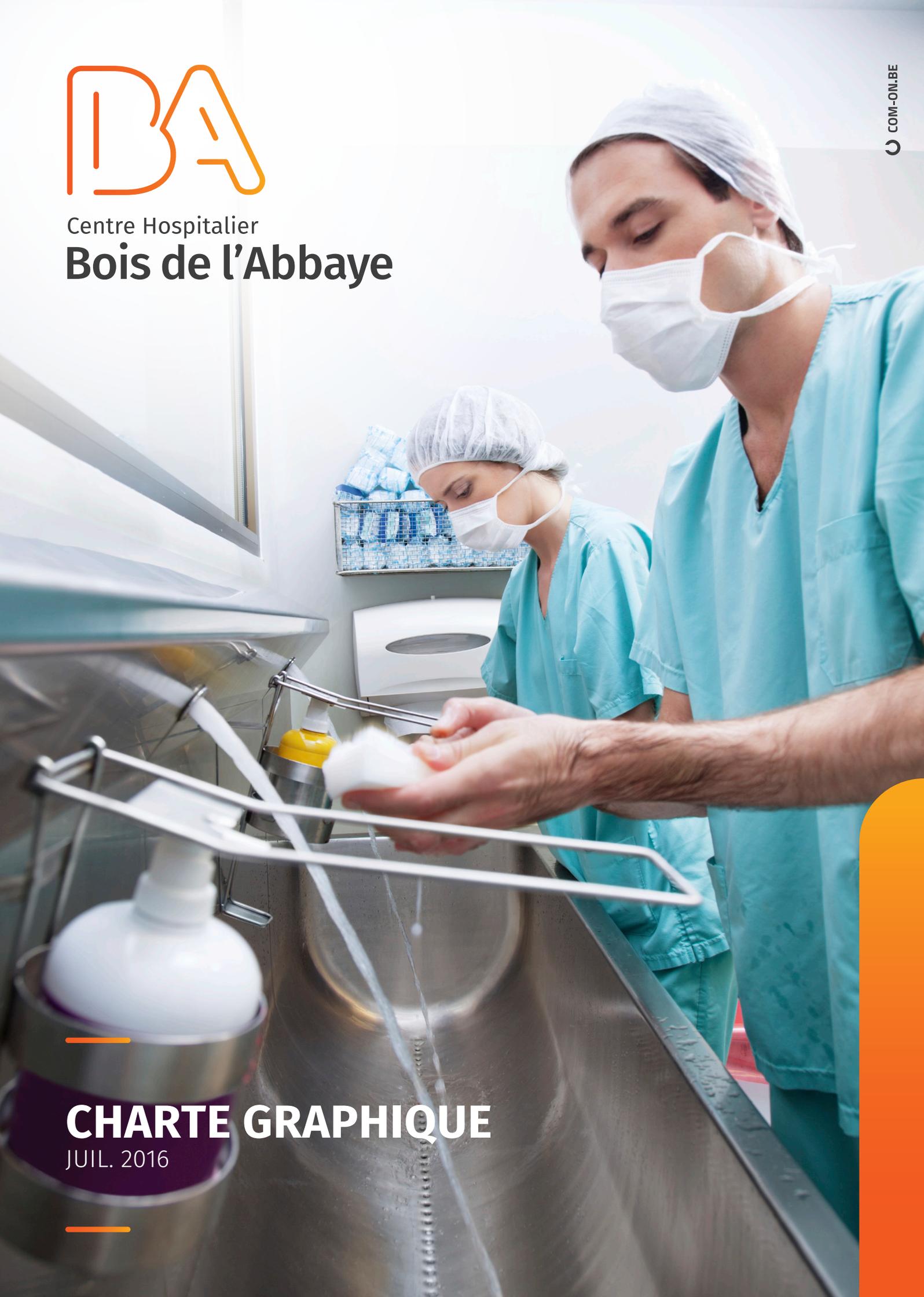




Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**



**CHARTRE GRAPHIQUE**

JUIL. 2016

---

# INTRODUCTION

## LA LIGNE DE CONFIANCE

---

Cette charte doit permettre de déployer avec ambition et cohérence la nouvelle identité graphique du Centre Hospitalier Bois de l'Abbaye sur l'ensemble de ses expressions et sur tout type de supports.

### **Un logotype simple, mémorable, intemporel et polyvalent.**

La tendance actuelle est de simplifier au maximum et de tendre vers un design plus sobre, plus épuré, plus minimaliste et élégant.

Le logo est composé des lettres «BA» de «Bois de l'Abbaye» synthétisées par des lignes représentant le tout fini et infini, l'unité et le multiple, la perfection. Elles inspirent la confiance, elles guident.

Cette technique de conception permet d'avoir un contenu impeccablement organisé, autant en mise en page que dans l'univers d'un logo.

### **Le choix colorimétrique**

L'orange c'est une couleur tonifiante et piquante qui insuffle partout où elle passe une dose de bonne humeur. Elle est porteuse d'optimisme et d'ouverture d'esprit. Elle est avec le jaune la couleur de la bonne humeur et de dynamisme, il ne faut donc pas se priver de l'utiliser. Avec parcimonie cependant ; c'est une couleur très vive qui doit être utilisée à petite dose ou nuancée avec des teintes proches comme le rouge ou le jaune. C'est la raison pour laquelle nous avons opté pour un dégradé d'orange pour le 5<sup>e</sup> élément.

