, ad computationem aetatis tuam reuoca."  
RAISON SOCIALE - SIÈGE SOCIAL - ADRESSE - CODE POSTAL VILLE  
SA AU CAPITAL DE 000000 € - RCS VILLE X 000 000 000 - SIRET 000 000 000 000000 - CODE APE 000X

## 2.9 | PRINCIPE DE SIGNATURE MAIL

La signature mail est également construite à partir du bloc-marque. Seul le logotype est une image (symbole du Mousquetaire et marque), les textes sont saisis en Arial Regular et Bold pour être lisibles sur tout ordinateur sans altérations.



## 2.10 | PRÉSENTATION POWERPOINT®

La diapositive de titre est construite à partir du décor 2. Elle permet une franche séparation entre le titre de la présentation et le logotype institutionnel.

Les autres diapositives ont la même construction : elles reprennent le décor 1, simple rappel de l'identité. Les titres de pages ont le même positionnement. La zone centrale varie pour s'adapter aux besoins de la présentation.



Diapositive de titre

Sommaire



Texte seul



Image seule



Texte et images - priorité image



Texte et images



Deux images



Texte et images - priorité texte

## 2.11 | DOSSIER DE PRESSE

Le dossier de presse est un document à usage externe, Il est construit à partir du décor 2 afin d'attirer l'attention et de fortement revendiquer l'identité les Mousquetaires. Le décor se poursuit librement sur le dos.



## 2.12 | POCHETTES CD, DVD

Les CD et DVD peuvent être à usage interne ou externe. L'externe a été privilégié, d'où l'utilisation du décor 2 qui offre un maximum d'impact et une bonne reconnaissance de la marque.



Pochette CD



Pochette DVD

## 2.13 | BADGES

Les badges ont tous le même principe, ce qui permet de systématiquement retrouver les informations équivalentes aux mêmes endroits.



Principe de mise en page des badges pour adhérent et persévérant



Principe de mise en page des badges pour postulant



Principe de mise en page des badges pour visiteur



Principe de mise en page des badges pour permanent, intérimaire, prestataire, conseil, partenaire et intermittent

## 2.14 | EXEMPLES DE BLOC-MARQUE ET EXCEPTIONS

Les intitulés figurent en toutes lettres, même lorsque l'usage des abréviations est, dans la pratique, plus répandu.

L'indication "international" dans les intitulés est toujours invariable.

Aucune accroche ni slogan de type signature ne doivent venir perturber le bloc-marque.

### EXCEPTIONS

La liste ci-dessous énumère les sociétés ou entités qui, pour des raisons juridiques, ne sont PAS concernées par la charte graphique institutionnelle :

- Agenor
- Arena
- Rona BMI
- Banque Chabrières



ITM Logistique international



ITM Marchandises générales international



S.A. base d'Albon



Groupe produits carnés



Base de Rochefort



SCA maison  
Filière traitement des matières

# CHAPITRE 3

## Principes fondamentaux des enseignes

- 3.1 | BLOC-MARQUE D'UNE ENSEIGNE ET  
DU LOGO "LES MOUSQUETAIRES"
- 3.2 | ENDOSSEMENT EN-TÊTE  
DE LETTRE
- 3.3 | ENDOSSEMENT CARTE DE VISITE  
CARTE COMMERCIALE
- 3.4 | ENDOSSEMENT DES ENVELOPPES
- 3.5 | ENDOSSEMENT TÉLÉCOPIÉ  
- NOTE INTERNE - COMPTE-RENDU
- 3.6 | ENDOSSEMENT BON DE COMMANDE  
- DEVIS - FACTURE
- 3.7 | ENDOSSEMENT SITE INTERNET
- 3.8 | ENDOSSEMENT DES 4X3
- 3.9 | ENDOSSEMENT DES CATALOGUES
- 3.10 | ENDOSSEMENT DES POINTS DE  
VENTE
- 3.11 | ENDOSSEMENT DES CAMIONS  
LOGISTIQUES
- 3.12 | ENDOSSEMENT T-SHIRT
- 3.13 | EXCEPTION PRÉ-SIGNALÉTIQUE

### 3.1 | BLOC-MARQUE D'UNE ENSEIGNE ET DU LOGO "LES MOUSQUETAIRES"

Il existe 2 proportions de logo.

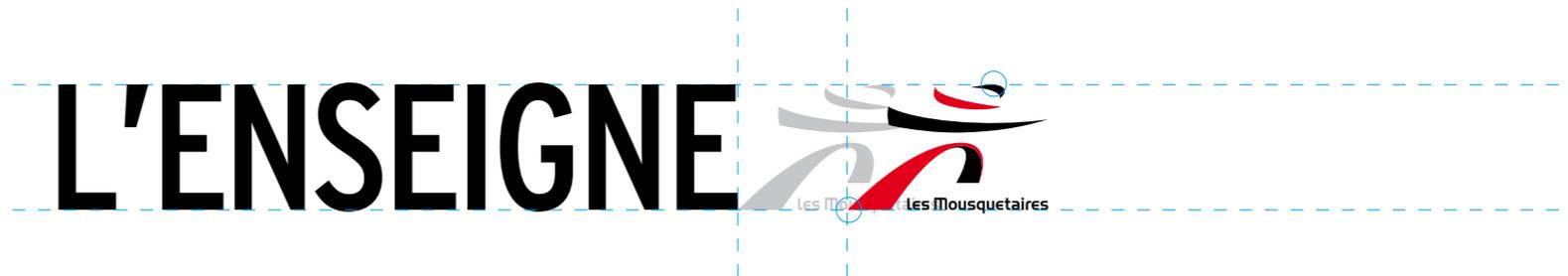
**La plus communément utilisée est conçue pour s'adapter sur tous les types de documents d'édition. (version A)**

Cas spécifique :

Il existe une seconde proportion de logo adaptée pour une utilisation en papeterie **(version B)**

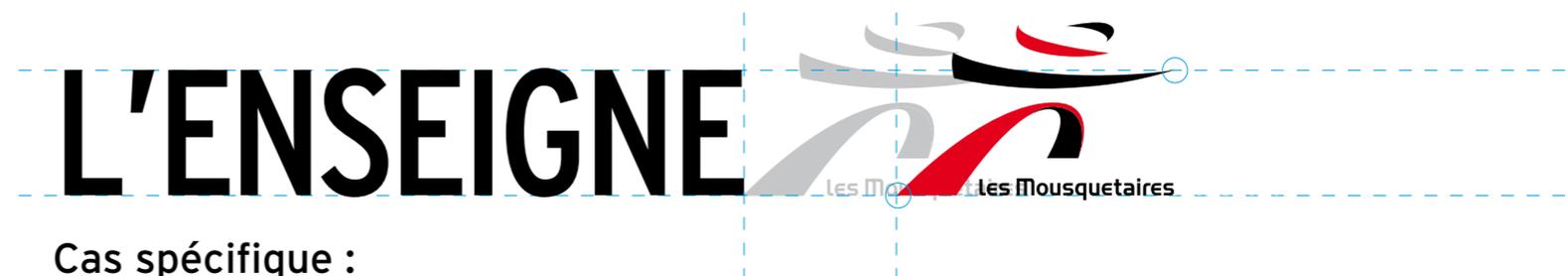
L'espacement minimum à respecter entre l'enseigne et le logo correspond à l'espace entre les deux extrémités gauche des pieds du Mousquetaires (cf. schémas).

**Attention :** L'espace minimum n'est en aucun cas l'espace d'utilisation préconisé. Il convient de créer un éloignement suffisant afin de respecter le principe d'endossement à distance.



Version A

Le principe est d'aligner le haut et le bas des logos Mousquetaires et enseigne



Cas spécifique :  
Version B

Le principe est d'aligner en bas le logo Mousquetaires et l'enseigne, et d'aligner la pointe de l'épée du Mousquetaires avec la partie haute de l'enseigne

## 3.2 | ENDOSSEMENT EN-TÊTE DE LETTRE

Pour le papier en-tête des points de vente, la taille du logo des Mousquetaires est proportionnelle à celle de l'enseigne. Il se place donc à 6 "M" du bord droit dans la continuité de la marque.

# L'ENSEIGNE



**Nom de l'entité**  
Service ou département

Adresse  
Code postal Ville  
Tél. : + 00 (0)0 00 00 00 00  
Fax : + 00 (0)0 00 00 00 00

Société  
Civilité Prénom Nom  
Adresse  
Code postal Ville

Ville, date

Monsieur, Madame,

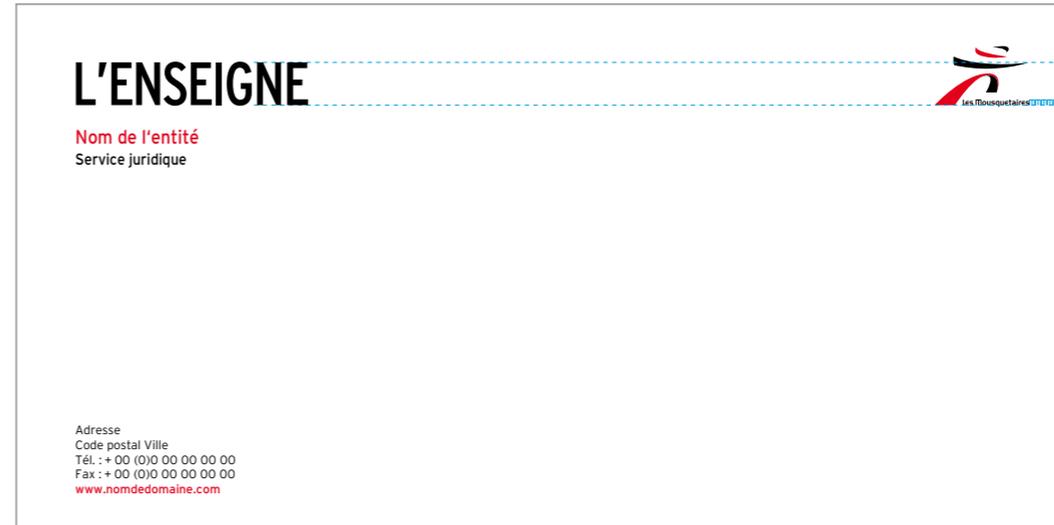
Omnia licet quae umquam ingenia fulserunt in hoc unum consentiant, numquam satis hanc humana-rum mentium caliginem mirab idere uelit, uitam unusquisque quam multis distribuit! Adstricti sunt incontinendo patrimonio, ad iacTuram temporis uentum est, profusissimi in eo cuius unius honesta auaritia et itaque ex seniorumturba comprehendere aliquem: "Peruenisse te ad ultimum aetatis humanae uidemus, centesimus tibi uelsupra premitur annus: agedum, ad computationem aetatem tuam reuoca. Duc quantum ex isto tempore creditor, quantum amica, quantum rex, quantum cliens abstulerit, quan-tum lis uxoria, quantum seruorum coercitio, quantum officiosa per urbem discursatio; adice morbosquos manu fecimus, adice quod et sine usu iacuit: uidebis te pauciores annos habere quam numerepete memoria tecumQuando certus consilii fueris, quotus quisque dies uauida cupiditas, blanda conuersatio abstulerit,quam exiguum tibi de tuo relictum sit: intelleges telmmaturum moruid ergo est in causa? Tamquam semper uicturi uiuitis, numquam uobis fragilitas ues-tra succurrit, non obseruatis.Turam temporis uentum est, profusissimi in eo cuius unius honesta auaritia et itaque ex seniorumturba comprehendere aliquem: "Peruenisse te ad ultimum aetatis humanae uidemus, centesimus tibi uelsupra premitur annus: agedum, ad computationem aetatem tuam reuoca. Immatuum moruid ergo est in causa? Tamquam semper uicturi uiuitis, numquam uobis fragilitas ues-tra succurrit, non obseruatis.

Prénom Nom  
Fonction

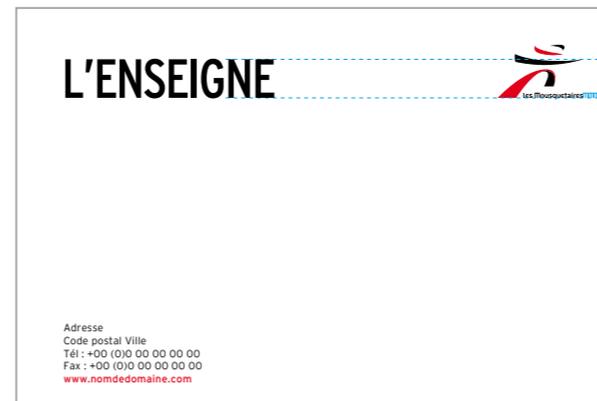
RAISON SOCIALE - SIÈGE SOCIAL - ADRESSE - CODE POSTAL VILLE  
SA AU CAPITAL DE 000000 E - RCS VILLE X 000 000 000 - SIRET 000 000 000 00000 - CODE APE 000X

### 3.3 | ENDOSSEMENT CARTE DE VISITE CARTE COMMERCIALE

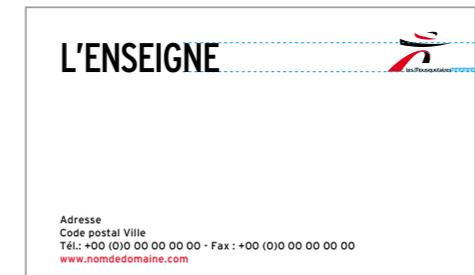
La taille du logo des Mousquetaires est proportionnelle à celle de l'enseigne. Il se place donc à 6 "M" du bord droit dans la continuité de la marque.



