



Manuel
d'Identité Corporative
Compagnie de Sainte Thérèse de Jésus

1. INTRODUCTION	2	4. APPLICATIONS	24
2. ÉLÉMENTS DE MARQUE	4	4.1. Documents officiels	25
2.1. Logotype	5	4.1.1. Une page	25
2.2. Isotype	8	4.1.2. Deux pages	26
2.3. Couleurs corporatives	10	4.1.3. Plus de deux pages	27
2.4. Polices	12	4.2. Impression	28
2.5. Logotypes dérivés	14	4.2.1. Cartes de visite	28
3. NORMES D'UTILISATION	17	4.2.2. Enveloppes	29
3.1. Utilisations correctes	18	4.2.3. Cahiers ou agendas	30
3.1.1. Zone de réserve	18	4.2.4. Chemises	31
3.1.2. Taille minimale	19	4.3. Digital	32
3.1.3. Utilisation sur des arrière-plans	20	4.3.1. Signature courrier	32
3.2. Utilisations incorrectes	22	4.3.2. Web	33
		4.3.3. RRSS	34
		4.3.4. Newsletter	35

1. | INTRODUCTION

L'identité corporative est l'ensemble des éléments graphiques qui définissent le caractère unique et reconnaissable de l'institution. L'utilisation correcte de l'identité visuelle aidera à créer et à consolider l'image corporative. C'est la perception que le public a de l'institution et qui **influence pour qu'elle soit reconnue dans nos réalités et qu'elle ait l'impact social qu'elle souhaite.**

Dans ce Manuel, nous présentons les **normes de la Compagnie pour représenter son image.** Il est de la responsabilité de chacun de les respecter fidèlement et de s'engager à les utiliser comme indiqué et non selon des critères personnels.

Les fondements d'une identité corporative ont pour but de nous rendre reconnaissables dans nos réalités. C'est un travail d'équipe, auquel nous participons tous pour la construire, en renforçant et en unifiant l'image de la Compagnie de Sainte Thérèse de Jésus. Cela évite des esthétiques disparates, transmet une vision moderne de notre congrégation et unit nos valeurs. La conception graphique évolue, s'adaptant aux nouveaux médias. **Le défi, cependant, reste le même : le connaître et l'aimer, et le faire connaître et aimer.**

Mai, 2022

*Extraits du Plan de Communication stj

2. | ÉLÉMENTS DE MARQUE

Le logotype est formé par **l'isotype (emblème)** et par **les lettres de Compagnie de Sainte Thérèse de Jésus** avec la police Forum régulier avec les couleurs corporatives.

Logotype principal (version positive):



Pour prendre soin de l'image graphique de la Compagnie, il est nécessaire de maintenir un design cohérent en termes d'éléments visuels. Cela nous présente d'une manière plus institutionnelle, attrayante et actuelle.

Le logo combine nos marques d'identité constantes et notre ouverture à la nouveauté des temps et des contextes

Logotype (version négative):



L'utilisation du logotype principal doit être priorisée. Dans le cas où, par conception ou autres, il est nécessaire d'utiliser l'une des autres versions, les critères de visibilité maximale, de lisibilité et de contraste doivent être privilégiés.

Logotype monochrome (version positive):



Logotype monochrome (version négative):



« L'Esprit nous pousse à retourner aux sources et à nous ouvrir aux contextes dans lesquels nous vivons. » (Constitutions, article 8)

Versions dans d'autres langues

Le logo en espagnol sera utilisé lorsque le contenu qui l'accompagne (documents, communiqué de presse, campagne, présentation, etc.) est en espagnol. On cherche ainsi à exprimer l'homogénéité. Le logo avec les langues co-officielles devrait être utilisé chaque fois que le contenu est dans ces langues.

Logo en anglais:



Logo en espagnol:



Logo en portugais:



Logo en italien:

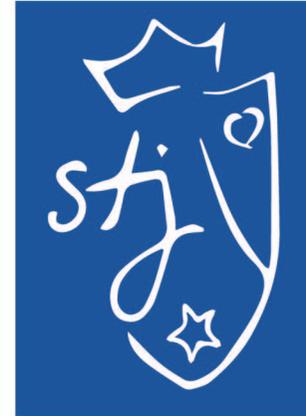


L'isotype est la **représentation graphique la plus simple**. Il doit être reconnaissable isolément et doit garder tous ses éléments inchangés.

Isotype (version positive):



Isotype (version négative):



Isotype monochrome (version positive):



Isotype monochrome (version négative):



L'isotype a la capacité de représenter l'ensemble de l'institution avec un seul symbole.

Il est important qu'il soit unique, adaptable, approprié et intemporel.