### **Le choix typographique**

Élément clé à plusieurs égards, la typographie est souvent négligée. Elle participe pourtant à donner le ton, elle contribue largement à votre lisibilité et enfin, son choix détermine souvent le reflet de la qualité globale et la cohérence de la mise en page et de l'image générale. Cette typographie donnera le ton et le caractère nécessaires aux différents supports de communication.

---

# SOMMAIRE

---

<b>01</b>	<b>LES ÉLÉMENTS DE BASE . . . . .</b>	<b>6</b>
	01.1. Le logotype - terminologie . . . . .	7
	01.2. les différentes versions génériques . . . . .	8
	01.3. Les différents sites . . . . .	10
	01.4. La construction . . . . .	12
	01.5. L'acronyme - Versions . . . . .	14
	01.6. L'acronyme - Construction . . . . .	15
	01.7. les Laboratoires . . . . .	16
	01.8. La taille minimale . . . . .	18
	01.9. Les interdits . . . . .	19
<b>02</b>	<b>LES FONDAMENTAUX IDENTITAIRES . . . . .</b>	<b>20</b>
	02.1. Les couleurs primaires . . . . .	21
	02.2. Les couleurs secondaires . . . . .	22
	02.3. La typographie corporate . . . . .	24
	02.4. La typographie d'accompagnement . . . . .	25
	02.5. La typographie de substitution . . . . .	25
	02.6. Le cartouche . . . . .	26
	02.7. Les icônes . . . . .	28
	02.8. L'ADN Photo . . . . .	30
<b>03</b>	<b>LA PAPETERIE . . . . .</b>	<b>34</b>
	03.1. Les règles générales . . . . .	36
	03.2. Les papiers à en-tête . . . . .	38
	03.3. Les cartes de visite . . . . .	40
	03.4. Les enveloppes . . . . .	42
	03.5. Les cartes de remerciement . . . . .	48

01

# LES ÉLÉMENTS DE BASE

## 01.1. LE LOGOTYPE - TERMINOLOGIE

Tout au long de ce document, nous utilisons une terminologie spécifique pour désigner les différents éléments du logotype déterminer ses règles d'utilisation. Ci-dessous, la description du logotype vous permettra de vous familiariser avec celle-ci.



# LES ÉLÉMENTS DE BASE

## 01.2. LES DIFFÉRENTES VERSIONS GÉNÉRIQUES

Autant que possible, le logotype doit être utilisé dans sa version couleur Orange corporate sur fond blanc. Toutefois, une version en réserve blanche est possible pour les usages sur fonds de couleurs denses ou photographiques qui viendraient perturber leur lisibilité.

Des versions en niveau de gris et monochrome noire sont également disponibles pour les cas exceptionnels où des contraintes techniques propres au support rendraient une reproduction en couleur impossible.



Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**



Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**



Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**



Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**

Pour des facilités d'utilisation 2 versions du logo coexistent. Si la version horizontale à privilégier, une version verticale à utiliser est également disponible (si manque de place, éléments picturaux ou graphiques gênants).



Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**



Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**



Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**



Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**

---

# LES ÉLÉMENTS DE BASE

## 01.3. LES DIFFÉRENTS SITES

Une mention permettra de définir l'implantation concernée. En effet, le logotype se complètera de la locution "Site de + localisation du site". Ci-dessous, quelques exemples illustrent ce cas de figure. Ces versions se déclineront de la même façon que le logotype générique.



**BA** Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**  
SITE DE SERAING

**BA** Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**  
SITE DE FLEMALLE

**BA** Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**  
SITE DE WAREMME

**BA** Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**  
SITE DE NANDRIN

# LES ÉLÉMENTS DE BASE

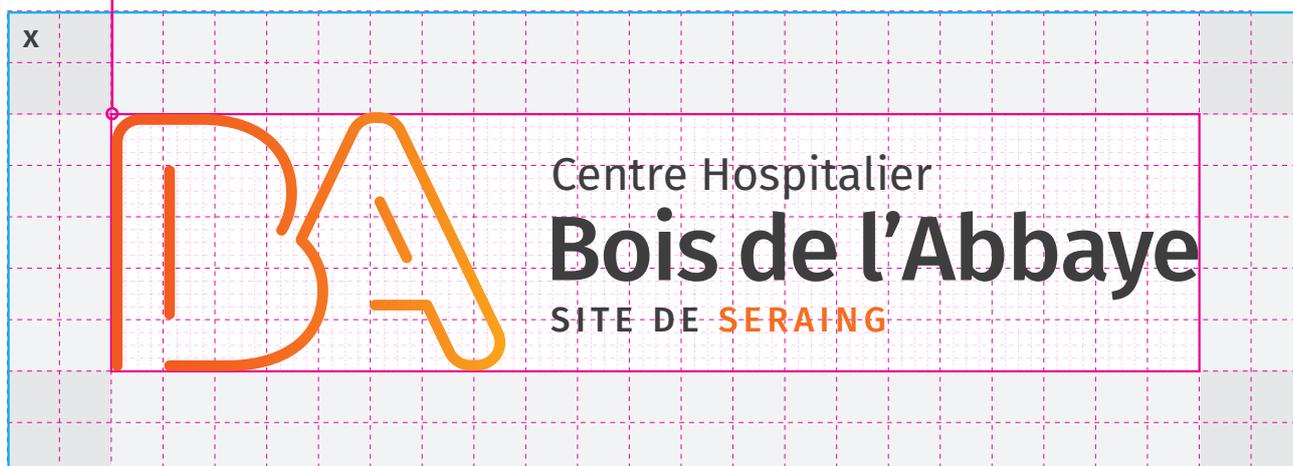
## 01.4. LA CONSTRUCTION

L'espace logo a été basé sur une grille afin de fixer les éléments graphiques et typographiques.

