

# Charte graphique

# Contexte

## Présentation de l'entreprise

Foldi Société de Polyvalence est une entreprise spécialisée dans les travaux multi-domaines :

- **travaux intérieurs** (carrelage, peinture, etc...),
- **travaux extérieur** (terrassement, véranda, etc...)
- **entretiens et aménagement paysager** (élagage, tonte, etc...).

Elle intervient auprès de **clients particuliers et de grands groupes**, avec une ambition affirmée de se positionner durablement comme prestataire technique de confiance dans les environnements professionnels complexes, notamment industriels et tertiaires.

## Objectif de la charte graphique

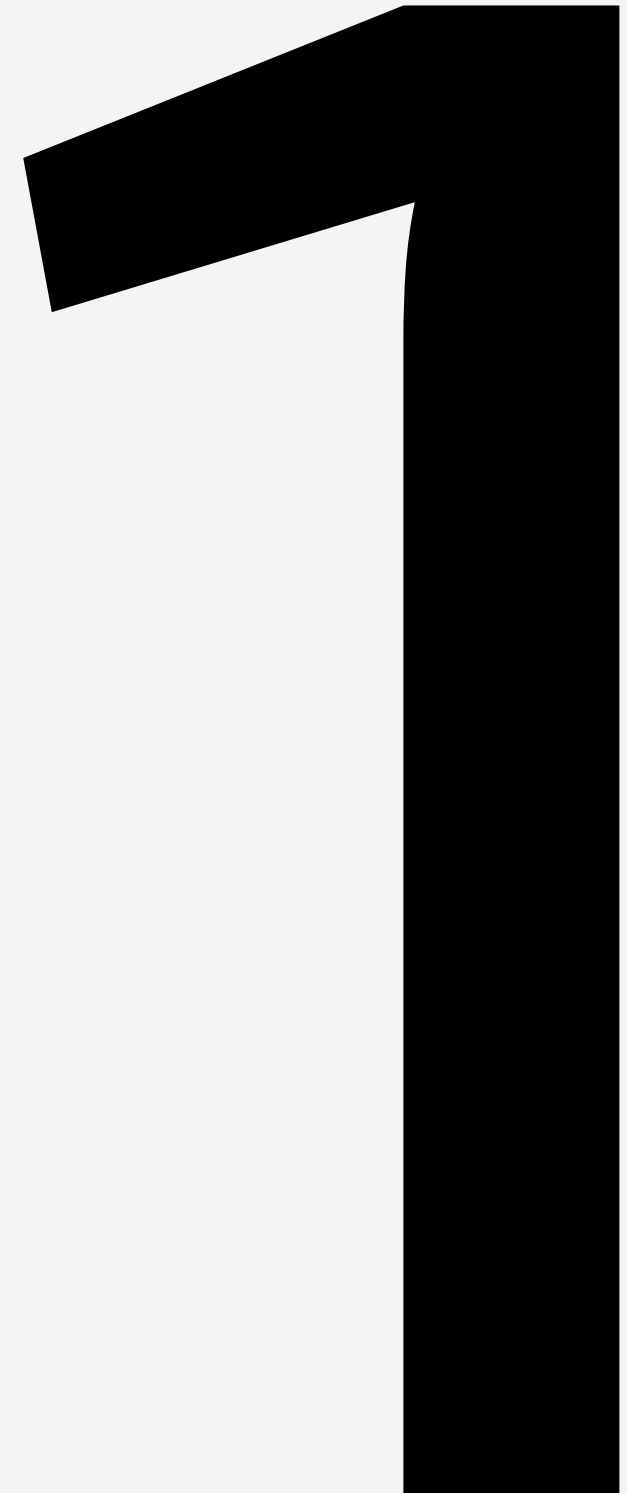
Cette charte vise à :

- **Structurer l'identité visuelle** de l'entreprise autour d'un univers cohérent, distinctif et professionnel.
- **Uniformiser l'utilisation des éléments graphiques** sur tous supports (print, web, signalétique, véhicules, textile).
- **Faciliter la collaboration** avec les partenaires externes (imprimeurs, graphistes, webdesigners) en fournissant des références précises.
- **Instaurer une identité forte** et immédiatement reconnaissable, quelles que soient les cibles et les contextes d'usage.

# Sommaire

04	Logo & variantes	23	Ton & style rédactionnel
09	Couleurs de marque	26	Règles d'usage
12	Typographies		
16	Iconographie		
18	Supports		

Logo



## Logotype complet



## Version pictogramme



Logo

## Versions principales

Les versions principales du logo sont celles à **privilégier dans toutes les situations de communication** (site, affiches, documents, réseaux sociaux...).

