



# Charte graphique web & print

VERSION 1.0



CRÉATION ET REFORME DE SITE INTERNET  
Site vitrine en commerce électronique. Sites adaptés à votre agence web pour  
la création de votre site Internet.

RÉFÉRENCE  
Avec un site internet  
vous pouvez pour votre

Les dernières réalisations de l'Agence

<b>LOGOTYPES &amp; TYPOGRAPHIE</b> .....	3	<b>WEB</b> .....	10
Typographie utilisée .....	3	Styles de balise / Balisage sémantique .....	10
Périmètre de sécurité .....	3	Signature de mail .....	13
Construction du logotypes .....	3	Tableaux types .....	14
Signification & utilisation .....	4	Contenu rédactionnel .....	15
Déclinaisons .....	5	Puces .....	15
À ne pas faire .....	6	Blocs de contenu .....	15
 		Styles de bouton .....	16
<b>PALETTE CHROMATIQUE</b> .....	7	Champs checkbox & champs radio .....	17
 		Formulaire & notifications .....	18
<b>PAPETERIE</b> .....	8	Champs textes .....	18
Carte de visite .....	8	Menu déroulant .....	18
RIB .....	8	Champs upload .....	18
Papier en-tête .....	9	Barres de statut .....	18
Enveloppe .....	9	Gabarits de visuels .....	19

**Typographie utilisée**

BRANDON GROSTESQUE

anthe**design**

Brandon Grostesque Light

Brandon Grostesque Regular

Le nom AntheDesign s'écrit avec un A et un D majuscules de façon courante telle une marque ou un nom propre mais reste écrit en bas de casse dans le logo.

**Périmètre de sécurité**

Le périmètre de sécurité établie une zone qui doit rester vierge autour du logo. Elle se définit ici par la lettre « a » d'« anthedesign » au bord de chaque extrémité du logo (voir ci-contre).

**Construction du logo**

Le nom « anthedesign » s'inscrit sur une ligne de pied qui passe par une pointe du crayon et est espacé de l'emblème par la largeur du caractère « a » (voir ci-contre).

Les différentes baselines s'inscrivent sur une ligne de pied sous la boucle du « g » (voir ci-contre). Leur corps est égal à celui du nom de l'agence divisé par la valeur de référence 2,5.

La nouvelle typographie est plus dynamique que la précédente, elle sert tonifier l'identité visuelle de l'agence. Le logo s'accompagne de nouvelles baselines qui permettent de qualifier l'agence au sein même du logo.



## *Signification*

La feuille de tilleul symbolise la croissance, prolongée par un crayon de papier pour la créativité.

Le dégradé du orange vers le fuchsia est réalisé de la gauche vers la droite car l'orange était la couleur unie du précédent logo. Le fuchsia devient la nouvelle couleur unie pour d'autres éléments tel que le mot « anthe » d'AntheDesign. Il symbolise également le dynamisme et apporte un nuance plus délicate. C'est également une couleur symbolisant la confiance.

## *Utilisation*

Le logo principal s'applique sur fond blanc ou transparent.

## *Fond colorés*



Sur fond noir ou gris foncé, le mot « design » et le crayon sont blancs. La feuille conserve son dégradé et le mot « anthe » reste en fuchsia.



Sur fond coloré, le logo ainsi que la typographie sont blancs.

## Déclinaisons



La dénomination de l'entreprise en baseline permet d'affirmer son domaine d'exercice.



Les formats carrés sont disponibles pour une utilisation web, sur les réseaux sociaux pour les photos de profils principalement. Ils s'utilisent également en cas de mises en page complexes.



Au niveau du web, l'utilisation du symbole de l'entreprise plus ou moins réduit permet la reconnaissance de l'entreprise en cas de place trop réduite pour y intégrer la typographie. Ici, à partir de 100 pixels.



Les formats Noirs et Blancs s'utilisent sur tous les supports imprimés sans couleurs.

Comme il est important de définir des déclinaisons pour intégrer le logo sur différents fonds, il est essentiel de prévoir différents agencements de ce dernier pour qu'il s'intègre parfaitement selon le format prévu.

