

Guide d'identité visuelle de PosTransfer



Version: mars 2020

Table des matières

1. Éléments de base
2. Articles de bureau
3. Médias numériques
4. Panneaux
5. Brochures, affiches et bannières déroulantes
6. Produits promotionnels
7. Applications spécifiques

Introduction

L'Union postale universelle (UPU) a créé une nouvelle marque collective appelée «PosTransfer» pour renforcer la visibilité des opérateurs postaux sur le marché des services postaux de paiement électronique. L'objectif de cette marque, entièrement détenue par l'UPU, consiste à favoriser la reconnaissance du service par les clients dans le monde entier. Le présent guide explique comment la marque peut être utilisée en pratique à des fins de promotion et de communication.

Les membres du Groupe Postransfer de l'UPU sont autorisés à utiliser la marque collective, à condition de respecter les exigences réglementaires et contractuelles définies par l'Union. Pour plus d'informations, veuillez prendre contact avec les responsables du programme «Services financiers postaux» de l'UPU (pfs@upu.int).

À propos de l'Union postale universelle

L'UPU est une organisation intergouvernementale comptant 192 Pays-membres. Elle poursuit l'objectif de garantir un accès universel à des services postaux publics abordables et de très haute qualité. Fondée en 1874, cette institution faisant partie de la famille des Nations Unies est la deuxième organisation internationale la plus ancienne au monde.

Le réseau postal mondial constitue une infrastructure formidable offrant des services publics essentiels à des millions de particuliers et d'entreprises. Grâce à ce réseau, le secteur postal joue un rôle clé dans le développement social et économique des pays.

Les opérateurs postaux fournissent également des services financiers, logistiques et de commerce électronique à d'innombrables clients pour répondre à l'évolution de leurs besoins.

Aujourd'hui, les services postaux permettent de traiter et de distribuer 327,4 milliards de lettres et 7,4 milliards de colis annuellement à l'échelle mondiale, grâce à un réseau universel doté d'une technologie et de processus de pointe et servi par plus de 5,4 millions d'employés. Comptant environ 680 000 établissements postaux, cette infrastructure représente le plus vaste réseau de distribution physique au monde.

1. Éléments de base

Logo

Le logo doit toujours comprendre l'emblème et le nom complet de PosTransfer, conformément aux critères d'enregistrement de la marque.

Version en couleur

Dans la mesure du possible, il convient d'utiliser la version en couleur du logo (v. exemple ci-contre).

Quatre couleurs CMJN



Deux couleurs Pantone



Convention orthographique

Lorsque la marque collective est mentionnée dans un texte, sa graphie doit être la suivante: PosTransfer. Si le nom du produit est écrit en petites capitales, la graphie de la marque doit être la suivante: **PosTRANSFER**

Si on utilise les conventions typographiques classiques (majuscules et minuscules), seuls le P et le T sont en majuscules. Toutes les polices sont acceptées.

Logo en noir

Logo linéaire de couleur noire.

À utiliser uniquement sur fond clair.

Une couleur (dessin au trait)



Logo en négatif

Logo linéaire en négatif.

À utiliser uniquement sur fond sombre.

Dans la mesure du possible, ce logo blanc doit uniquement être utilisé sur fond bleu ou noir.

Une couleur (blanc, dessin au trait)



Dimensions

La largeur minimale du logo est fixée à 9,5 millimètres (p. ex. pour une carte de visite ou un document au format A6).



Espace minimum autour du logo

Un espace libre autour du logo (zone protégée) a été établi. Il convient de respecter ses dimensions minimales (où X équivaut à la moitié de la hauteur de l'emblème).



Exemple:



Couleurs

Les principales couleurs de base du logo sont le bleu et l'orange. Ces couleurs doivent être utilisées autant que possible, car il s'agit d'éléments graphiques du logo permettant de renforcer son uniformité visuelle.



Bleu PosTransfer

CMJK
100|70|0|0
RVB
0|8|158
HEX
#004dff



Bleu PosTransfer

Pantone
Reflex Blue



Orange PosTransfer

CMJN
0|45|90|0
RVB
34.5|85|96
HEX
#0a0602



Orange PosTransfer

Pantone
1235C



វិទ្យាភ័ក្តិ ប្រមាណ
អ្នកប្រើប្រាស់ រ៉ូប៊ឺត
ឆ្នាំ ១៩៧០

Subject

Dear Mr. Miller

But I must explain to you how all this mistaken idea of denou-
sure and painful pain was born and I will give you a complete a-
of the system, and expand the actual teachings of the great exp-
the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, b-
kes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those
who do not know how to pursue pleasure rationally encounter conse-
quences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves
or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but
because occasionally circumstances occur in which toil and pain can pro-
cure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever
undertakes laborious physical exercise, except to obtain some advantage
from it? But who has any right to find fault with a man who chooses to
enjoy a pleasure that has no annoying consequences, or one who avoids
a pain that produces no resultant pleasure?

