

Mini guide Fondation

Version 3
juin 2023



Fondation

Avant propos

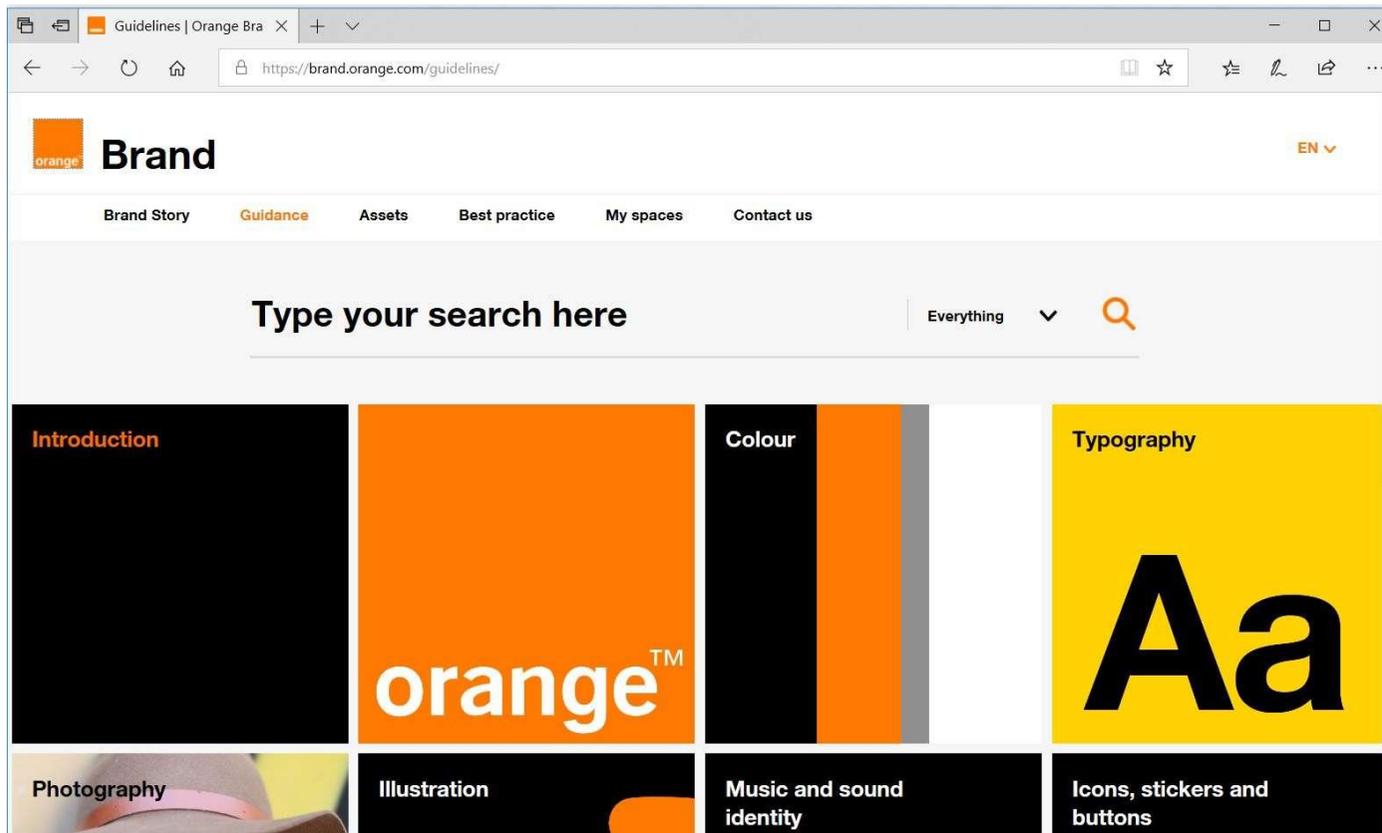
La Fondation Orange est une **fondation d'entreprise** qui rassemble toutes les activités de mécénat du Groupe.