**x** est basé sur la hauteur de la lettre «e» du mot Abbaye.

Cette mesure détermine les alignements et les proportions des différents éléments du logo. Ainsi le 5<sup>e</sup> élément aura une hauteur de 5x. Les mentions «Centre hospitalier» et «Site de ...» seront espacées de 1/2x du nom «Bois de l'Abbaye».

**Espace Logo** = 21x / 5x

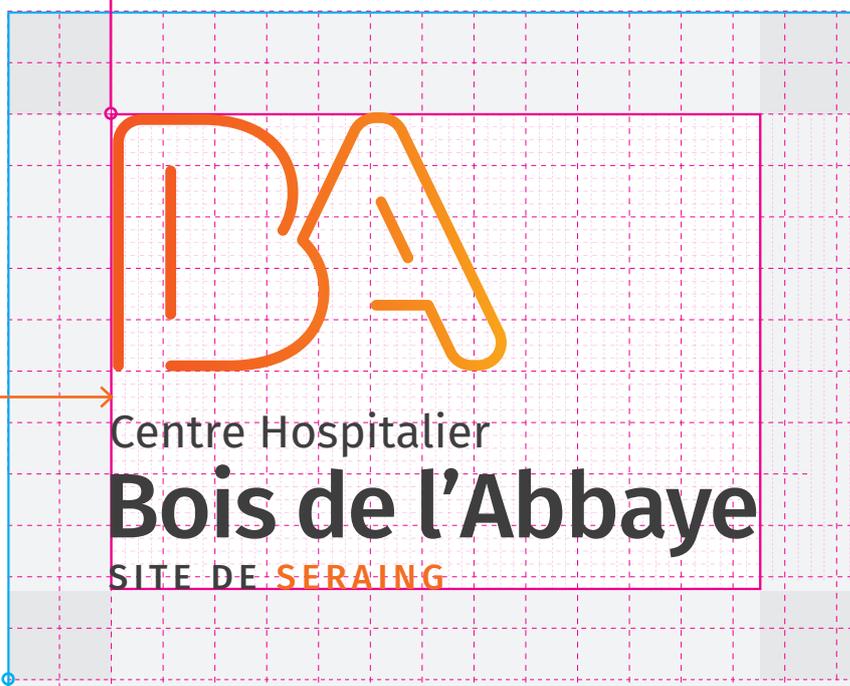


**Zone d'Exclusion**  $\geq 2x$  autour de l'espace logos

La zone d'exclusion est un espace protégé minimum autour du logo qui doit être toujours respecté. La zone d'exclusion ne doit contenir aucun élément graphique, typographique ou pictural.

L'espace entre le 5<sup>e</sup> élément et l'élément typographique est de 1x

Espace Logo = 12,5x / 9x



Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**  
SITE DE SÉRAING

**Zone d'Exclusion** ≥ 2x autour de l'espace logos

La zone d'exclusion est un espace protégé minimum autour du logo qui doit être toujours respecté. La zone d'exclusion ne doit contenir aucun élément graphique, typographique ou pictural.

---

# LES ÉLÉMENTS DE BASE

## 01.5. L'ACRONYME - VERSIONS

Une version acronymique du logotype existe. Elle est destinée aux supports les plus petits qui ne permettent pas une bonne lisibilité du logotype original (Exemple: Stylo-billes, USB Drive, bracelets patients, etc.).