Best regards
Universal Postal Union
Mr. Feila Rabbahi



2. Articles de bureau

Papier à en-tête



POSTRANSFER

Postal Service A
Example Byline

Washington street 4
PO Box 312
9402 Phnom Penh
CAMBODIA

Valais/Wallis Promotion
Mr. Tom Miller
Rue Pré-Fleur 6
Postfach 1469
1951 Sion

Subject

Dear Mr. Miller

But I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to obtain some advantage from it? But who has any right to find fault with a man who chooses to enjoy a pleasure that has no annoying consequences, or one who avoids a pain that produces no resultant pleasure?

Best regards
Universal Postal Union

Ms. Hanna Example

Enveloppe au format C6/5



POSTRANSFER

Postal Service A
Example Byline

Washington street 4
PO Box 312
9402 Phnom Penh
CAMBODIA

Carte de visite



POSTRANSFER

Service postal A
Washington street 4
9402 Phnom Penh
CAMBODGE

Bertrand Exemple

T +41 44 853 40 57
M +41 78 897 80 33
bertrand.exemple@upu.int





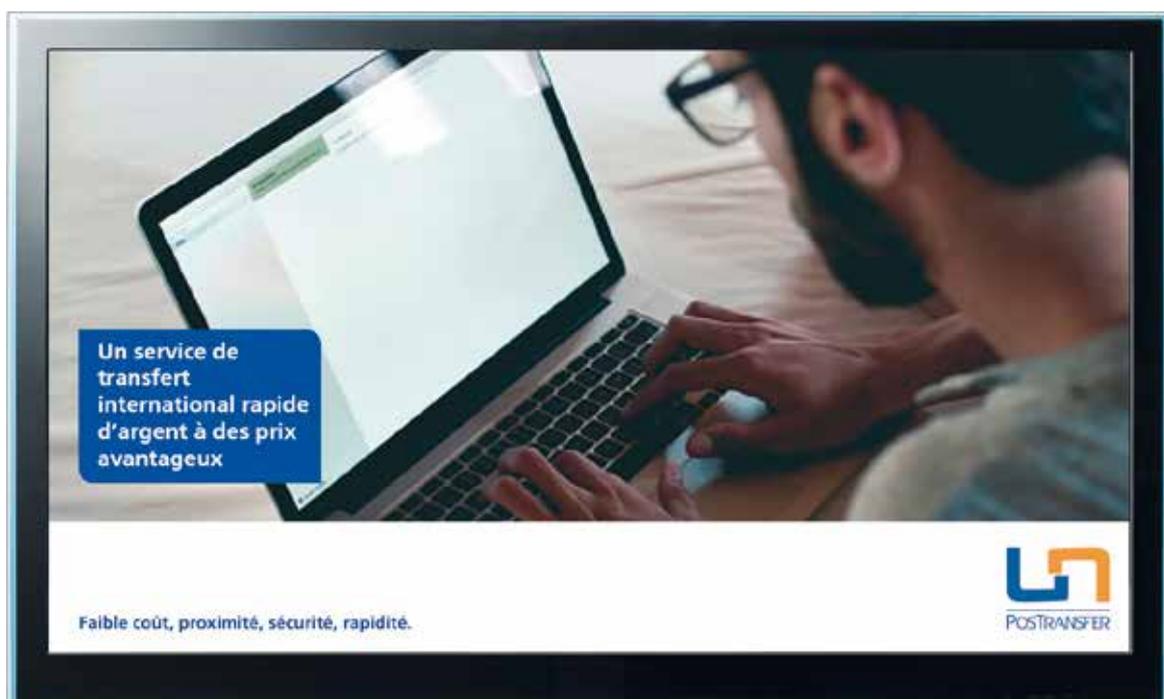

POSTRANSFER

3. Supports numériques

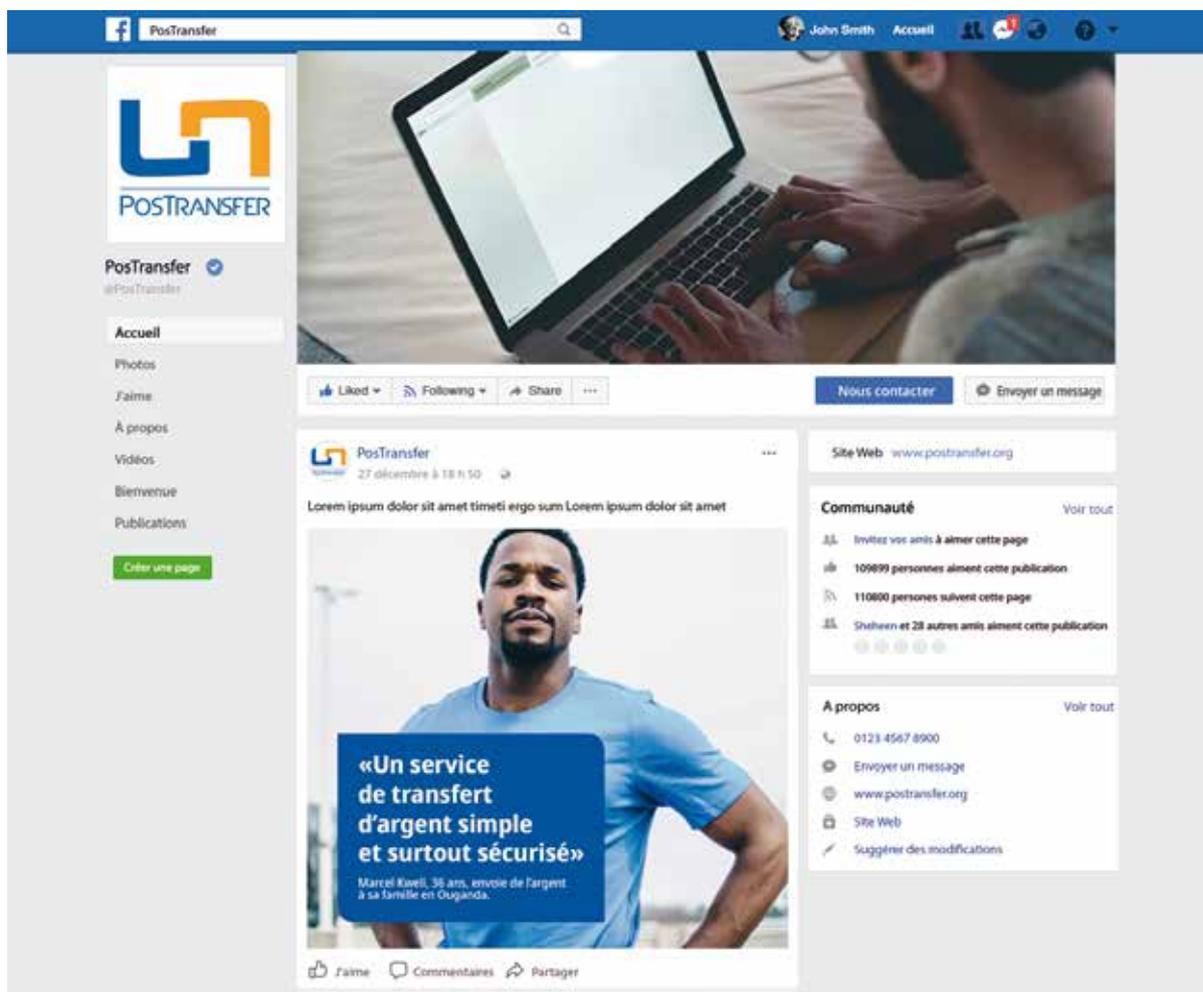