La Fondation Orange est présente **dans de nombreux pays** où la Marque Orange est elle-même implantée.

L'utilisation du logo de la Fondation Orange répond à des exigences de marque mais aussi à **des exigences légales**. Ce guide expose les particularités propres à la Fondation Orange et à son identité.

Ce document est la deuxième édition de ce guide.

Identité brand.orange.com



Ce guide explique comment construire et utiliser le logo de la Fondation Orange.

Pour plus de détails, merci de consulter le site de la Marque.

N'hésitez pas à contacter également un membre de l'équipe de la Marque.

Petit mémo



Logo

Utilisez toujours un fichier source



Personnalité

Pour une marque cohérente, puissante et unique



Ton de marque

Écrivez avec un sourire en tête et ne gardez que l'essentiel



Nom

Générique, descriptif ou héros; toujours bien orthographié



Couleurs

Min. 60% de couleurs principales dont min. 15% d'orange et max. 40% de couleurs secondaires



Typographie

Épaisse, directe, essentielle



Photographie

Naturelle et à distance de conversation



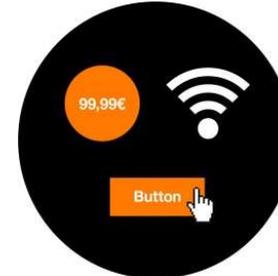
Illustration

Simple, originale, colorée, sans effet 3D



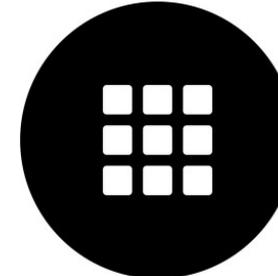
Film et animation

Démonstration, Personnalisation et émotion



Stickers, icônes et boutons

Noirs, blancs ou orange; utilisez toujours les fichiers sources



Grilles et templates

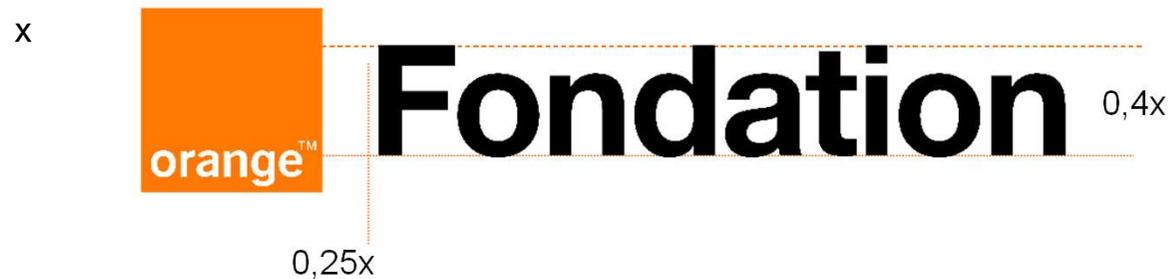
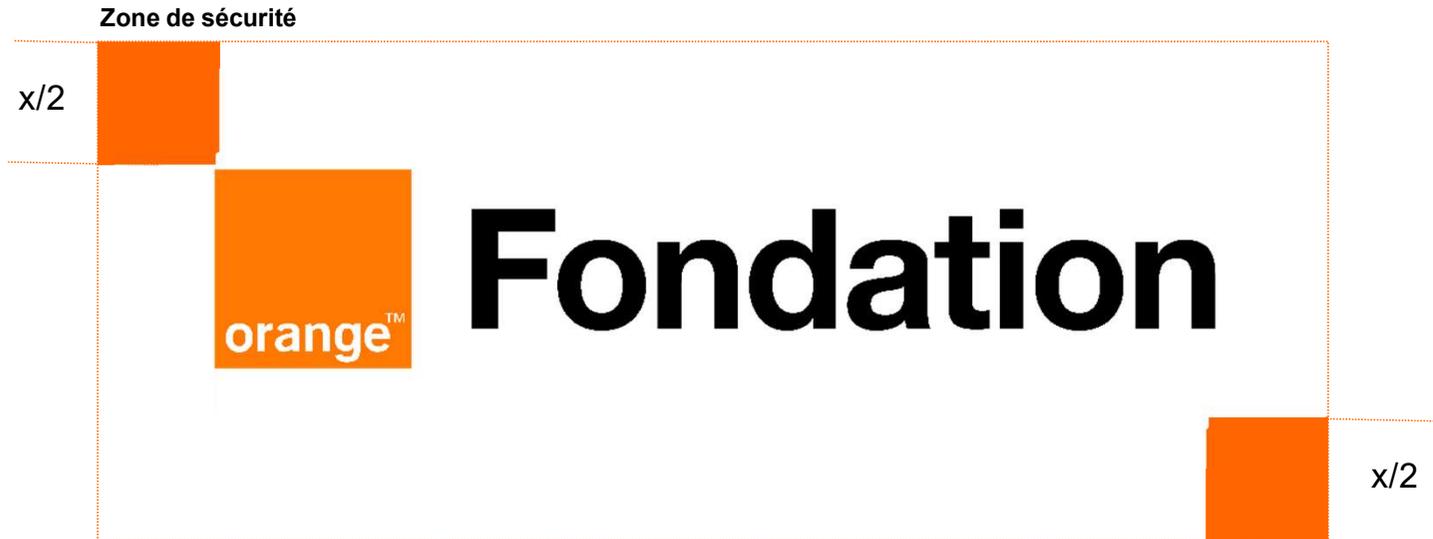
Pour créer des supports de communication clairs et impactants



