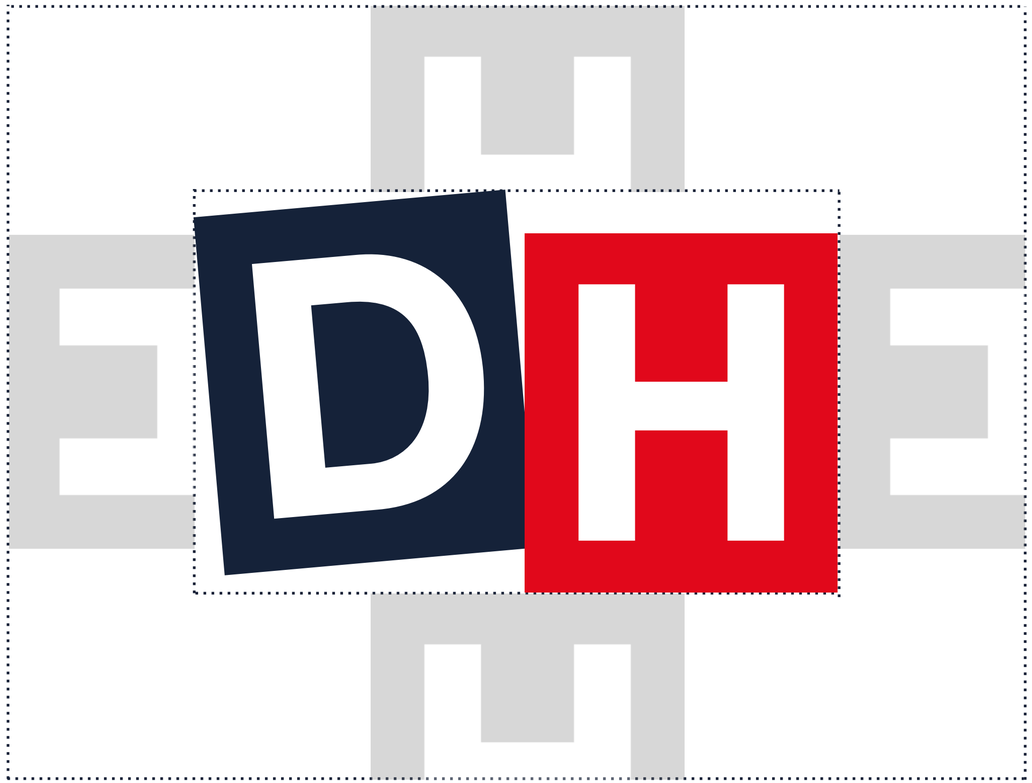
BRANDBOOK 2024

IDENTITÉ VISUELLE

1. LOGOTYPE
2. COULEURS
3. TYPOGRAPHIE
4. COMPOSITION
5. SOCIAL MEDIA

Zone de protection du logo

Pour garantir une visibilité maximale à notre marque, nous avons défini une zone de protection autour du logo. Aucun élément graphique ou texte ne peut être placé dans cette zone. Cette zone est mesurée par la moitié de la hauteur du rectangle rouge qui entoure le "H". La taille minimale du logo est de 10 mm pour l'impression et de 50 px pour les applications numériques.



10 mm - 50 px

Variations de couleurs

Nous souhaitons toujours que notre marque soit visible. Notre logo peut donc également être utilisé sur différents fonds. Vous trouverez à côté des exemples des différentes variations de couleur du logo et des indications sur quand les utiliser sur un fond coloré ou sur une image.

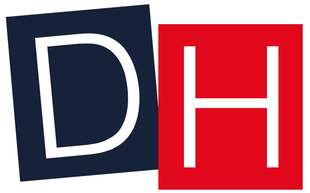
À ne pas faire

Utilisez toujours le logo tel que fourni par DH. Il ne doit en aucun cas être modifié. Veuillez ne pas :

1. Changer l’inclinaison du rectangle.
2. Changer les couleurs du logo.
3. Changer la police de caractères.
4. Faire pivoter le logo en diagonale.
5. Utiliser une ombre derrière le logo.

1. ⊗

2. ⊗



3. ⊗

4. ⊗

5. ⊗

1. LOGOTYPE

Logo
DH Les Sports

Les directives établies précédemment s'appliquent également au logo DH Les Sports +. Il est recommandé d'opter pour la version horizontale du logo, privilégiant ainsi une intégration harmonieuse dans les mises en page ou les compositions. Toutefois, lorsque les contraintes d'espace, de composition ou de format ne permettent pas une telle orientation, la version verticale du logo peut être envisagée comme alternative.

ALT

Couleurs primaires

Nos couleurs primaires sont celles qui façonnent notre marque. Nous utilisons un bleu nuit profond qui représente la profondeur et la fiabilité, combiné à un rouge vibrant qui symbolise la passion et l'énergie. Ensemble, elles soulignent notre dynamisme.