- Elles sont utilisées en couleurs, sur fond clair ou foncé selon les variantes prévues.
- Elles **respectent toujours les proportions, marges de sécurité et couleurs officielles de la charte.**

## Logotype complet

Privilégier l'utilisation sur :

- **Supports imprimés** (affiches, flyers, dossiers, documents officiels)
- **Présentations professionnelles**
- **Page d'accueil** d'un site ou d'une application
- **Réseaux sociaux** (photo de couverture, visuels de posts)

## Pictogramme seul

Privilégier l'utilisation quand :

- **L'espace est très réduit** (favicon, réseaux sociaux en miniature, app mobile)
- **L'identité de la marque est déjà bien connue**
- **Le style graphique demande une version simplifiée** (ex. : watermark, fond visuel)

Le pictogramme ne doit **jamais être utilisé seul si le nom de la marque n'est pas identifiable dans le contexte.**

Logo

## Versions monochromes

- La version monochrome du logo est à **utiliser lorsque l'impression couleur n'est pas possible ou que la lisibilité prime** (fonds chargés, noir et blanc, marquage, broderie, etc.).
- Utilisez le **logo noir sur fond clair, blanc sur fond foncé**.
- **Aucune modification de couleur, transparence ou effet ne doit être appliquée.**  
**Respectez toujours les marges de sécurité.**



# LOGO

## Utilisation sur fonds colorés

- Toujours choisir un logotype (pictogramme + typogramme) ou pictogramme en **version monochrome**.
- Toujours le choisir de couleur **blanche si le fond est foncé et noir si le fond est clair**, afin que le contraste soit important, et donc, conserver une bonne lisibilité.



## Marges de sécurités & fonds perdus

### Marges de sécurité :

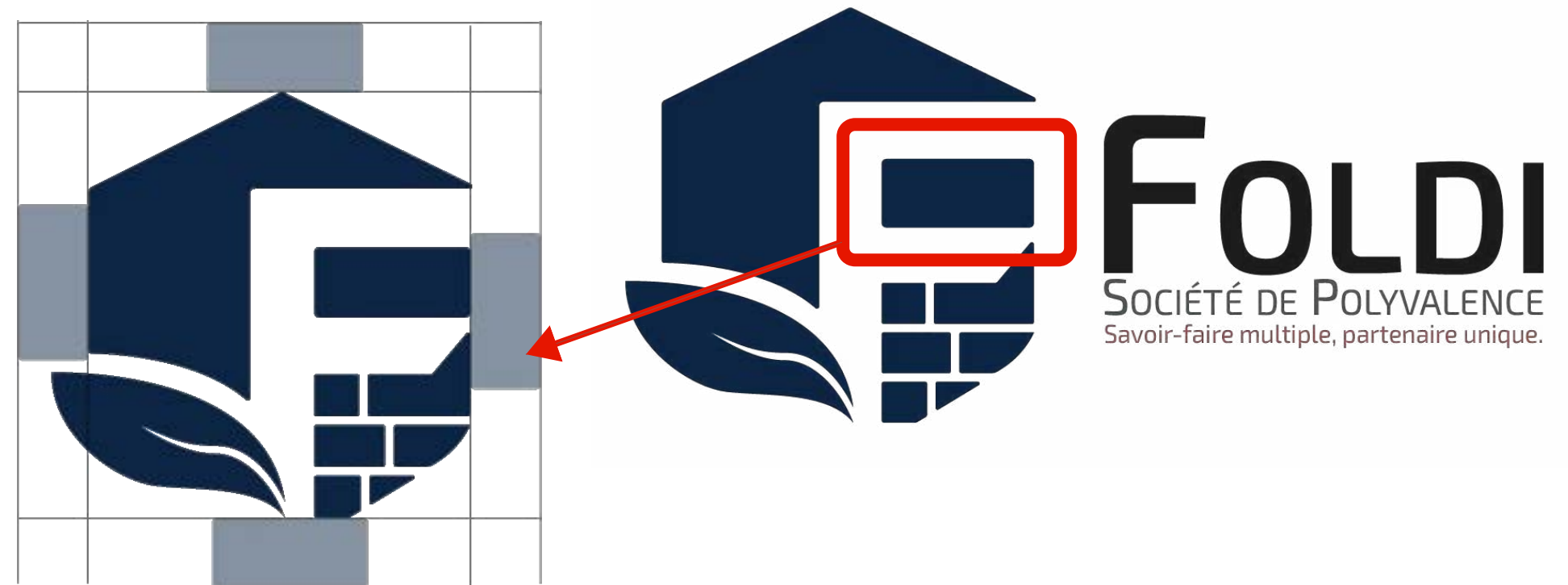
Pour garantir une bonne lisibilité et **éviter que des éléments soient trop proches du bord**, il est important de laisser un **espace vide autour du logo et des textes**. Aucun élément graphique ne doit empiéter dans cette zone. Concernant l'espace vide, **on prend comme repère la barre du F du pictogramme**, entourée en rouge ci-contre.