Musique et son

Un logo sonore et un territoire musical cohérent

Logo Fondation Construction



Le logo de la Fondation Orange répond à une construction précise.

Il faut toujours utiliser un fichier source et ne jamais le reconstruire.

Une zone de sécurité égale à la moitié de la taille du logo Orange doit être respectée tout autour du logo Fondation.

Logo Fondation Couleurs



Le logo de la Fondation Orange peut prendre plusieurs couleurs et s'adapte au fond sur lequel il est utilisé.

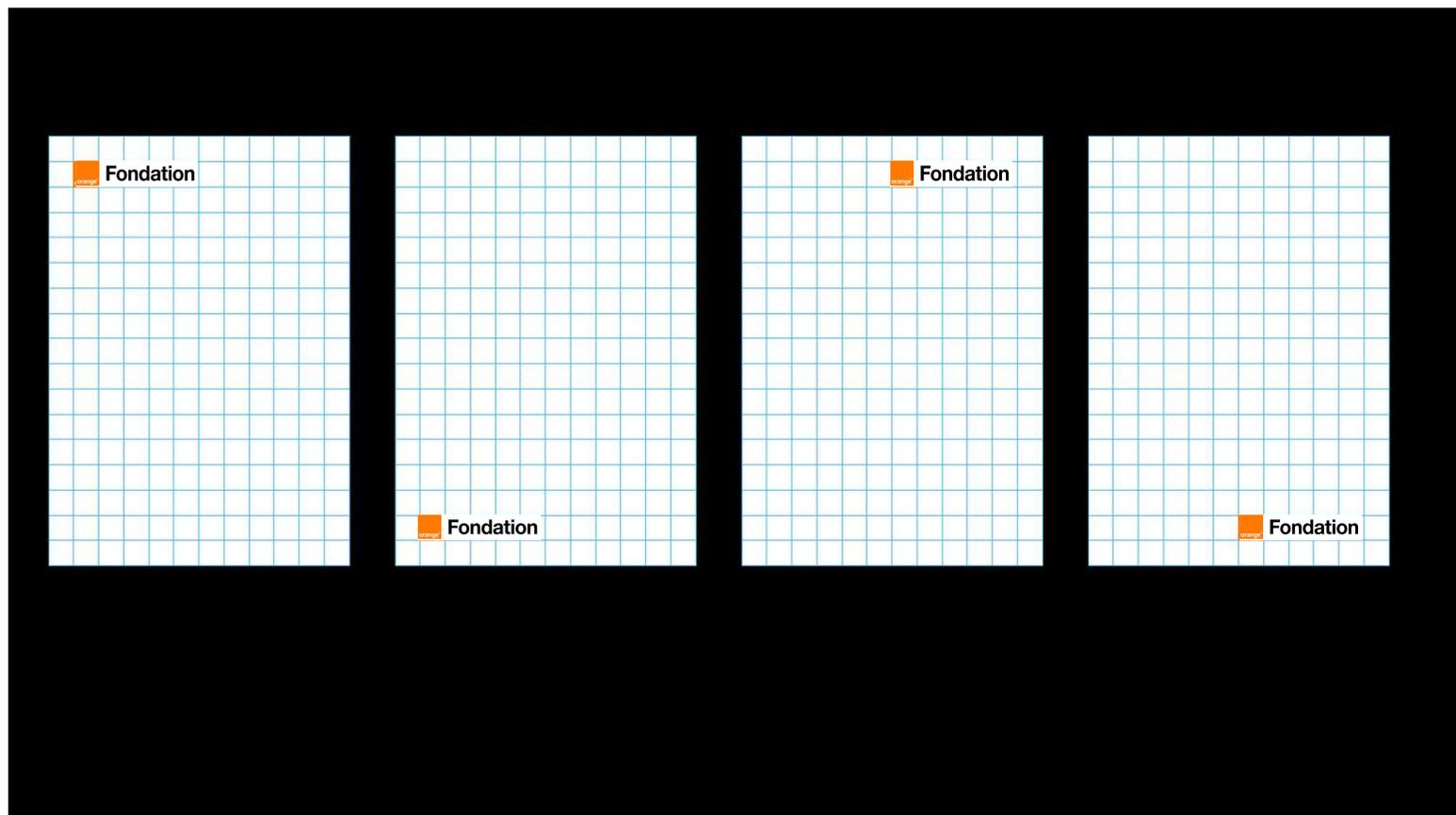
Le mot « Fondation » s'écrit avec le carré Orange sur la gauche (voir la page « Position »).