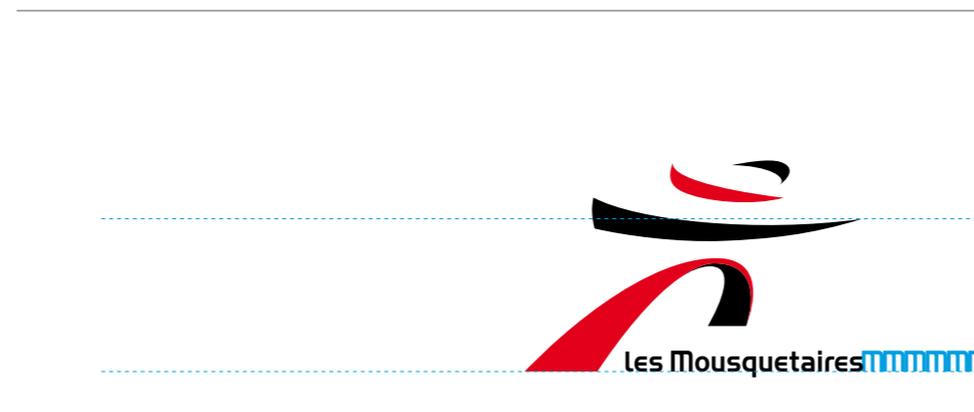
Carte de correspondance (210x105)



Carte commerciale (120x80)



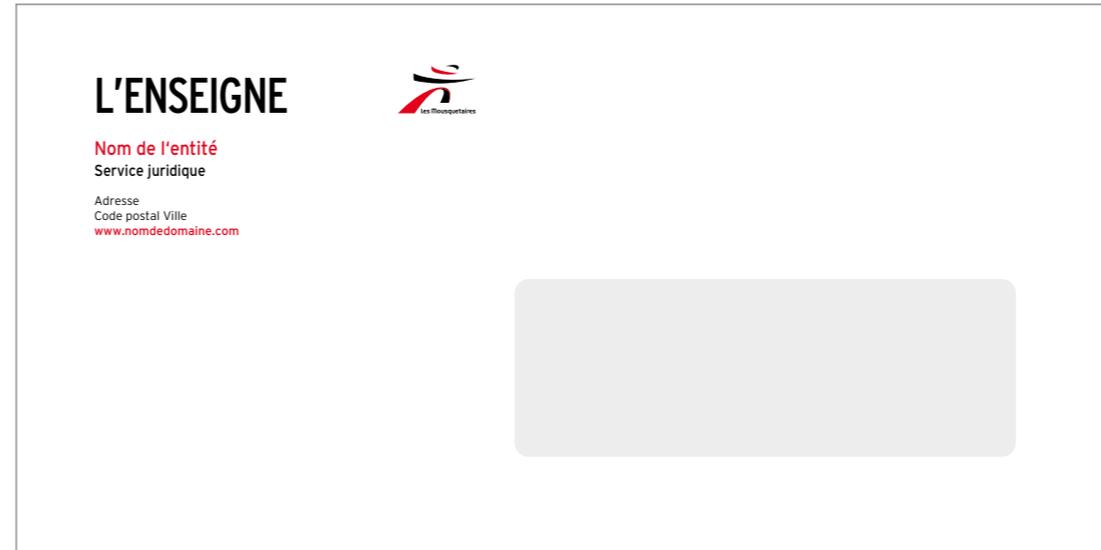
Carte de visite (90x55)



le logo se place à 6 m  
du bord droit

### 3.4 | ENDOSSEMENT DES ENVELOPPES

En raison des contraintes de la Poste, le logo "les Mousquetaires" ne peut pas être situé à droite de l'enveloppe



### 3.5 | ENDOSSEMENT TÉLÉCOPIE - NOTE INTERNE - COMPTE-RENDU

La télécopie, la note interne et le compte-rendu sont souvent basés sur le papier à en-tête. Dans ce cas il est préférable d'utiliser le même placement en hauteur sur tous ces supports.

La version en noir du logo est utilisée.

The diagram illustrates the layout of three overlapping document templates, each featuring the 'L'ENSEIGNE' header and a logo. The templates are arranged in a descending staircase pattern from top-right to bottom-left.

- COMPTE-RENDU (top):** Includes the header 'L'ENSEIGNE', the logo, and the text 'Nom de l'entité Service juridique'. It has a 'COMPTE-RENDU' title and a 'Nbre de pages (celle-ci incluse)' field.
- NOTE DE SERVICE (middle):** Includes the header 'L'ENSEIGNE', the logo, and the text 'Nom de l'entité Service juridique'. It has a 'NOTE DE SERVICE' title and a 'Nbre de pages (celle-ci incluse)' field.
- FAX (bottom):** Includes the header 'L'ENSEIGNE', the logo, and the text 'Nom de l'entité Service juridique'. It has a 'FAX' title and a 'Nbre de pages (celle-ci incluse)' field. Below the title, there are four fields: 'LIEU / DATE:', 'DESTINATAIRE:', 'N° DE FAX:', and 'ÉMETTEUR:'. At the bottom, there is an 'OBJET:' field.

At the bottom of the FAX template, there is a small block of text containing contact information:

Adresse  
Code postal Ville  
Tél. : + 00 (0)0 00 00 00 00 - Fax : + 00 (0)0 00 00 00 00  
RAISON SOCIALE - SIÈGE SOCIAL : ADRESSE - CODE POSTAL VILLE  
SA AU CAPITAL DE 000000 € - RCS VILLE X 000 000 000 - SIRET 000 000 000 00000 - CODE APE 000X

### 3.6 | ENDOSSEMENT BON DE COMMANDE - DEVIS - FACTURE

Le devis, le bon de commande et la facture sont souvent basés sur le papier à en-tête. Dans ce cas il est préférable d'utiliser le même placement en hauteur sur tous ces supports.

NB : Pour certains documents soumis à des contraintes techniques particulières (logiciel, format ...) il peut également être fait usage de la version monochrome du logo ainsi que de principes de mise en page particuliers.

The image displays three overlapping document templates for 'L'ENSEIGNE', illustrating the placement of the company logo and header information on different types of documents: Facture (Invoice), Devis (Quote), and Bon de Commande (Purchase Order).

**Facture Template:** Shows the logo and 'FACTURE' text in the top right corner. The company name 'L'ENSEIGNE' is centered at the top. Below it, the 'Nom de l'entité' and 'Service juridique' are listed. The 'Les Mousquetaires' logo is also present in the top right.

**Devis Template:** Shows the logo and 'DEVIS' text in the top right corner. The company name 'L'ENSEIGNE' is centered at the top. Below it, the 'Nom de l'entité' and 'Service juridique' are listed. The 'Les Mousquetaires' logo is also present in the top right.

**Bon de Commande Template:** Shows the logo and 'BON DE COMMANDE' text in the top right corner. The company name 'L'ENSEIGNE' is centered at the top. Below it, the 'Nom de l'entité' and 'Service juridique' are listed. The 'Les Mousquetaires' logo is also present in the top right.

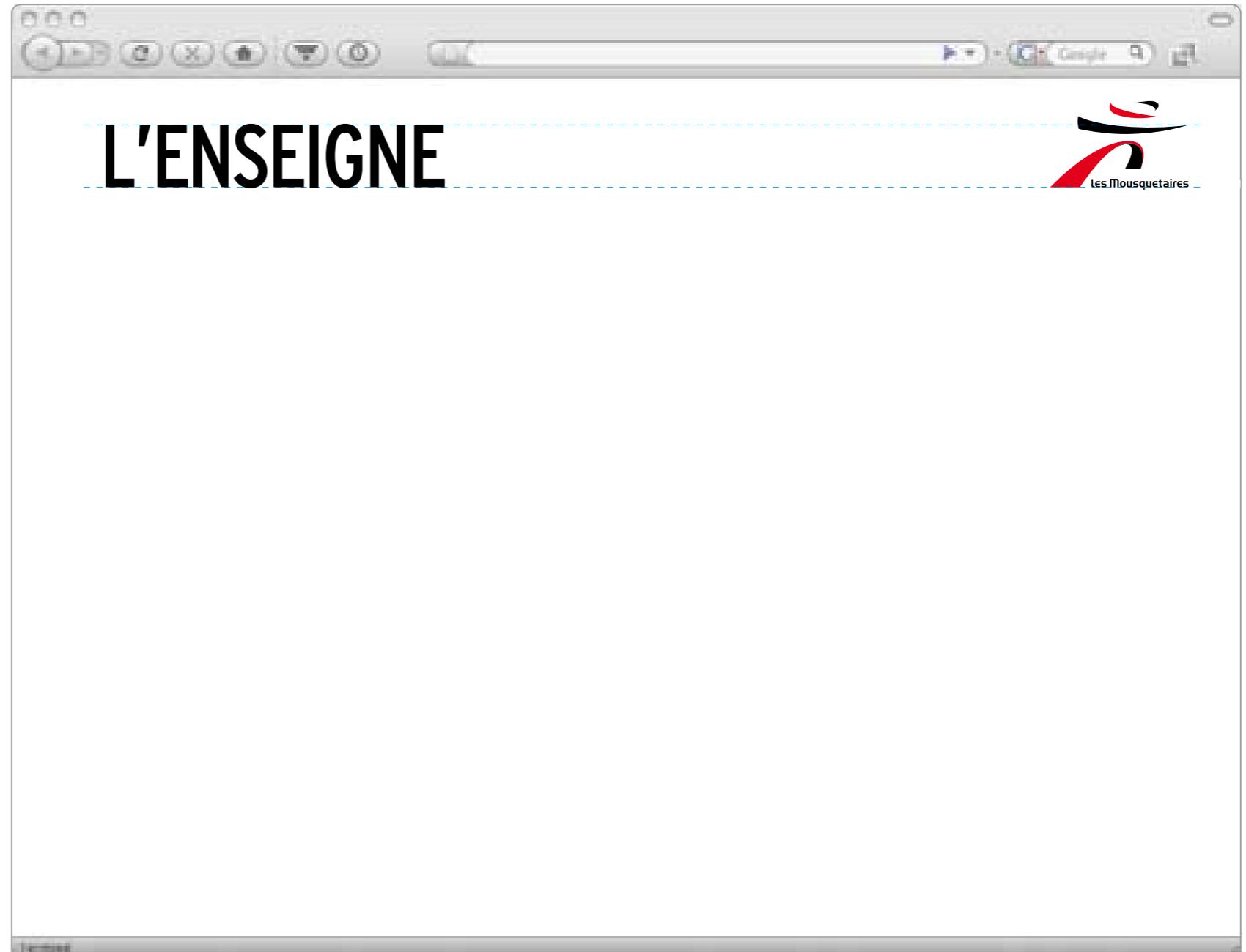
**Facture Content:** The main body of the invoice includes a table with columns for 'DÉSIGNATION', 'QUANTITÉ', 'PRIX UNITAIRE', and 'MONTANT H.T.'. A large watermark 'ORIGINAL' is visible across the table. Below the table, there are fields for 'TOTAL H.T.', 'T.V.A.', and 'MONTANT T.T.C.'. The footer contains the company's full address and contact information.

**Devis Content:** The main body of the quote includes a table with columns for 'Désignation', 'Quantité', 'Prix Unit. H.T. en €', and 'Prix Total H.T. en €'. Below the table, there are fields for 'Prénom Nom' and 'Signature'. The footer contains the company's full address and contact information.

**Bon de Commande Content:** The main body of the purchase order includes a table with columns for 'Date', 'N° de commande', 'Réf. commande', and 'Adresse de facturation'. Below the table, there are fields for 'Prénom Nom' and 'Signature'. The footer contains the company's full address and contact information.

### 3.7 | ENDOSSEMENT SITE INTERNET

Le logo est également présent sur les pages d'accueil des enseignes avec un endossement de type B.



### 3.8 | ENDOSSEMENT DES 4X3

Le logo est également présent sur les publicités des enseignes, avec un endossement de type A.

**Travaux lourds  
à prix écrasés !**

**29€90**

**Eu facilit iriure feum  
quatum dolore feum quat**  
eu facilit iriure eu facip ent am ipit  
ad magnim iriurero dolorercil eril  
ulla faci erosto dolore feum qua-

Décoration  
Bricolage  
Matériaux  
Jardin  
Animalerie

[www.bricomarche.com](http://www.bricomarche.com)

**BRICO** **MARCHÉ**

**Les Mousquetaires**

**Du 8 juillet  
au 2 août**

Produit en France - Les plus indiqués sont vendus de 20 avril au 10 mai 2019 - Photos non contractuelles - Crédit photo : iStock

### 3.9 | ENDOSSEMENT DES CATALOGUES

Le logo est également présent sur la quatrième de couverture des prospectus des enseignes.