Il doit être équivalent à :

- **1x la hauteur de celle-ci, pour le haut et le bas du logo**
- **et 2x la hauteur de celle-ci, pour la gauche et la droite du logo.**

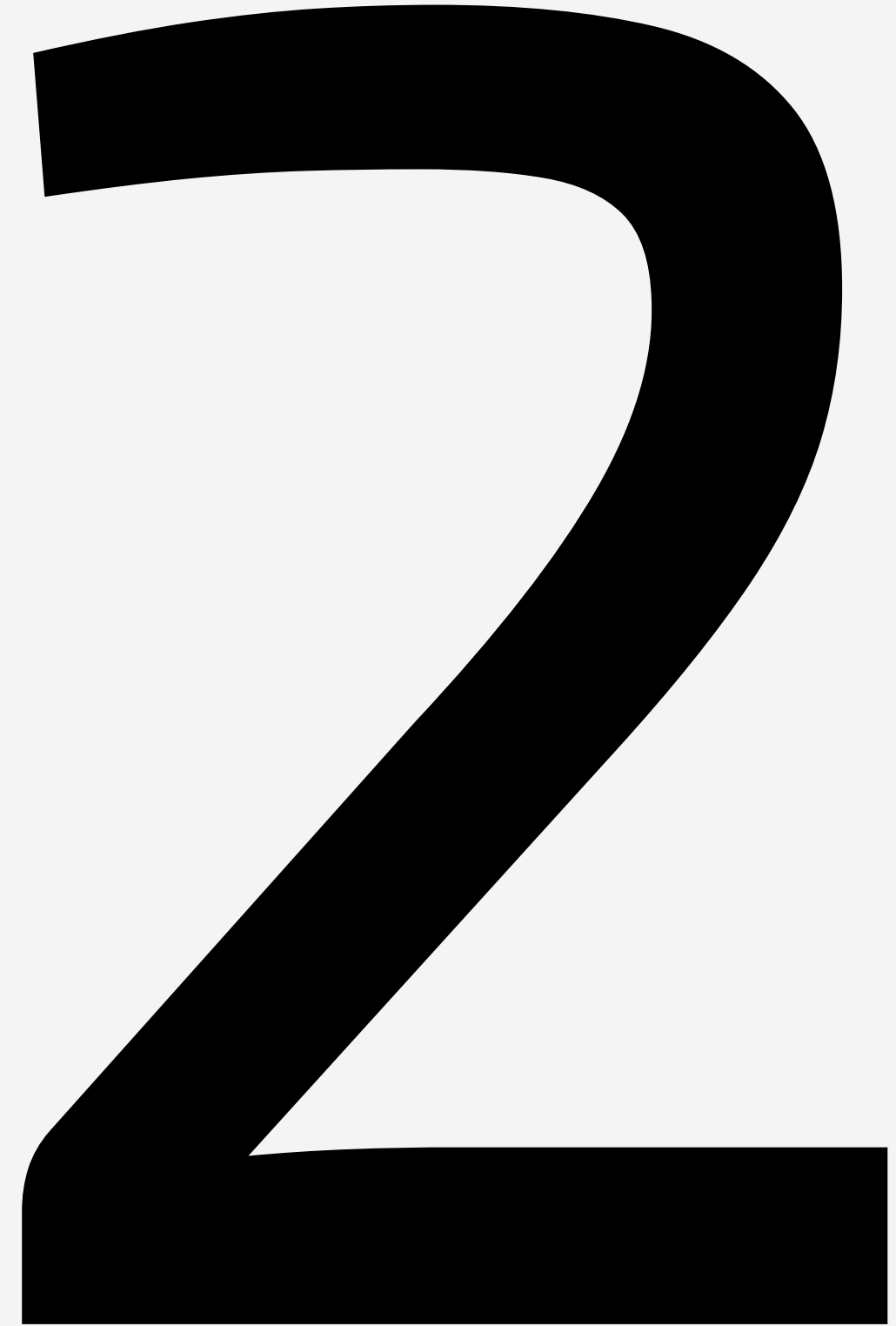
### Fonds perdus :

Lorsqu'un visuel est **destiné à l'impression**, il faut **prévoir un débord de 3 mm autour du format final**. Cela permet de couper proprement sans laisser de liseré blanc en bordure.