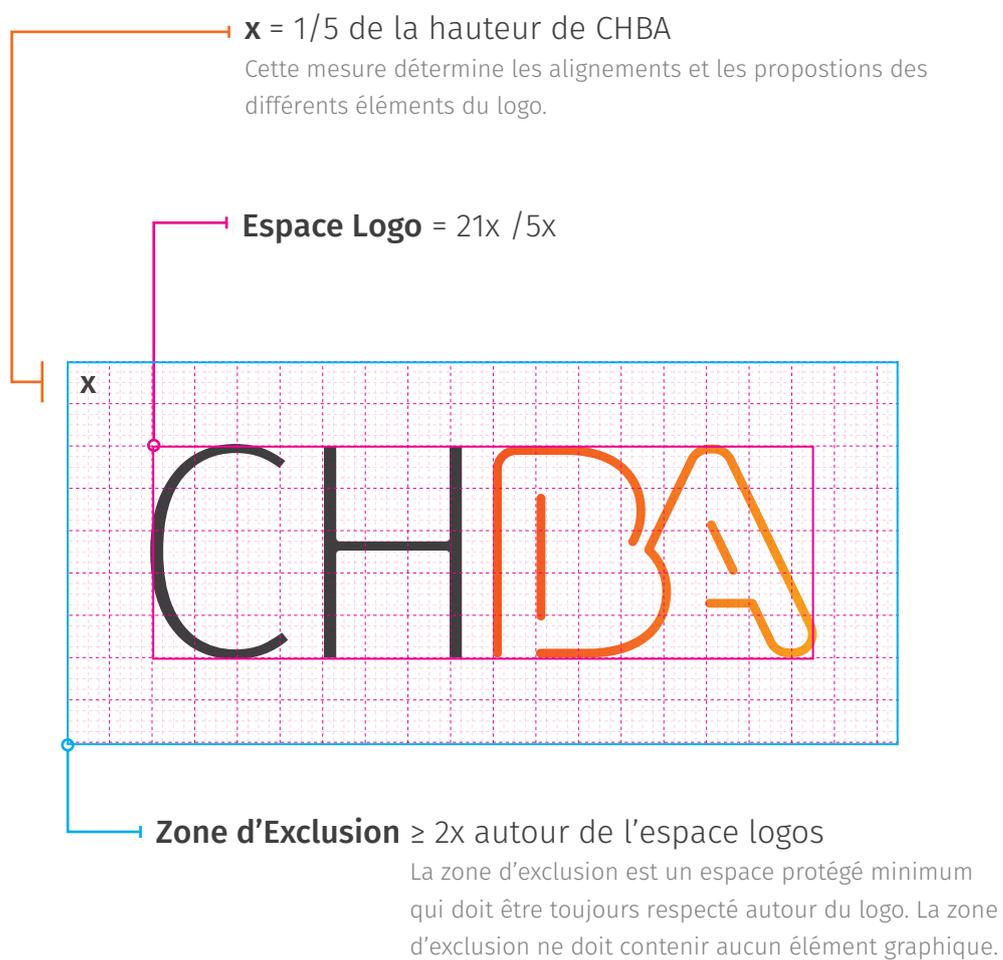
CHDBA

CHDBA

# LES ÉLÉMENTS DE BASE

## 01.6. L'ACRONYME - CONSTRUCTION

Cette version est également régie par des règles de construction.



# LES ÉLÉMENTS DE BASE

## 01.8. LA TAILLE MINIMALE

### Attention:

Pour des raisons de lisibilité, le logotype et l'acronyme ne doivent jamais être utilisés à des tailles qui rendraient difficile leur lisibilité ou leur identification : Notez que ces tailles minimales s'entendent pour des supports et des processus permettant une bonne qualité de reproduction. En fonction des limites de certains supports, elles peuvent devoir être augmentées afin de préserver la lisibilité des éléments.



# LES ÉLÉMENTS DE BASE

## 01.9. LES INTERDITS

### À ne pas faire !

Ci-dessus figurent quelques exemples d'usages inappropriés du logotype du CHBA. Cette liste n'est pas exhaustive. Toute utilisation amenant à une dégradation ou à une mauvaise lisibilité du logo est défendu. Ces Remarques s'appliquent à chaque version du logotype.



Ne pas déformer le logotype



Ne pas modifier les couleurs du logotype



Ne pas modifier la typographie



Ne pas déplacer les éléments



Ne pas dépasser la taille minimale



Ne pas empiéter sur la zone d'exclusion



Respecter les proportions des éléments



Ne pas placer le logo positif sur une couleur



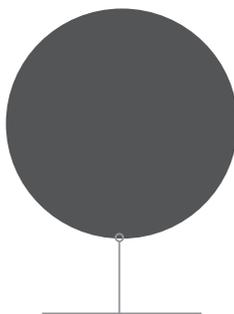
Ne pas appliquer sur un fond perturbant la lisibilité

02

# LES FONDAMENTAUX IDENTITAIRES

## 02.1. LES COULEURS PRIMAIRES

Pour donner force et cohérence au territoire graphique du CHBA, un univers coloriel précis a été délimité. Une première gamme de couleurs constitue la palette des couleurs principales, qui doit être utilisée en priorité ; en cas de besoin ou dans certains cas particuliers, une palette secondaire est également disponible.



### ANTHRACITE

#### Pantone® Black 7C

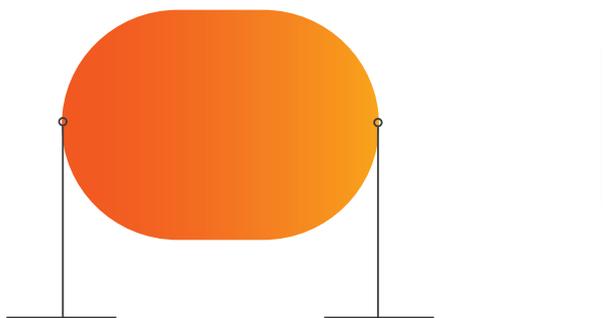
CMJN · 0/0/0/90

RVB · 63/63/63

WEB · #3c3c3b

Oracal®

Komatsu grey 720



### ORANGE 01

#### Pantone® Orange 021C

CMJN · 0/80/100/0

RVB · 201/88/39

WEB · #e84e0f

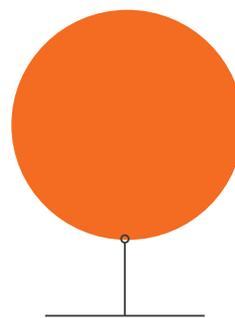
### ORANGE 02

#### Pantone® 137C

CMJN · 0/40/100/0

RVB · 224/173/32

WEB · #f7a600



### ORANGE APLAT

#### Pantone® 158C

CMJN · 0/71/100/0

RVB · 206/110/38

WEB · #ec6408

Oracal®

Orange 034

# LES FONDAMENTAUX IDENTITAIRES

## 02.2. LES COULEURS SECONDAIRES

En complément des couleurs primaires, une palette de couleurs secondaires est à disposition pour animer les supports. Elles seront utilisées pour les différents thèmes des brochures ou publications. Ces couleurs sont à utiliser conjointement avec les couleurs primaires.