L'emblème recueille une impression, un souvenir rapide de l'emblème de la Compagnie et de certains de ses éléments essentiels qui continuent à forger notre identité thérésienne. Il répond à une totalité et chacun des éléments qui le forment ont une signification:

Chapeau

Des femmes d'étude
et en processus...
instruites et saintes



Coeur

Des femmes avec
un cœur qui aime
à la manière de
Jésus et de Thérèse



Bouclier ouvert

Il n'y a rien de fermé ou
de fini. Dans l'ouverture
à la réalité qui nous
interpelle et nous appelle
à créer des réseaux
avec beaucoup d'autres



Etoile

L'éducation guide,
illumine et configure
des générations entières



STJ

Avec des traits continus
qui nous unissent entre
nous et à toute la
famille charismatique
de S. Henri de Osso



2.3. Couleurs corporatives

Les couleurs corporatives ont été choisies avec un but et une signification, elles doivent donc être respectées. Ce sont:

- **Bleu:** Il nous rappelle que nous sommes marqués par l'expérience de Dieu, par notre vocation à connaître et à aimer Jésus.
- **Marron:** Il unit les frères et sœurs dans notre vocation de service en tant qu'éducatrices.
- **Blanc:** Il évoque notre être en tant que disciples et maîtresses de prière (art.31), nous reliant au Dieu de Jésus qui nous habite et devient présent dans le monde.

Les personnes associent les sensations et les émotions aux couleurs, ce qui en fait l'une des ressources les plus importantes de la communication visuelle.

Il est important qu'elles soient respectées, car elles sont un excellent outil de communication.

#2C559E

CMYK: 94 74 9 0

RGB: 44 85 158

#855D37

CMYK: 45 72 88 11

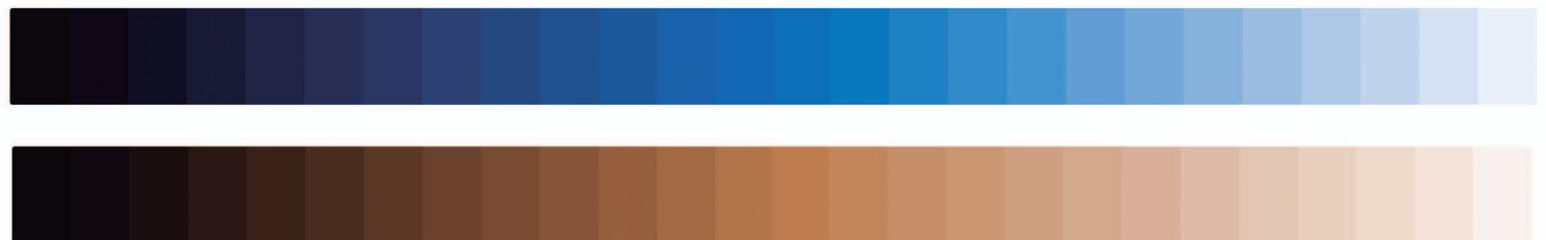
RGB: 133 93 55

2.3. Couleurs corporatives

Les couleurs secondaires doivent toujours être utilisées en harmonie et en faveur des couleurs principales. Leur fonction est d'apporter une plus grande versatilité aux conceptions graphiques. Elles doivent être utilisées en complément des couleurs principales, il n'est donc pas permis de les utiliser en leur absence. Dans tous les cas, leur utilisation est facultative et il n'est pas permis de les utiliser pour modifier les couleurs du logotype ou de l'isotype.



Il est également permis de supprimer l'opacité des couleurs principales pour obtenir de nouveaux tons, mais en privilégiant toujours les couleurs principales:



Les couleurs secondaires offrent versatilité et dynamisme. Elles sont destinées à compléter les principales.

La police corporative qui se trouve sur le logotype est Forum Regular.

Conçue en 2012, avec empattement et divers poids. Elle a été créée pour les titres, les sous-titres et les corps de texte courts. Pour les textes longs, elle peut être un peu lourde en raison de l'empattement et de sa conception plus statique. C'est aussi celle qui devrait être utilisée pour les logotypes dérivés et à d'autres occasions telles que les en-têtes de lettres et les documents spéciaux, bien que les différentes familles typographiques qu'elle propose puissent être utilisées.

C'est une police avec un aspect caractéristique à cause des traits droits, l'empattement marqué et les proportions qui suivent les canons classiques rappelant la Rome antique. Elle apporte un air classique et formel qui contribue à transmettre l'institution de manière sérieuse, élégante et historique.

A B C Ç D E F G H I J K L M Ñ N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c ç d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , : ; “ ” ‘ ¡ ! ¿ ? () - + * / =
 Á á Ê é Í í Ó ó Ú ú

La police est également un outil de communication visuelle très important, car elle ajoute des idées ou des valeurs qui, bien utilisées, renforcent l'image institutionnelle que nous voulons atteindre.