Les versions monochromes suivent les mêmes règles que celles du logo Orange avec un noir à 60% et le mot Fondation en noir ou l'ensemble en noir sur un fond encombré.

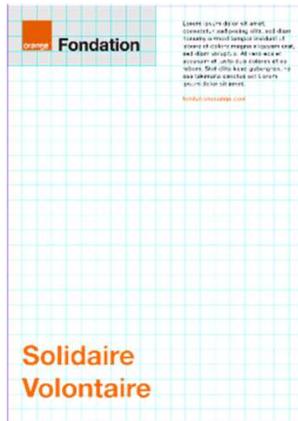
Le mot Fondation n'est jamais écrit en orange.

Logo Fondation Position en print

Le logo Fondation Orange peut se positionner aux quatre coins de la grille de construction.



Logo Fondation Mise en page



Le logo de la Fondation Orange s'aligne avec l'accroche ou avec la body.
Il est impératif d'aligner le logo Fondation avec un de ces éléments.
La zone de sécurité du logo (grisée) doit être respectée.

Sauf contraintes créatives les textes de l'accroche et de la body sont alignés à gauche.

Logo Fondation Small logo



Seule la taille (en mm ou en pixel)
détermine l'utilisation du Small logo.



Sur un smartphone le Small logo
est à utiliser si la taille est
inférieure à 30 pixels.

Le Small logo est à utiliser
dès que la hauteur du
carré orange est inférieure
à 10 mm pour une
impression, 50 pixels pour
une tablette et 30 pixels
pour un mobile.

C'est la taille du logo et
donc sa lisibilité qui guide
l'utilisation du Small logo
Fondation.

Typo

75 Bold

Notre police de caractères principale est l'Helvetica Neue 75 Bold.

Elle est à utiliser pour toutes les applications présentées dans ce guide.

Ne jamais écrire tout en majuscules.