Ce système d'endossement s'applique en quatrième de couverture et est composé :

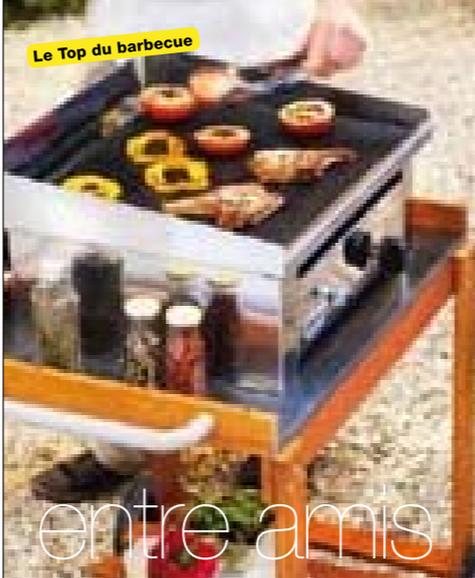
- A gauche : des valeurs du Groupement
- A droite : du logo

**"Au service des prix bas,  
des chefs d'entreprise indépendants,  
citoyens et acteurs de votre quotidien"**



**BARBECUE GAZ** DU 15 AU 25 AVRIL

**Le Top du barbecue**



**199€**  
-15€  
**=184€**

**Set plancha**  
plancha + chariot  
plancha en acier  
chariot bois plaque inox  
sur roues  
dim. : 50 x 40 cm  
Garantie 1 an

**entre amis**

\* Voir modalités en page 3 de ce prospectus. \*\* Le prix indiqué correspond au prix auquel vous revient le produit, après déduction du montant de l'avantage carte cédulé sur votre carte de fidélité et utilisable 48 heures après l'achat. Pour les porteurs de la carte de fidélité Intermarché uniquement. (Suggestions de présentation)

Associateur : ERM Marketing Alimentaire - RCS PARIS 8 488 487 768 - SNC au capital de 8 000€ - Siège social : 24, rue Auguste Chabrières 75337 PARIS Cedex 15 - REGEX PUBLIQUITE - RCS PARIS 8 301 170 - SAS au capital de 48 000€ - Création : Publicis Conseil - Production : Gutenberg on line - Imprimé par : FOT. Les prix indiqués dans ce catalogue sont valables du 15 au 25 avril 2009. Ne pas jeter sur la voie publique. Photos non contractuelles.

**Au service des prix bas, des indépendants citoyens et acteur de votre quotidien.**

**LES BRICOMARCHÉ DE VOTRE RÉGION**

. 16 : CONFOLENS . 17 : JONZAC - LA FLOTTE EN RE - MARENNES  
. 19 : EGLETONS . 23 : LA SOUTERRAINE . 24 : NONTRON . 37 : CHINON  
. 41 : NOYERS SUR CHER - ROMORANTIN . 79 : NIORT Av de Nantes  
- NIORT Rte d'aiffres - ST MAIXENT L'ECOLE . 86 : SAVIGNE  
. 87 : BELLAC - CUSSAC - ROCHECHOUART

**BRICOMARCHÉ**

**Pouvoir tout faire Moins cher**

L'ENGAGEMENT  
Si jamais tout va mal,  
trouvez votre chemin.  
Nous vous remboursons  
la différence.

**PRIX BAS GARANTIS**

Du 8 juillet au 2 août 2009

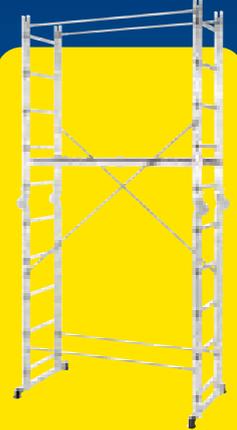
**LES RENDEZ-VOUS MALINS**

**TRAVAUX  
LOURDS**



**129€**

**Pot de peinture  
FAÇADE**  
eu facilitit iriure eu facip ent  
am ipit ad magnim iriurero  
dolorercil eril ulla faci erosto  
dolore feum 3203055650



**89€**

**Échafaudage  
ALUMINIUM**  
eu facilitit iriure eu facip ent am  
ipit ad magnim iriurero dolor-  
ercil eril ulla faci erosto dolore  
dolore feum 3203055650

**À PRIX  
ÉCRASÉS!**

[www.bricomarche.com](http://www.bricomarche.com)

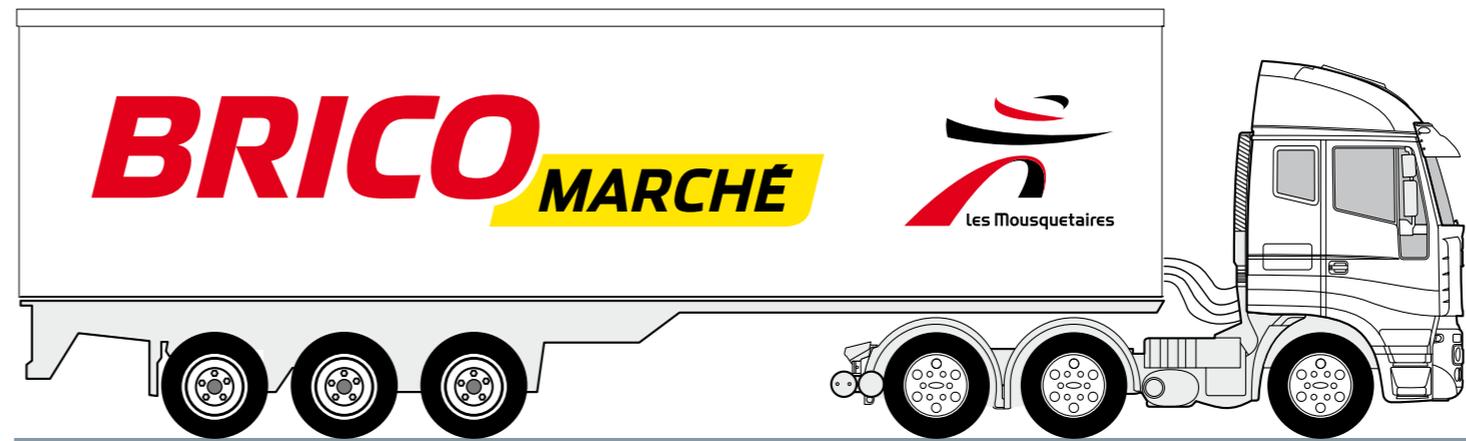
### 3.10 | ENDOSSEMENT DES POINTS DE VENTE

Un totem portant le logo et les valeurs Mousquetaires est proposé aux points de vente. Lorsqu'il est utilisé, il doit se trouver à l'entrée du point de vente.



### 3.11 | ENDOSSEMENT DES CAMIONS LOGISTIQUES

Le logo des Mousquetaires est présent sur tous les camions logistiques des enseignes.  
Sa hauteur est toujours égale à celle de l'enseigne.



### 3.12 | ENDOSSEMENT T-SHIRT

En général, les t-shirts des points de vente ne sont pas endossés par le logo "les Mousquetaires". Seule l'enseigne est présente. (type 1).

Cependant, dans le cas d'un parrainage, le logo "les Mousquetaires" peut venir endosser l'enseigne.

Voici le type de placement préconisé (hors contraintes techniques liées à la réalisation) (type 2) : le logo "les Mousquetaires" est placé sur la manche gauche, l'enseigne, quant à elle, est centrée sur la poitrine.



type 1



type 2

### 3.13 | EXCEPTION PRÉ-SIGNALÉTIQUE

Dans le cas de la pré-signalétique, l'enseigne n'est pas endossée par le logo "les Mousquetaires".



exemple type avec l'enseigne Bricomarché

# CHAPITRE 4

Principes fondamentaux  
des documents  
de communication interne  
et externe

4.1 | QUATRE FAMILLES DE DOCUMENTS

4.2 | PRINCIPE GÉNÉRAL

4.3 | CONSTRUCTION DE LA SIGNATURE

4.4 | DOCUMENTS INSTITUTIONNELS

4.5 | DOCUMENTS ÉVÉNEMENTIELS

4.6 | DOCUMENTS INSTITUTIONNELS  
DES ENSEIGNES

4.7 | PRINCIPES DE CO-SIGNATURE  
AVEC LES ENSEIGNES

## 4.1 | QUATRE FAMILLES DE DOCUMENTS

Les documents de communication peuvent être scindés en quatre familles :

- **les documents institutionnels** : à usage interne ou externe, c'est le Groupement qui s'exprime. Pour garder une hauteur de ton statutaire, l'identité institutionnelle est donc très présente. *Exemple d'application : services généraux, rapport annuel, etc.*
- **les documents événementiels** : principalement à usage externe, c'est aussi le Groupement qui s'exprime, mais avec plus de liberté pour s'adapter au sujet et au public visé. *Exemple d'application : présentations école, partenariats, événements, etc.*
- **les documents institutionnels des enseignes à usage externe** : l'enseigne et le Groupement s'expriment suivant les règles d'endossement définis pour les prospectus, en quatrième de couverture avec le logo Mousquetaires et la phrase des valeurs.
- **les documents institutionnels des enseignes à usage interne** : pour ces documents, on applique le principe d'endossement utilisé pour les 4x3.



Document institutionnel



Document événementiel



Document institutionnel des enseignes à usage externe



Document institutionnel des enseignes à usage interne

## 4.2 | PRINCIPE GÉNÉRAL DE SIGNATURE INSTITUTIONNELLE

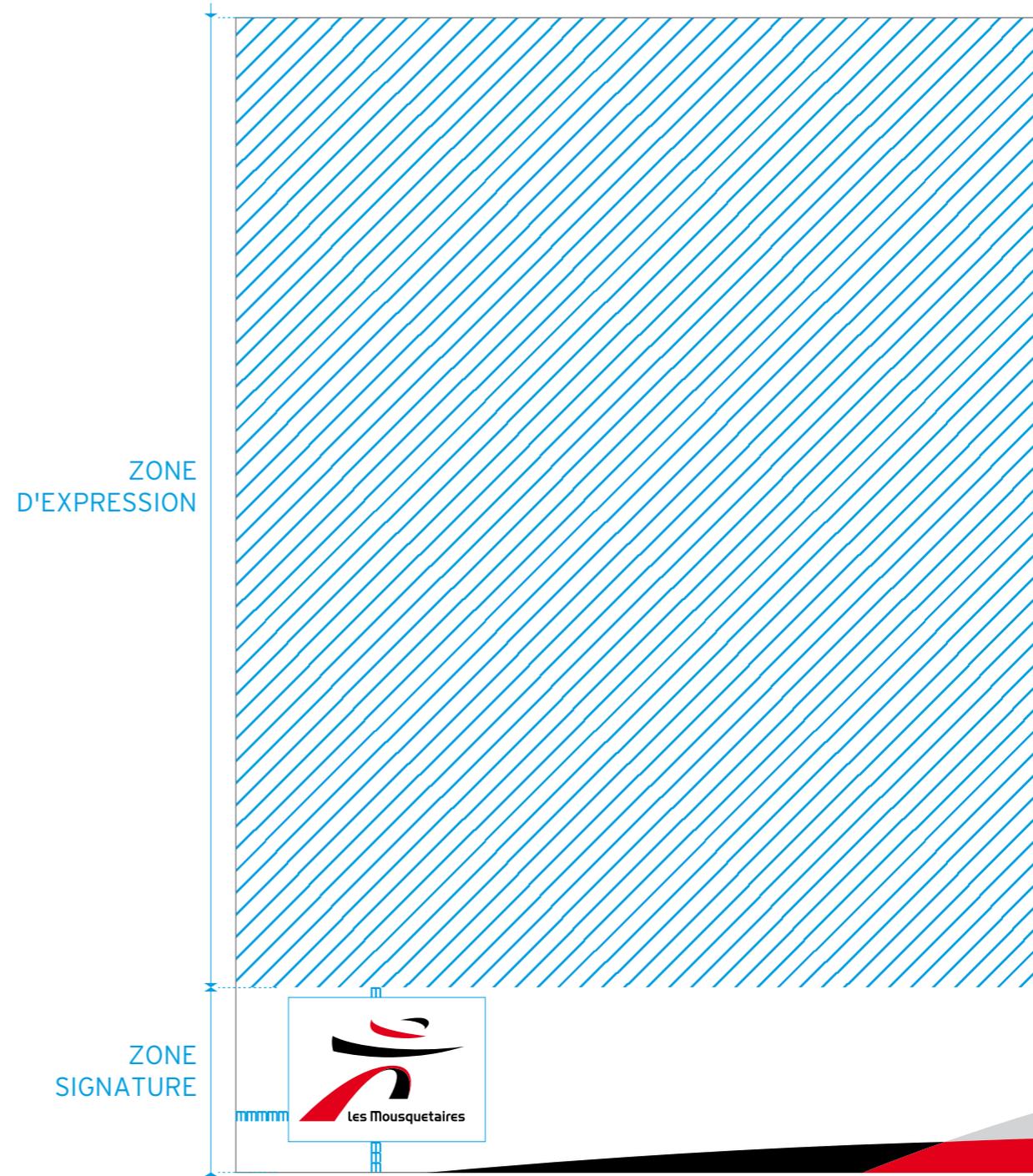
**Les documents de communication institutionnelle comportent une zone d'expression et une zone de signature.**

Le principe de construction le plus communément utilisé correspond au schéma de cette page. Il existe cependant des cas particuliers qui peuvent nécessiter une réadaptation en fonction du support.