Logo

# Couleurs



# Couleurs

## Bleu nuit #0B2545

CMJN: 84/46/0/73  
RVB: 11/37/69

### Principale

Exemple  
d'utilisation :

- Références de marque,
- Pictogrammes,
- Titres
- Liens

## Gris acier #4C4F56

CMJN: 12/8/0/89  
RVB: 76/79/86

### Secondaire

Exemple  
d'utilisation :

- Sous-titres
- Textes institutionnels,
- Blocs discrets

## Noir mat #1B1B1B

CMJN: 0/0/0/89  
RVB: 27/27/27

### Neutre forte

Exemple  
d'utilisation :

- Texte principal / paragraphes
- Logos,
- Contrastes

## Rouille terre #984B43

CMJN: 0/51/56/40  
RVB: 152/75/67

### Accent

Exemple  
d'utilisation :

- Baselines,
- Boutons et autres CTA
- Surlignages

## Beige pierre #EAE3D2

CMJN: 0/3/10/8  
RVB: 234/227/210

### Tertiaire

Exemple  
d'utilisation :

- Blocs de citation
- Encadré infos

## Blanc pur #FFFFFF

CMJN: 0/0/0/0  
RVB: 255/255/255

### Contraste fond

Exemple  
d'utilisation :

- Supports neutres
- Formats numériques

# Couleurs

## A éviter

- Utiliser trop de couleurs simultanément (max. 3 dans un même visuel)
- Mélanger fond coloré + texte d'accent peu contrastés
- Utiliser le rouille terre en fond principal (trop dense visuellement)
- Décliner les couleurs sans respecter leur statut (ex: du bleu nuit en texte courant = trop dense)

# Typographie

ER

# Exo 2

AaBbCcDdEeFfGg  
HhIiJjKkLlMmNn  
OoPpQqRrSsTtUu  
VvWwXxYyZz

# Inter

AaBbCcDdEeFfGg  
HhIiJjKkLlMmNn  
OoPpQqRrSsTtUu  
VvWwXxYyZz

# Utilisation

Taille	Police	Poids	Interlettrage	Interligne
48px	Exo 2	Bold	-1	120%
36px	Exo 2	Semibold	-0.5	125%
28px	Exo 2	Medium	0	130%
22px	Exo 2	Medium	0	130%
14px	Exo 2	Medium	+1.2	130%
18px	Exo 2	SemiBold	+1	120%
16px	Inter	Regular	0	150%
18px	Inter	Light Italic	0	150%
12px	Inter	Regular	+0.5	140%
28pt	Exo 2	Bold	0	120%
11pt	Inter	Regular	0	145%

## H1 - Titre principal

## H2 - Sous-titre

### H3 - Titre de section

#### H4 - Bloc technique / Page secondaire

Navigation (menu principal)

CTA (ex: boutons..)

Paragraphe

Citation ou encadré

Petits textes (ex: Mentions légales..)

## Titre PDF, print (affiches, devis, etc..)

Texte PDF, print (coprs de texte..)

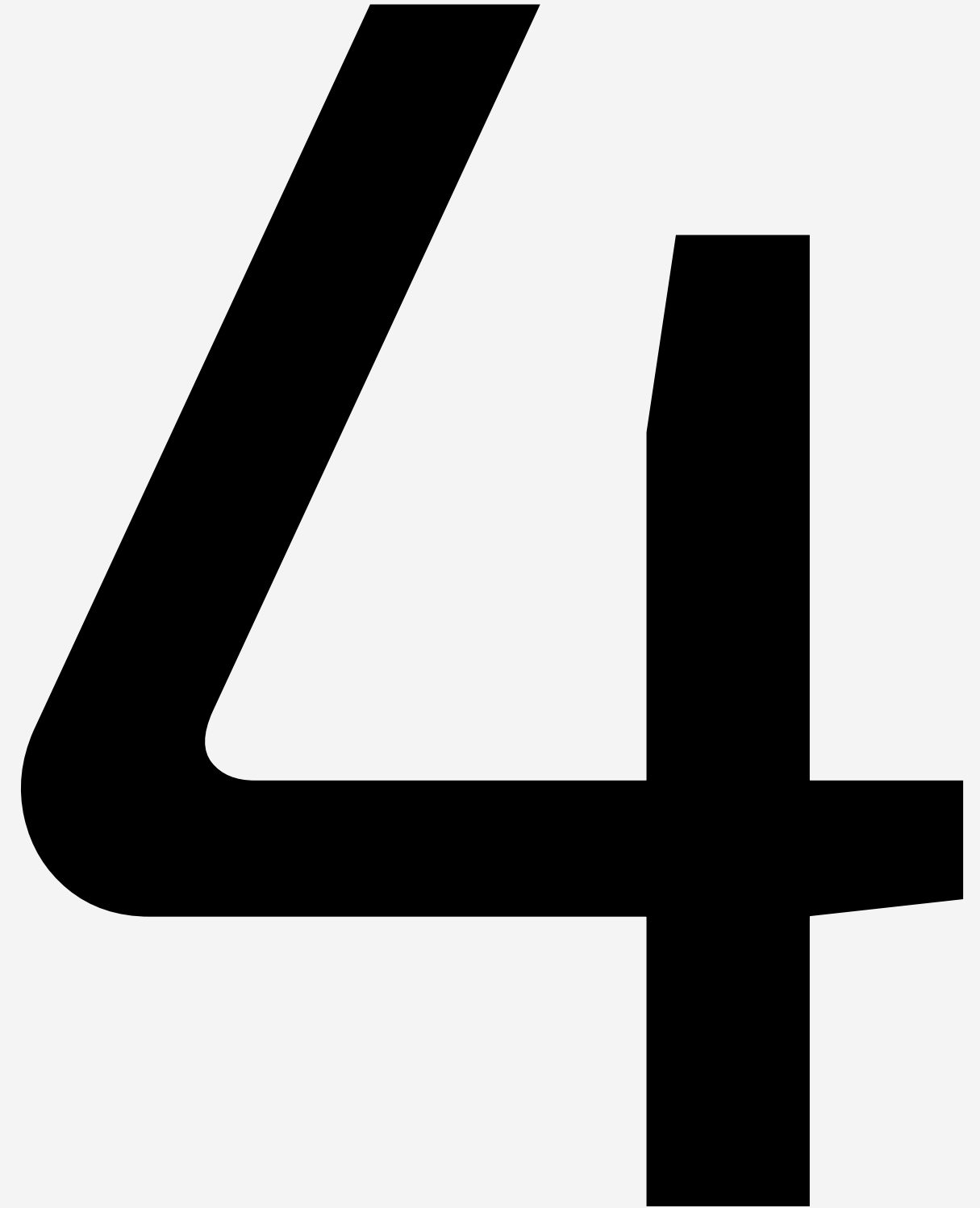
Substituts (Indisponibilité des polices...) :

