



Logis

CHARTRE GRAPHIQUE

LES LOGIS PRENNENT UN NOUVEL ÉLAN !

La période 2007-2010 marquera une nouvelle étape dans l'histoire des Logis.

Après 60 ans d'existence, la plus grande chaîne volontaire d'Europe a décidé de se donner les moyens de relever les défis - vitaux pour nos établissements - de l'hôtellerie de demain.

Une démarche globale est engagée, elle prend appui sur tous les leviers : **l'amélioration de l'accueil et de la qualité**, mais aussi le **renforcement des actions commerciales, une communication de promotion et de terrain.**

La classification des établissements, plus **homogène**, la **valorisation de la restauration** et la création d'une **catégorie haut de gamme** doivent guider nos clients dans leur préférence pour les Logis.

Symbole de cette nouvelle dynamique, et reflet d'une démarche de fond, notre logo évolue vers plus de modernité tout en respectant les valeurs fondamentales de la culture des Logis.

- Le rectangle un peu rigide devient un « **carré généreux** »
- **La cheminée**, véritable patrimoine des Logis est conservée et actualisée, son feu crépitant reste le signe de l'accueil et de la convivialité
- **Le vert-jaune lumineux**, synthèse des couleurs de l'ancien logo, doit apporter impact et reconnaissance à nos enseignes, le brun complémentaire lui apporte une touche d'élégance.

Ce logo est au service d'une marque forte, décomplexée, ambitieuse, qui fait le choix de l'international : les Logis.

Chaque adhérent en est porteur, il doit en être fier, l'utiliser et la servir en contribuant à sa puissance.

La mise en scène du logo est essentielle pour véhiculer une image forte et homogène de la marque. Ses déclinaisons doivent être cohérentes, organisées, et sans improvisation.

Ce mini guide doit vous permettre d'avoir une vision globale sur la mise en scène du logo. Les documents techniques nécessaires pour utiliser le logo sont disponibles sur CD et à l'adresse internet intranet.logishotels.com. N'hésitez pas à nous consulter en cas d'interrogations.

Le service marketing
service-marketing@logishotels.com

■ **Trois façons d'imprimer le logotype : ton direct, quadrichromie et noir**

Le logotype est le premier signe de reconnaissance d'une enseigne, celui qui lui donne son identité. A ce titre, il doit respecter des règles très clairement définies



Le logotype en couleur

PANTONE

vert : 583C

brun : 4625

QUADRI

vert : C25•J100

brun : C50•M80•J100•N50

RVB

vert : R173•V214•B0

brun : R55•V26•B12

RAL

vert : 6018

brun : 8015



La cocotte indique le classement de la restauration.

PANTONE

brun : 4625

QUADRI

brun : C50•M80•J100•N50

RVB

R55•V26•B12

RAL

brun : 8015



La cheminée indique le classement de l'hébergement.

PANTONE

brun : 4625

QUADRI

brun : C50•M80•J100•N50

RVB

R55•V26•B12

RAL

brun : 8015



Le logotype en noir
aucun dégradé de gris
ne sera accepté

Noir 100%



Le L en couleur

PANTONE

vert : 583C

brun : 4625

QUADRI

vert : C25•J100

brun : C50•M80•J100•N50



Carré généreux

PANTONE

vert : 583C

brun : 4625

QUADRI

vert : C25•J100

brun : C50•M80•J100•N50



La couleur d'accompagnement

PANTONE

9162

QUADRI

C6•M6•J15

RVB

R233•V226•B200

RAL

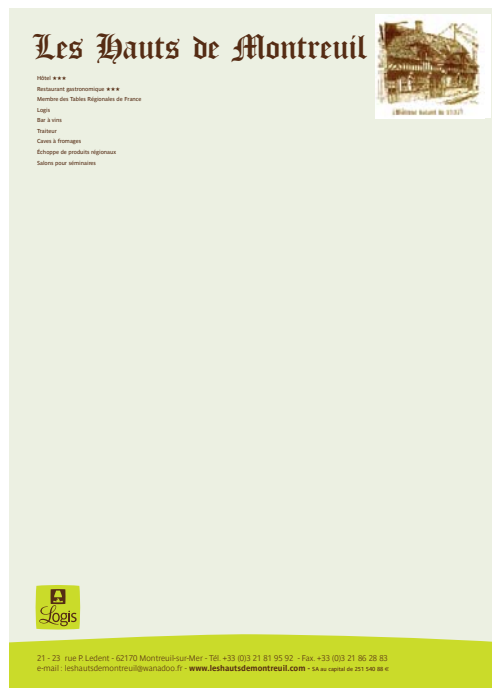
1015

■ **La typographie d'accompagnement utilisée pour l'ensemble des supports (édition, signalétique) est Parisine.**