Si elle parvient à pénétrer et à renforcer le public, elle fonctionnera comme un signe d'identité sans avoir besoin d'être accompagné du logo ou de l'isotype.



Polices secondaires

Pour l'élaboration de textes et de documents officiels, l'utilisation des polices Avenir et Poppins est autorisée, chacune avec des caractéristiques différentes pour mieux s'adapter aux différents supports.

Avenir

Cette famille typographique est composée de 12 poids qui lui confèrent une grande polyvalence pour être utilisée dans les titres, les corps de texte et la signalisation.

A B C Ç D E F G H I J K L M Ñ N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c ç d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , : ; " ' j ! ¿ ? () - + * / =
Á á É é Í í Ó ó Ú ú

Poppins

Par rapport aux autres polices, la largeur des caractères est étendue pour favoriser la fluidité horizontale. On la voit beaucoup dans les environnements et les conceptions numériques et dans le Web. C'est la police du site actuel.

A B C Ç D E F G H I J K L M Ñ N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c ç d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , : ; " ' j ! ¿ ? () - + * / =
Á á É é Í í Ó ó Ú ú

Comme police alternative et d'utilisation libre, vous pouvez utiliser **Calibri**.

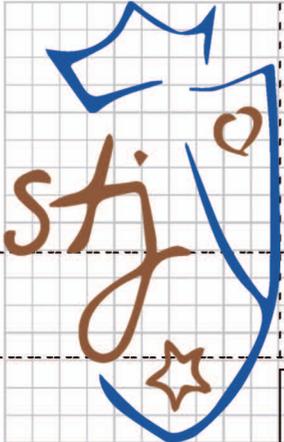
2.5. Logotypes dérivés

Pour représenter chaque province ou Délégation, quelques exemples ont été conçus:



On resitue le titre de « Compagnie... en minuscules en bas et on y ajoute le nom de la Province ou de la Délégation. La police Forum est maintenue et la taille de la police est adaptée pour qu'elle n'occupe pas plus de deux lignes:





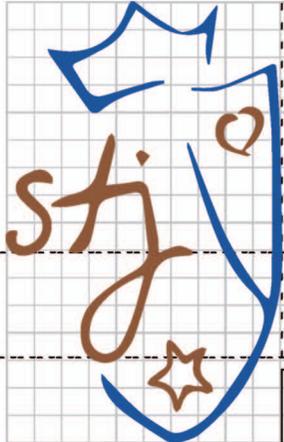
TERESIAN PROVINCE
OUR LADY OF PEACE

Society of Saint Teresa of Jesus

Marge de sécurité des lignes "Companhia"

Marge de sécurité d'espace entre l'Isotype et le texte

Marge de sécurité pour 2 lignes de texte



PROVINCIA
SAN JOSÉ

Compañía de Santa Teresa de Jesús

Marge de sécurité des lignes "Companhia"

Marge de sécurité d'espace entre l'Isotype et le texte

Marge de sécurité pour 2 lignes de texte

2.5. Logotypes dérivés

Pour les initiatives, les projets, les campagnes ou les réunions dans lesquels vous souhaitez concevoir un logotype et où la Compagnie a un lien, un logo différent doit être conçu. Il ne peut être fabriqué à partir de celui de la Compagnie, ni avoir ses éléments. Si vous souhaitez créer un lien avec la Compagnie, vous choisirez de présenter les deux logos ensemble, mais chacun se différencie de l'autre et comporte sa zone de réserve pratique.



3. | NORMES D'UTILISATION

3.1.1. Zone de réserve

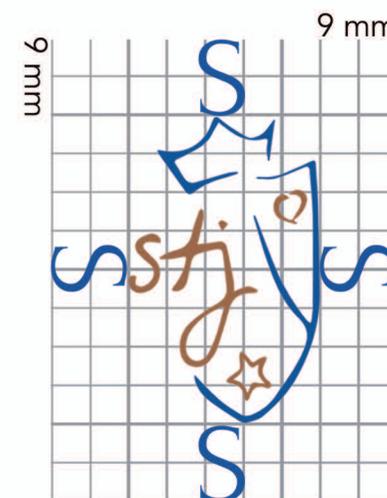
C'est l'espace que nous devons laisser autour du logotype afin qu'aucun autre élément ne dépasse cette limite et éviter la contamination visuelle de celui-ci. Cette zone marque la limite maximale à laquelle d'autres éléments de la conception peuvent être placés.

Quelle que soit la taille, la zone de la réserve doit être proportionnelle au « S » de tous les côtés.