Web : Arial

Print : Arial

Bureautique : Arial

# Iconographie



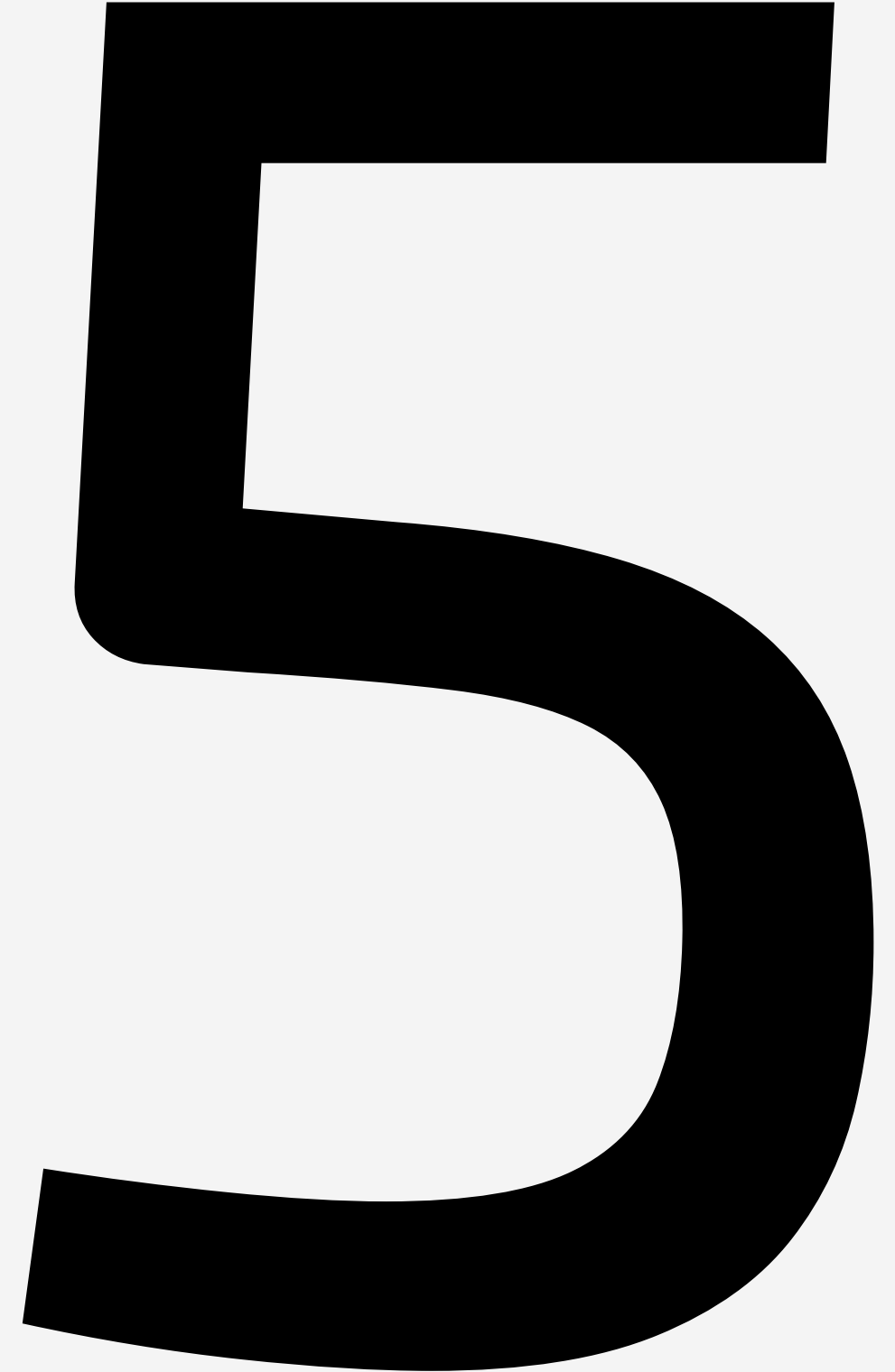


# Icônes

Les icônes servent à illustrer et à guider l'utilisateur de manière simple et intuitive.

- **Style** : Icônes simples, modernes, et cohérentes entre elles (formes, épaisseur, arrondis).
- **Utilisation** : Toujours utiliser des icônes lisibles, pas trop détaillées, surtout à petite taille.
- **Couleurs** : Elles suivent les couleurs principales de la charte ou sont utilisées en noir ou blanc selon le fond.
- **Proportions** : Toutes les icônes respectent la même taille pour une bonne harmonie visuelle.
- **Source** : Les icônes viennent d'une bibliothèque en ligne (ici : [Flaticon.com](https://flaticon.com)) ou sont créées dans le même style.

Supports





- Travaux extérieurs
- Travaux intérieurs
- Paysagisme



www.foldi-polyvalence.com | 03 00 00 00 00







# FACTURE

**Référence facture** 52131  
**Date d'émission** 31/03/2025  
**Échéance facture** 30/04/2025  
**Type de facture** La facture est exclusivement constituée de prestations de services

**Client / Débiteur**  
**SAS Company**  
 7 Allées de Chartres, 33000 Bordeaux  
 +33 (0)6 54 78 02 95 / company@gmail.com  
 SIREN : 887 885 587  
 N°TVA : FR65 684 846 684

**Créditeur**  
**Foldi Société de Polyvalence**  
 22 rue du Général Leclerc, 33290 Bordeaux  
 +33 (0)6 54 78 02 95 / olivia@gmail.com  
 SIREN : 887 885 587  
 N°TVA : FR65 684 846 684

Element	Qté	Prix U HT	Total HT
Web Design	1	20 €	75 €
Brochure Design	1	15 €	50 €
Print Design	1	5 €	10 €
<b>METHODE DE PAIEMENT</b>		<b>TOTAL HT</b>	135 €
Rimberio Bank		<b>TVA 20%</b>	27 €
Account Name: Daniel Gallego			
Account No.: 0123 4567 8901 2345			
Pay by: 28 July 2095		<b>TOTAL TTC</b>	<b>162 €</b>