Bleu Nuit Profond

CMYK	100 85 46 56
RGB	21 34 57
HEX	152239

Rouge Vibrant

CMYK	2 100 95 0
RGB	255 8 27
HEX	E1081B

Blanc Neige

CMYK	0 0 0 0
RGB	255 255 255
HEX	FFFFF

Couleurs d’accent

Les couleurs d'accent, spécifiquement sélectionnées pour valoriser un texte ou un appel à l'action, proviennent de nos deux couleurs primaires. Elles sont le négatif l'une de l'autre. Pour enrichir cette palette, un jaune ensoleillé est également employé, principalement pour mettre en évidence les offres spéciales et les options d’abonnement.

Bleu Nuit Profond

CMYK	100 85 46 56
RGB	21 34 57
HEX	152239

Rouge Vibrant

CMYK	2 100 95 0
RGB	255 8 27
HEX	E1081B

Jaune Soleil

CMYK	2 32 95 0
RGB	237 184 63
HEX	EDB83F

Dégradé

Pour dynamiser certains assets digitaux, l'emploi d'un fond en dégradé intégrant des couleurs dédiées peut être envisagé. Ce dégradé, qui prend naissance au bas de l'élément, s'étend sur 60% de sa surface totale. Les 40% restants adoptent un bleu nuit, teinte finale du dégradé.

BLEU NUIT 40%

DÉGRADÉ 60%

Bleu Nuit

RGB	3 47 96
HEX	032f60

Rouge Sunset

RGB	245 0 0
HEX	f50000

Exemple d’usage des couleurs

Voici un exemple de la manière dont les couleurs primaires peuvent être combinées avec les couleurs d’accent dans des publications.

Exemple d’usage du dégradé

Voici un exemple de la manière dont le dégradé peut-être utilisé pour dynamiser une publication digitale.

Police de caractère

La famille de polices Open Sans constitue la police de caractère principale de la DH. Bien que l'intégralité de la famille soit à votre disposition pour s'adapter aux exigences spécifiques de chaque mise en page, nous avons sélectionné trois variantes de graisse comme étant les plus fréquemment employées.

Open Sans

abcdefghijklmnop
ABCDEFGHIJKLMN
0123456789
€!?;:+&

OPEN SANS EXTRA GRAS
Pour les mots-clés et appels à l'action, peut être en majuscules

Open Sans Gras
Pour les titres, les citations et l'accentuation des mots

Open Sans Courant
Pour le corps du texte

Open Sans Extra Gras
Open Sans Extra Gras Italique
Open Sans Gras
Open Sans Gras Italique
Open Sans Semi-Gras
Open Sans Semi-Gras Italique
Open Sans Courant
Open Sans Courant italique
Open Sans Léger
Open Sans Léger italique

Exemple d’usage de la typographie

Voici un exemple de la combinaison de différentes graisses de la police de caractères dans une mise en page éditoriale.

Placeholder d’image

Les images peuvent être utilisées dans un placeholder.

L’inclinaison dru placeholder correspond à celui du rectangle incliné du logo (5°).

4. COMPOSITION

Images détourées

Pour dynamiser les compositions et quand l'image le permet, il est possible d'utiliser des images détourées. Une légère ombre diffuse à 40% peut-être utilisée.

Exemple d'ombre

Opacité	40%
Angle	Adapté à l'éclairage de l'image
Epaisseur	0%
Taille	80px

Appels à l’action

Il y a deux types d’appel à l’action, un destiné majoritairement aux abonnements (Jaune Soleil) et un générique (Rouge Vibrant).

Conception des appels à l’action

CONTOURS : Utilisez un rayon de bordure de **5 pixels**.

DIMENSIONS : La **largeur minimale du CTA** doit être de 320 pixels. Assurez-vous qu'il y a **au minimum 130 pixels d'espace** de chaque côté du texte du CTA pour garantir une lisibilité optimale.

ADAPTABILITÉ : Le CTA peut **s'adapter à la largeur de la zone de conception** spécifiée pour les formats mobiles verticaux.

AJUSTEMENTS : La taille du CTA **peut être ajustée proportionnellement** en fonction des exigences spécifiques du projet pour assurer une intégration harmonieuse dans différents formats.