Pour la taille minimale, le « S » mesurera 9 mm:

Logotype : marge de 9 mm sur tous les côtés.

Isotype : marge de 9 mm sur tous les côtés.



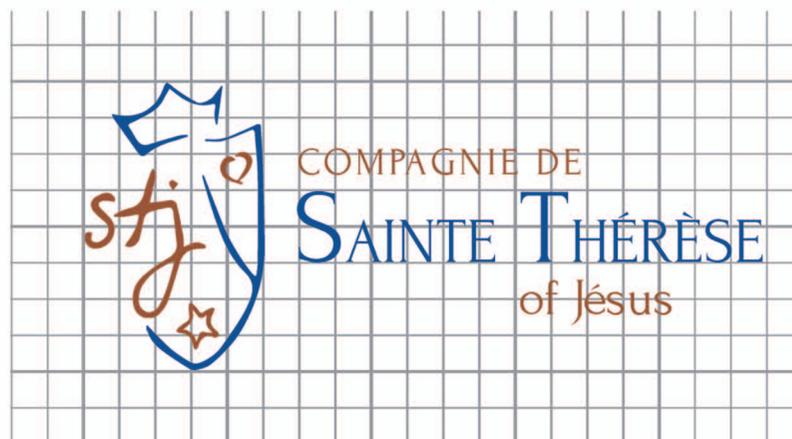
Il est important de respecter ces règles afin que l'image institutionnelle soit solide et consistante. La zone de réserve fournit un espace autour du logo ou de l'isotype qui permet de les voir de manière nette et claire.

3.1.2. Taille minimale

Il indique la plus petite taille dans laquelle l'emblème et le Logotype peuvent être représentés pour une lecture correcte. Si ce n'est pas respecté, ils perdront leur résolution et donc leur lisibilité. Cela se produira à la fois avec le logotype et l'emblème, mais plus particulièrement avec le logotype, car il comporte des lettres et donc des traits plus minces qui, en cas de perte de résolution, ne seraient plus visibles.

La reproduction proportionnelle minimale est de 40 mm de large pour le logotype et de 21 mm pour l'isotype.

40 mm



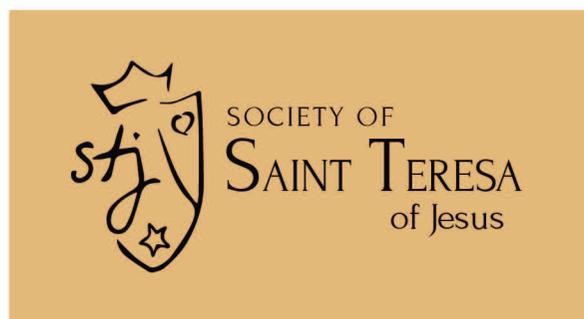
21 mm



La taille minimale est étudiée afin que nous ne perdions pas la lisibilité, car à partir de cette dimension, les traits ne seraient plus visibles, perdant ainsi des éléments de la conception. Bien que sur les écrans, vous puissiez zoomer dans certains cas pour mieux le voir, dans les impressions, vous ne pouvez pas le faire.

3.1.3. Utilisation sur des arrière-plans

Si le logotype ou l'isotype doit être appliqué sur des arrière-plans autres que le blanc, il doit être appliqué dans une seule couleur (blanc, noir, bleu ou marron) à la recherche du plus grand contraste et de la plus grande lisibilité. Dans les arrière-plans clairs, le noir se démarque mieux. Dans les arrière-plans sombres, le blanc se démarque mieux.



3.1.3. Utilisation sur des arrière-plans

S'il va être placé sur une image, vous devez trouver un endroit où il est visible et se lit bien. Les versions monochromes doivent être utilisées pour s'assurer qu'il est lisible et qu'il contraste avec l'arrière-plan. Dans les images sombres, le blanc se démarque mieux. Dans les images claires, le noir se démarque mieux.





L'image de marque, qui représente l'institution, est définie par le soin apporté à son utilisation.

L'effort pour communiquer les valeurs de la Compagnie peut être appauvri par une mauvaise utilisation de sa marque.