**Mentions légales obligatoires**  
 Aucun escompte pour paiement anticipé. Règlement à 30 jours à compter de la date d'émission de la facture.  
 Pénalités exigibles le jour suivant la date de règlement, calculée au taux de 12% l'an.  
 Indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement : 40 euros HT, due de plein droit dès le premier jour de retard de paiement.  
 FOLDI SOCIETE DE POLYVALENCE - Capital social : 1060€ - Code NAF : 46846

03 00 00 00 00 123 Anywhere St., Any City **Page 1/1**

## En-tête documents officiels



## Bas de page documents officiels



## Flyers format A5



# Foldi Société de Polyvalence

Votre partenaire technique multidomaines

Interventions intérieures, extérieures et paysagères pour professionnels, industriels, collectivités et particuliers.  
Des prestations fiables, adaptées à vos exigences de terrain.



### Travaux intérieurs

- Peinture
- Carrelage
- Revêtement technique



### Travaux extérieurs

- Terrassement
- Maçonnerie légère
- Vérandas



### Espaces verts

- Elagage
- Tonte
- Aménagement paysager

## Notre engagement sur chaque projet

- Respect strict des délais et des consignes de sécurité
- Interventions en site occupé possibles
- Solutions adaptées à vos contraintes métier

Foldi Société de Polyvalence  
n° et nom de rue  
tél  
adresse mail

**Ton & style**  
**rédaactionnel**

**6**

# Ton & style rédactionnel

## Affirmer une voix singulière, accessible et experte

Le ton adopté se veut **professionnel, chaleureux et accessible**, à l'image de son identité : une **société polyvalente, agile et engagée**. Il s'agit de **créer un lien de confiance avec nos interlocuteurs** tout en véhiculant notre crédibilité et notre **savoir-faire multisectoriel**.