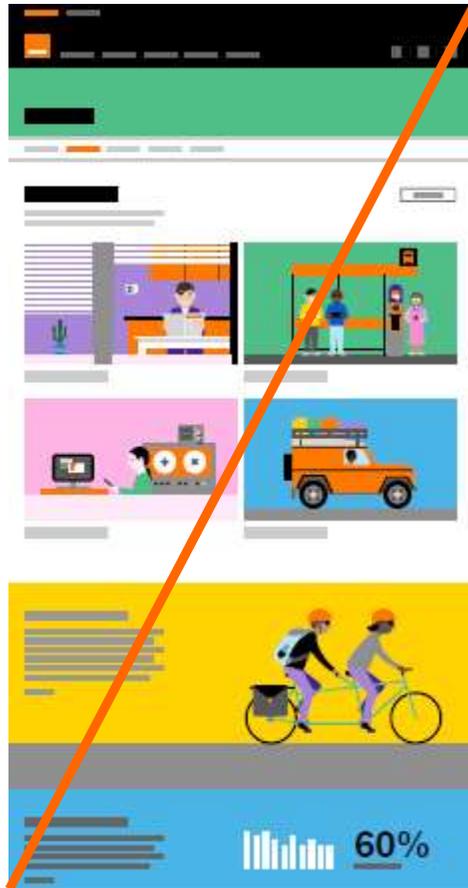
Pour plus de détails sur l'utilisation de la typo rendez-vous sur le site de la Marque.

L'Helvetica Neue 55 Roman peut être utilisée pour les textes courants.

Utilisation des couleurs



Balance des couleurs respectée



Trop de couleurs secondaires

Il est possible d'utiliser les couleurs secondaires de la palette Orange. Cependant la balance des couleurs doit être respectée : 60% minimum de couleurs historiques (blanc et noir) dont 15% minimum d'orange.

Les couleurs secondaires sont principalement utilisées pour les illustrations mais elles peuvent être utiles pour les tuiles web, les arrières plans ou les diagrammes notamment.

Iconographie

Photo



Nos photos montrent majoritairement les actions déployées par la Fondation. Elles sont spontanées et naturelles.

Les portraits sont possibles pour les témoignages et les interviews.

Nos photos doivent toujours renforcer nos principes de communication et notre personnalité : proche, simple, positive et audacieuse. Elles doivent dégager de l'émotion.

Nous nous focalisons sur les personnes dans le cadre des actions que nous soutenons.

Notre style photo est de type reportage et ancré dans la vie. Nous montrons de vraies personnes dans des situations réelles avec une lumière naturelle sans rechercher la perfection.

Iconographie

Illustrations



Nos illustrations reflètent elles aussi notre personnalité de Marque. Elles doivent être originales et respectées notre palette et la balance des couleurs.

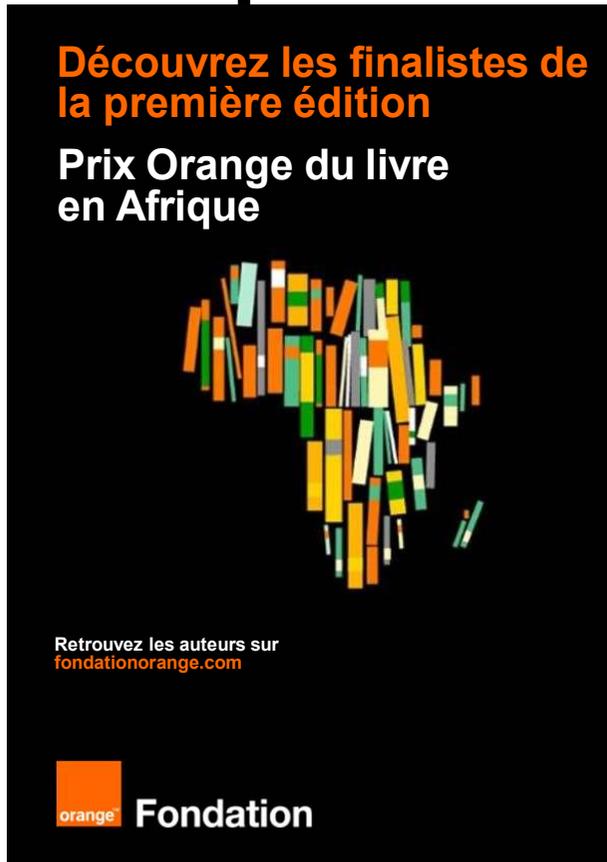
Nos illustrations sont originales sans jamais être sinistres, ni utiliser d'effet 3D.