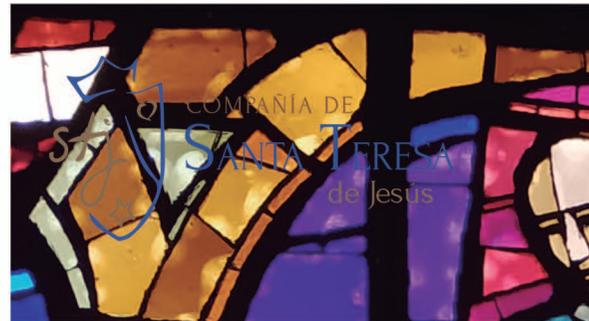
3.2. Utilisations incorrectes

Autres utilisations incorrectes sont:

Ne pas laisser d'espace de réserve:



Utiliser le logotype en couleur sur une image:



Appliquer un effet biseauté ou gaufré:



Utiliser en blanc sur un arrière-plan clair:



Faire pivoter un élément:



Appliquer un effet du type trait extérieur:



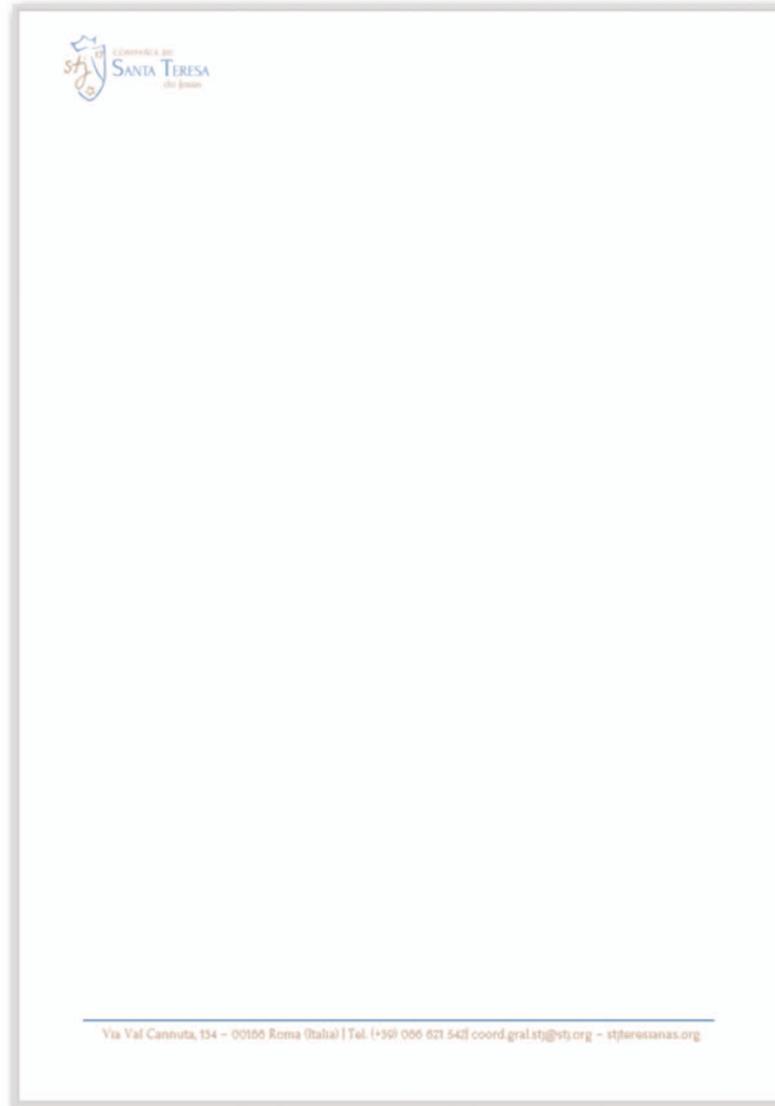
“Une identité visuelle ne peut pas être librement modifiée si nous voulons préserver ce qui la rend attrayante.”

