



# Guide de marque

Rue de l'Industrie 23, CH 1950 Sion

T +41 58 332 21 20

[www.prism.swiss](http://www.prism.swiss)

# Table des matières

INTRODUCTION .....	3
1. Objectif de la charte .....	3
2. Importance de l'image de marque.....	3
3. Appellation et entité juridique.....	4
CHARTRE GRAPHIQUE .....	5
1. Logo .....	5
1.1. Utilisation générale.....	5
1.2. Déclinaisons.....	5
1.3. Modifications des logos.....	7
1.4. Zone de protection autour des logos.....	7
1.5. Taille minimale.....	7
2. Couleurs .....	8
2.1 Utilisation générale.....	8
2.2 Références.....	8
3. Typographie .....	8
3.1 Utilisation générale.....	8
3.2 Accentuation du texte.....	9
3.3 Téléchargement des polices.....	9
3.4 Support de communications.....	9
4. Imagerie .....	9
5. Iconographie.....	10

# Introduction

## 1. Objectif de la charte

Cette charte graphique a pour objectif principal de garantir une cohérence visuelle optimale à travers tous les aspects de la présence de PRISM. En définissant des normes graphiques claires, elle assure une communication unifiée, renforçant ainsi l'identité de la marque. Chaque élément visuel, qu'il s'agisse du logo, de la typographie ou de la palette de couleurs, doit refléter de manière consistante l'essence et les valeurs du programme. Cette référence visuelle, en adoptant un langage graphique unique, permet à chaque membre de l'équipe de contribuer à la construction d'une image de marque positive et cohérente.

La charte graphique n'est pas un document statique mais plutôt une référence évolutive, sujette à des révisions régulières pour rester en phase avec l'évolution de PRISM et les normes graphiques actuelles, tout en intégrant les suggestions et contributions de l'équipe.

## 2. Importance de l'image de marque

L'image de marque de PRISM ne correspond pas uniquement à l'aspect esthétique, il véhicule une représentation visuelle profonde de son identité, de ses valeurs, et de son engagement envers ses parties prenantes. Bien au-delà des éléments visuels, comme un logo ou une palette de couleurs, elle évoque l'essence même du programme et permet de créer des liens émotionnels puissants avec son public.

Cette image n'est pas simplement un ensemble de composants visuels, mais un actif stratégique qui génère une reconnaissance immédiate, établit la crédibilité, et différencie PRISM de ses concurrents. Une image de marque forte renforce la confiance des consommateurs, encourage l'engagement, et positionne le programme de manière positive dans l'esprit de son audience.

## 3. Appellation et entité juridique

Le nom du programme PRISM vient des initiales suivantes :

- Programme de
- mise en Réseau,
- d'Innovation
- et Soutien
- aux Métiers créatifs.

Il convient donc de l'écrire toujours en majuscule et de proscrire les appellations prism ou encore Prism.

PRISM n'est pas une entité juridique à part, elle dépend totalement de société anonyme CimArk SA.

# Charte graphique

## 1. Logo

### 1.1. Utilisation générale

La version originale du logo de PRISM est la suivante et le logo reste identique quelle que soit la langue utilisée :



**PRISM**

### 1.2. Déclinaisons

La version originale est toujours à privilégier mais, selon les cas d'utilisation, il peut être décliné de la manière suivante uniquement :










**PRISM**



**PRISM**

# PRISM

 <b>PRISM</b>	 <b>PRISM</b>
 <b>PRISM</b>	 <b>PRISM</b>
 <b>PRISM</b>	 <b>PRISM</b>
 <b>PRISM</b>	

Les versions accompagnées d'une forme jaune sont à proscrire lorsque l'usage d'éléments graphiques similaires sont employés au même endroit. Ils peuvent en revanche être employés, par exemple, dans des signature e-mail, des documents ou présentations.

