

La Mobilière se profile. *Éléments de base
et principes de conception de notre identité
visuelle uniforme.*



The image shows a large, stylized graphic of the words 'La Mo' and 'Assuranc'. The 'La Mo' is in a bold, red, sans-serif font, while 'Assuranc' is in a black, cursive script font. A vertical green line is positioned to the left of the text, and a horizontal green line is positioned below the 'Assuranc' text, indicating alignment and spacing guidelines.

Éléments de base de l'identité visuelle
Marques, couleurs, caractères
Janvier 2014

La Mobilière
Assurances & prévoyance

Editorial

«Le mieux est l'ennemi du bien.»

Voltaire

Une identité visuelle homogène renforce le profil des marques et des entreprises sur le marché. Celle de la Mobilière, clairement définie, contribue à la lisibilité et à la transparence de la communication. La structure rigoureuse des marques et l'organisation uniformisée de tous les médias permettent aux destinataires d'identifier clairement les différentes offres.

Un corporate design uniformisé n'agit pas seulement vers l'extérieur: il favorise aussi l'identification des collaboratrices et collaborateurs à l'entreprise et est de ce fait un instrument important du succès économique de la Mobilière.

La présentation originale est basée sur un ensemble de paramètres clairement définis – marques, style d'écriture, couleurs, signes typographiques et principes de mise en page. Ce guide décrit ces divers éléments différenciateurs.

Le service CI/CD de la Mobilière est à votre disposition si vous avez des questions.

Sommaire

Le cœur de la marque et la promesse de marque	4
La marque d'entreprise	5
Les compléments de la marque et les versions linguistiques	6
Les quatre déclinaisons de la marque d'entreprise	8
Le support	9
L'espace protégé de la marque d'entreprise	10
Le positionnement de la marque d'entreprise	11
Les corps de caractères	12
Les marques de produit, d'offre et de prestation de service de la Mobilière	13
La couleur de l'entreprise	15
L'utilisation du noir, du blanc et du gris	16
Les couleurs d'accompagnement	17
Les polices de caractères	18
La présentation de Protekta Assurance de protection juridique SA	20
La présentation de Mobi 24 Call-Service-Center SA	21
La présentation de Protekta Conseils-Risques SA	22
La présentation de XpertCenter SA	23
La mise en œuvre	24

Le cœur de la marque et la promesse de marque



Les notions «relation personnelle» et «sens des responsabilités» décrivent les caractéristiques distinctives de la marque, formant ainsi le cœur de la marque.

La promesse de marque de la Mobilière est le fondement de la communication au niveau local. Les trois aspects – (1) règlement de sinistres simples, (2) ancrage coopératif, sens des responsabilités et (3) structure décentralisée, proximité clients, relation personnelle – décrivent les relations de la Mobilière avec ses clients.

La marque d'entreprise

La marque Mobilière inspire confiance. Elle est associée à la tradition, à la qualité et à la sécurité. La marque d'entreprise de la Mobilière fait de notre nom une référence dans toutes les régions du pays.



Les compléments de la marque et les versions linguistiques

La marque d'entreprise est l'élément identificateur central de notre présentation. Avec ses compléments, elle permet une communication efficace dans les quatre langues nationales.

Nous appliquons le principe d'une communication différenciée par langue. Toute dérogation à ce principe doit être approuvée par le service CI/CD.

Marque d'entreprise
en français avec la ligne
d'identification

La Mobilière
Assurances & prévoyance

Dans la mesure du possible, la marque d'entreprise est reproduite avec la ligne d'identification, qui traduit notre compétence d'assureur toutes branches: assurances et prévoyance. Si en raison de la taille de caractères, la lisibilité de la ligne d'identification n'est plus garantie (par exemple pour le sponsoring ou les articles publicitaires), cette dernière doit être omise.

Marque d'entreprise
en français avec
le slogan

La Mobilière
Quoi qu'il arrive

La marque d'entreprise avec le slogan est utilisée exclusivement dans les campagnes de publicité faitières nationales.

Marque d'entreprise
en français

La Mobilière

La marque d'entreprise est basée sur le nom: La Mobilière. Elle est utilisée sans complément pour l'identification à distance et sur les banderoles publicitaires principalement.

La Mobilière est une compagnie d'assurances active en Suisse. Les quatre versions, allemande, française, italienne et rétoromanche de notre marque d'entreprise témoignent de notre présence et de notre volonté de renforcer nos activités dans les quatre régions linguistiques du pays.

