

CHARTE GRAPHIQUE



SOM MAIRE

SYMBOLIQUE	3
USAGES	4
ESPACES VIDES	5
CODES CHROMATIQUES	6
CODES TYPOGRAPHIQUES	7
INTERDITS	8
DÉCLINAISONS	9
LE GROUPE	10

SYM BO LIQUE

SIGNIFICATION

Notre logotype associe deux concepts distincts :

LE LANGUAGE PROMOTIONNEL

ou “language publicitaire”, qui est un langage mixte composé des différents codes spécifiques aux médias utilisés pour diffuser le message publicitaire : presse, affichage, radio, tv, cinéma, et digital.

C’est ce langage codifié, influencé par la digitalisation massive des moyens de communication actuels, qui sont symbolisés par le code barre. Étant de plus apposé sur tout produit de consommation mass-market, le logo fait également clin d’œil aux codes de la promotion discount.

LA COM, SOULIGNÉE PAR LES GUILLEMETS

Signe typographique double, les guillemets anglais encadrent une citation ou un mot que l’on veut mettre en relief.

Existant sous diverses formes, nous avons sélectionné les guillemets anglais pour leur caractère international, tout comme le tissu économique monégasque dans lequel évolue notre groupe.

**PROMO
COM**
GROUPE CAROLI

PROMO



COM

“hi”

USA GES

FORME TOTALE

Utilisée sur tout support de com indiquant un partenariat, ou une filiation ascendante tel qu'une société ou événement du groupe (PROMORÉGIE, PROMEXPO, MS2, SPM, MonteCarloGastronomie...).



INSTITUTIONNELLE

Utilisée sur tout support administratif ou de com interne (factures, dossier de presse, etc.).
Conçu sans fond de couleur afin d'imprimer à moindres coûts. Il peut également être imprimé en noir et blanc absolus si besoin est.



SIGNATURE

Apposée sur toute création du studio, elle est en gris afin de la faire figurer aisément sans dénaturer le visuel. Afin de préserver la différenciation entre le nom et la baseline, GROUPE CAROLI utilise un corps plus fin.



ESPA CES

VI DES

ZONES DE SECURITE

Afin de garantir une lecture aisée du logo, tout en garantissant une homogénéisation des proportions, mais également des pleins et vides, une zone de sécurité est à respecter.

Ce périmètre de sécurité établi un espace minimum obligatoire devant rester vierge autour du logo.

Égale à la hauteur de la première lettre P de PROMOCOM, elle existe aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur (dans le cas de la forme totale).

Quelle que soit la forme et l'usage du dit logo, cette zone de sécurité doit impérativement être respectée et ce, peut importe le champ d'application et sans aucune exception.



CODES

CHROMATIQUES

COULEURS FORME TOTALE & INSTITUTIONNELLE

R0 / V161 / B212 **C94 / M2 / J9 / N0**
Hexadécimale #00a1d4 Pantone 901C

R0 / V0 / B0 **CO / MO / JO / N100**
Hexadécimale #000000 Pantone 6C

R255 / V255 / B255 **CO / MO / JO / N0**
Hexadécimale #FFFFFF Pantone 649

COULEURS SIGNATURE

Utilisée sur fond clair ou sombre, l'emploi du gris permet de ne pas dénaturer le visuel créé par l'ajout d'une signature trop violente. Toutefois, le logo peut être utilisé en blanc ou noir absolu, si la couleur de fond ne permet pas une lecture optimale du logo.

R197 / V197 / B197 **CO / MO / JO / N25**
Hexadécimale #C5C5C5 Pantone Sans

R81 / V81 / B81 **CO / MO / JO / N75**
Web #515151 Pantone Sans

**PROMO
COM**
GROUPE CAROLI

**PROMO
COM**
GROUPE CAROLI

PROMOCOM GROUPE CAROLI

PROMOCOM GROUPE CAROLI

CODES

TYPO GRAPH IQUES

UNIVERS TYPOGRAPHIQUE

Gotham HTF Ultra

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

#1234567890

Gotham HTF Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

#1234567890

Gotham HTF Ultra

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

#1234567890

Gotham HTF Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

#1234567890

**PROMO
COM**
GROUPE CAROLI

**PROMO
COM**
GROUPE CAROLI

PROMOCOM GROUPE CAROLI

INTERDITS

À NE PAS FAIRE

Le logotype est un signe distinctif faisant partie d'une identité visuelle propre.

Conçue précisément afin d'être la plus fonctionnelle et efficace possible, elle se doit de respecter la présente charte graphique.

C'est pourquoi les pratiques suivantes sont proscrites :

Désaxer



Mettre à la verticale



Déformer



Changer les proportions



Ne pas respecter les zones de sécurité



Sur fond coloré



Ajouter des effets



Déplacer les éléments le constituant



DÉCLINAISONS

CARTES DE VISITES

**PROMO
COM**
GROUPE CAROLI

**ALAIN
PAUL** ☎ +377 97 98 50 00
☎ +377 97 98 52 12
CHEF ✉ apaul@promocom.mc
COMPTABLE 🌐 www.promocom.mc

**PROMO
COM**
GROUPE CAROLI

**ISABELLE
PROUVEUR** ☎ +377 97 98 50 00
☎ +377 97 98 50 04
ATTACHÉE ✉ i-prouveur@promocom.mc
COMPTABLE 🌐 www.promocom.mc

**PROMO
COM**
GROUPE CAROLI

**DAVID
DRAY** ☎ +377 97 98 50 16
☎ +33 6 09 50 23 48
DIRECTEUR ✉ d-drav@promocom.mc
COMMERCIAL 🌐 www.promocom.mc

**PROMO
COM**
GROUPE CAROLI

**GIORGIO
GANDOLFI** ☎ +377 97 98 52 13
☎ +33 6 78 63 02 86
ATTACHÉ ✉ g-gandolfi@promocom.mc
COMMERCIAL 🌐 www.promocom.mc

**PROMO
COM**
GROUPE CAROLI

**PATRIZIA
LENZI** ☎ +377 97 98 52 12
☎ +33 6 78 63 03 48
ATTACHÉE ✉ p-lenzi@promocom.mc
COMMERCIALE 🌐 www.promocom.mc

**PROMO
COM**
GROUPE CAROLI

**WENDY
SIROUR** ☎ +377 97 98 50 00
☎ +377 97 98 50 14
COORDINATRICE ✉ w-sirour@promocom.mc
RÉGIE ET SALONS 🌐 www.promocom.mc

**PROMO
COM**
GROUPE CAROLI

**OLIVIER
CROIZAT** ☎ +377 97 98 50 00
☎ +377 97 98 52 14
RESPONSABLE ✉ ocroizat@promocom.mc
DE CREATION 🌐 www.promocom.mc

LE

GROUPE

SOCIÉTÉS DU GROUPE

**PROMO
REGIE**
GROUPE CAROLI

**PROM
EXPO**
GROUPE CAROLI

MS2
GROUPE CAROLI

SPM
SÉCURITÉ PRIVÉE MONÉGASQUE
GROUPE CAROLI

l'Observateur
de monaco

MONACO
HEBDO



ATHOS PALACE
2, rue de la Lûjerna
MC 98000 MONACO

 **+377 97 98 50 00**
fax **+377 97 98 50 01**
 **www.promocom.mc**
 **info@promocom.mc**
 **[@GroupePromocom](https://www.facebook.com/GroupePromocom)**
 **[@GroupePromocom](https://www.instagram.com/GroupePromocom)**