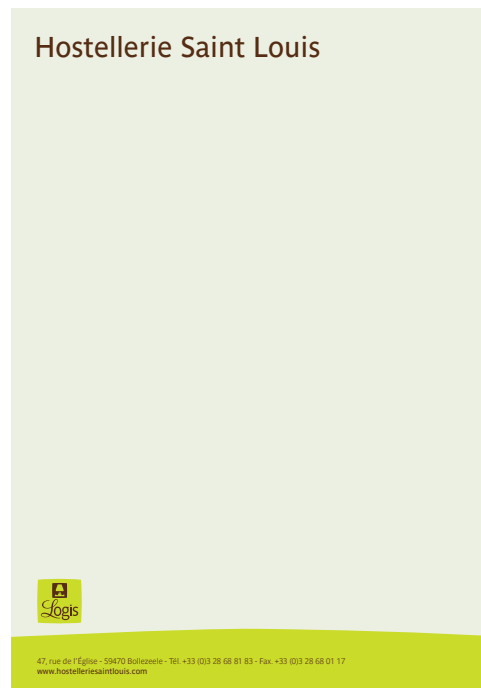
- Pour des applications classiques : **Parisine**
- Pour des applications sur le web et bureautique, la typographie à utiliser est **Trébuchet** ou à défaut **Verdana**
- La typographie des accroches ou titres : **Parisine bold**

Éditions, supports de communication

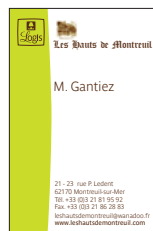
Papier à en-tête et carte de visite pour les hôtels ayant un logo et des visuels



Papier à en-tête et carte de visite pour les hôtels n'ayant aucun logo ni aucun visuel



Recto

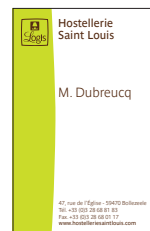


Verso



Carte de visite
Format à la française

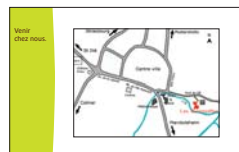
Recto



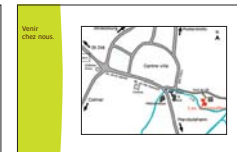
Verso



Carte de visite
Format à la française



Format à l'italienne



Format à l'italienne

Pré-enseignes



HÔTEL
RESTAURANT
**COTTAGE
HÔTEL**



HÔTEL
RESTAURANT
**LE RELAIS
DE
TOURNEBRIDE**



1/20 de la largeur du panneau. Marge tournante.



Affiche format A4

Les proportions du logo et de la marge tournante sont adaptables en homothétie pour divers formats.