Plan de Communication stj

4. | APPLICATIONS

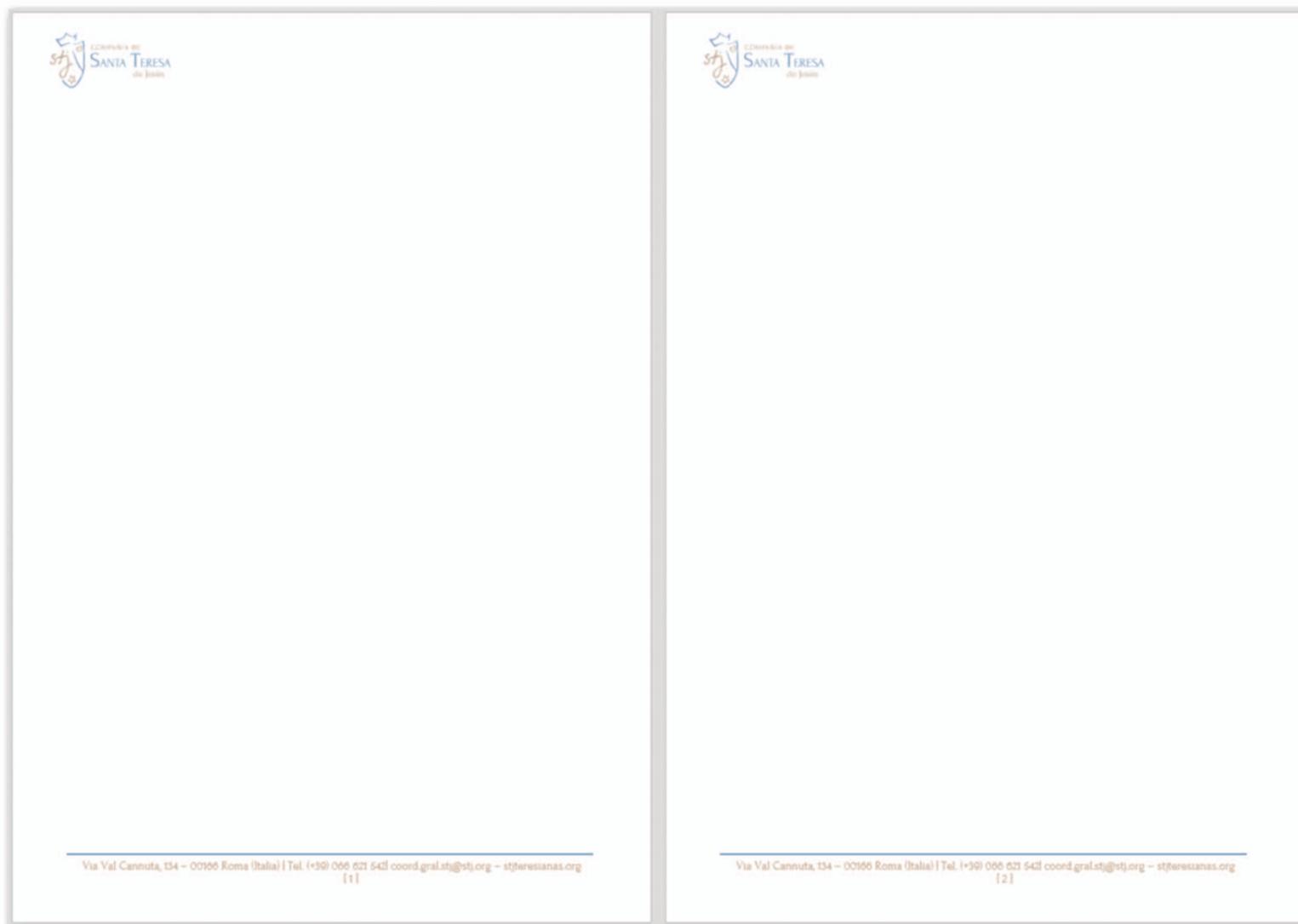
Selon le nombre de pages, les informations seront ajoutées de différentes manières.

4.1.1. Une page:



Le logo de la Compagnie doit être remplacé par le logo dérivé, le cas échéant, ainsi que les données de la partie inférieure.

4.1.2. Deux pages:



Les documents de plus d'une page doivent inclure le numéro de page. Il est ajouté en bas.

4.1.3. Plus de deux pages:



Dans les documents de plus de deux pages, en plus du numéro de page, le logotype sera inclus sur les pages alternatives. Selon qu'il y ait une couverture, le logo sera sur des pages paires ou impaires.

Les conceptions suivantes sont proposées pour des applications principales dans les formats de papeterie.

4.2.1. Cartes de visite:

Recto verso:



Recto uniquement:



Il est important que tout le matériel que vous souhaitez imprimer soit conçu avec le modèle de couleur CMYK.

4.2.2. Enveloppes:

Format DL (110 × 220 mm):



Format C5 (162 × 229 mm):



Il est important que tout le matériel que vous souhaitez imprimer soit conçu avec le modèle de couleur CMYK.

4.2.3. Cahiers ou agendas:



Il est important que tout le matériel que vous souhaitez imprimer soit conçu avec le modèle de couleur CMYK.

4.2.4. Chemises:



Il est important que tout le matériel que vous souhaitez imprimer soit conçu avec le modèle de couleur CMYK.

Les conceptions suivantes sont destinées à montrer quelques exemples d'application de la marque institutionnelle de la Compagnie dans l'environnement numérique.