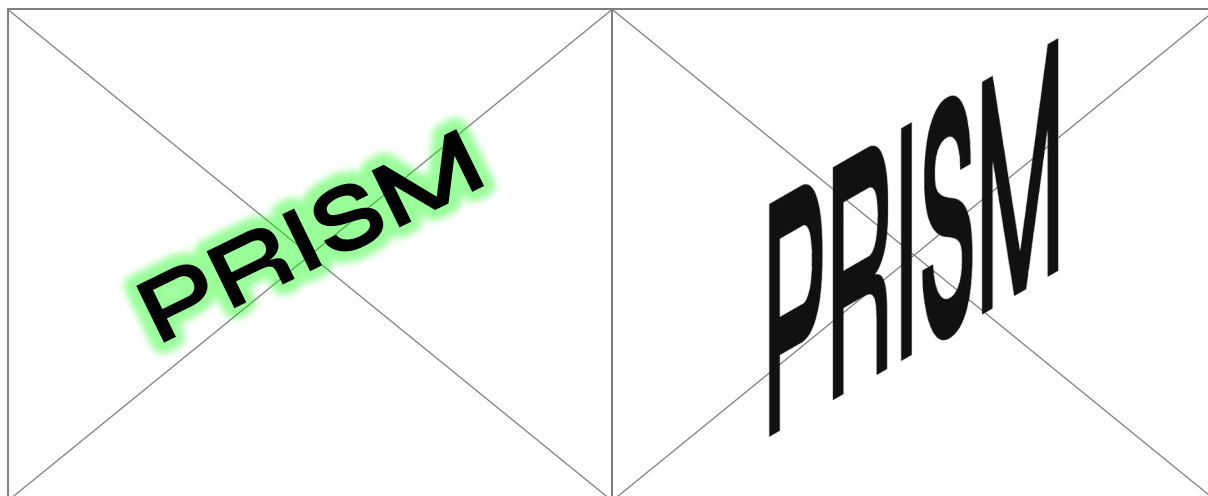
Les logos sont disponibles [ici](#).

En cas de doute sur leur utilisation, merci de contacter l'équipe Marketing de PRISM.

# PRISM

## 1.3. Modifications des logos

Aucune déformation, rotation ou colorisation sur les logos originaux n'est autorisée.



## 1.4. Zone de protection autour des logos

Les logos ne doivent pas être collés à du texte ou à une autre image. Une zone de protection de « blanc » correspondant au minimum à la taille du « A » doit être garantie autour du logo.



## 1.5. Taille minimale

Le logo ne doit pas être utilisés à une taille inférieure à 1,2 mm de haut afin de garantir sa lisibilité.

# PRISM

## 2. Couleurs

### 2.1 Utilisation générale

Les codes couleurs servent de repères pour l'utilisation de couleurs dans tous les documents ayant trait à PRISM. Ils serviront par exemple à déterminer les couleurs possibles pour la mise en page d'un tableau dans une présentation ou pour la mise en couleurs d'un titre sur une lettre.

Les couleurs CMJN sont en principe à réserver pour les graphistes et les imprimeries. Par contre, les couleurs RVB et Web sont utilisables par tous les collaborateurs pour les documents imprimés et les présentations

Le noir (ou le blanc) sont les couleurs à privilégier. Les couleurs vives quant à elles, sont à utiliser avec modération pour ne pas surcharger les différents visuels.

### 2.2 Références

	CMJN	RVB / HEX	Usage
Sunny Yellow	6, 0, 96, 0	250, 250, 0 #FAFA00	Couleur principale
Titan White	4, 5, 0, 0	240, 238, 255 #F0EEFF	Couleur d'accentuation

## 3. Typographie

### 3.1 Utilisation générale



# PRISM

Pour les courriers, rapports officiels imprimés sur papier ou en version électronique (PDF, Word, etc.), ainsi que pour les mailings, les e-mails et les présentations PowerPoint réalisés au nom de PRISM, la police d'écriture par défaut est **Kalinga**.

Cependant, afin de maintenir une unité dans l'image de marque de l'entreprise, nous vous recommandons vivement d'utiliser la police **Syne** aussi fréquemment que possible.

**Veillez noter que si vous partagez des documents éditables avec des tiers, ceux-ci n'auront pas accès à la police Syne à moins que vous ne la partagiez explicitement.**

## 3.2 Accentuation du texte

Pour mettre en évidence une partie du texte et garantir une lisibilité optimale, privilégiez le **gras** plutôt que le souligné ou l'italique. Il est crucial de ne jamais utiliser le gras et le souligné simultanément, de même pour l'italique.

## 3.3 Téléchargement des polices

Les polices sont téléchargeables [ici](#)

La police d'écriture **Kalinga** devrait être installée par défaut sur votre ordinateur. Si ce n'est pas le cas ou en cas de souci d'installation, merci de contacter le service Marketing ou le support Informatique.