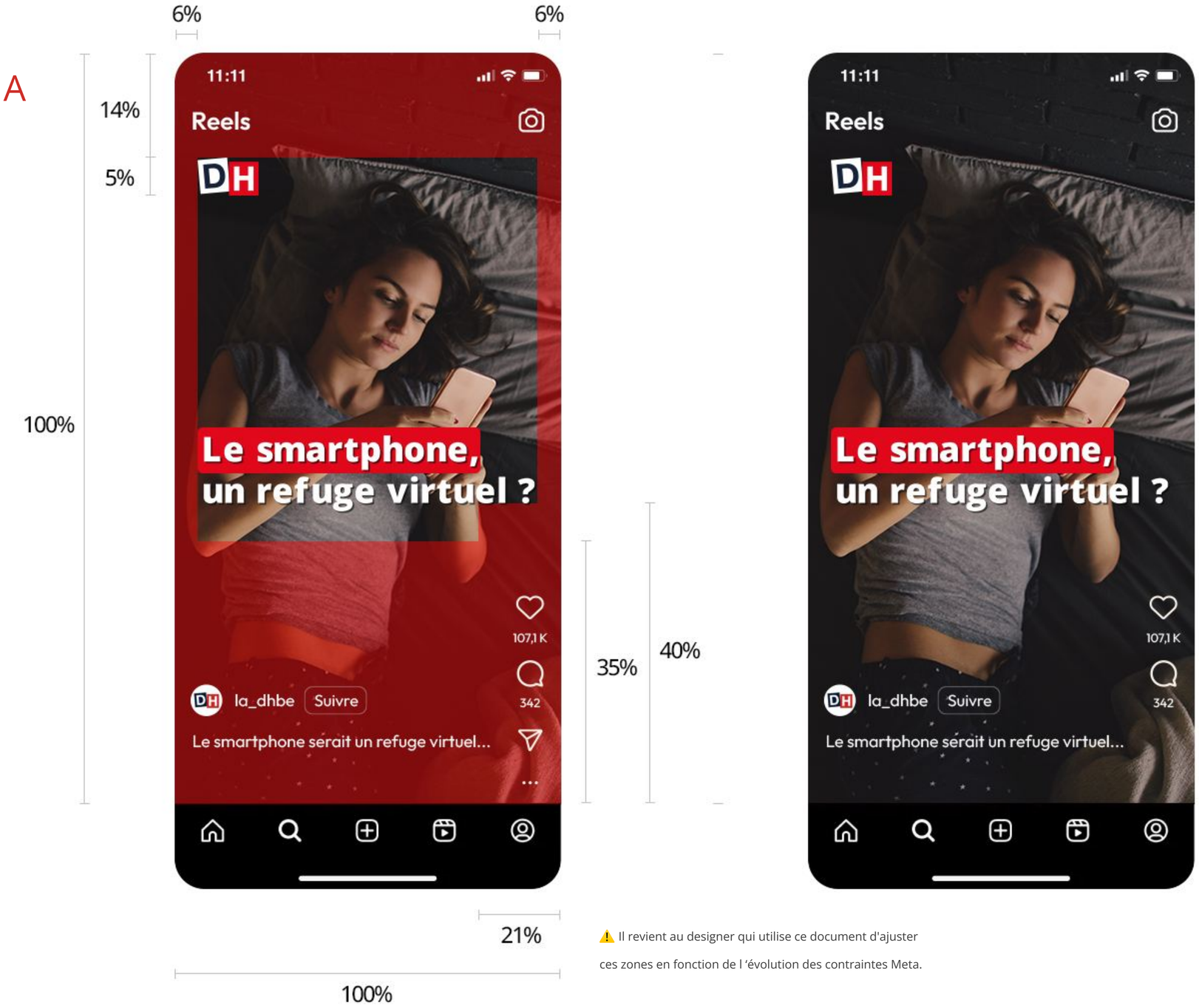
MAJUSCULES : L'utilisation des majuscules doit être adaptée **selon l'urgence du message**. Pour des actions immédiates ou importantes (ex. « TÉLÉCHARGEZ"), utilisez des majuscules intégrales. Pour des incitations plus douces ou des options moins urgentes (ex. "J'en profite"), optez pour une capitalisation standard.

Appels à l’action

Vidéos : Logo et titre

Pour les vidéos, nous avons établi des zones de sécurité qui correspondent aux dernières recommandations de Meta pour le positionnement des éléments (2024).