### Maîtres mots :

- **Clarté** : Des phrases courtes, un vocabulaire compréhensible, même pour les non-initiés.
- **Précision** : Un langage exact et informé, sans jargon inutile.
- **Humanité** : Une voix qui parle vrai, sans excès de formalisme, mais toujours avec respect et bienveillance.
- **Engagement** : Un ton affirmé, porteur de convictions, notamment autour de la durabilité, de l'innovation et de l'accompagnement.

### Typologie de style :

- **Vous avant nous** : privilégier un discours tourné vers l'utilisateur, le client, le partenaire.
- **Actif et positif** : préférer la forme active, éviter les tournures passives ou neutres.
- **Narratif quand utile** : raconter une histoire ou un usage concret si cela permet d'illustrer un propos.

### Exemples de formulation :

-  « Nous vous accompagnons à chaque étape, avec des solutions sur-mesure et évolutives. »
-  « La société propose un éventail de services répondant aux différents besoins. »
-  « Chez Foldi, chaque défi est une opportunité de créer mieux, ensemble. »
-  « Foldi est une entreprise spécialisée dans plusieurs domaines. »

# Ton & style rédactionnel

## Garantir la cohérence de la voix Foldi dans tous les supports

Afin de **préserv**er l'identité rédactionnelle de Foldi, des règles strictes d'usage doivent être respectées dans tous les contenus écrits. Ces règles assurent la cohérence, la lisibilité et la personnalité de la marque, quel que soit le support (print, digital, discours oral, etc.).

### 1. Structure rédactionnelle

- **Toujours commencer par l'essentiel** : accroche claire, bénéfice principal, message prioritaire.
- **Hiérarchiser l'information** par niveaux de titres, intertitres, paragraphes courts.
- **Utiliser des listes à puces pour aérer** les contenus et faciliter la lecture rapide.

### 2. Registre de langue

- **Langage courant soutenu** : accessible sans être familier, professionnel sans être académique.
- **Exclure les anglicismes non justifiés** : privilégier les équivalents français sauf dans les cas terminologiques métiers ou technologiques.
- **Éviter le jargon technique sauf s'il est clairement expliqué.**