CMJN · 50/0/20/10  
RVB · 127/190/196  
WEB · #7bec4

**BLEU**

CMJN · 80/0/20/30  
RVB · 0/136/157  
WEB · #00889d

CMJN · 60/0/38/0  
RVB · 105/192/176  
WEB · #69c0b0

**TURQUOISE**

CMJN · 80/0/50/0  
RVB · 0/171/151  
WEB · #00ab97

CMJN · 50/0/70/0  
RVB · 146/197/110  
WEB · #92c56e

**VERT**

CMJN · 80/10/80/0  
RVB · 28/157/91  
WEB · #1c9d5b

CMJN · 0/10/100/0  
RVB · 255/221/0  
WEB · #ffd00

**JAUNE**

CMJN · 10/30/100/0  
RVB · 233/180/0  
WEB · #e9b400

CMJN · 0/62/75/10  
RVB · 221/115/64  
WEB · #dd7340

**BRIQUE**

CMJN · 0/90/100/30  
RVB · 176/43/8  
WEB · #b02b08

CMJN · 5/80/75/10  
RVB · 209/74/57  
WEB · #d14a39

**ROUGE**

CMJN · 10/100/90/0  
RVB · 213/18/36  
WEB · #d51224

CMJN · 0/70/20/10  
RVB · 219/102/134  
WEB · #db6686

**ROSE**

CMJN · 0/90/20/20  
RVB · 197/45/102  
WEB · #c52d66

CMJN · 40/50/20/0  
RVB · 168/137/167  
WEB · #a889a7

**VIOLET**

CMJN · 60/80/20/0  
RVB · 129/74/132  
WEB · #814a84

CMJN · 5/10/15/20  
RVB · 208/198/188  
WEB · #d0c6bc

**GRIS**

CMJN · 10/20/30/40  
RVB · 162/147/130  
WEB · #a29382

CMJN · 70/40/80/0  
RVB · 98/129/81  
WEB · #628151

**CHASSE**

CMJN · 80/50/100/20  
RVB · 66/95/45  
WEB · #425f2d

CMJN · 30/5/100/0  
RVB · 199/205/0  
WEB · #c7cd00

**PRAIRIE**

CMJN · 60/10/100/0  
RVB · 121/172/43  
WEB · #79ac2b

CMJN · 0/40/5/5  
RVB · 236/174/197  
WEB · #ecaec5

**PRAIRIE**

CMJN · 0/60/15/5  
RVB · 231/130/158  
WEB · #e7829e

CMJN · 20/90/90/20  
RVB · 170/48/33  
WEB · #aa3021

**BORDEAU**

CMJN · 20/100/100/50  
RVB · 121/19/8  
WEB · #791308

CMJN · 30/80/30/25  
RVB · 152/65/99  
WEB · #984163

**LIE DE VIN**

CMJN · 40/100/40/50  
RVB · 104/16/56  
WEB · #681038

CMJN · 5/30/40/20  
RVB · 205/165/136  
WEB · #cda588

**BEIGE**

CMJN · 10/40/50/40  
RVB · 159/119/93  
WEB · #9f775d

CMJN · 30/60/70/50  
RVB · 117/75/51  
WEB · #754b33

**BRUN**

CMJN · 30/60/70/70  
RVB · 84/53/33  
WEB · #543521

# LES FONDAMENTAUX IDENTITAIRES

## 02.3. LA TYPOGRAPHIE CORPORATE

Afin de renforcer la cohésion graphique de l'identité du CHBA, un univers typographique précis a été déterminé : la typographie corporate du Groupe est la **Fira sans**, utilisable dans ses différentes graisses et versions (roman ou italique). Cette famille de caractères doit toujours être utilisée en priorité sur l'ensemble des supports émanant du Groupe. La typographie corporate peut être utilisée indifféremment sur l'ensemble des supports aussi bien pour le texte courant que pour les titres, les accroches ou les mises en exergue.

### Fira sans

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:=?!&éeàêö\$€%(")[\*@/+]...

#### Fira Sans Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:=?!&éeàêö\$€%(")[\*@/+]...

#### Fira Sans Light Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:=?!&éeàêö\$€%(")[\*@/+]...

#### Fira Sans Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:=?!&éeàêö\$€%(")[\*@/+]...

#### Fira Sans Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:=?!&éeàêö\$€%(")[\*@/+]...

#### Fira Sans Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:=?!&éeàêö\$€%(")[\*@/+]...

#### Fira Sans Medium Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:=?!&éeàêö\$€%(")[\*@/+]...

#### Fira Sans Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:=?!&éeàêö\$€%(")[\*@/+]...

#### Fira Sans Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:=?!&éeàêö\$€%(")[\*@/+]...

La typographie Fira Sans est téléchargeable sur le site <https://www.google.com/fonts/specimen/Fira+Sans>

# LES FONDAMENTAUX IDENTITAIRES

## 02.4. LA TYPOGRAPHIE D'ACCOMPAGNEMENT

En complément de la typographie corporate, une typographie d'accompagnement peut être utilisée pour diversifier l'univers typographique du CHBA : il s'agit de la **Quicksand**, utilisable uniquement en *Light* ou *Regular* afin de s'approcher de l'épaisseur de la ligne du 5<sup>e</sup> élément.