La zone d'expression permet une mise en page adaptée au sujet et au public concerné par le document. Chaque famille de documents a ses règles pour traiter cette zone, elles sont détaillées dans les pages suivantes.

La zone de signature assure une bonne identification et permet de relier les différents documents entre eux.

La séparation entre les deux zones n'a pas à être marquée, il s'agit d'assurer un fond blanc et un espace de respiration suffisant pour le logotype institutionnel.



## 4.3 | CONSTRUCTION DE LA SIGNATURE

### UTILISATION DU DÉCOR 1

Toutes les éditions institutionnelles Mousquetaires utilisent le décor 1. Associé au logotype institutionnel, il forme une vraie signature mais n'est pas intrusif. Il permet d'exprimer pleinement le sujet du document.

Deux proportions du décor 1 ont été définies : l'une pour les formats à la française ou carrés, l'autre pour les formats à l'italienne.

### TAILLE ET PLACEMENT DU LOGOTYPE

Le logotype institutionnel est placé en bas à gauche, la hauteur du cartouche correspond à

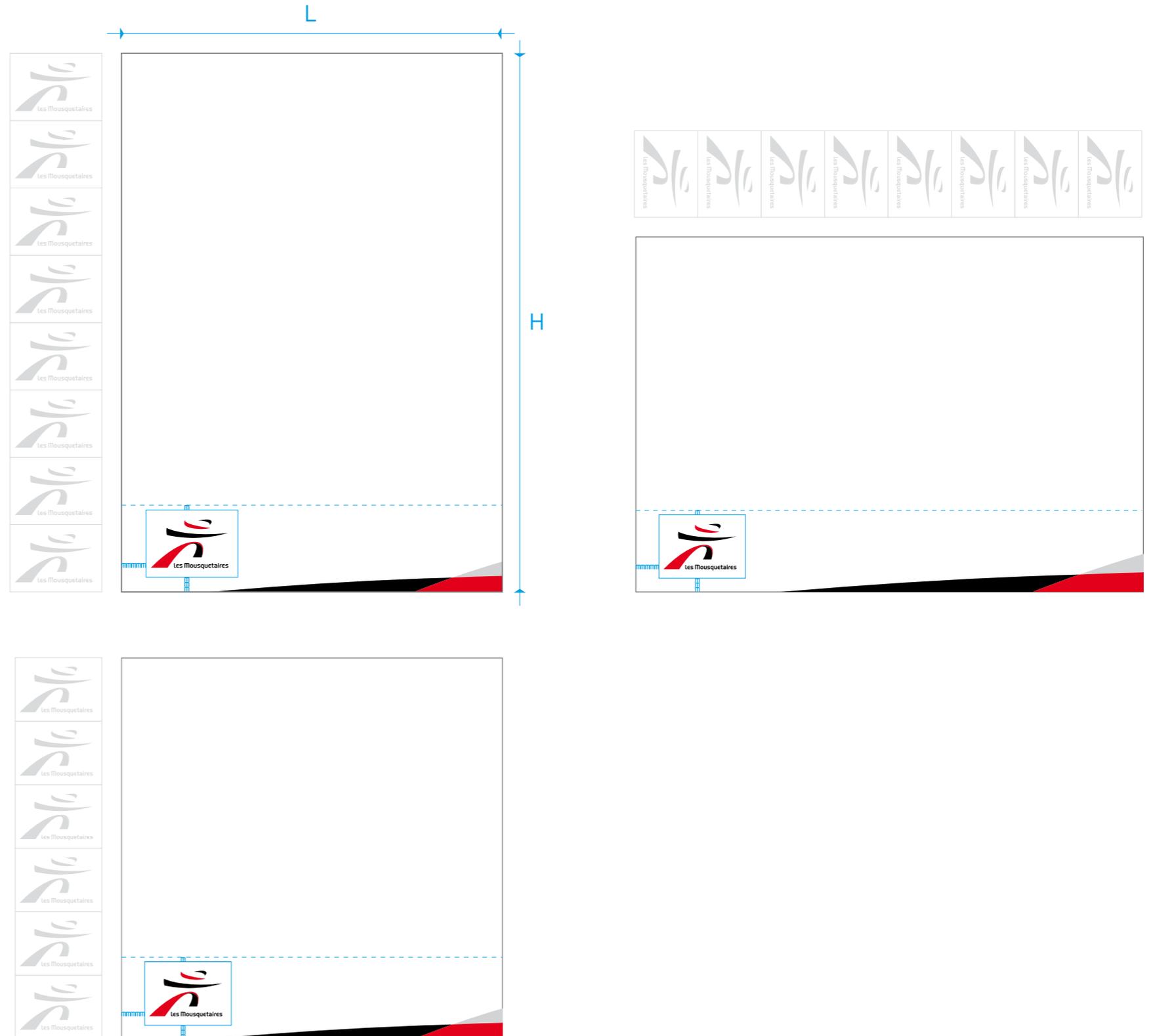
**1/8 du côté le plus grand**

Seule exception, pour les formats carrés la hauteur du cartouche correspond à 1/6 du côté du carré.

Le "M" sert de mesure pour indiquer les marges et intervalles.

### TAILLE DE LA ZONE DE SIGNATURE

Un espace équivalent à un "M" est conservé au dessus du cartouche. Le fond est obligatoirement blanc dans cette zone. Il n'est pas nécessaire de marquer la limite de cette zone, le fond blanc peut s'étendre plus haut.



## 4.4 | DOCUMENTS INSTITUTIONNELS

A usage interne ou externe, c'est le Groupement qui s'exprime par le biais des documents institutionnels. L'identité institutionnelle est donc très présente. Seule la typographie institutionnelle, Interstate, est utilisée. La palette de couleurs se cantonne aux couleurs institutionnelles principales. Le blanc est utilisé prioritairement, en jouant avec des aplats ou des photos pour rythmer la mise en page. Trois hauteurs de bandeau ont été définies ; la plus grande, correspondant à la taille maximum de la zone d'expression, est à réserver aux visuels.

A partir de ces bases communes, différentes mises en page sont possibles afin de s'adapter au sujet traité et au public visé, mais également afin de distinguer les différents documents entre eux.

Les mêmes règles s'appliquent indifféremment aux formats à la française, carré et à l'italienne.

### TYPOGRAPHIE INSTITUTIONNELLE

> INTERSTATE Regular

A B C D E F G H I J K L M N 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 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 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 o p q r s t u v w x y z

### COULEURS INSTITUTIONNELLES PRINCIPALES



## 4.5 | DOCUMENTS ÉVÉNEMENTIELS

Principalement à usage externe, c'est aussi le Groupement qui s'exprime, mais avec plus de liberté pour s'adapter au sujet et au public visé.

Les caractéristiques des mises en page institutionnelles sont reprises, notamment le blanc utilisé prioritairement, mais avec plus de souplesse et une gamme de couleurs élargie.

La typographie institutionnelle, l'Interstate, est utilisée. Il est également possible d'employer une typographie très différente pour les titres, en fonction du sujet et du public visé. (Toute typographie "bâton" autre que l'Interstate est à proscrire).

Les mêmes règles s'appliquent indifféremment aux formats à la française, carrés et à l'italienne.

### TYPOGRAPHIE INSTITUTIONNELLE

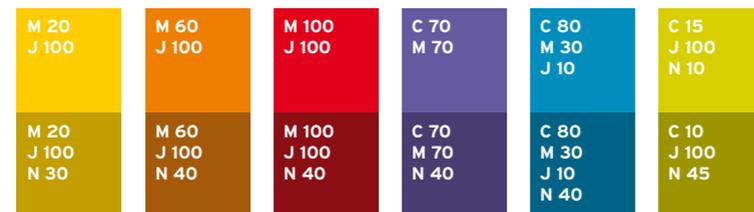
> INTERSTATE Regular

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z

### TYPOGRAPHIE LIBRE (adaptée au sujet)

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z

### COULEURS INSTITUTIONNELLES OU LIBRES



## 4.6 | DOCUMENTS INSTITUTIONNELS DES ENSEIGNES

C'est le Groupement qui s'exprime par le biais des documents internes, mais le sujet concerne souvent un métier en particulier. On distingue deux catégories de documents :

- les documents institutionnels des enseignes à usage externe :

l'enseigne et le Groupement s'expriment suivant les règles d'endossement définis pour les prospectus, en quatrième de couverture avec le logo Mousquetaires et la phrase des valeurs.

- les documents institutionnels des enseignes à usage interne :

pour ces documents, on applique le principe d'endossement utilisé pour les 4x3.

Les caractéristiques des mises en page institutionnelles sont reprises, notamment le blanc utilisé prioritairement. Les mêmes règles s'appliquent indifféremment aux formats à la française, carrés et à l'italienne.

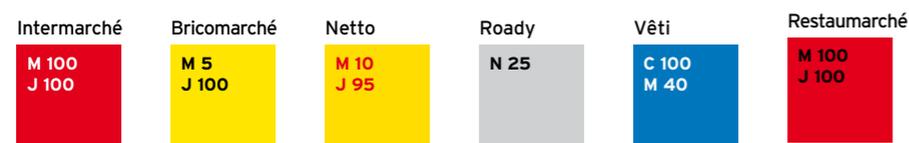
### TYPOGRAPHIE INSTITUTIONNELLE

> INTERSTATE Regular

A B C D E F G H I J K L M N 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 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 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 o p q r s t u v w x y z

### COULEURS INSTITUTIONNELLES PRINCIPALES OU MÉTIERS



Documents institutionnels des enseignes à usage externe : endossement en quatrième de couverture.



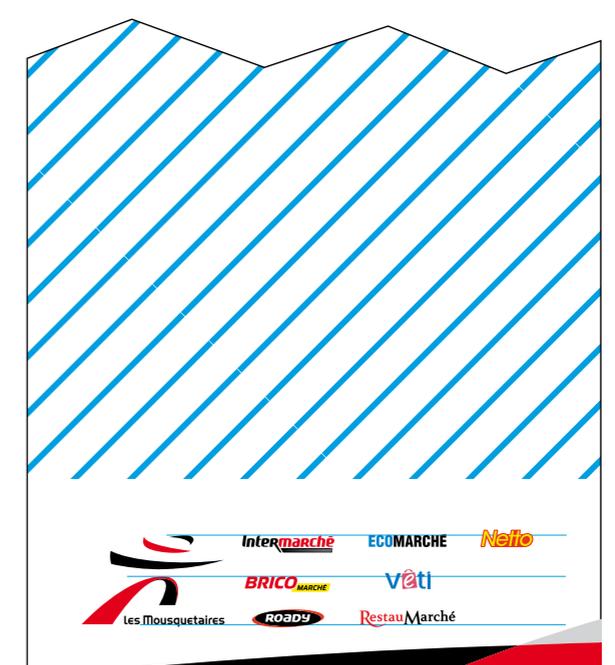
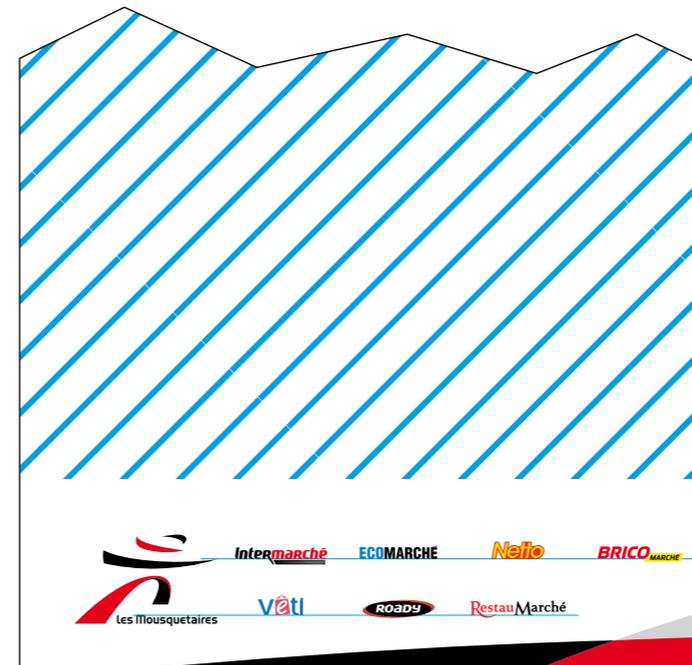
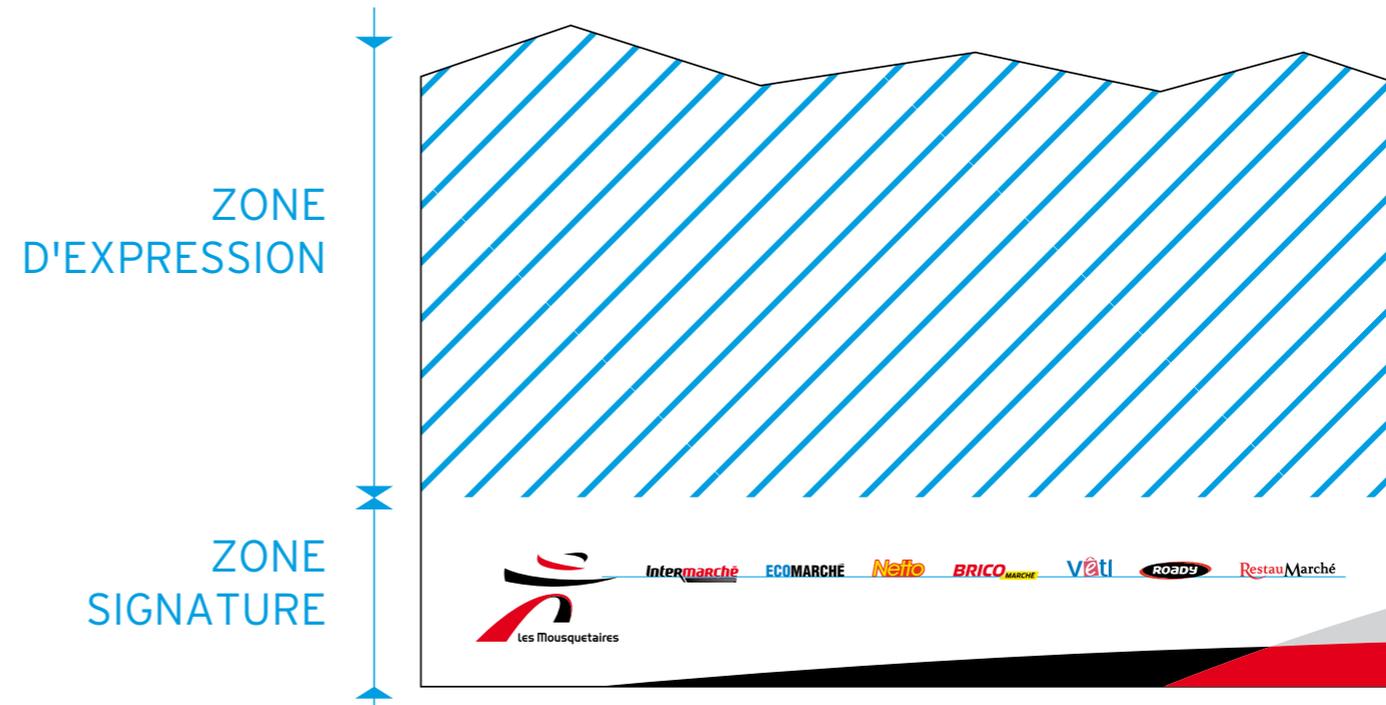
Documents institutionnels des enseignes à usage interne : endossement type 4x3.