Les animations qui mettent en scène les illustrations, respectent ces principes.

Nos illustrations sont réalisées sur un arrière plan noir ou blanc. Les couleurs secondaires ainsi que leurs teintes associées peuvent être présentes sans dépasser 40% de la surface de l'illustration.

Mise en page

Exemples



Les mises en pages sont simples et aérées, elles sont basées sur celles proposées pour Orange en respectant notamment l'utilisation de la typographie Helvetica Neue, l'alignement à gauche ou un texte sans majuscule sauf en début de phrase.

Les textes sont écrits en noir, blanc ou orange. Les couleurs secondaires peuvent être utilisées en aplat en respectant la balance colorielle (60% minimum de couleurs principales).

Mise en page

Placement de la signature



Il est parfois utile pour la Fondation d'intégrer la signature de Marque « Vous rapprocher de l'essentiel »

Dans ce cas, la signature termine la body.

La signature n'est jamais positionnée à proximité immédiate du logo Fondation.

Fin de film

Principes

Les films de type publicitaires ont des constructions similaires aux fins de films Orange.

Pour plus d'informations, rendez vous sur le site de la Marque.



Fin de la comédie



Call to action



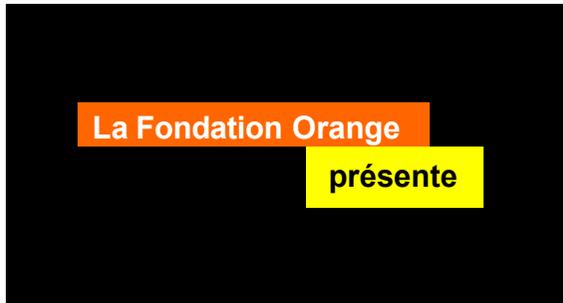
Logo seul centré horizontalement et verticalement

Vidéos de type présentations

Principes

Les vidéos de type présentations ont des constructions similaires à celles des vidéos Orange.

Pour plus d'informations, rendez vous sur le site de la Marque.



Générique de début



Call to action (si nécessaire)



Logo seul centré horizontalement et verticalement

Site web

Principes



Fig.1
18



Fig.2

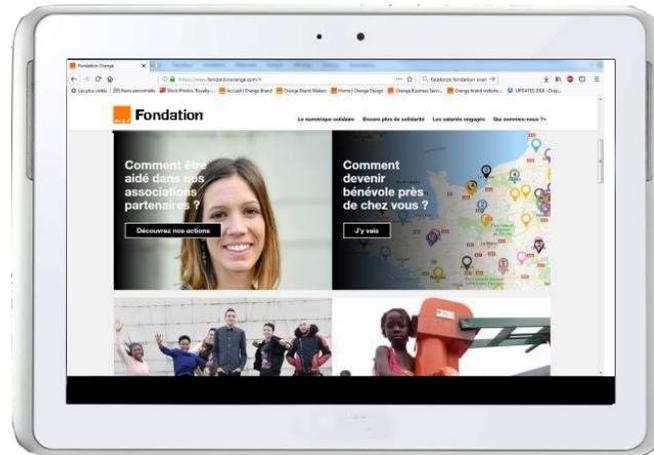


Fig.3

La mise en page sur le site web, respecte nos codes de Marque digitaux.

Le header de la home page montre le Master logo Fondation et lorsque la page défile, la taille du header diminue et le Small logo est montré.

Fig 1. exemple de page web

Fig 2. Master logo Fondation sur le header de la page

Fig 3. le Small logo apparaît lors du défilement d'une page

Merci

Une question, un doute, un conseil ? N'hésitez pas à contacter l'équipe Communication de la Fondation.