### Quicksand

abcdefghijklmnopqrstvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890 .:=?!&éèàêö\$%(")[\*@ /+ ]...

#### Quicksand Sans Light

abcdefghijklmnopqrstvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890 .:=?!&éèàêö\$%(")[\*@ /+ ]...

#### Quicksand Regular

abcdefghijklmnopqrstvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890 .:=?!&éèàêö\$%(")[\*@ /+ ]...

La typographie Quicksand est téléchargeable sur le site <https://www.google.com/fonts/specimen/Quicksand>

## 02.5. LA TYPOGRAPHIE DE SUBSTITUTION

Pour éviter les problèmes techniques de compatibilité, une typographie spécifique de substitution a été déterminée pour les usages informatiques en bureautique : il s'agit de l'Arial, utilisable dans ses graisses standard (*Regular*, italique, **Bold** et **Bold italique**).

Arial regular  
**Arial Bold**

*Arial italic*  
***Arial Bold Italic***

# LES FONDAMENTAUX IDENTITAIRES

## 02.6. LE CARTOUCHE

Le cartouche est un élément graphique fondamental qui est très important. C'est lui qui va rendre les publications du CHBA reconnaissables en un coup d'œil. Basé sur la ligne intérieure du "B" du 5<sup>e</sup> élément, il va être utilisé de plusieurs manières afin de donner du caractère et de la cohérence à la mise en page.

### 1 Il vient soutenir les titres dans les brochures et les articles.

Sa taille et sa position vont dépendre de la taille de la marge.

On le placera toujours au dessus d'un titre et on le placera en dessous de ce dernier si aucun texte ne le suit. (pour plus d'informations sur les règles de mise en page rendez-vous en P???)



### 2 Il est basé sur la ligne intérieure du "B" du 5<sup>e</sup> élément



Il permet de mettre des parties de texte en avant.

3



4

Il est utilisé pour soutenir le logotype quand il est utilisé sur des photos complexes.

5

**Il est utilisé verticalement comme signet reconnaissable et mémorable dans toutes les publications et sur la majorité des supports.**

Sa taille et sa position vont dépendre de la taille de la marge.

Pour plus d'informations sur les règles de mise en page rendez-vous en P.??.

# LES FONDAMENTAUX IDENTITAIRES

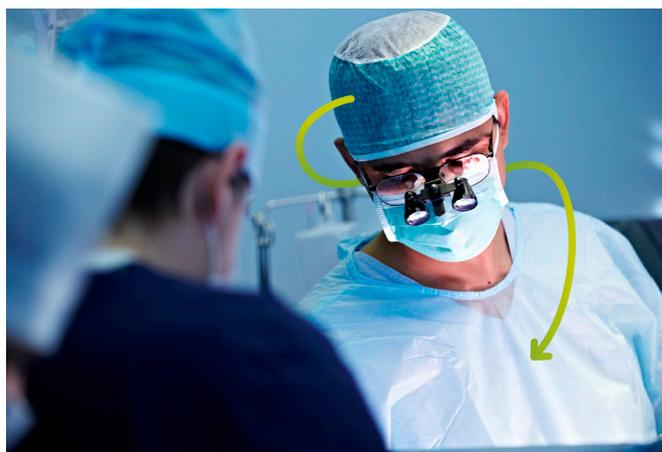
## 02.8. L'ADN PHOTO

L'imagerie est une part importante de l'identité du CHBA. Elle doit refléter la sérénité et le professionnalisme. On distingue 2 type de visuels différents.

**LES IMAGES PRINCIPALES** (couvertures, annonces, image principale d'un article).

On privilégiera donc des photos prises dans l'enceinte des bâtiments du CHBA qui mettent en relation au minimum 2 personnes (si possible membre du personnel et patient), dans des positions et avec des expressions naturelles, qui échangent une parole ou un geste. La photo devra être en corrélation avec le thème abordé.

Une ligne de couleur viendra accompagner le geste ou symbolisera par un dessin la parole des intervenants.