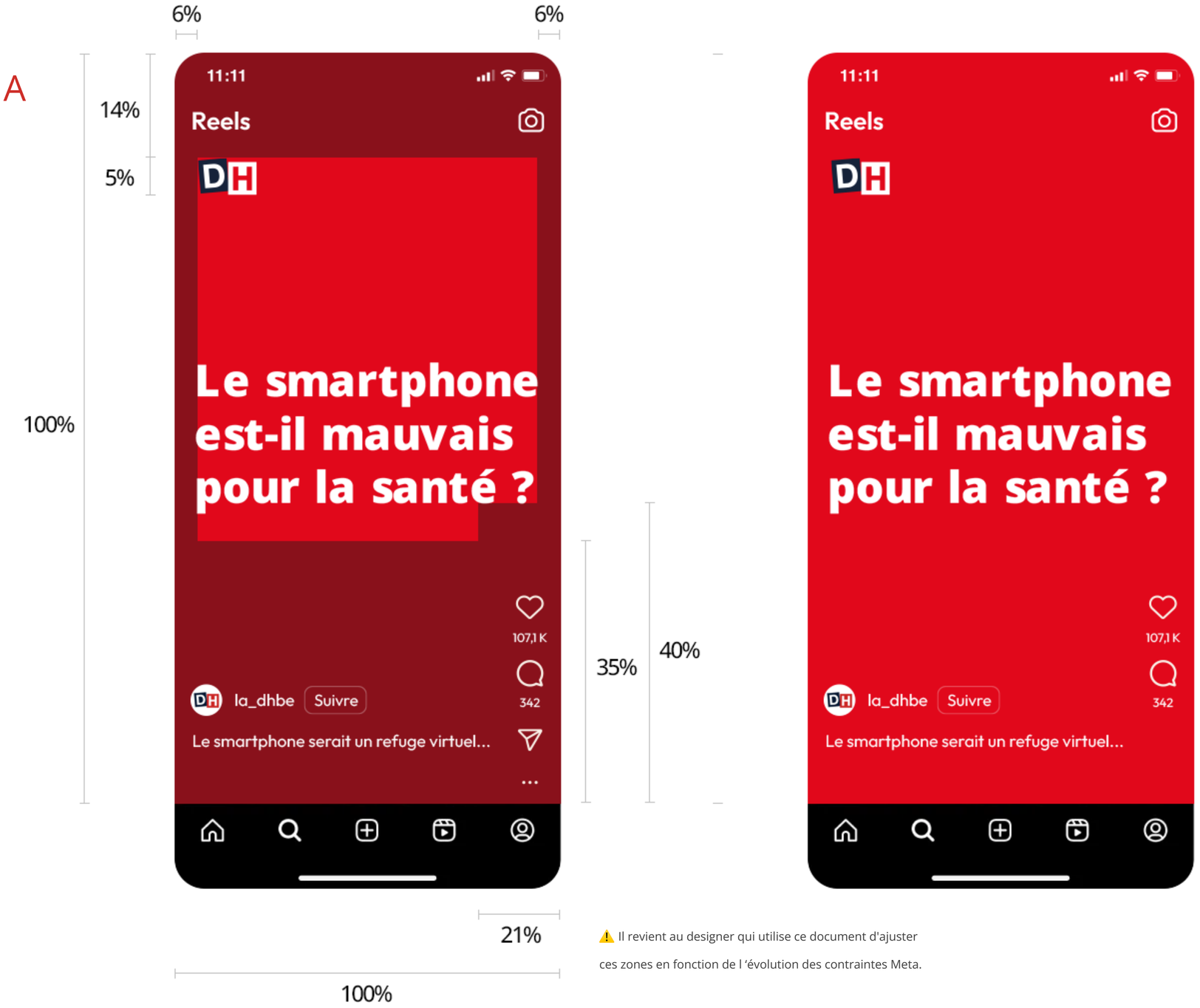
Pour les titres, il est conseillé de structurer la lecture en deux temps, avec une accroche mise en valeur par un encadré rouge. La typographie à préconiser est L'Open Sans Extra-Gras.



⚠️ Il revient au designer qui utilise ce document d'ajuster ces zones en fonction de l 'évolution des contraintes Meta.

