



cora

cora

Charte graphique

Sommaire

1. La Marque Cora

2. La Nouvelle Identité

3. Le Logotype

- 3.1 Le logotype
- 3.2 Les déclinaisons du logo
- 3.3 Les couleurs
- 3.4 La zone de protection
- 3.5 Les tailles minimales et interdits
- 3.6 Le logotype monochrome
- 3.7 L'utilisation sur fond

4. La Typographie

- 4.1 La typographie

5. Exemples d'application

- 5.1 Carte de fidélité
- 5.2 Tête de lettre
- 5.3 Tenue de travail
- 5.4 Signalétique
- 5.5 Site Internet
- 5.6 Goodies

1. La Marque Cora



Cora est marque dynamique en constante progression qui incarne l'excellence de la grande distribution avec son slogan "Cora, la passion du choix". Chaque magasin, repensé pour une organisation optimale, devient un havre d'innovation. Au-delà de sa diversité de produits, Cora se distingue par son lien étroit avec la clientèle, adaptant son offre aux spécificités régionales et promouvant des produits locaux. Ainsi, chaque magasin devient une vitrine de proximité, invitant la communauté à se retrouver dans un cadre chaleureux et convivial.

2. La nouvelle identité



Pour suivre l'évolution du temps, la modernisation du logo s'est avérée nécessaire, en particulier suite à l'acquisition de l'enseigne Cora en France par Carrefour. Il était essentiel de repenser le logo afin de le positionner comme une évolution de la marque, plutôt que comme une disparition due à l'acquisition. Cela marque une renaissance pour l'enseigne, intégrant des symboles tels que la proximité, la transparence, le rassemblement, la modernisation et le pouvoir d'achat.



Le "C" incarne la proximité et le pouvoir d'achat, tandis que le "RA" symbolise le rassemblement et la renaissance. En ce qui concerne les couleurs, le bleu évoque la confiance, tandis que le rouge incarne la passion permanente de proposer le meilleur à nos clients et collaborateurs. Cette passion est soutenue par une énergie constante qui pousse l'enseigne à se réinventer en permanence.

3. Le logotype

3.1 Le logotype



cora

3.2 Déclinaison du logo

Le logo peut-être séparé en deux entités différentes qui peuvent être utilisé pour différents usages, afin de former un logo typographique ainsi qu'un symbole. L'utilisation de ces deux éléments doit respecter les règles établies dans cette charte graphique.

cora



3.3 Les couleurs

Couleurs principales



CMJN **0 100 81 8**

RVB **228 0 43**

HEX **#e4002b**

PANTONE **185 C**



CMJN **100 78 0 43**

RVB **0 33 147**

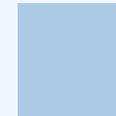
HEX **#00239c**

PANTONE **Dark Blue C**

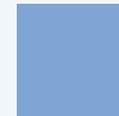
Couleurs secondaires



CMJN **5 1 0 0**
RVB **237 245 250**
HEX **#edf5fa**



CMJN **31 12 2 0**
RVB **172 202 230**
HEX **#accae6**



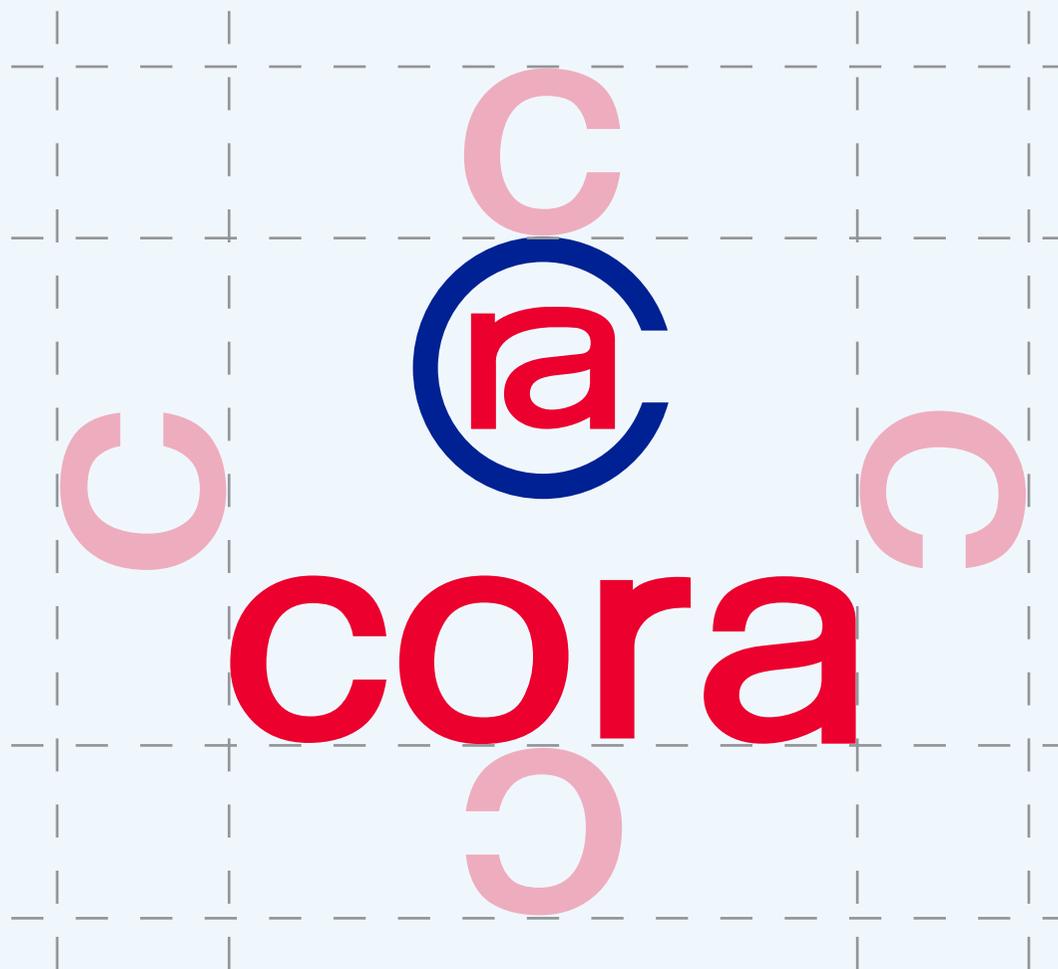
CMJN **51 27 2 0**
RVB **127 165 212**
HEX **#7fa5d4**