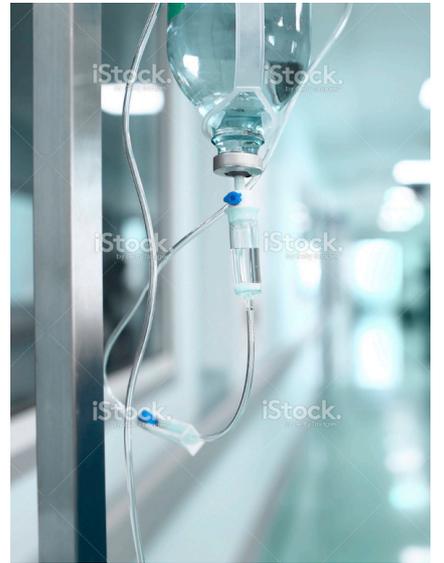
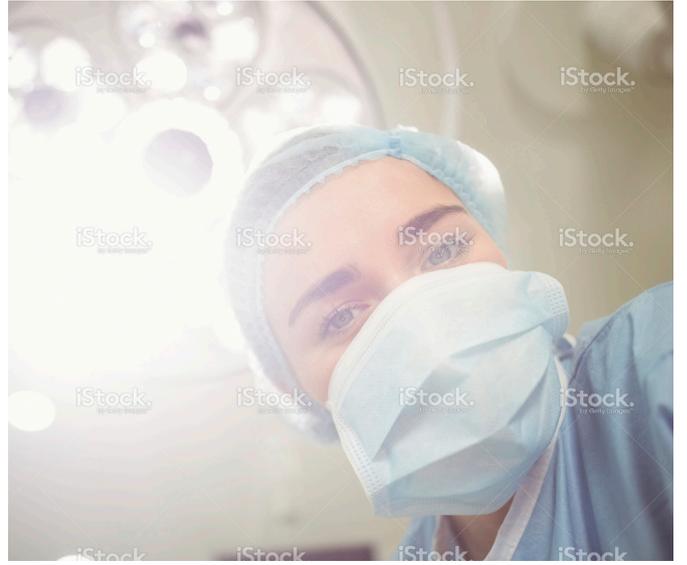


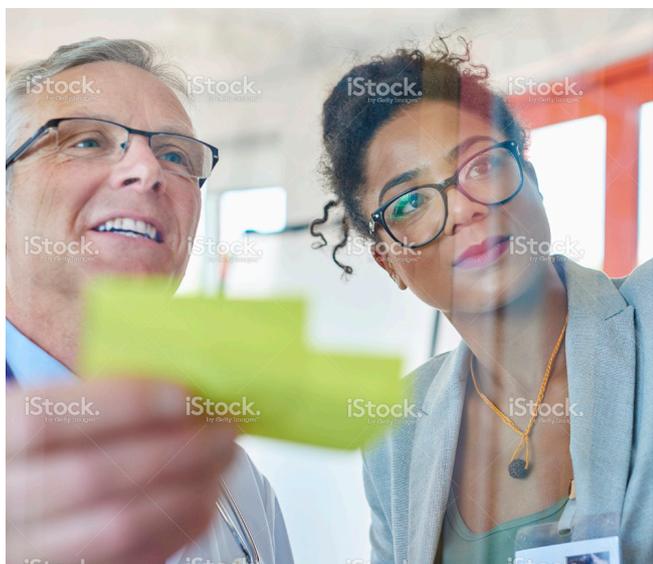
L'imagerie est une part importante de l'identité du CHBA. Elle doit refléter la sérénité et le professionnalisme. On distingue 2 type de visuels différents.

**LES IMAGES PRINCIPALES** (couvertures, annonces, image principale d'un article).

On privilégiera donc des photos prises dans l'enceinte des bâtiments du CHBA qui mettent en relation au minimum 2 personnes (si possible membre du personnel et patient), dans des positions et avec des expressions naturelles, qui échangent une parole ou un geste. La photo devra être en corrélation avec le thème abordé.

Une ligne de couleur viendra accompagner le geste ou symbolisera par un dessin la parole des intervenants.





03

Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**



Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**

Prénom NOM  
Fonction

M 0497 77 77 77  
T 04 338 79 13  
F 04 338 79 12  
p.nom@chba.be

**Site de Sorcing**  
Rue L'Estivace, 40  
4100 Sorcing  
T 04 338 79 00  
F 04 338 79 50

**Site de Waremmé**  
Av. de la Résistance, 2  
4300 Waremmé  
T 019 33 80 00  
F 019 33 80 06

**Site de Flémalle**  
Grand-Roitié, 41b  
4400 Flémalle  
T 04 234 94 44  
F 04 233 35 57

**Site de Nandrin**  
Route du Condroz, 323  
4550 Nandrin  
T 04 234 94 44  
F 04 233 35 57

N° Agrément 7100 12 05 | TVA BE93 0910 0079 9267 | Belfius BE93 0910 0079 9267 - Société Coopérative à Responsabilité Limitée  
Société Civile ayant emprunté la forme d'une Société Coopérative à Responsabilité Limitée