4.3.1. Signature courrier:

Prénom Nom
Service / Poste
+XX 555 555 555
www.stjteresianas.org

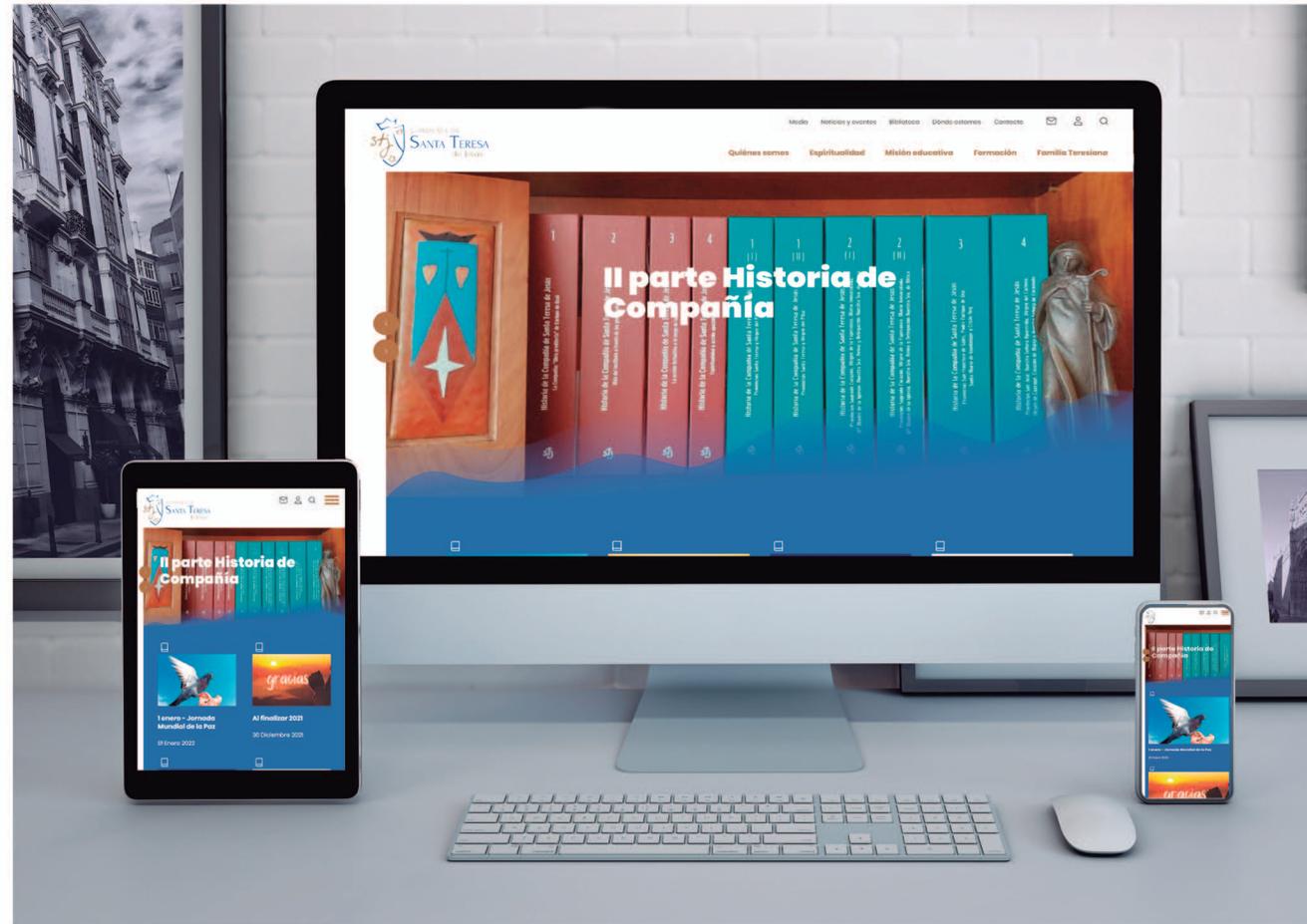


Antes de imprimir este mensaje confirme que es imprescindible. Nos interesa cuidar la casa común. |

CONFIDENCIALIDAD. El contenido de este mensaje y el de cualquier documentación anexa es confidencial y va dirigido únicamente al destinatario del mismo. Si Usted no es el destinatario, le solicitamos que nos lo indique, no comunique su contenido a terceros y proceda a su destrucción.

CONFIDENTIALITY. The content of this message and any attached information is confidential and exclusively for the use of the addresser. If you are not the addresser, we ask you to notify to the sender, do not pass its content and delete the original.

4.3.2. Web:



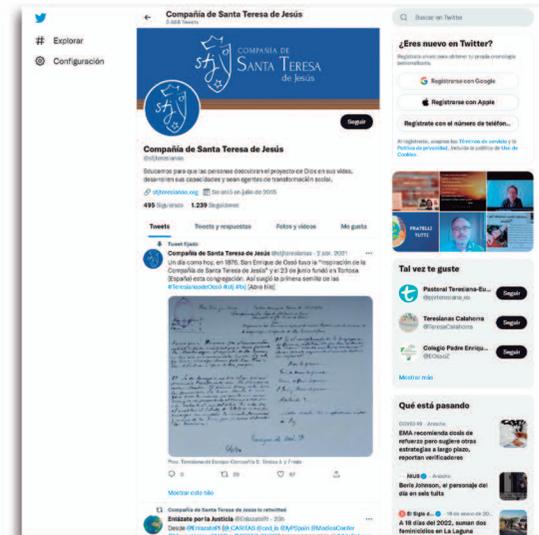
Contrairement aux supports d'impression, les conceptions graphiques à voir à l'écran doivent être conçues avec le modèle de couleur RGB.