Vidéos : Intertitres

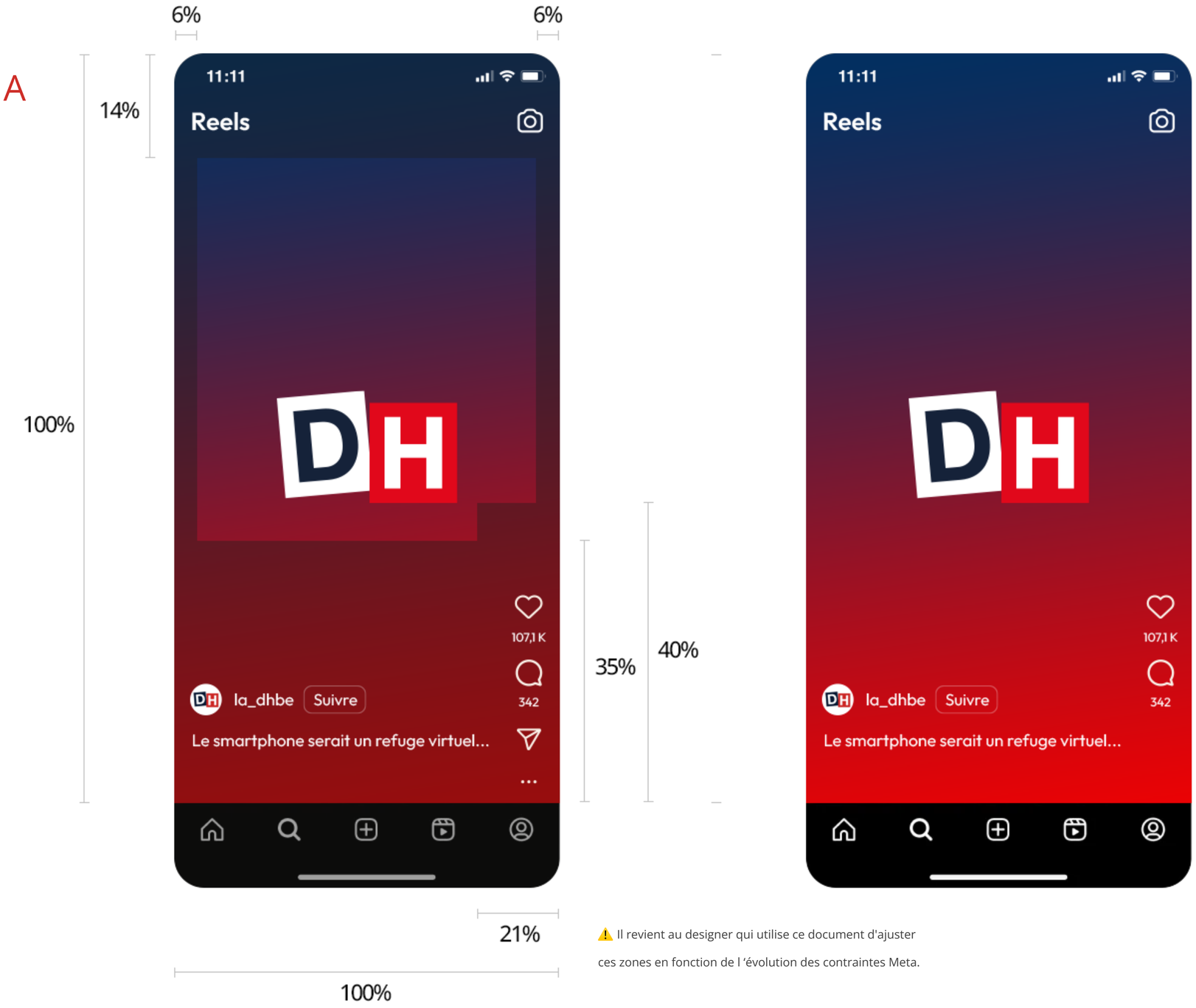
Pour dynamiser les vidéos ou des questions-réponses, voici comment se comportent les intertitres.



⚠️ Il revient au designer qui utilise ce document d'ajuster ces zones en fonction de l 'évolution des contraintes Meta.

Vidéos : Signature

Pour la signature, le dégradé de la marque est recommandé.