## 3.4 Support de communications

Sur tous les supports de communication, qu'ils soient imprimés ou digitaux, nous recommandons l'utilisation de la police **Syne**. Privilégiez la version **Syne Regular** pour le corps de texte et **Syne SemiBold** pour les titres.

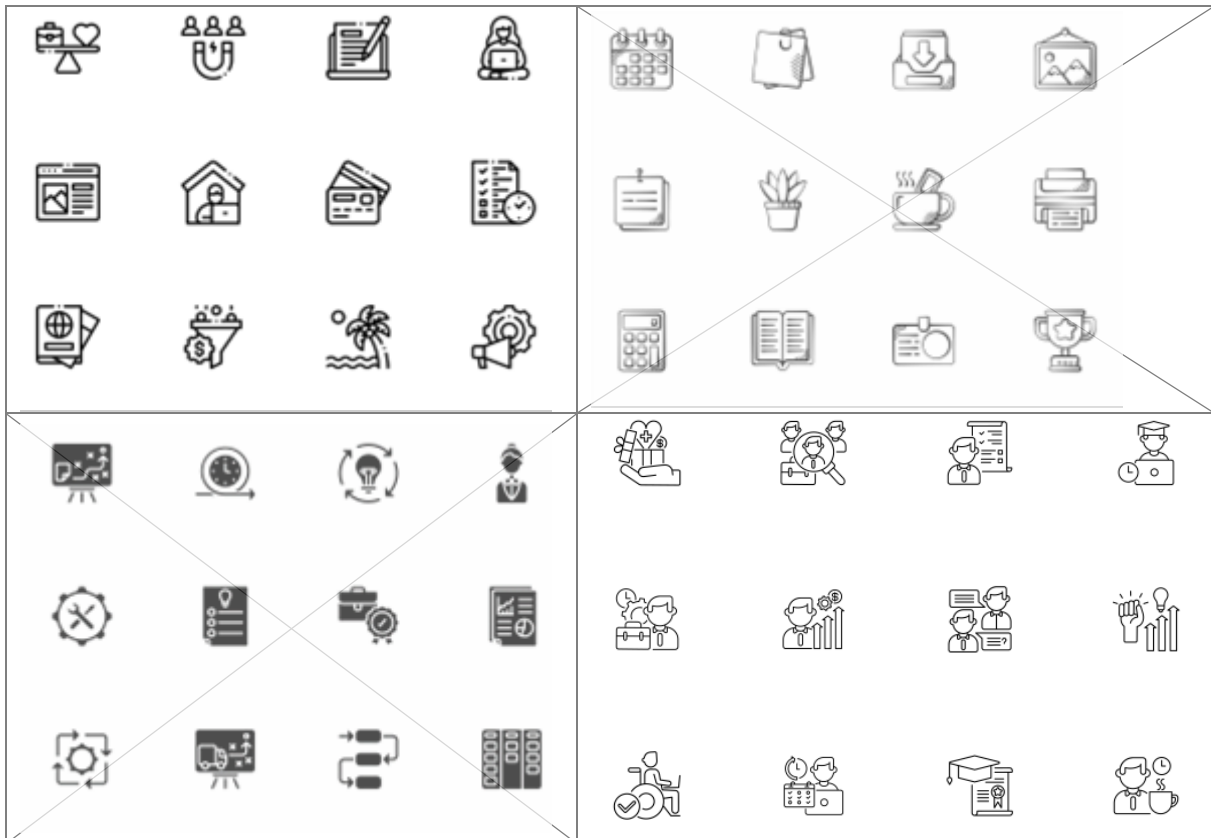
# 4. Imagerie

Une sélection d'images génériques à été regroupée [ici](#)

Si cette collection ne contient pas d'images correspondant à vos besoins, veuillez-vous adresser à un membre de l'équipe marketing. Il est crucial de choisir des images qui véhiculent les valeurs de PRISM.

## 5. Iconographie

Pour garantir une unité visuelle, notamment lors de l'utilisation d'icônes dans vos présentations PowerPoint, privilégiez les icônes de type « contour », comme illustré dans l'exemple ci-dessous. Évitez d'utiliser des icônes ou des symboles pouvant être assimilés au style « dessiné à la main » ou avec un « remplissage ».



Veillez à l'unité de vos icônes en choisissant uniquement celles ayant une épaisseur de contours visuellement similaire. En cas de doute sur votre choix, n'hésitez pas à vous adresser à l'équipe Marketing.