Marques d'entreprise en allemand

Die Mobiliar
Versicherungen & Vorsorge

Die Mobiliar
Was immer kommt

Die Mobiliar

Marques d'entreprise en italien

La Mobiliare
Assicurazioni & previdenza

La Mobiliare
Capiti quel che capiti

La Mobiliare

Marques d'entreprise en rétoromanche

La Mobiliar
Assicuranzas & provediment

La Mobiliar

La version anglaise est utilisée sur certains supports dans le cadre des affaires internationales ainsi que dans le cadre d'événements nationaux spécifiques, dans ce dernier cas le slogan ou la ligne d'identification spécifique à la langue est omis.

Marques d'entreprise en anglais

Swiss Mobiliar
Insurance & Pensions

Swiss Mobiliar

Les quatre déclinaisons de la marque d'entreprise

Les quatre déclinaisons disponibles permettent d'adapter la représentation de la marque d'entreprise suivant le type d'utilisation, sans rupture d'unité.

Support blanc

La Mobilière
Assurances & prévoyance

La marque d'entreprise est généralement reproduite en deux couleurs sur support blanc. La ligne d'identification et le slogan sont en noir.

Support foncé

La Mobilière
Assurances & prévoyance

Sur un support foncé, la marque d'entreprise est en rouge, la ligne d'identification en blanc.

Utilisation noir/blanc

La Mobilière
Assurances & prévoyance

Dans une exécution noir/blanc, tous les éléments de la marque d'entreprise apparaissent en noir (100%). Les nuances de gris ne sont pas utilisées pour la marque d'entreprise.

Support foncé

La Mobilière
Assurances & prévoyance

Dans une exécution noir/blanc sur support foncé, tous les éléments sont en blanc.

Les logos négatifs peuvent être commandés auprès du service Desktop (dtp@mobi.ch).

Le support

La marque d'entreprise peut être placée sur un support blanc, gris, en couleur ou photographique. Important: choisir dans tous les cas la déclinaison qui convient le mieux et utiliser les modèles électroniques originaux.

La marque d'entreprise doit toujours figurer sur un support neutre. Ni les structures, ni les contrastes de couleurs ne peuvent en réduire la lisibilité. Le modèle adéquat est choisi en fonction du niveau de gris du support noir et blanc ou couleur.

0 à 30%

La Mobilière
Assurances & prévoyance

0 à 50%

La Mobilière
Assurances & prévoyance

La Mobilière
Assurances & prévoyance

La Mobilière
Assurances & prévoyance

La marque d'entreprise en couleur ne doit pas être placée sur un support dont le niveau de gris se situe entre 30% et 80%. Cette restriction doit être prise en compte lors du choix des images et des supports.

80 à 100%

La Mobilière
Assurances & prévoyance

51 à 100%

La Mobilière
Assurances & prévoyance

La Mobilière
Assurances & prévoyance

La Mobilière
Assurances & prévoyance

L'espace protégé de la marque d'entreprise

Sur tous les médias il faut choisir l'emplacement qui met le mieux en évidence la marque d'entreprise et réserver un espace libre tout autour. La marque d'entreprise ne doit pas paraître trop souvent sinon elle perd de sa force.

Espace protégé
sur les imprimés



Un espace minimal défini doit être inséré entre la marque d'entreprise et les illustrations, les textes ou d'autres éléments graphiques.

Espace protégé
pour les applications
spéciales

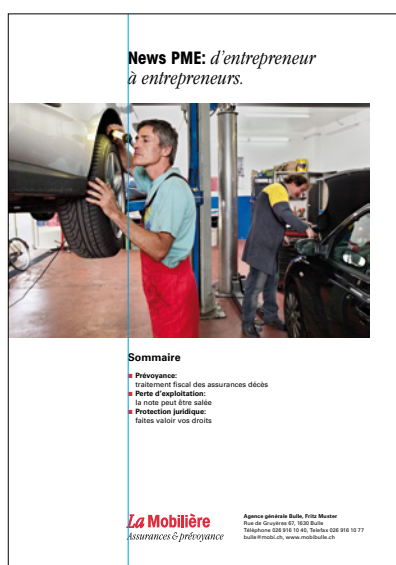
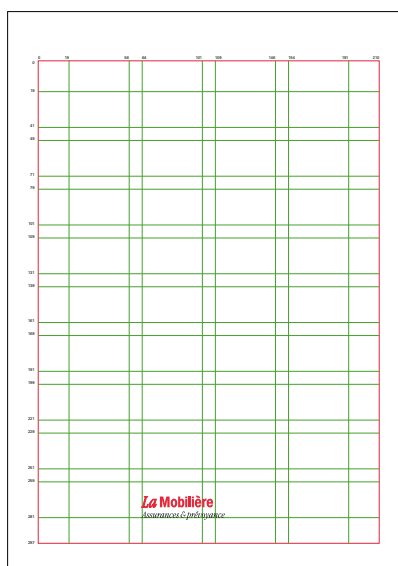


L'espace protégé autour de la marque d'entreprise est réduit notamment pour la signalétique extérieure et le sponsoring.