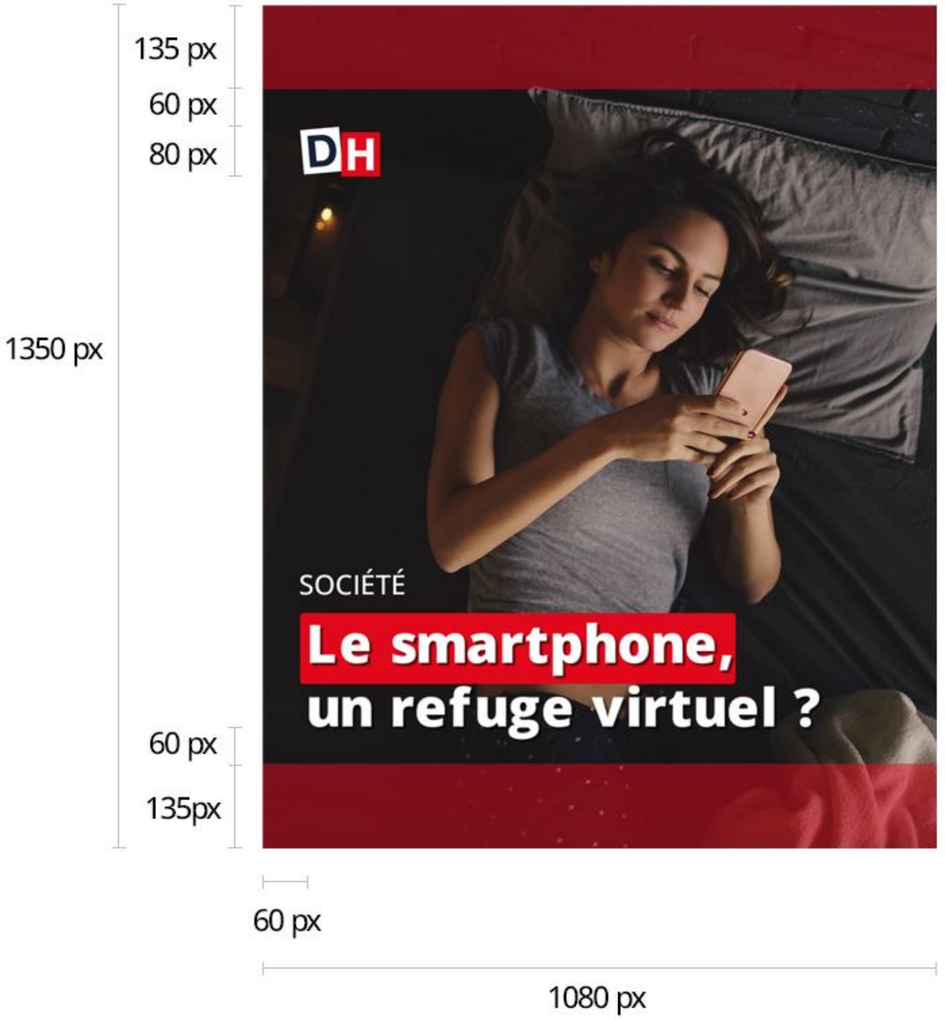


⚠️ Il revient au designer qui utilise ce document d'ajuster ces zones en fonction de l 'évolution des contraintes Meta.

5. SOCIAL MEDIA

Images

Pour les images, il est recommandé d'utiliser un format de 1080x1350 pixels. Des zones de sécurité sont prévues pour garantir que les miniatures s'affichent correctement, assurant ainsi une uniformité visuelle de la page.



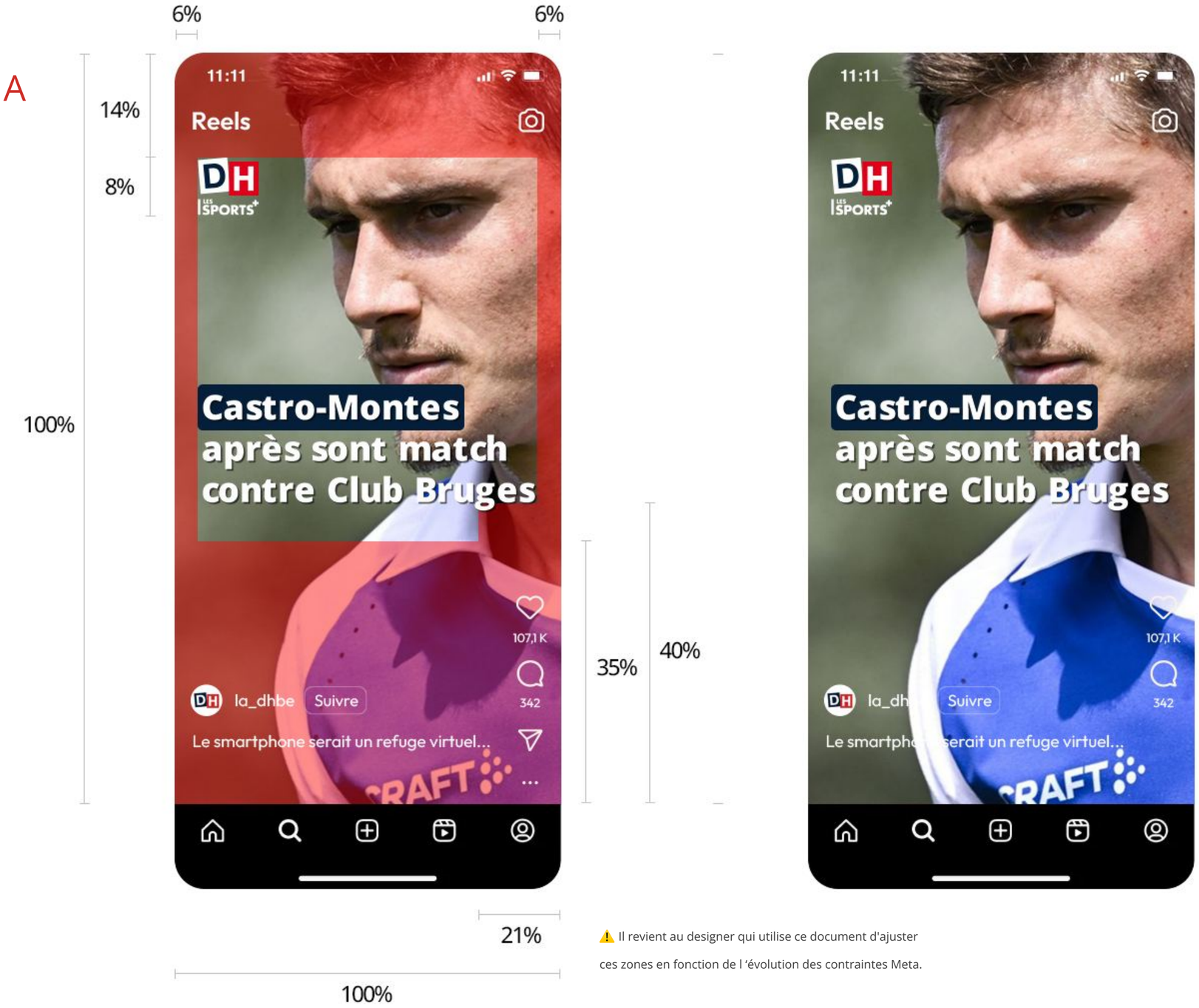
⚠️ Il revient au designer qui utilise ce document d'ajuster ces zones en fonction de l ‘évolution des contraintes Meta.