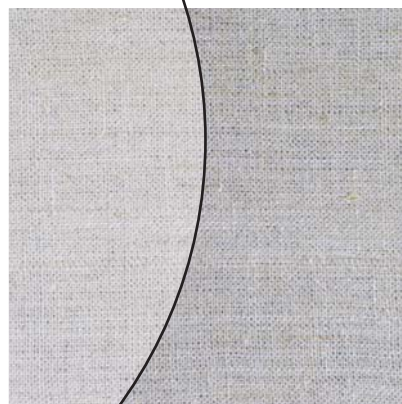
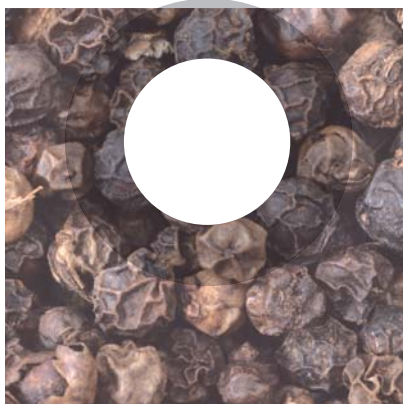
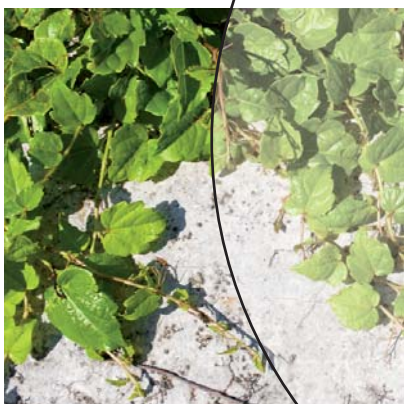
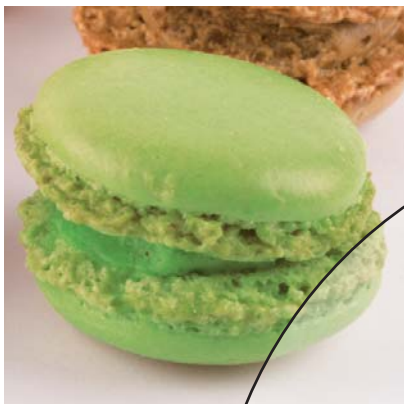


Annonce presse format A4

Les proportions du logo et de la marge tournante sont adaptables en homothétie pour divers formats.



Ambiances et matières



A faire et ne pas faire

Le logo peut vivre sur fonds de couleurs. Il comporte un liseré brun sur un fond de même couleur.

L'épaisseur du liseré et zone de protection

L'épaisseur du liseré doit suivre homothétiquement l'agrandissement ou la réduction du logo. En cas d'utilisation sur Illustrator, ne pas oublier de cocher la case "mise à l'échelle des contours et des effets" de l'outil "mise à l'échelle". **Exemple de référence : pour un logo d'une largeur de 40 mm, le filet est d'une épaisseur de 1 pt.**

Pour permettre au logo d'exister, il faut respecter une **zone de protection** tout autour de lui, d'un minimum de 1/5 de sa largeur.



Tandem intellexisse mihi sum visus, cur felicissimum proindeque dignum omni admiratione animal sit homo, et quae sit demum illa conditio quam in universi serie sortitus sit, non brutis modo, sed astris, sed ultramundanis mentibus invidiosam. Res supra fidem et mira. Quidni? Nam et propterea magnum miraculum et admirandum profecto animal iure homo et dicitur et existimatur. Sed quatenam ea sit audite, Patres, et benignis auribus pro vestra humanitate hanc mihi operam condonate. Res supra fidem et mira. nate.sortitus sit, non brutis

L'identité visuelle ne doit jamais subir de changement.

Voici à titre d'exemple, quelques cas particuliers d'interdiction de modification du logo.

Ne pas supprimer la cheminée



Ne pas utiliser la cheminée seule



Aucun texte à l'intérieur du carré généreux



Ne pas modifier la couleur du logo



Respecter la zone de protection du logotype.

Tandem intellexisse mihi sum visus, cur felicissimum proindeque dignum omni admiratione animal sit homo, et quae sit demum illa conditio quam in universi serie sortitus sit, non brutis modo, sed astris, sed ultramundanis mentibus invidiosam. Res supra fidem et mira. Quidni? Nam et propterea magnum miraculum et admirandum profecto animal iure homo et dicitur et existimatur. Sed quatenam ea sit audite, Patres, et benignis auribus pro vestra humanitate hanc mihi operam condonate. sortitus sit, non brutis modo, sed astris, sed ultramundanis mentibus invidiosam. Res supra fidem et mira. Quidni? Nam et propterea magnum miraculum et admirandum profecto animal iure homo et dicitur et existimatur. Sed quatenam ea sit audite, Patres, et benignis auribus nam domum, divinitatis templum augustissimum, archanae legibus



Ne pas utiliser de pavé blanc pour faire ressortir le logo sur fond couleur



Ne pas utiliser de liseré de couleur autre que le brun ou vert autour du logo





Fédération Internationale des Logis
83, avenue d'Italie - F-75013 Paris
Tél.: +33 (0)1 45 84 70 00 - Fax : +33 (0)1 45 83 59 66
service-marketing@logishotels.com