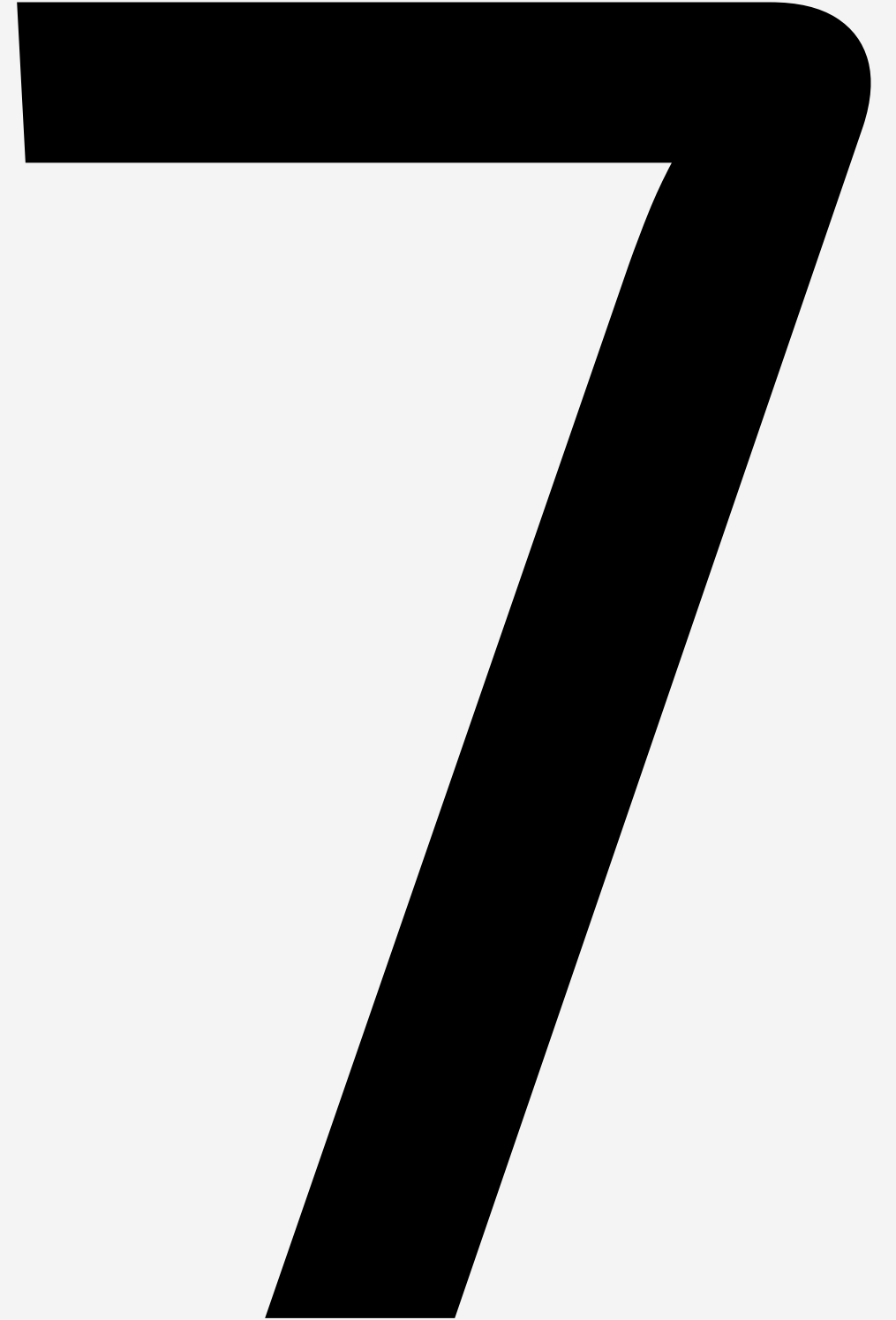
### 3. Grammaire, style et ponctuation

- **Pronom personnel privilégié** : "nous" ou "vous", selon le contexte (jamais de forme impersonnelle).
- Utilisation du **présent de l'indicatif** pour plus de proximité et de dynamisme.
- **Ponctuation maîtrisée** : éviter les points d'exclamation multiples, les points de suspension abusifs, ou les formulations emphatiques superflues.

### 4. Formats spécifiques

- **Titres** : concis, accrocheurs, orientés bénéfice ou action.
- **Accroches commerciales** : positives, engageantes, toujours orientées solution.
- **Paragraphes longs** : à découper ou reformuler pour maintenir un rythme fluide.
- **CTA (boutons d'action)** : toujours formulés de façon directe et incitative (ex. : « Découvrez nos solutions », « Contactez-nous », « Commencer »).

# Règles d'usage



# Règles d'usage

## Garantir la cohérence visuelle de l'identité Foldi

La présente charte graphique constitue le **référentiel visuel** de Foldi, Société de Polyvalence. Son respect est **obligatoire** pour toute production de supports de communication internes ou externes. Ces règles assurent la **cohérence, la lisibilité et l'impact de la marque**, quels que soient les contextes d'application.

### 1. Respect des éléments fondamentaux

- **Logo** : il ne doit en aucun cas être modifié, déformé, recoloré ou détourné. Les proportions, zones de protection et règles d'insertion doivent être strictement respectées.
- **Couleurs** : les teintes sélectionnées dans le système colorimétrique sont les seules autorisées. Toute dérive ou adaptation doit être validée par le pôle design.
- **Typographie** : seules les polices définies dans la charte sont autorisées. Leur hiérarchie d'usage (titres, intertitres, paragraphes, légendes) doit être conservée.
- **Grille et marges** : respecter la grille modulaire et les espacements définis pour garantir l'alignement et l'équilibre visuel.

### 2. Interdictions formelles

- Ne jamais superposer le logo à un fond trop contrasté ou chargé.
- Ne pas utiliser de typographies fantaisistes ou non référencées dans la charte.
- Ne pas ajouter d'effets (ombres, contours, dégradés, reflets) non prévus dans le design system.
- Ne pas modifier la palette chromatique même légèrement (saturation, luminosité, teinte).

### 3. Déclinaisons autorisées

- Des adaptations spécifiques sont prévues pour certains formats (print / web / réseaux sociaux / mobile). Elles sont détaillées dans les sections dédiées.
- Toute création hors périmètre doit faire l'objet d'une **validation formelle** auprès de la direction artistique ou du responsable de marque.

### 4. Cas d'exception

Dans certains cas de partenariat, co-branding ou supports tiers, des ajustements peuvent être envisagés, **à condition qu'ils soient encadrés** par une version adaptée de la charte ou un kit d'usage spécifique.

### 5. Mise à jour et diffusion

- Cette charte est un document vivant, susceptible d'évoluer selon les besoins stratégiques ou l'évolution de l'identité Foldi Société de Polyvalence.
- Sa dernière mise à jour est indiquée en page de garde.
- Toute personne amenée à produire du contenu pour l'entreprise doit avoir accès à la version à jour de cette charte, disponible en interne sur l'espace de partage désigné.