## 4.7 | PRINCIPES DE CO-SIGNATURE AVEC LES ENSEIGNES

TYPE 1 : les enseignes Intermarché, Écomarché, Netto, Bricomarché, Vêti, Roady et Restaumarché.

Le Groupement peut s'exprimer avec toutes ses enseignes soit sur 1 ligne, 2 lignes ou 3 lignes pour des documents avec peu d'espace.

**ATTENTION :**  
Utilisation du logo de la nouvelle enseigne Intermarché à partir de janvier 2010.



# CHAPITRE 5

Principes fondamentaux  
de la signalétique,  
du sponsoring  
et des produits dérivés

**5.1 | PRINCIPES GÉNÉRAUX**

**5.2 | SIGNALÉTIQUE ET SPONSORING :  
BANNIÈRES/BANDEAUX  
*TYPE 1***

**5.3 | SIGNALÉTIQUE ET SPONSORING :  
BANNIÈRES/BANDEAUX  
*TYPE 2***

**5.4 | SIGNALÉTIQUE ET SPONSORING :  
PUPITRE, DRAPEAU & GUIRLANDES**

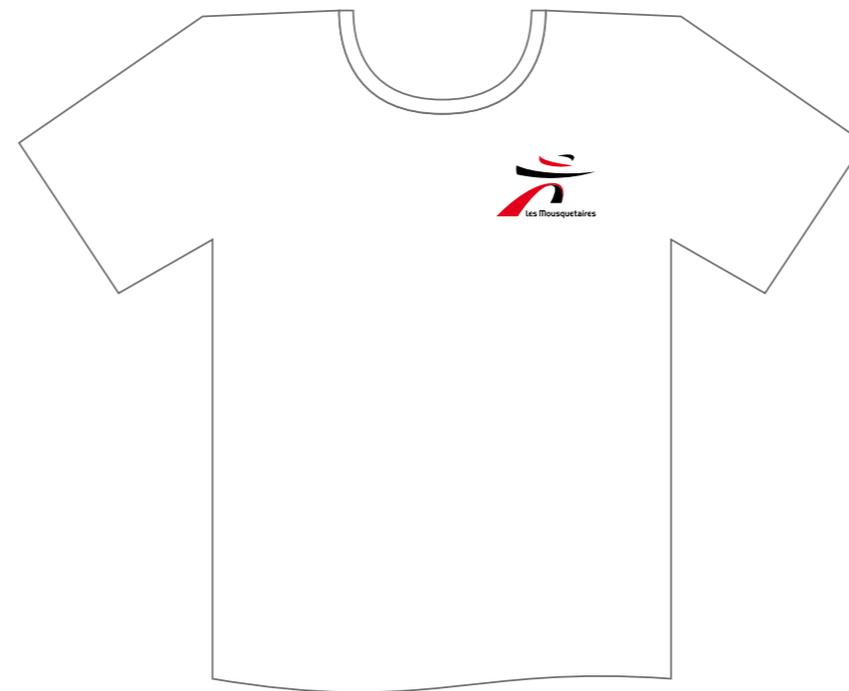
**5.5 | PRODUITS DÉRIVÉS  
ET OBJETS PROMOTIONNELS**

## 5.1 | PRINCIPES GÉNÉRAUX

L'objectif premier du sponsoring et des produits dérivés est de valoriser au maximum la marque.

Pour ce faire, l'utilisation du logotype institutionnel complet est privilégié. On privilégie les supports sur fonds clairs : blanc, gris ...

Le décor 2, qui offre le plus d'impact, est utilisé prioritairement.



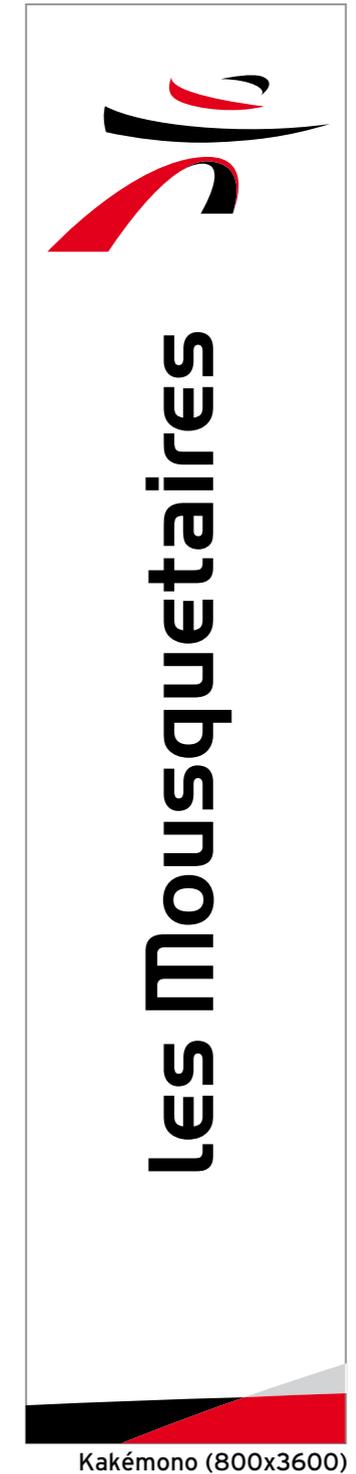
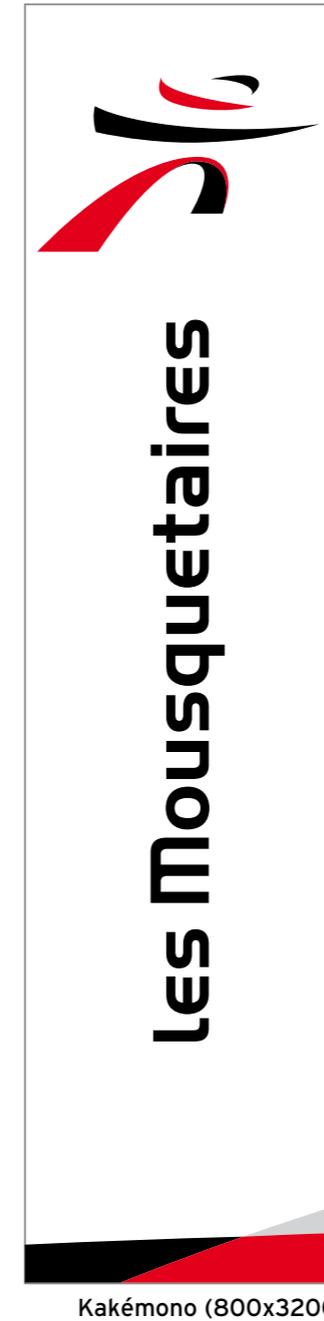
## 5.2 | SIGNALÉTIQUE ET SPONSORING : BANNIÈRES/BANDEAUX

### TYPE 1

Deux types de bannières et bandeaux ont été définis. Le type 1 présenté ici est le plus sobre, avec une dominante blanche et une forte présence du logotype. Il est particulièrement destiné aux utilisations permanentes ou aux événements internes (siège social, séminaires, etc. ), où l'identité institutionnelle n'a pas besoin d'être sur-exprimée.

Bannières et bandeaux verticaux sont destinés principalement à la visibilité de loin, d'où un placement spécifique de la marque typographique par rapport au symbole du Mousquetaire destiné à maximiser l'impact et la lisibilité. **Ce placement, spécifique à la signalétique et adapté à ses contraintes, ne doit être repris pour aucune autre utilisation.**

Le décor 1 est utilisé en partie basse pour animer la bannière ou le bandeau (voir chapitre 1).



## 5.2 | SIGNALÉTIQUE ET SPONSORING : BANNIÈRES/BANDEAUX

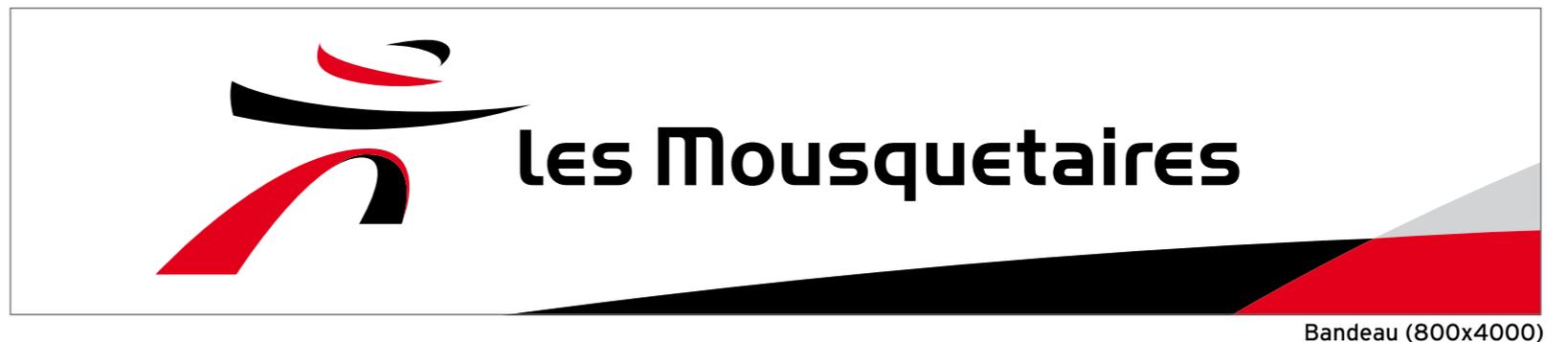
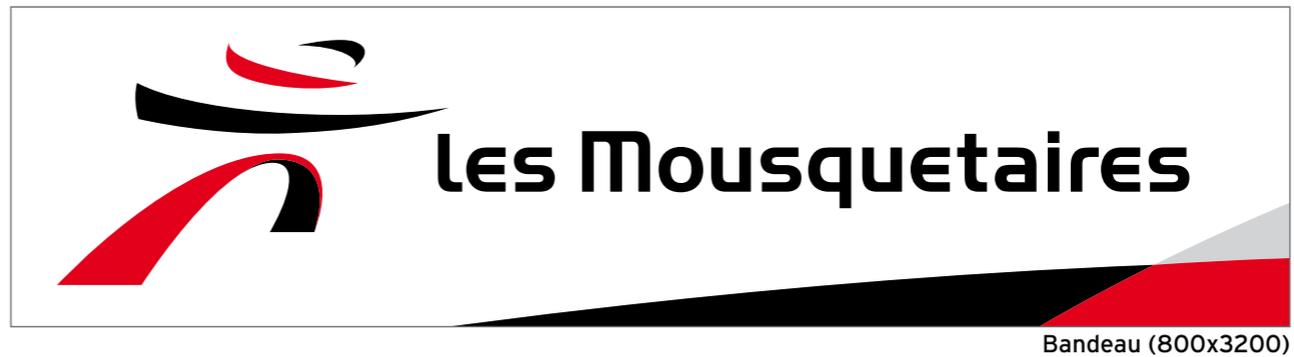
### TYPE 1

Deux types de bannières et bandeaux ont été définis. Le type 1 présenté ici est le plus sobre, avec une dominante blanche et une forte présence du logotype. Il est particulièrement destiné aux utilisations permanentes ou aux événements internes (siège social, séminaires, etc. ), où l'identité institutionnelle n'a pas besoin d'être sur-exprimée.