Le positionnement de la marque d'entreprise

En règle générale, la marque d'entreprise est placée en bas de page sur les prospectus et les brochures, avec un alignement optique sur l'axe d'un texte ou d'une illustration.

Quadrillage A4 et vue détaillée du positionnement de la marque d'entreprise



Les corps de caractères

La marque de l'entreprise est utilisée dans une série de corps définis. Le choix du corps approprié dépend du genre et du format du média. L'emploi systématique des modèles électroniques dans les corps et formes choisis permet d'obtenir un effet optimal.

Les modèles numériques de la marque d'entreprise correspondent au corps 12 (100%). Selon les besoins, ce modèle peut être réduit linéairement pour obtenir douze corps différents. Outre les formats représentés, les formats suivants sont également autorisés: corps 8 (58%), corps 9 (66,5%), corps 10 (75%), corps 11 (83%) et corps 12 (100%). Pour obtenir des caractères plus grands, le corps 12 peut être agrandi proportionnellement.

Pour toutes les reproductions de la marque d'entreprise, on utilise uniquement les modèles électroniques originaux. La copie des marques, l'utilisation de copies papier pour la numérisation ultérieure et l'utilisation des marques disponibles sur les médias électroniques (Internet) sont interdits.

Corps 1 16,5%	La Mobilière <i>Assurances & prévoyance</i>
Corps 2 22%	La Mobilière <i>Assurances & prévoyance</i>
Corps 3 en n/b pour les formulaires 28%	La Mobilière <i>Assurances & prévoyance</i>
Corps 4 pour le format A5 33%	La Mobilière <i>Assurances & prévoyance</i>
Corps 5 pour le format A4 39%	La Mobilière <i>Assurances & prévoyance</i>
Corps 6 44,5%	La Mobilière <i>Assurances & prévoyance</i>
Corps 7 50%	La Mobilière <i>Assurances & prévoyance</i>

Les utilisateurs internes peuvent télécharger les modèles électroniques à partir du Publishing Center de la Mobilière: RedNet > Applications > Publishing Center. Les utilisateurs externes peuvent commander les modèles électroniques auprès du service Desktop (dtp@mobi.ch) en spécifiant le format de fichier souhaité et le corps.

Les marques de produit, d'offre et de prestation de service de la Mobilière

Les produits, les offres et les prestations de service de la Mobilière sont facilement identifiés comme tels grâce au préfixe «Mobi». Les marques de produit, d'offre et de prestation de service s'utilisent selon les mêmes principes que la marque d'entreprise.

Les marques de produit

Les marques de produit comportent l'élément générique Mobi et un élément servant à identifier le produit, compréhensible dans les quatre langues du pays. Le service CI/CD doit impérativement être consulté pour la création d'une marque de produit.

Marques de produit
neutres Non-vie

Mobi*Casa*

Mobi*Car*

Mobi*Tour*

Mobi*Sana*

Mobi*Pro*

Mobi*Top*

Marques de produit
neutres Vie

Mobi*Life*

Mobi*Fonds*

La typographie caractéristique de la marque est exclusivement réservée aux marques de produit, afin de ne pas affaiblir leur profil.

La création d'autres noms propres, par exemple pour des manifestations, n'est pas autorisée (cf. instruction «Utilisation du préfixe Mobi», n° de document 3.6.02009 du 06.2011).

Dans le corps du texte, la marque de produit s'écrit en majuscules/minuscules et sans espace; l'identification du produit commence par une majuscule: MobiCasa.

L'utilisation des marques de produit exige la représentation simultanée de la marque d'entreprise de la Mobilière avec une ligne d'identification (cf. l'exemple à la page 11).

Les marques d'offre

Les marques d'offre comportent l'élément générique Mobi et un élément servant à identifier l'offre, compréhensible dans les quatre langues du pays. Le service CI/CD doit impérativement être consulté pour la création d'une marque d'offre.