CMJN **CMJN**
RVB **RVB**
HEX **#3661b5**

3.4 La zone de protection

Aucun élément graphique ne doit franchir la délimitation de la zone de protection du logotype.
La zone de protection autour du logotype doit être impérativement respectée.



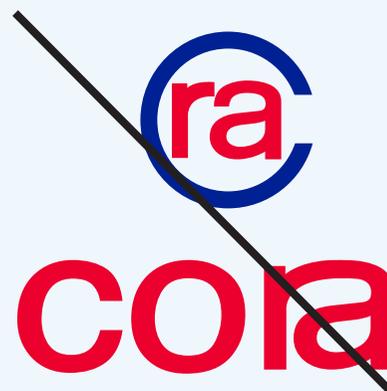
3.5 Les tailles minimales et interdits

Le logotype est immuable : son dessin, sa composition et ses couleurs ne peuvent être modifiés.

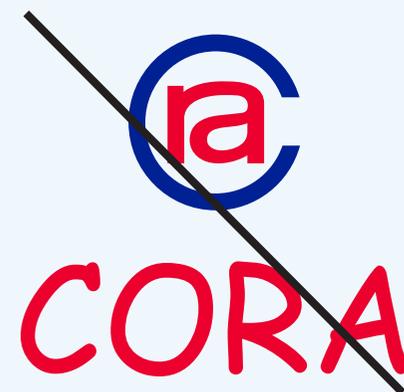
La taille minimum de 15 millimètres correspond à la plus petite dimension d'utilisation possible du logotype, au-delà de laquelle la lisibilité n'est plus assurée.



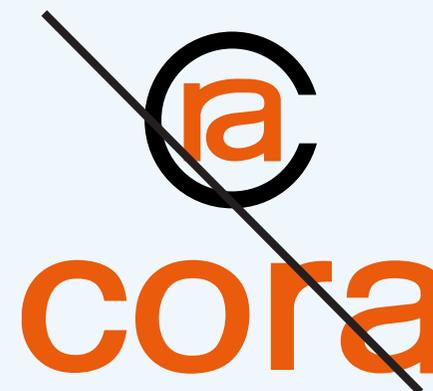
Ne pas déformer le logotype.



Ne pas modifier la composition des éléments.



Ne pas modifier la typographie.



Ne pas modifier les couleurs.

3.6 Le logotype monochrome



cora

3.7 L'utilisation sur fond

Le logotype doit toujours être utilisé sur un fond lui accordant une lisibilité optimale. Sur fond photographique, le logotype peut être utilisé en couleur uniquement sur fond clair ou si le fond apporte suffisamment de contraste.



4. La typographie

4.1 La typographie

La typographie Helvetica à été choisie par son design intemporel et sa polyvalence. Avec une bonne lisibilité, et une variété de styles, Helvetica offre une esthétique épurée et moderne, assurant une reconnaissance instantanée de la marque sur différents supports de communication.