Bannières et bandeaux horizontaux sont destinés principalement à la visibilité de loin, d'où un placement spécifique de la marque typographique par rapport au symbole du Mousquetaire destiné à maximiser l'impact et la lisibilité.

**Ce placement, spécifique à la signalétique et adapté à ses contraintes, ne doit être repris pour aucune autre utilisation.**

Le décor 1 est utilisé en partie basse pour animer la bannière ou le bandeau (voir chapitre 1).

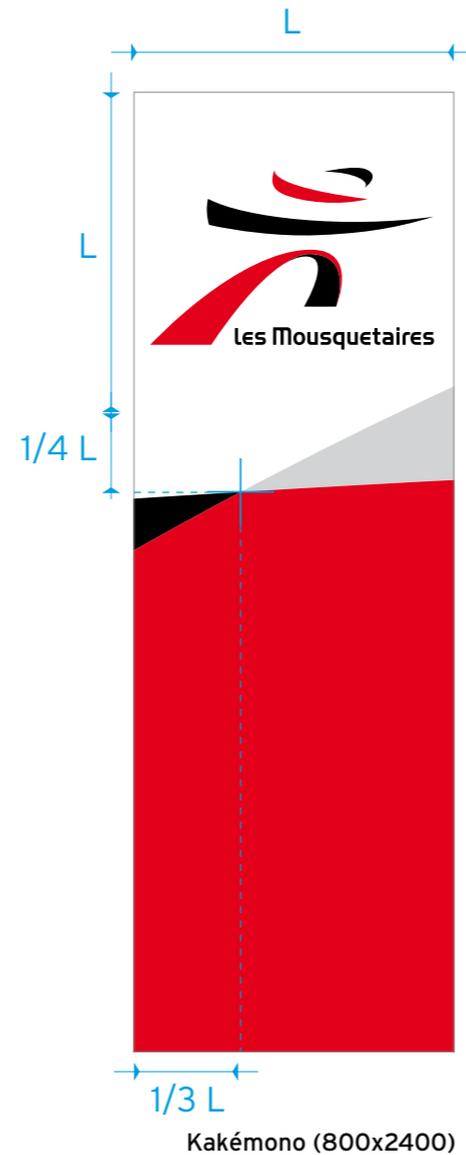


### 5.3 | SIGNALÉTIQUE ET SPONSORING : BANNIÈRES/BANDEAUX

#### TYPE 2

Deux types de bannières et bandeaux ont été définis. Le type 2 présenté ici utilise le décor 2, qui offre le plus grand impact.

La construction du décor est spécifique. Le point de croisement est toujours situé à  $1/3$  du bord gauche, sa hauteur correspond toujours à la largeur du support, afin de placer le logo des Mousquetaires dans un carré.

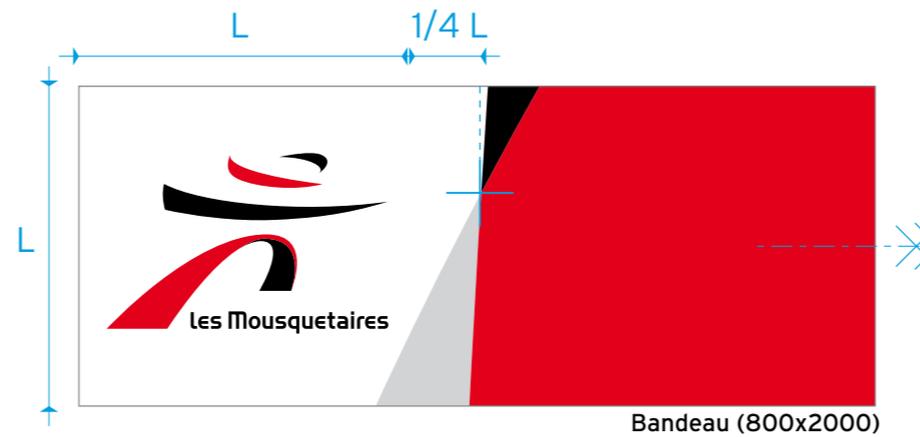


### 5.3 | SIGNALÉTIQUE ET SPONSORING : BANNIÈRES/BANDEAUX

#### TYPE 2

Deux types de bannières et bandeaux ont été définis. Le type 2 présenté ici utilise le décor 2, qui offre le plus grand impact.

La construction du décor est spécifique. Le point de croisement est toujours situé à  $1/3$  du bord gauche, sa hauteur correspond toujours à la largeur du support, afin de placer le logo des Mousquetaires dans un carré.

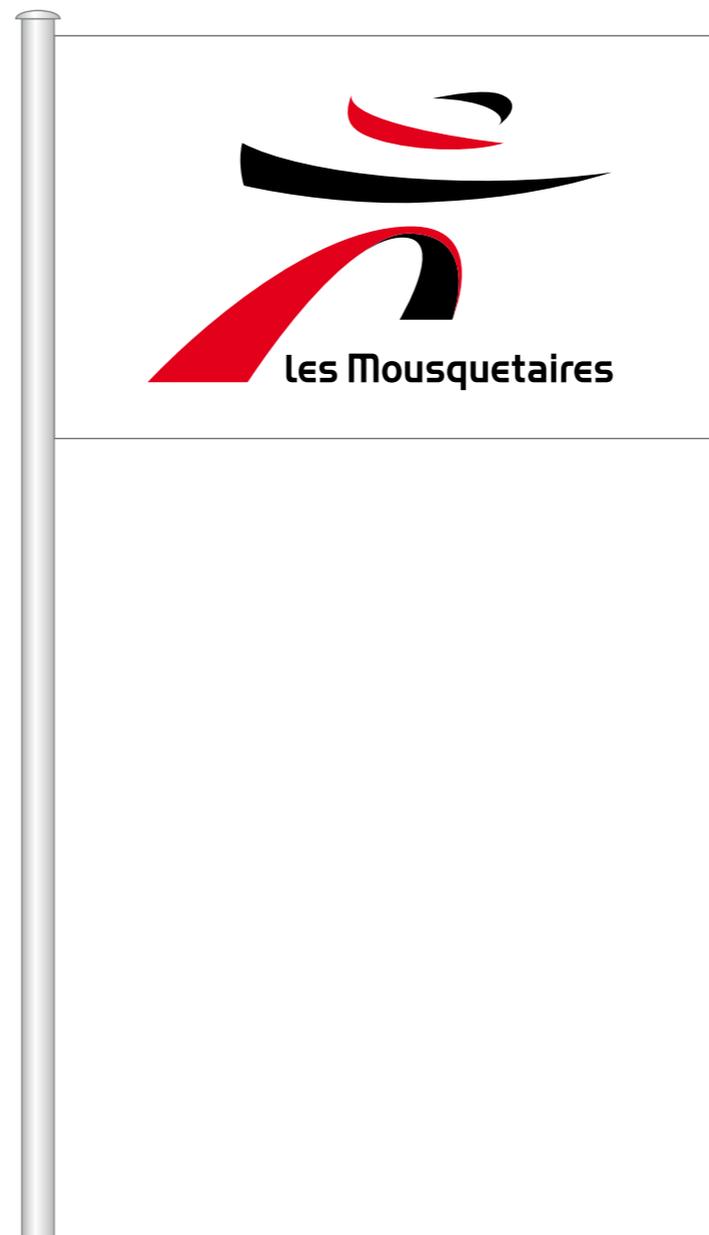
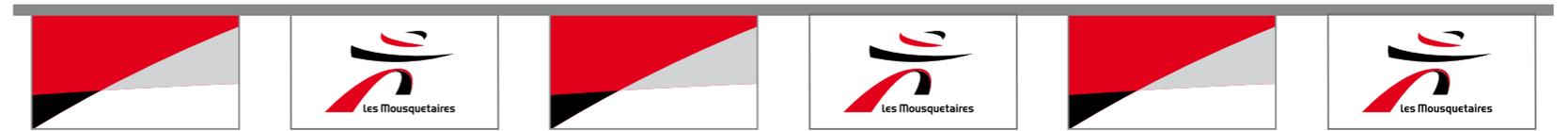


## 5.4 | SIGNALÉTIQUE ET SPONSORING : PUPITRE, DRAPEAU & GUIRLANDES

Les guirlandes alternent des fanions avec le décor 2 et le logotype institutionnel.

**La zone de protection du logotype est respectée, elle permet de dimensionner le logotype de façon à optimiser son impact et sa lisibilité.**

Le drapeau et le pupitre comportent également le logotype institutionnel, dans le respect de sa zone de protection.



## 5.5 | PRODUITS DÉRIVÉS ET OBJETS PROMOTIONNELS

### Le logotype institutionnel complet est utilisé en priorité.

Le symbole du Mousquetaire et la marque typographique peuvent être séparés lorsque la taille du logotype complet ne permet pas une bonne lisibilité de la marque. (exemple : le stylo) .

Le symbole du Mousquetaire peut être utilisé seul, mais la marque typographique doit également être présente sur l'objet.

La taille minimale d'utilisation du logotype doit être adaptée en fonction du procédé de reproduction et du support pour assurer la bonne lisibilité de la marque.

Le fond est principalement blanc pour permettre au logotype de bien ressortir. Le décor 2, qui offre le plus d'impact, est utilisé prioritairement pour animer. Le décor 1 peut être employé pour des objets plus raffinés. Il participe à l'image de marque sans sur-exprimer la marque.

Il est aussi possible d'utiliser le logo en version monochrome blanc sur un aplat de couleur (exemple : le t-shirt).



# CHAPITRE 6

## La signalétique des points de vente

**6.1 | SYNTHÈSE DES GRANDES RÈGLES  
D'APPLICATION DU LOGO SUR FAÇADE**

**6.2 | PRINCIPES GÉNÉRIQUES  
DE MISE EN PLACE SUR FAÇADE**

**6.3 | PRINCIPE DE MISE EN PLACE  
SUR FAÇADE INTERMARCHÉ**

**6.4 | PRINCIPE DE MISE EN PLACE  
SUR FAÇADE BRICOMARCHÉ**

**6.5 | PRINCIPE DE MISE EN PLACE  
SUR FAÇADE NETTO**

**6.6 | PRINCIPE DE MISE EN PLACE  
SUR FAÇADE ROADY**

**6.7 | PRINCIPE DE MISE EN PLACE  
SUR FAÇADE RESTAUMARCHÉ**

**6.8 | PRINCIPES GÉNÉRIQUES**

**6.1 | PRINCIPE TECHNIQUE DE  
RÉALISATION DU LOGO**

*PRINCIPE N°1 / PRINCIPE N°2a  
PRINCIPE N°2b / PRINCIPE N°3*

## 6.1 | SYNTHÈSE DES GRANDES RÈGLES D'APPLICATIONS DU LOGO SUR FACADE

Le chapitre 6 détaille les règles d'application du logotype les Mousquetaires sur les façades des enseignes.

Le logotype les Mousquetaires doit être présent sur toutes les façades, dans le même champs visuel que l'enseigne afin de montrer l'appartenance au Groupement.

La mise en place sur les façades doit respecter quelques principes précis qui permettront d'assurer la cohérence de son application.

### **En résumé, le logotype :**

- est positionné sur les supports de façon libre, sans cartouche de fond puis de préférence :
- positionné à droite de l'enseigne
- à la même taille que l'enseigne
- aligné sur l'enseigne
- dans le même matériau que celui utilisé pour l'enseigne

Il convient de créer un éloignement suffisant entre l'enseigne et le logo "les Mousquetaires" afin de respecter le principe d'endossement à distance.

## 6.2 | PRINCIPES GÉNÉRIQUES DE MISE EN PLACE SUR FAÇADE

RECOMMANDATION :  
Dimensions de l'enseigne "Les Mousquetaires",  
**hauteur toujours égale à celle de la marque.** (hors cas  
particuliers)



## 6.2 | PRINCIPES GÉNÉRIQUES DE MISE EN PLACE SUR FAÇADE

RECOMMANDATION : Façade standard

**Enseigne placée à droite de l'entrée** (voir schéma 1).

**CAS PARTICULIER** : Impossibilité de placer l'enseigne à droite. **Enseigne placée à gauche de l'entrée** (voir schéma 2).