La ligne inférieure (ligne d'identification) permet d'associer la marque d'offre de manière univoque à un segment de marché et de différencier visuellement les marques de produit et les marques d'offre. Différents produits d'assurance pour un segment déterminé, par exemple pour les jeunes, peuvent être commercialisés sous une marque d'offre.

La marque d'offre et la ligne d'identification associée forment une unité et ne sont jamais utilisées séparément.

Marque d'offre
en français

MobiJeunes
L'assurance des jeunes

Dans le corps du texte, la marque d'offre s'écrit en majuscules/minuscules et sans espace; l'identification du produit commence par une majuscule: MobiJeunes.

L'utilisation de la marque d'offre MobiJeunes exige la représentation simultanée de la marque d'entreprise de la Mobilière avec une ligne d'identification.

Les marques de prestation de service

La structure de la marque de prestation de service Mobi24 est basée sur la marque d'entreprise de Mobi24 Call-Service-Center SA. Elle est utilisée pour la communication des prestations d'assistance 24h de la Mobilière. Le service CI/CD doit impérativement être consulté pour la création d'une marque de prestation de service.

Marque de prestation
de service neutre

Mobi
24

Dans le corps du texte, la marque de prestation de service s'écrit en majuscules/minuscules et sans espace: Mobi24.

Les utilisateurs internes peuvent télécharger les modèles électroniques à partir du Publishing Center de la Mobilière: RedNet > Applications > Publishing Center. Les utilisateurs externes peuvent commander les modèles électroniques auprès du service Desktop (dtp@mobi.ch) en spécifiant le format de fichier souhaité et le corps.

La couleur de l'entreprise

La couleur de la Mobilière est le rouge. Elle permet d'identifier les entreprises et les produits du groupe tout en symbolisant son dynamisme. Dans les médias imprimés et électroniques, le rouge est utilisé avec modération et jamais comme couleur de fond. Seule exception: sur la signalétique extérieure et les bandes publicitaires ainsi que lors de manifestations, le rouge peut être employé dans certains cas comme couleur de fond.

Le rouge Mobilière a une tonalité spécifique. Il est principalement utilisé pour la reproduction des marques d'entreprise et de produit ainsi que pour la signalétique.

Imprimés

- Pantone® 185
- Euronormes: 93% de magenta, 74% de jaune

Médias électroniques

- R: 218, G: 35, B: 36

Architecture et signalétique

- Système de couleurs NCS: NCS S 0580-Y90R
- Système RAL: RAL 3020

Diapositives

- Scotchcal 100-466

Des définitions de couleur spécifiques sont utilisés pour Protekta Conseils-Risques SA et XpertCenter SA (cf. pages 21/22).

L'utilisation du noir, du blanc et du gris

Outre le rouge, le blanc aussi est largement utilisé. À ces deux couleurs s'ajoutent le noir et différents niveaux de gris.

Les niveaux de gris peuvent être employés de manière flexible et différenciée. La palette de gris suivante peut servir à titre indicatif.



Pantone k. Angaben
CMYK 0/0/0/100



RGB 255/255/255
HEX #FFFFFF



Pantone 426
CMYK 0/0/0/85
RGB 64/64/64
HEX #404040



Pantone CG11
CMYK 0/0/0/70
RGB 102/101/90
HEX #66655A



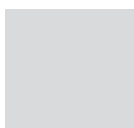
Pantone CG10
CMYK 0/0/0/55
RGB 116/113/107
HEX #74716B



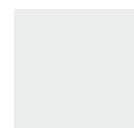
Pantone CG8
CMYK 0/0/0/40
RGB 133/130/122
HEX #85827A



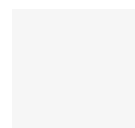
Pantone CG7
CMYK 0/0/0/30
RGB 163/161/155
HEX #A3A19B



Pantone CG5
CMYK 0/0/0/20
RGB 194/193/189
HEX #C2C1BD



Pantone CG3
CMYK 0/0/0/10
RGB 230/228/220
HEX #E6E4DC

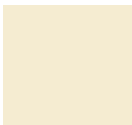

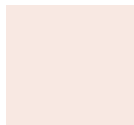
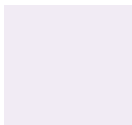
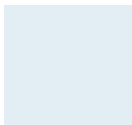
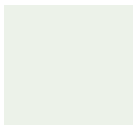


Pantone CG1
CMYK 0/0/0/5
RGB 244/244/244
HEX #F4F4F4





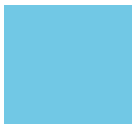

Les couleurs d'accompagnement

La gamme de couleurs d'accompagnement est adaptée au rouge, couleur de l'entreprise. Les couleurs d'accompagnement sont principalement utilisées dans les représentations graphiques comme par exemple des schémas et diagrammes.