Helvetica

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

0123456789(+&/@?#\$%)

Regular

Italic

Bold

Bold Italic

5. Exemples d'applications

5.1 Carte de fidélité



5.2 Tête de lettre



Phone +44 (0) 20 9994 7740
4787 Blackwell Street, Dry Creek, Alaska
unfu.designagency.nz

Mark Flexier
Blackwell Street
Alaska

14 September 2020
Stationery & Branding Mockup

Dear Human,

Cras venenatis, ex ut rhoncus semper, velit dolor finibus dui, eget volutpat elit dui nec lectus. Suspendisse facilisis lacus ligula, et viverra lectus laoreet vel. Morbi ullamcorper urna semper, accumsan nulla eu, iaculis lacus. Nunc iaculis arcu a scelerisque luctus. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam ut tempor dolor, id varius ante. Sed interdum sit amet nulla venenatis suscipit. Nunc tellus ipsum, fermentum quis interdum non, posuere imperdiet nibh. Vivamus avec faucibus et dui ut laoreet. Aliquam scelerisque lectus metus, nec aue interdum odio volutpat eget. Nullam a arcu ac ex volutpat tempus. Phasellus at pharetra tortor, eu convallis mauris.

Vestibulum dictum volutpat magna non ultricies. Praesent rncus ligula ex, ac venenatis felis tincidunt id. Sed aliquet sed odio in tristique. Sed sed ullamcorper velit. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Mauris bibendum in felis zero egestas faucibus. Curabitur sollicitudin varius lorem id semper.

Regards,

Mark Flexier

5.3 Tenue de Travail



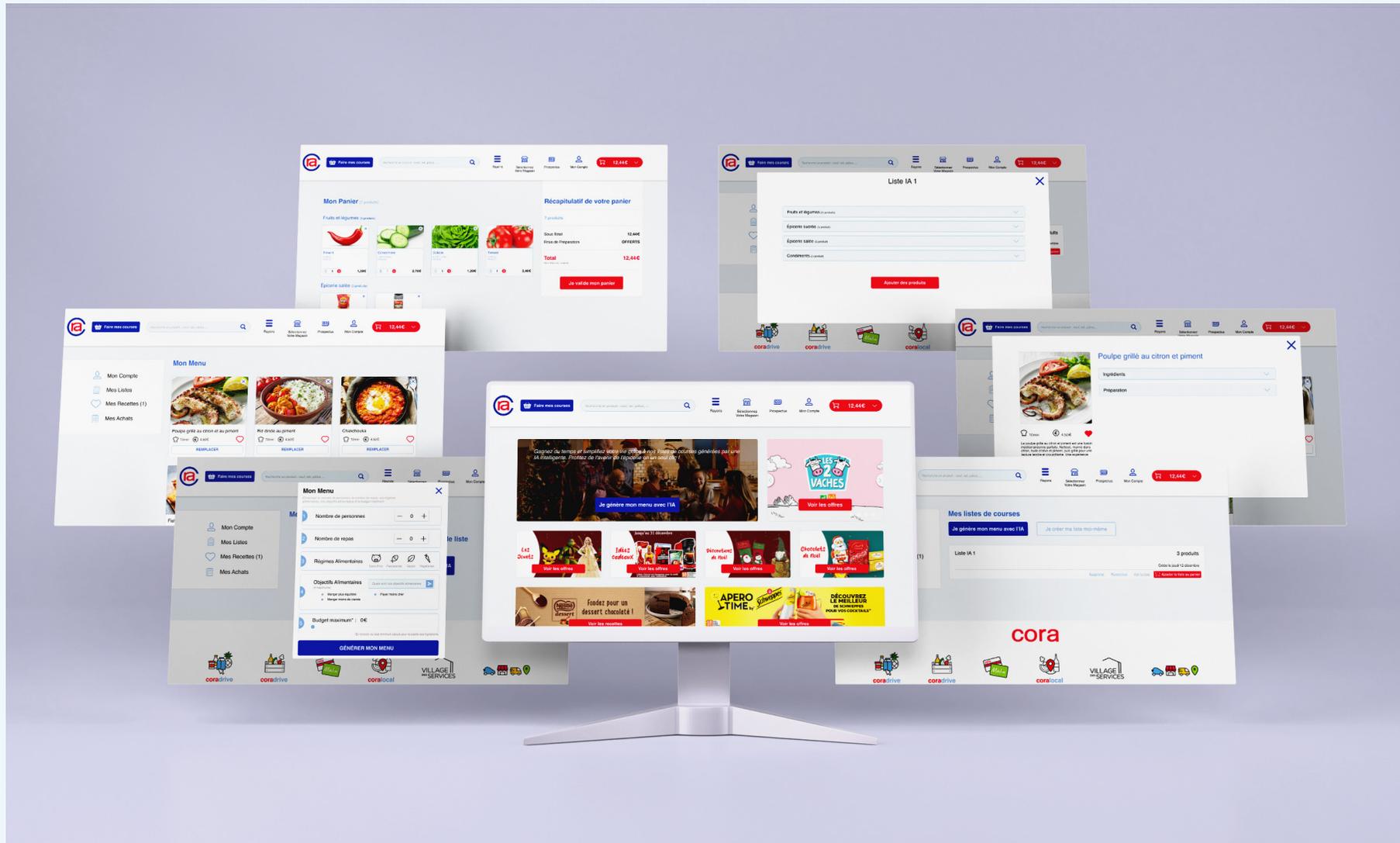
5.4 Signalétiques



5.4 Signalétiques



5.5 Site Internet



5.6 Goodies