Schéma 1



Schéma 2



## 6.3 | PRINCIPE DE MISE EN PLACE SUR FAÇADE INTERMARCHÉ

Principe générique sur façade standard  
enseigne Intermarché en acrotère ou non

Zone de protection  
(hauteur de l'enseigne)



### 6.3 | PRINCIPE DE MISE EN PLACE SUR FAÇADE INTERMARCHÉ

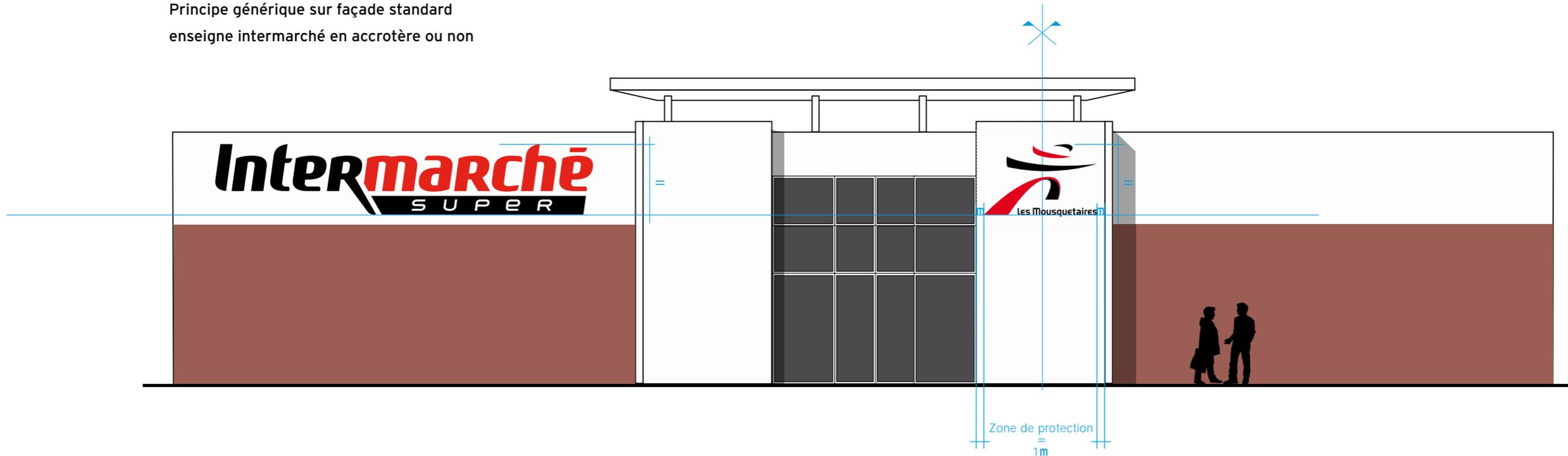
Une zone de protection a été créée afin de préserver l'intégrité du logotype "Les Mousquetaires". Le "M" sert de mesure pour définir cette zone. En aucun cas le tracé du rectangle n'est imprimé.



Photomontage de principe

Principe générique sur façade standard enseigne intermarché en accrotère ou non

Centrée sur le massif



### 6.3 | PRINCIPE DE MISE EN PLACE SUR FAÇADE INTERMARCHÉ

#### ATTENTION CAS PARTICULIER :

Dans le cas d'une façade comportant une entrée de type « livre ouvert », l'enseigne "Les Mousquetaires" doit être placée sur la partie droite de celui-ci.

Une zone de protection a été créée afin de préserver l'intégrité du logotype "Les Mousquetaires". Le "M" sert de mesure pour définir cette zone. En aucun cas le tracé du rectangle n'est imprimé.



Photomontage de principe

Principe générique sur façade "type ouvert"



## 6.4 | PRINCIPE DE MISE EN PLACE SUR FAÇADE BRICOMARCHÉ



Photomontage de principe

Principe générique sur façade standard  
enseigne Bricomarché en accrotère ou non



## 6.4 | PRINCIPE DE MISE EN PLACE SUR FAÇADE BRICOMARCHÉ



Photomontage de principe

Principe générique sur façade standard  
enseigne Bricomarché en accrotère ou non



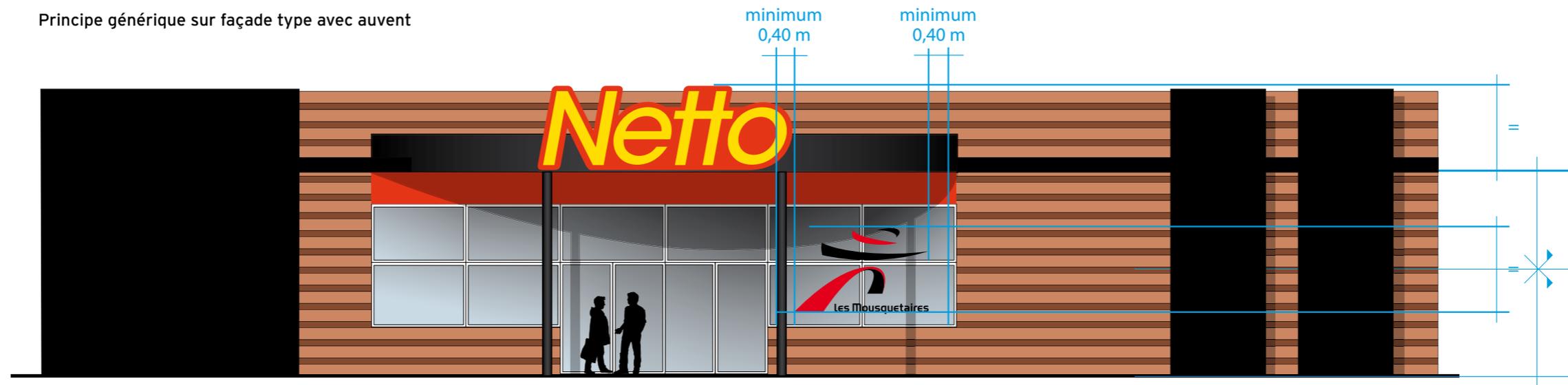
## 6.5 | PRINCIPE DE MISE EN PLACE SUR FAÇADE NETTO

L'enseigne "Les Mousquetaires" doit être placée sur la façade vitrée et réalisée en vitrophanie.



Photomontage de principe

Principe générique sur façade type avec auvent

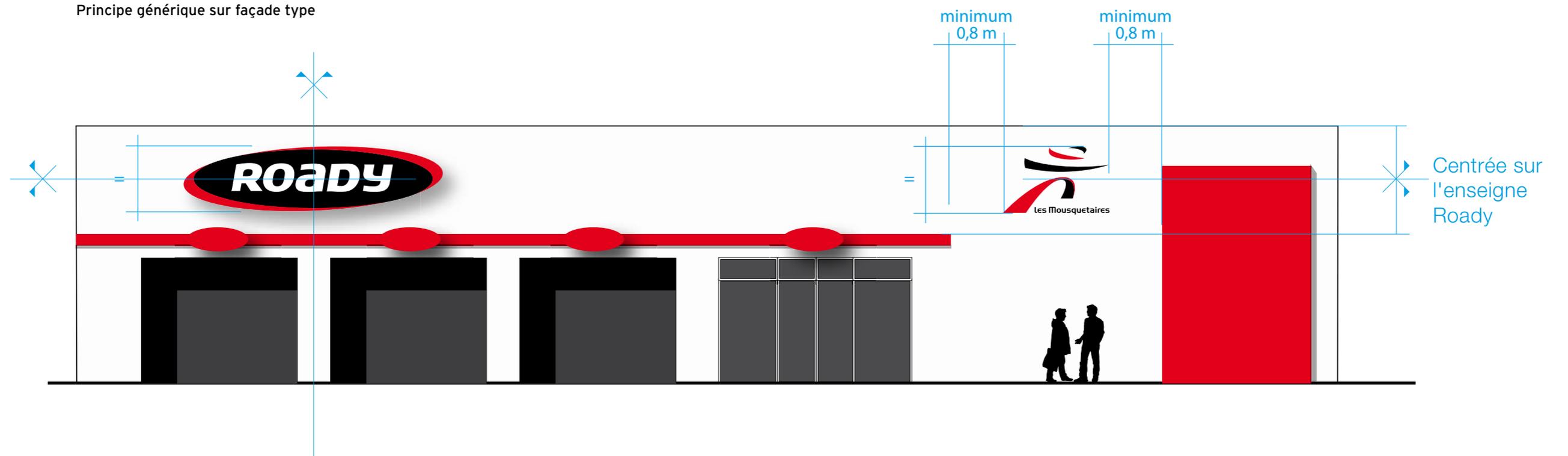


## 6.6 | PRINCIPE DE MISE EN PLACE SUR FAÇADE ROADY



Photomontage de principe

Principe générique sur façade type

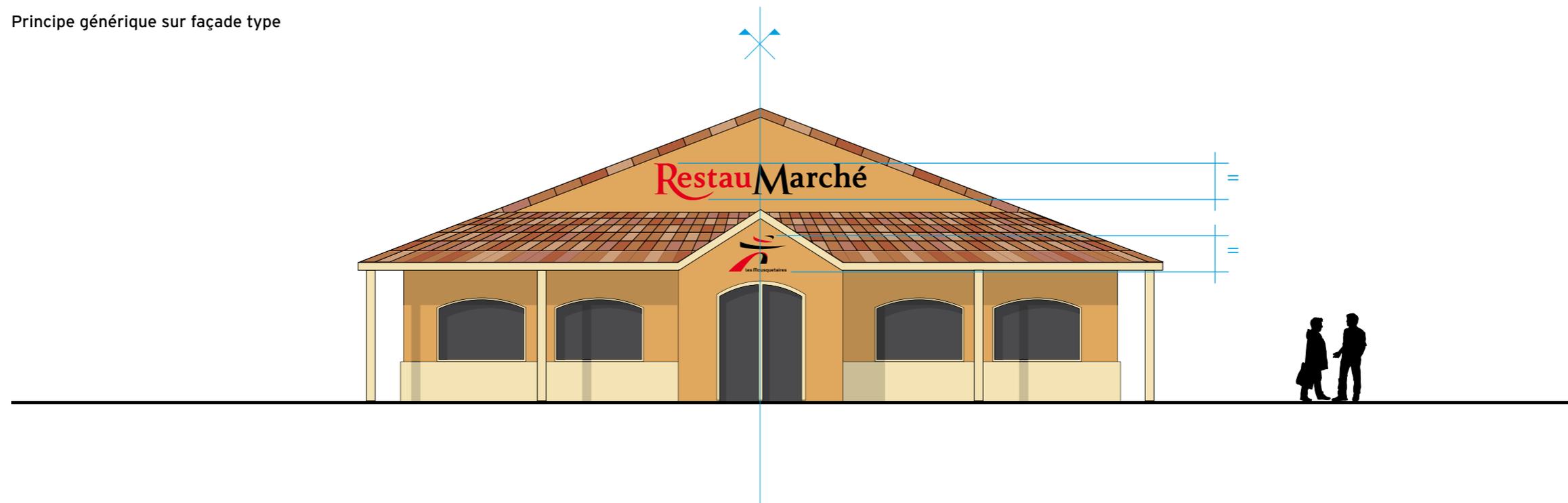


## 6.7 | PRINCIPE DE MISE EN PLACE SUR FAÇADE RESTAUMARCHÉ



Photomontage de principe

Principe générique sur façade type



## 6.8 | PRINCIPES GÉNÉRIQUES

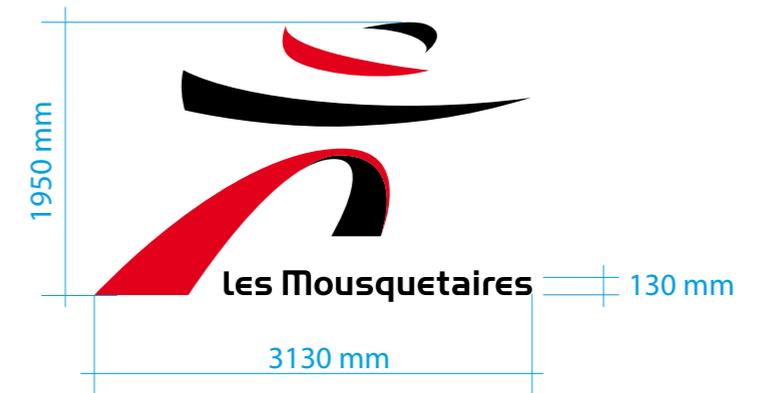
Enseignes	Hauteur des enseignes existantes (mm)	 H Les Mousquetaires (mm)	Distance minimale entre l'enseigne et le logo Mousquetaires <sup>D</sup> ex:  
H 	H=1009 mm	H=1000 mm	D=870 mm
	H=1400 mm	H=1400 mm	D=1200 mm
H 	H=1485 mm		
H 	H=1560 mm	H=1600 mm	D=1400 mm
	H=1950 mm	H=1950 mm	D=1700 mm
	H=1940 mm		
H 	H=2000 mm	H=2000 mm (adhésif)	D=1700 mm
	H=2250 mm	H=2250 mm	D=1950 mm
	H=2400 mm	H=2400 mm	D=2100 mm
	H=2340 mm		
	H=2790 mm	H=2800 mm	D=2400 mm
	H=2700 mm		
	H=2970 mm	H=3000 mm	D=2600 mm
	H=3250 mm	H=3250 mm	D=2800 mm

## 6.8 | PRINCIPES GÉNÉRIQUES

Afin de répondre à l'ensemble des typologies de façades du Groupement, optimiser les processus et les coûts de fabrication de l'enseigne, nous définissons 10 formats qui s'appliqueront à l'ensemble du réseau Mousquetaires.

Ces dimensions définies par l'étude des façades et enseignes existantes permettent de répondre à la majorité des applications demandées tout en respectant les règles fixées ci-après.

A ces formats sont associés des principes d'éclairage, principes dont le choix sera motivé par les normes définies dans ce cahier.