4.3.3. RRSS:

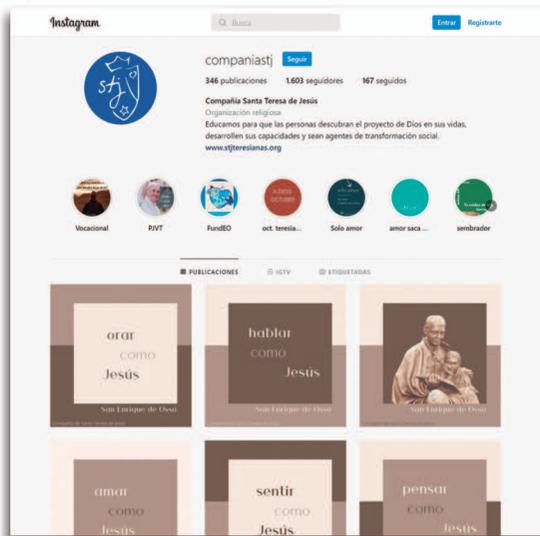
Facebook:



Twitter:

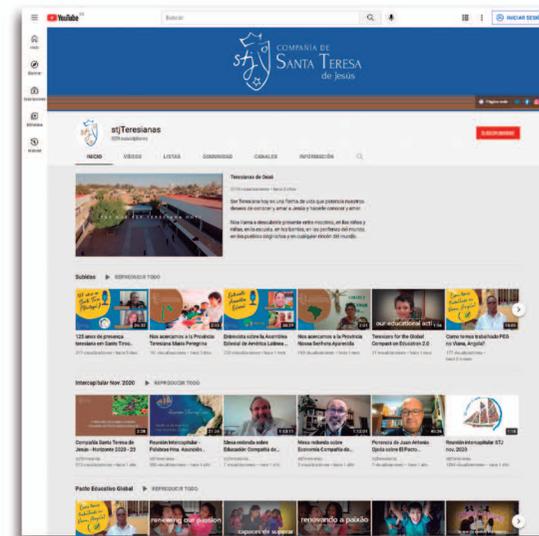


Instagram:



Si les éléments de l'image corporative sont utilisés dans les RRSS, pour l'image de profil, seul l'isotype doit être utilisé à la place du logotype. Voir plus en détail le Manuel des Médias Numériques stj.

Youtube:



4.3.4. Newsletter:



ENERO 2022

En este mes en el que celebramos la fiesta de San Enrique de Ossó, nos alegra compartir la vida y misión de la Compañía que sigue dando el fruto que nuestro fundador sembró.



Entrevista sobre los 125 años de presencia teresiana en Santo Tirso (Portugal).

Actualidad teresiana



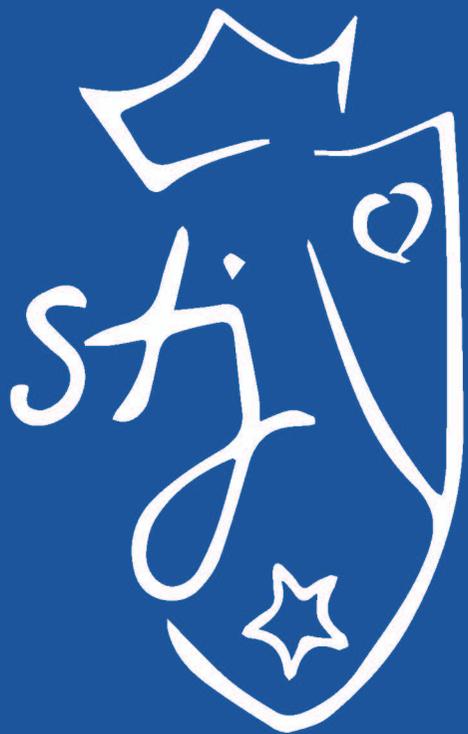
Al comenzar 2022

Nos acercamos a procesos y acontecimientos de Iglesia y de Compañía que desde el Equipo general se cuidan y acompañan.

[Leer más](#)

Pour contacter:

comunicacion.equipo@stjteresianas.org



COMPAGIE DE
SAINTE THÉRÈSE
de Jésus