## À ne pas faire



Il ne faut pas modifier l'homothétie du logotype pour ne pas le déformer.



Ne pas modifier les couleurs du logotype autre que celles précisées.



Ne pas rogner le logotype.



Ne faire subir aucune rotation au logotype.

*Vit aut es ius sequi rati verae. Git aut  
audaest, es iunt asiminus elescium  
quo od conse bearch doluptur, necus parchit ullore nempore  
reputitatem qui dolume latque dolut*



Ne pas respecter l'espace de sécurité

Les interdits permettent une utilisation correcte du logo.

## Couleurs primaires



**Valeur hexadecimale** # FF4E00

<b>CMJN</b>	<b>RVB</b>
0 79 94 0	233 81 29



**Valeur hexadecimale** # E51356

<b>CMJN</b>	<b>RVB</b>
0 97 46 0	230 22 87



**Dégradé**  
Orange vers Fuschia - Échelle 100% - Angle 130°

## Couleurs secondaires



**Valeur hexadecimale** # 7E7E7E

<b>CMJN</b>	<b>RVB</b>
50 39 39 21	127 126 126



**Valeur hexadecimale** # EEEEEEE

<b>CMJN</b>	<b>RVB</b>
8 5 7 0	238 238 238



**Valeur hexadecimale** # 222222

<b>CMJN</b>	<b>RVB</b>
74 64 59 78	34 34 34

## Couleurs d'appoint



**Valeur hexadecimale** # 33AD6A

<b>CMJN</b>	<b>RVB</b>
74 0 73 0	52 173 106



**Valeur hexadecimale** # 8D398D

<b>CMJN</b>	<b>RVB</b>
54 88 0 0	142 58 142



**Valeur hexadecimale** # CCD500

<b>CMJN</b>	<b>RVB</b>
28 0 100 0	205 213 0



**Valeur hexadecimale** # 4EBCC2

<b>CMJN</b>	<b>RVB</b>
65 0 27 0	78 189 195

La palette chromatique s'utilise pour le logo mais également pour tous les supports de communication de l'agence.

## Carte de visite



Les cartes de visites sont au format de référence CB qui équivaut à 84 mm de largeur sur 54 ou 55 mm de hauteur.