# LA PAPETERIE

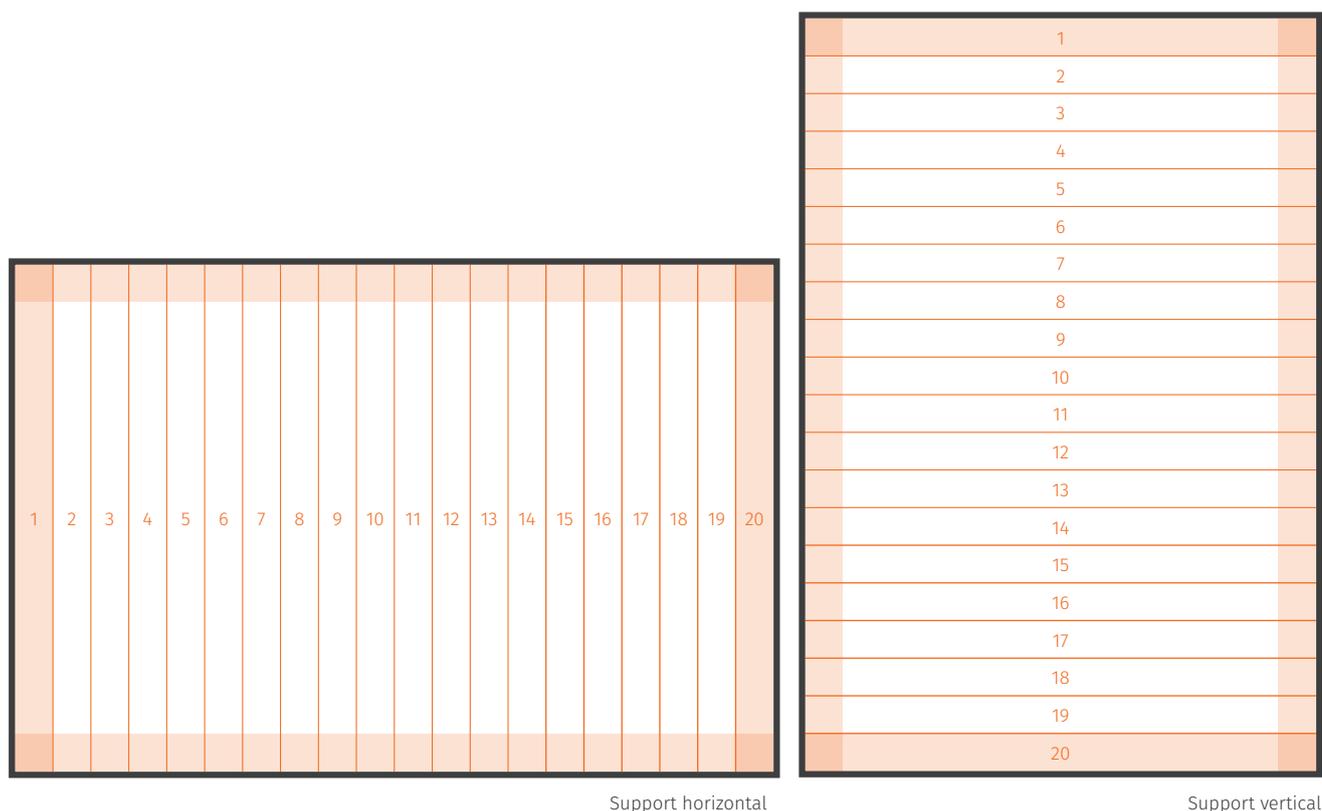
## 03.1. LES RÈGLES GÉNÉRALES

### LA MARGE

La structure graphique de base pour tout support (couverture, newsletter, présentation PowerPoint®, etc.) intègre une marge constante qui fait tout le tour du format et ne doit contenir aucun texte ni élément graphique spécifique. Sa largeur est indexée sur la largeur du support, comme indiqué sur les schémas ci-dessous.

- sur un format vertical ou horizontal, la taille de la marge est égale à la plus grande mesure du format divisée par 20.

*Sur les formats exceptionnels (très allongés ou très étroits, non rectangulaires, éléments de papeterie, etc.), une adaptation spécifique de la marge pourra être nécessaire afin de conserver la cohérence visuelle du document avec la charte graphique.*



### ATTENTION

Les pages sur lesquelles on utilise le cartouche en signet verront leur marge de droite augmentée de 50%. Elle mesurera donc  $3/40^e$  de la plus grande mesure du format.

### LE PLACEMENT ET LA TAILLE DU LOGOTYPE

Le logotype est toujours placé soit dans l'angle supérieur gauche, soit dans l'angle inférieur gauche. Son principe de calage est toujours le même : ferré sur la marge du document, telle qu'elle est définie page précédente.

La taille du logotype est toujours indexée sur celle de la marge : quel que soit le format, la hauteur du logotype doit toujours être égale à la une fois et demi la largeur de la marge. Afin de préserver la visibilité du logotype, une adaptation spécifique est toutefois autorisée sur les supports exceptionnels (très allongés ou très étroits, non rectangulaires, etc.).

	1	
	2	
	3	
	4	
	5	
	6	
	7	
	8	
	9	
	10	
	11	
	12	
	13	
	14	
	15	
	16	
	17	
	18	
	19	
	20	

### LE SIGNET

Il est toujours disposé en bas et à droite. Sa largeur est égale à la marge et sa hauteur peut varier mais on veillera à ne pas dépasser 8 tranches.

# LA PAPETERIE

## 03.2. ENTÊTES DE LETTRES

210 mm

297 mm



Centre Hospitalier  
**Bois de l'Abbaye**

**Site de Seraing**  
Rue Laplace, 40  
4100 Seraing  
T 04 338 70 00  
F 04 338 70 50

**Site de Waremme**  
Av. de la Résistance, 2  
4300 Waremme  
T 019 33 80 00  
F 019 33 80 66

**Site de Flémalle**  
Grand-Route, 418  
4400 Flémalle  
T 04 234 94 44  
F 04 233 35 57

**Site de Nandrin**  
Route du Condroz, 323  
4550 Nandrin  
T 04 234 94 44  
F 04 233 35 57

N° Agrément 7100 42 95 | TVA BE93 0910 0079 9267 | Belfius BE93 0910 0079 9267 - BIC GKCCBEBB | RPM Liège  
Société Civile ayant emprunté la forme d'une Société Coopérative à Responsabilité Limitée

info@chba.be | [www.chba.be](http://www.chba.be)