5. SOCIAL MEDIA

Vidéos

Pour la DH Les Sports +, le logo conserve la même largeur tout en occupant davantage de hauteur.

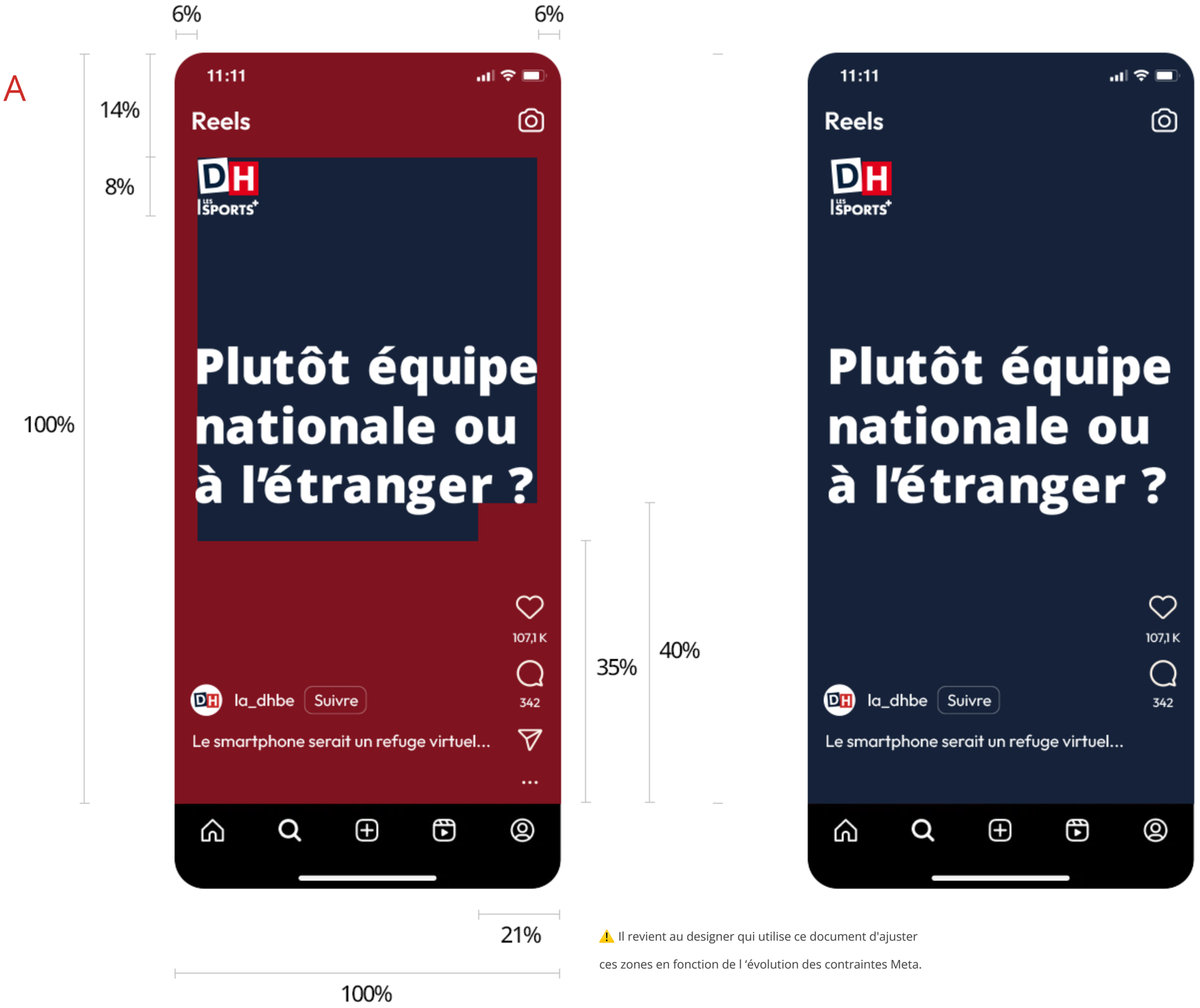
Pour les titres, il est conseillé de structurer la lecture en deux temps, avec une accroche mise en valeur par un encadré bleu. La typographie à préconiser est L'Open Sans Extra-Gras.