## RIB



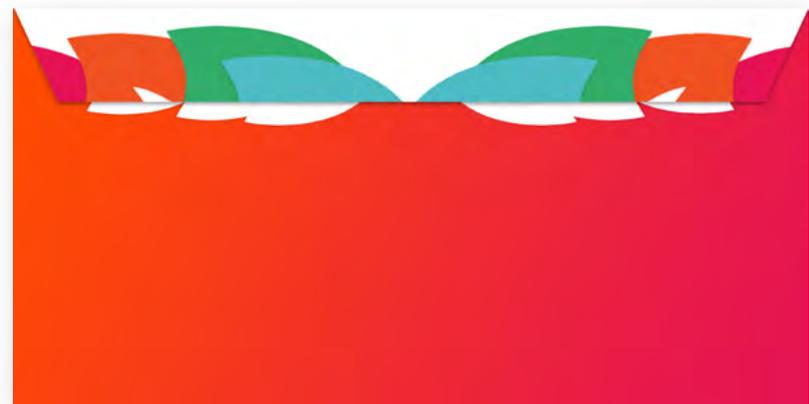
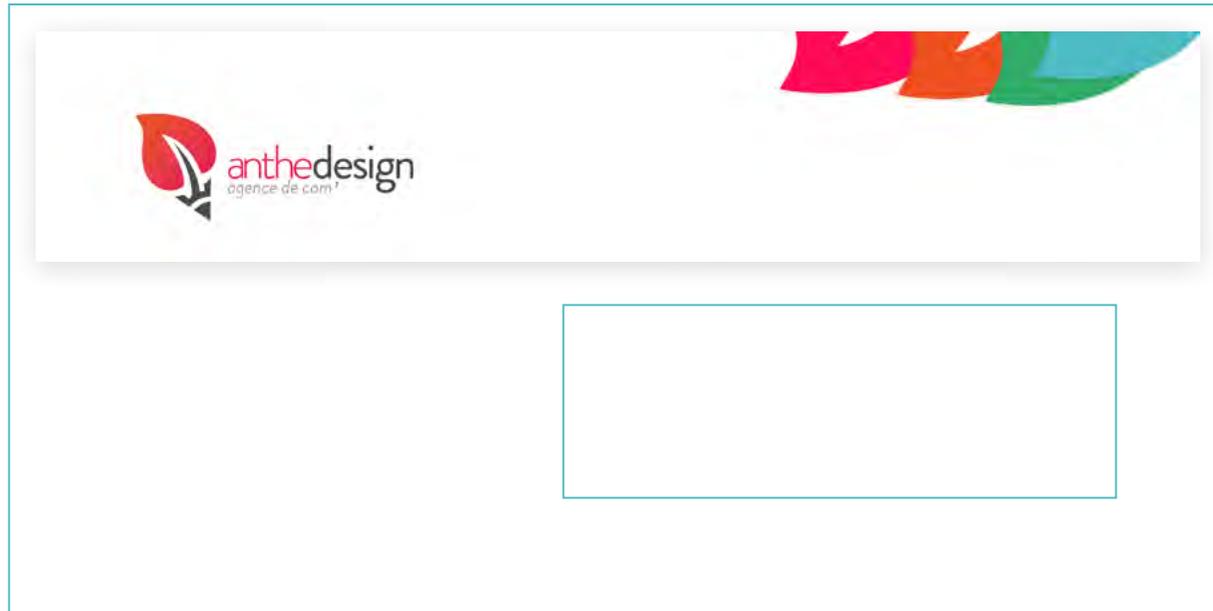
Le RIB est neutre et clair, les coordonnées sont explicites et compréhensibles.

L'identité d'anthedesign est affirmée par le logo de taille importante est une surface dégradée sobre et efficace qui rappelle la carte de visite.

Format : 210 x 98 mm.

Le RIB sera envoyé au format PDF pour permettre le copier-coller des coordonnées bancaires.

*Entête de courrier & Enveloppe personnalisée*



## Balises web Contenu

H1  
35 pts - interlignage 42 pts  
Brandon Grotesque Thin

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

H2  
28 pts - interlignage 34 pts  
Bradon Grotesque Light Italic

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

H3  
21 pts - interlignage 25 pts  
Brandon Grostesque Regular

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

H4  
18 pts - interlignage 21 pts  
Brandon Grotesque Medium

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

H5  
18 pts - interlignage 21 pts  
Brandon Grosteque Regular

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

H6  
14 pts - interlignage 16 pts  
Brand Grotesque Regular

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Attention au respect de la hiérarchie du balisage.

## Balises web Stylisées

Titres widget  
28 pts - interlignage 34 pts  
Brandon Grotesque Light

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Titre d'item  
17 pts - interlignage 20 pts  
Bradon Grotesque Black

**Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

Titre d'item small  
15 pts - interlignage 18 pts  
Brandon Grostesque Regular

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Contenu d'item  
15 pts - interlignage 18 pts  
Brandon Grotesque Regular

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Contenu d'item small  
12 pts - interlignage 15 pts  
Brandon Grosteque Regular  
Gris # 7E7E7E

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Les balises permettent de présenter des contenus différents tout en conservant une cohérence élégante. On peut créer différentes catégories de balises pour aider à différencier des contextes d'usage. Ici les balises correspondent aux widgets.

## Exemple de contenu



### Comment créer une page facebook professionnelle ?

Avoir une **page Facebook** pour une entreprise ne coûte rien ! Créer une page Facebook entreprise ne coûte que le temps passé à remplir une dizaine de champs. C'est de très loin la solution la plus économique pour exister sur le web. **Qu'est-ce que Facebook** et comment créer une page pour votre entreprise ?

## Exemple stylisé (widget)



### COMMENT CRÉER UNE PAGE FACEBOOK PROFESSIONNELLE ?

BLOG

10/06/2016

Les Pages Facebook sont populaires et Gratuites ! Elles vous permettent d'atteindre toutes les personnes qui comptent le plus pour votre entreprise...