Couleurs d'accompagnement très claires

					
Pantone keine Angabe CMYK 0/3/19/6 RGB 245/236/210 HEX #F5ECD2	Pantone keine Angabe CMYK 0/8/30/0 RGB 255/227/176 HEX #FFE3B0	Pantone keine Angabe CMYK 0/10/8/3 RGB 255/225/225 HEX #FFE1E1	Pantone keine Angabe CMYK 6/9/0/0 RGB 204/182/215 HEX #CCB6D7	Pantone keine Angabe CMYK 10/0/0/5 RGB 157/223/241 HEX #9DDFF1	Pantone keine Angabe CMYK 7/0/9/3 RGB 200/229/194 HEX #C8E5C2







Couleurs d'accompagnement claires

					
Pantone 4525 CMYK 0/7/39/17 RGB 224/207/156 HEX #E0CF9C	Pantone 135 CMYK 0/18,5/60/0 RGB 255/208/123 HEX #FFD07B	Pantone 701 CMYK 0/50/33/02 RGB 255/140/120 HEX #FF8C78	Pantone 2572 CMYK 34/51/0/0 RGB 170/134/189 HEX #AA86BD	Pantone 305 CMYK 56/0/6/0 RGB 92/202/232 HEX #5CCA E8	Pantone 359 CMYK 38/0/51/0 RGB 163/211/154 HEX #A3D39A

Couleurs d'accompagnement moyennes

					
Pantone 4505 CMYK 0/15/78/36 RGB 184/157/56 HEX #B89D38	Pantone 137 CMYK 0/40/100/0 RGB 250/166/26 HEX #FAA61A	Pantone 185 CMYK 0/93/74/0 RGB 218/35/36 HEX #DA2324	Pantone 2592 CMYK 65/97/0/0 RGB 120/49/146 HEX #783192	Pantone Process Blue CMYK 93/38/0/0 RGB 0/149/212 HEX #0095D4	Pantone 361 CMYK 74/0/88/0 RGB 58/182/91 HEX #3AB65B

Couleurs d'accompagnement foncées

					
Pantone 4485 CMYK 0/26/100/69 RGB 110/87/0 HEX #6E5700	Pantone 154 CMYK 0/46/100/34 RGB 151/95/3 HEX #975F03	Pantone 1188 CMYK 28/100/100/36 RGB 134/12/13 HEX #860C0D	Pantone 2612 CMYK 75/100/0/10 RGB 93/38/133 HEX #5D2685	Pantone 308 CMYK 100/0/0/66 RGB 0/83/116 HEX #005374	Pantone 363 CMYK 85/16/100/10 RGB 17/155/74 HEX #119B4A

Les polices de caractères

Nos polices maison sont l'une des caractéristiques principales de notre identité visuelle. La Mobilière utilise une combinaison de deux polices de titre caractéristiques et une police maison fonctionnelle.

Polices de titre Les grands titres en première page sont toujours composés en deux polices: «ITC Avant Garde Gothic Bold Condensed EF» et «Mobi Garamond ITC Italique». La police Avant Garde est utilisée pour le message principal, la police Garamond pour le message secondaire. Le texte des titres doivent être rédigés en conséquence.

Pour les titres principaux qui ne sont pas composés de deux phrases, il faut éviter d'utiliser l'une ou l'autre police de titre séparément, et privilégier la police d'écriture maison Univers 65 (Bold).

Les écritures de titre peuvent également être employées pour les titres sur les pages intérieures, si ces derniers servent d'introduction à des thèmes de même importance, clairement distincts.

Couleurs pour la combinaison d'écritures de titre: noir ou blanc.

Pour le corps de texte, aucune des polices de titre définies n'est admise.

Les tailles des deux titres doivent être harmonisées, de sorte que les lettres majuscules des deux polices aient la même hauteur.

Présentation des titres

Le titre commence par un message principal clair, suivi d'une subordonnée explicative.

Le titre commence par une introduction, suivie du message principal, en deuxième position.