⚠️ Il revient au designer qui utilise ce document d'ajuster ces zones en fonction de l 'évolution des contraintes Meta.

Vidéos : Intertitres

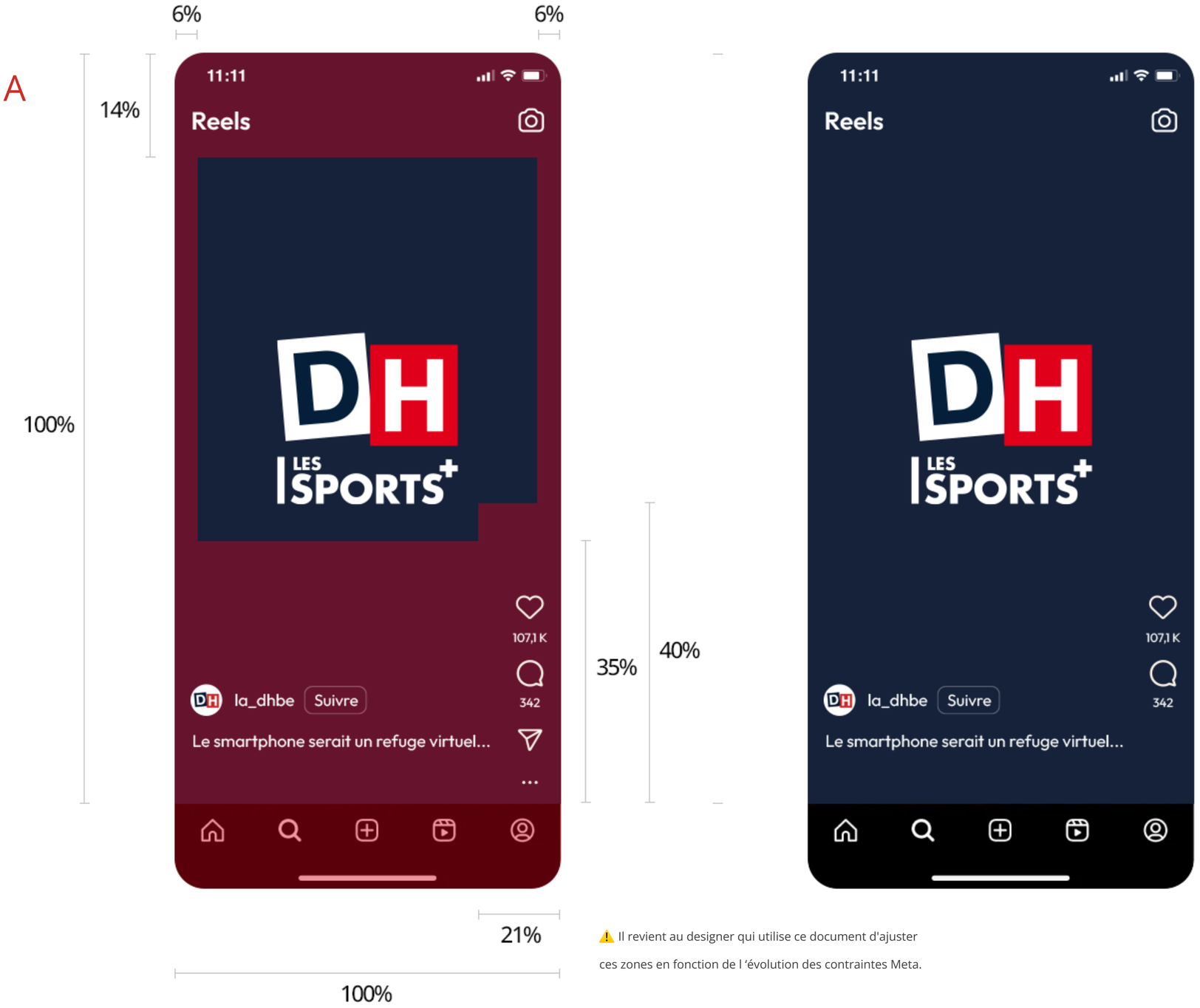
Pour dynamiser les vidéos ou des questions-réponses, voici comment se comportent les intertitres.



⚠️ Il revient au designer qui utilise ce document d'ajuster ces zones en fonction de l 'évolution des contraintes Meta.

Vidéos : Signature

Pour la signature, le bleu nuit profond est recommandé.



⚠️ Il revient au designer qui utilise ce document d'ajuster ces zones en fonction de l 'évolution des contraintes Meta.

Images

Pour les images, il est recommandé d'utiliser un format de 1080x1350 pixels. Des zones de sécurité sont prévues pour garantir que les miniatures s'affichent correctement, assurant ainsi une uniformité visuelle de la page.

135px

⚠️ Il revient au designer qui utilise ce document d'ajuster ces zones en fonction de l 'évolution des contraintes Meta.