Les contenus stylisés ne priment pas sur les contenus principaux en terme de balisage. Un titre stylisé ne peut pas être équivalent à un titre de contenu principal.

*Signature de mail*



**Prénom NOM**  
Fonction  
Agence Anthedesign

Tél : +33 (0) 3 60 45 57 13  
[www.anthedesign.fr](http://www.anthedesign.fr)

*Ajout d'une annonce promotionnelle*



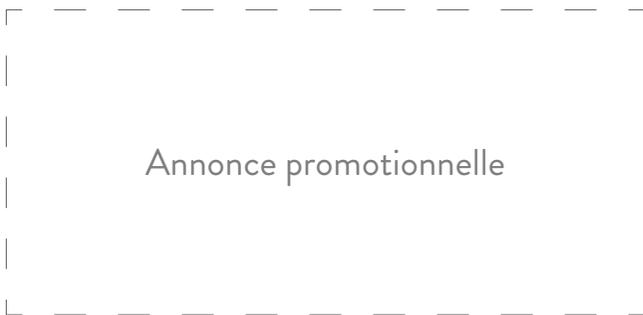
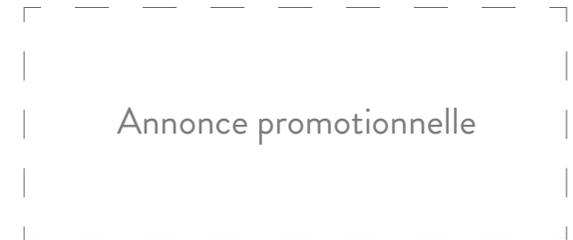
**Hugo Essique**  
Chef de projet  
agence web AntheDesign

Tél : +33 (0) 3 60 45 57 13  
[www.anthedesign.fr](http://www.anthedesign.fr)



**Hugo Essique**  
Chef de projet  
agence web AntheDesign

Tél : +33 (0) 3 60 45 57 13  
[www.anthedesign.fr](http://www.anthedesign.fr)



La signature sera utilisée au format HTML.

Tableau type

	Indice	Indice	Indice	Indice	Indice
Indice	098	23	098	098	098
Indice	46	098	68	098	098
Indice	098	08	098	687	098
Indice	098	098	098	098	098
Indice	098	39	098	074	098
Indice	098	372	098	098	098

TITRE	
	Indice
Indice	Agencement préparé
Indice	Retrait immédiat

	Indice
Indice	Agencement préparé
Indice	Retrait immédiat

	Indice	Indice	Indice	Indice
Indice	098	23	098	098
Indice	46	098	68	098
Indice	098	08	098	687
Indice	098	098	098	098

	Indice	Indice	Indice	Indice
Indice	098	23	098	098
Indice	46	098	68	098
Indice	098	08	098	687
Indice	098	098	098	098

Les tableaux types sont utilisables à la fois pour le web et le print.

## Contenu rédactionnel

### Puces

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec ultricies, nibh non malesuada lacinia, quam arcu finibus odio, et blandit ipsum libero vel nunc.

- Donec a est fringilla, mollis augue ac, dignissim augue,
- Curabitur vehicula mi porttitor, facilisis quam pellentesque,
- Maecenas id ligula a diam volutpat cursus,
- Maecenas ut ligula bibendum, vulputate lacus vitae, efficitur.

### Blocs de contenus

30 % des internautes cliquent sur les liens sponsorisés au cours de leurs recherches et votre annonce peut-être mise en ligne en moins de 24 heures !



30 % des internautes cliquent sur les liens sponsorisés au cours de leurs recherches et votre annonce peut-être mise en ligne en moins de 24 heures !



### Bloc d'information importante

« Nous ne voulons pas transformer Facebook en un forum où les gens votent pour ou contre les publications des gens » avait déclaré Marc Zuckerberg le fondateur du réseau social au plus d'1 milliard d'utilisateurs.