( ADHÉSIF POUR NETTO )

## 6.8 | PRINCIPES GÉNÉRIQUES



## 6.9 | PRINCIPES TECHNIQUE DE RÉALISATION DU LOGO

Afin de répondre à l'ensemble des typologies de façades du Groupement, optimiser les processus et les coûts de fabrication de l'enseigne, nous définissons trois principes d'éclairage qui s'appliqueront à l'ensemble du réseau.

La recommandation doit être appliquée dans la majorité des cas. (Toutes versions alternatives doivent rester exceptionnelles).

### PRINCIPE n° 1

#### Recommandation

Version Standard : Lettres et symbole type boîtiers + éclairage LED diffusantes par l'avant pour le rouge et pour le noir.



### PRINCIPES n° 2a et 2b

#### Solution non lumineuse

Version "non éclairée" : Lettres et symbole type boîtiers non éclairés, en tôle épaisseur 80mm, et fixés directement sur le support existant

Version "non éclairée" : Lettres et symbole type boîtiers non éclairés, en tôle épaisseur 20mm, et fixés directement sur le support existant



### PRINCIPE n°3

#### Uniquement sur façade vitrée

Version "light" : Vitrophanie aux couleurs de la marque, non éclairée

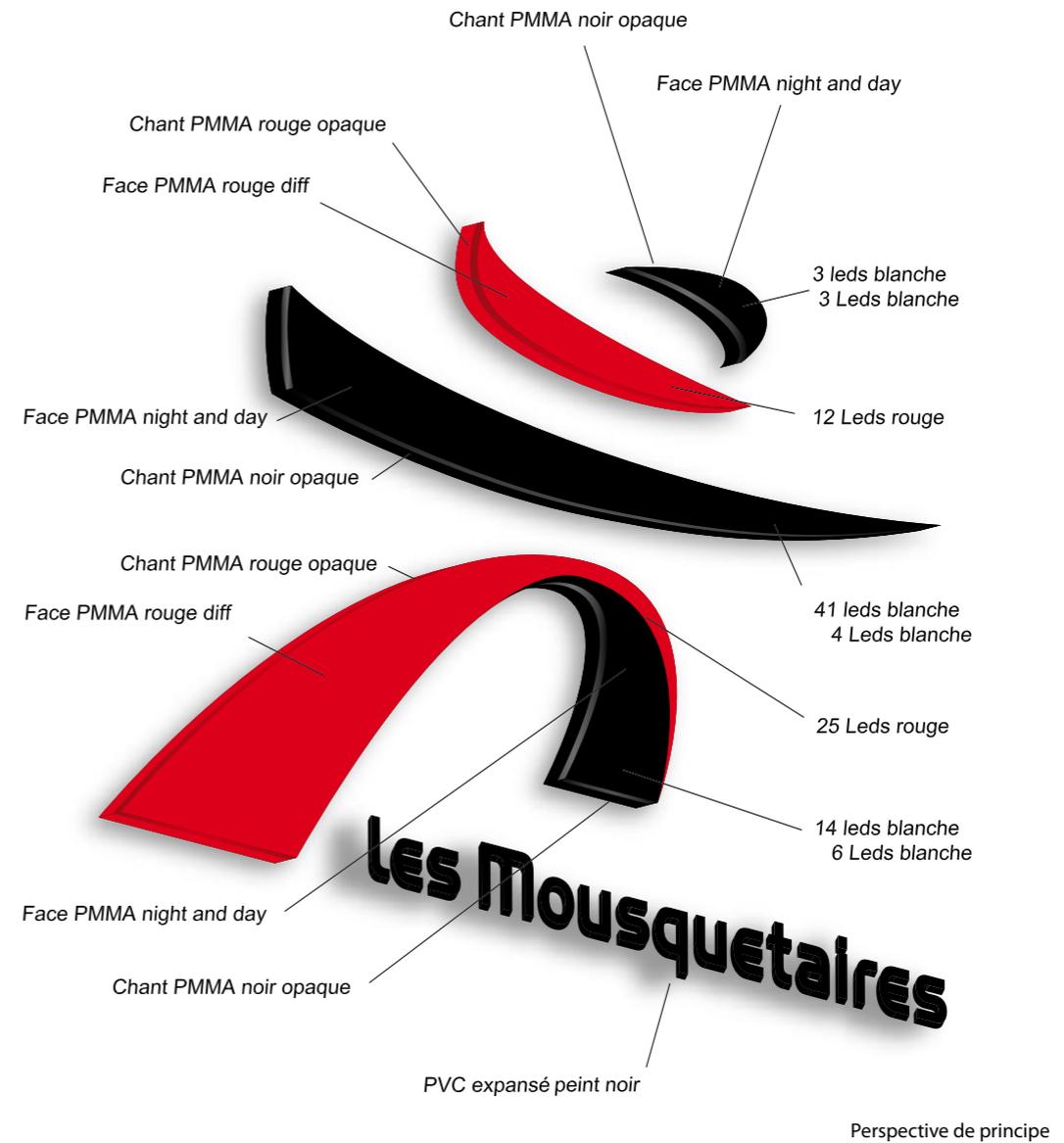


## 6.9 | PRINCIPES TECHNIQUE DE RÉALISATION DU LOGO

### PRINCIPE N°1

#### Recommandation

Version "standard" : Lettres et symbole type boitiers + éclairage LED diffusantes par l'avant pour le rouge et le noir.

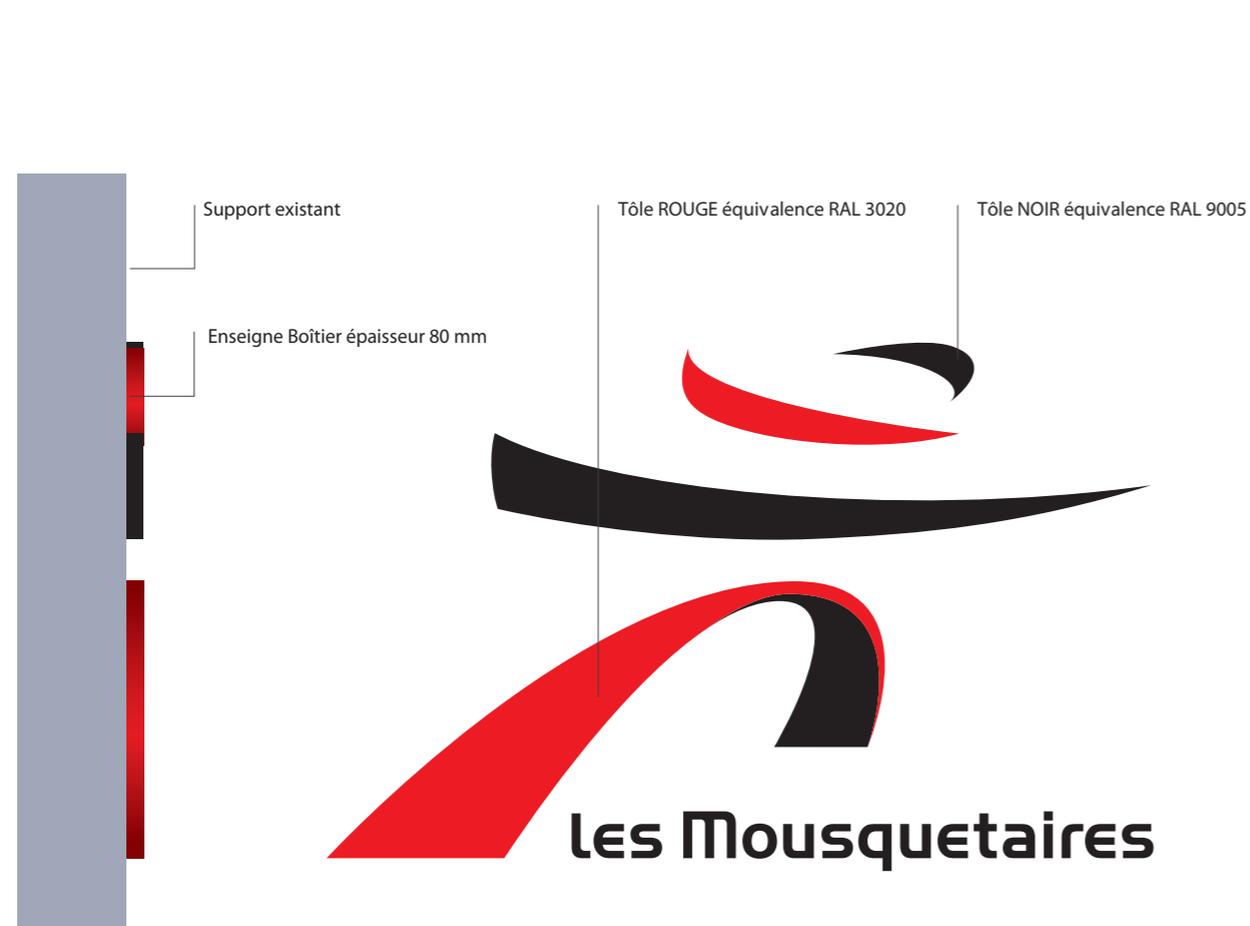


## 6.9 | PRINCIPES TECHNIQUE DE RÉALISATION DU LOGO

PRINCIPE N°2a

### CAS PARTICULIER :

Lettres et symbole type non-éclairés fixés directement sur la façade.



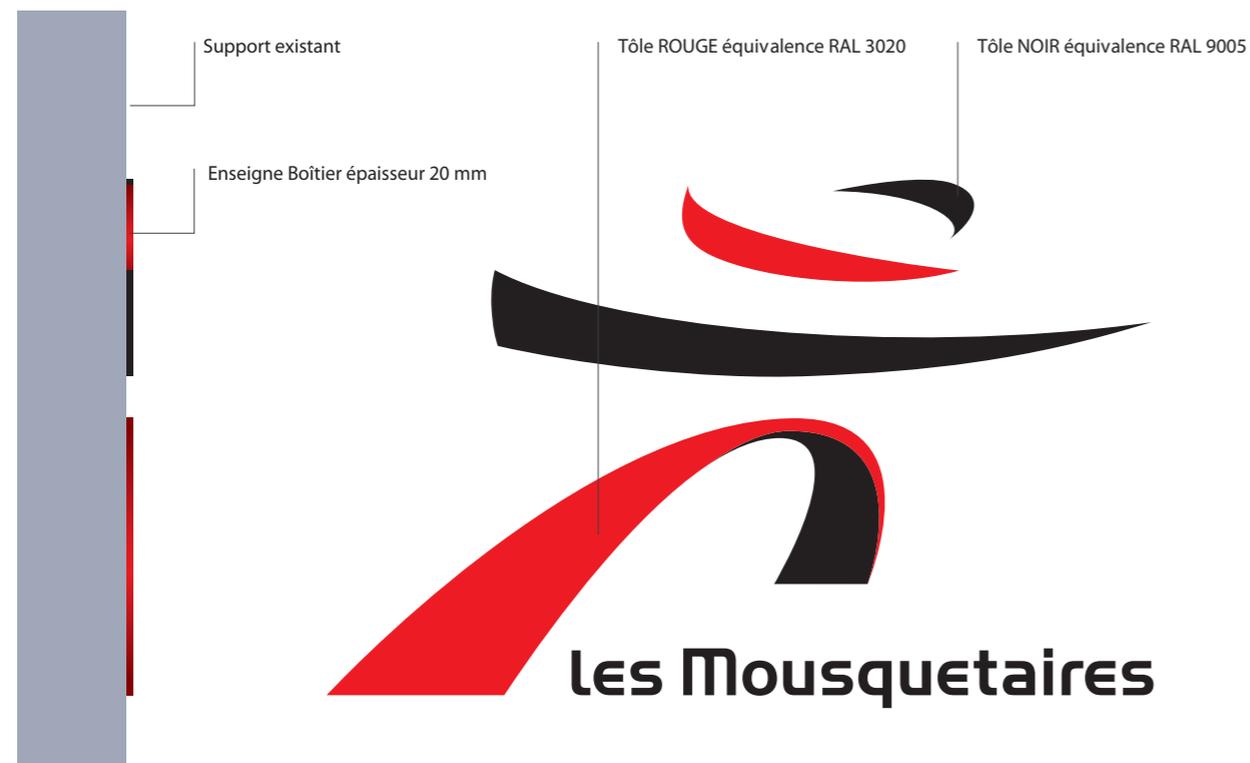
Perspective de principe

## 6.9 | PRINCIPES TECHNIQUE DE RÉALISATION DU LOGO

PRINCIPE N°2b

### CAS PARTICULIER :

Lettres et symbole type non-éclairés fixés directement sur la façade.



Perspective de principe

## 6.9 | PRINCIPES TECHNIQUE DE RÉALISATION DU LOGO

PRINCIPE N°3

### CAS PARTICULIER : sur façade vitrée

Lettres et symbole en vitrophanie.

Format identique à la zone de protection du logotype.



## PRATIQUE

Pour télécharger sur supports numériques les différents éléments de l'identité, les formats type, ainsi que pour les dernières informations et d'éventuelles mise à jour de la charte, connectez vous sur :

[www.identite-mousquetaires.com](http://www.identite-mousquetaires.com)

*Les polices de caractères utilisées ne sont pas téléchargeables, les prestataires sont invités à les acheter. Pour plus de détails, consulter le site [www.fontshop.com](http://www.fontshop.com)*