Police maison	La police Univers 65 Bold est utilisée pour tous les titres qui ne sont pas composés avec la combinaison d'écritures de titre. On utilise généralement la police Univers 55 Roman (normal) pour le corps de texte. Dans le corps de texte, les mises en évidence sont utilisées avec parcimonie, et composées en règle générale en Univers 65 Bold. Les légendes d'images et les références bibliographiques peuvent également être imprimées en Univers 55 Oblique (italique).
Exemple Univers 55 Roman	Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.
Exemple Univers 65 Bold	Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.
Informatique	En interne (applications sur ordinateur), la police maison Univers est remplacée par la police Arial (Univers 55 Roman = Arial normal, Univers 65 Bold = Arial gras).

La présentation de Protekta

Assurance de protection juridique SA

La marque d'entreprise de Protekta est conçue de la même manière que la marque d'entreprise de la Mobilière. Les règles d'utilisation sont identiques.

Chaque fois que c'est possible, la marque d'entreprise est présentée avec la ligne d'identification.

Marque d'entreprise
en français

Protekta
Protection juridique

Marque d'entreprise
en allemand

Protekta
Rechtsschutz

Marque d'entreprise
en italien

Protekta
Protezione giuridica

Marque d'entreprise
en rétoromanche

Protekta
Protecziun giuridica

Marque d'entreprise
en anglais

Protekta
Legal protection insurance

La marque de prestation de service de Protekta Assurance de protection juridique SA

La présentation de la marque de prestation de service JurLine est similaire à celle des marques de produit de la Mobilière. Les règles d'utilisation sont identiques.

L'utilisation de la marque de prestation de service JurLine exige la représentation simultanée de la marque d'entreprise de Protekta avec une ligne d'identification.

Marque de prestation
de service neutre

JurLine

La présentation de Mobi 24 Call-Service-Center SA

Cette marque d'entreprise est en anglais et peut par conséquent être utilisée pour toutes les applications, sans distinction de langue. Les règles d'utilisation sont identiques.

La marque d'entreprise de Mobi24 Call-Service-Center SA est en cours d'édition.

La présentation de Protekta Conseils-Risques SA

La marque d'entreprise Protekta Conseils-Risques SA possède son propre design de marque. La marque d'entreprise et l'identité visuelle obéissent à des règles spécifiques, indépendamment de celles du corporate design de la Mobilière et de Protekta Assurance de protection juridique SA. Motif: La distinction entre Protekta Conseils-Risques SA et Protekta Assurance de protection juridique SA doit être claire, également en matière d'identité visuelle.

Les marques d'entreprise de Protekta Conseils-Risques SA

Marque d'entreprise
en français

Protekta
Conseil en risque

Marque d'entreprise
en allemand

Protekta
Risikoberatung

Marque d'entreprise
en italien

Protekta
Consulenza rischi

Imprimés

■ Pantone® 187

■ Euronormes: 100% de magenta, 80% de jaune, 20% de noir

Médias électroniques

■ R: 193, G: 0, B: 45

La présentation de XpertCenter SA

La marque d'entreprise XpertCenter SA possède son propre design de marque. La marque d'entreprise et l'identité visuelle obéissent à des règles spécifiques, indépendamment de celles du corporate design de la Mobilière.

Les marques d'entreprise de XpertCenter SA

Marque d'entreprise
en français

»»»XPERTCENTER SA

Marque d'entreprise
en allemand

»»»XPERTCENTER AG

Marque d'entreprise
en italien

»»»XPERTCENTER SA

Marque d'entreprise
en anglais

»»»XPERTCENTER Inc.

Imprimés

■ Pantone® 3005

■ Euronormes: 90% de cyan, 40% de magenta, 15% de jaune

Médias électroniques

■ R: 0, G: 123, B: 174

La mise en œuvre

Notre corporate design doit être mis en œuvre de manière professionnelle dans tous les médias et sur tous les objets.

Les indications techniques figurant dans ce guide ont pour but d'assurer une identité visuelle uniforme et de renforcer le profil original de la Mobilière. Elles sont valables pour toutes les applications et doivent être rigoureusement suivies. La clé de notre succès commun est donc aussi dans vos mains.

Si vous avez des questions ou des suggestions, veuillez vous adresser au service CI/CD de la Mobilière:

Reto Hunziker
Téléphone 031 389 65 00
reto.hunziker@mobi.ch

Markus Rauch
Téléphone 031 389 65 36
markus.rauch@mobi.ch

Andrea Schär
Téléphone 031 389 67 03
andrea.schaer1@mobi.ch

Martin Meier
Téléphone 031 389 96 10
martin.meier@mobi.ch

© La Mobilière, janvier 2014