### Bloc de citation

### Bloc d'information

## Styles de boutons

### Boutons primaires



Les boutons principaux suivent le code ci-dessus sauf cas particulier, tel que les boutons appelant aux réseaux sociaux.

### Boutons simples



Les boutons secondaires se caractérisent par un trait de contour de 1 point de la même couleur que le contenu texte.

### Big bouton (réservé à des utilisations particulières)



Les boutons sur le web comportent quatre états : normal, survolé, cliqué et actif.

## Formulaire & notifications

### Champs Checkbox

Checkbox ?

<input type="checkbox"/> Oui	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	<input checked="" type="checkbox"/> Oui
<input checked="" type="checkbox"/> Oui	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	<input checked="" type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Oui

Vous souhaitez vous inscrire à la Newsletter ?  Oui

### Champs Radio

Faites votre choix parmi ces propositions :

<input type="radio"/> Pomme	<input type="radio"/> Orange	<input type="radio"/> Banane	<input type="radio"/> Cerise
<input type="radio"/> Pomme	<input checked="" type="radio"/> Orange	<input type="radio"/> Banane	<input type="radio"/> Cerise
<input type="radio"/> Pomme	<input checked="" type="radio"/> Orange	<input type="radio"/> Banane	<input type="radio"/> Cerise
<input type="radio"/> Pomme	<input checked="" type="radio"/> Orange	<input type="radio"/> Banane	<input type="radio"/> Cerise

### Menu déroulant

Champ select

Votre demande concerne

Votre demande concerne

Votre demande concerne

Un site Internet

Une prestation graphique

Un site Internet

## Formulaire & notifications

### Champ upload



### Barre de statut

✔ Votre message a bien été envoyé, merci.

⚠ Attention, veuillez remplir tous les champs requis.

⚠ Une erreur est survenue, veuillez réessayer.

### Champs textes



### Gabarits des visuels

Valeur de référence 1.75 (7/2/2)



700/200  
Larg/(1.75x2)



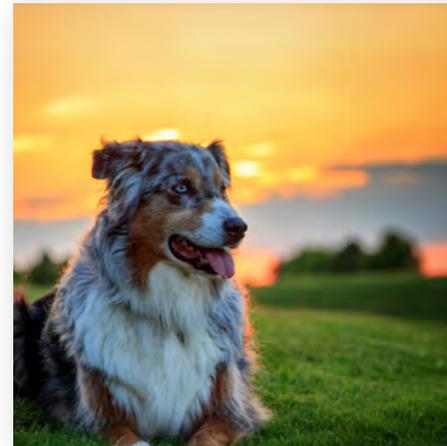
350 /200  
Larg/(1.75x1)



700/400  
Larg./(1.75x1)



350 /100  
Larg/(1.75x2)



350 /350  
Larg/(1.75x0)

Le ratio d'un visuel est le critère déterminant pour le choix d'une image ou d'une photo.

## Gabarits des visuels

Valeur de référence : 1,25



800/320  
Larg/(1.25x2)



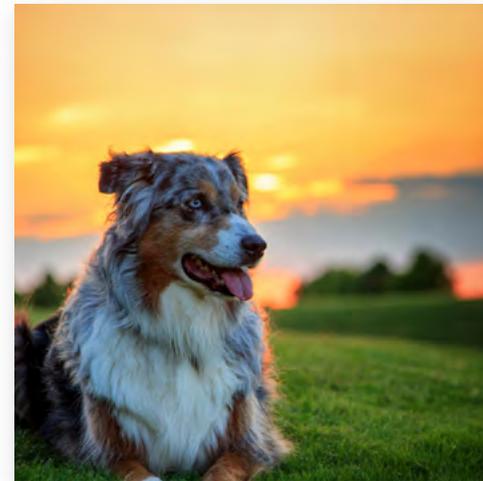
400 / 320  
Larg/(1.25x1)



400 /160  
Larg/(1.75x2)



800/640  
Larg./(1.25x1)



400/400  
Larg/(1.25x0)

Le ratio d'un visuel est le critère déterminant pour le choix d'une image ou d'une photo.