Exemples d'icônes et d'écrans de démarrage



Exemple d'affichage sur écran numérique



Exemples de visuels pour les réseaux sociaux



4. Affichage

Exemples pour panneaux





F
L
p
s
é

**PosTransfer est
le meilleur choix
pour moi: simple,
sécurisé et
économique**

Er

En exclusivité avec

<

<Logo 1>

<Logo 2>

F.

Faible coût, proximité, sécurité, rapidité



5. Brochures, affiches et bannières déroulantes

Exemple de brochure

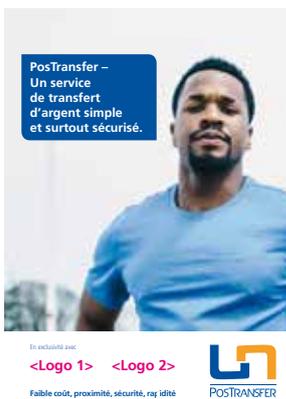


Recto de la brochure



Verso de la brochure PosTransfer

Exemples d'affiche



Exemple de bannière déroulante



6. Produits promotionnels

Produits publicitaires

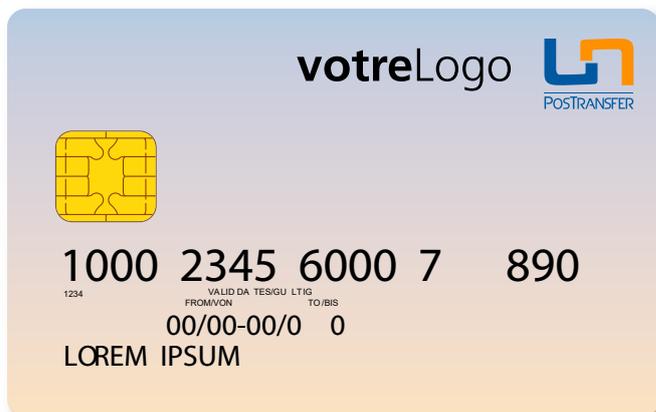


Carte postale au format A6



7. Applications spécifiques

Exemple de carte de crédit



Dimensions minimales du logo
11,5 x 9,5 millimètres

Arrière-plan (suggestion)
Motif (lignes) en bleu et orange
PosTransfer

Contact

Programme «Services financiers postaux»
Bureau international
Union postale universelle
Case postale 312
3000 BERNE 15
SUISSE

Adresse électronique: pfs@upu.int
Téléphone: +41 31 350 31 11

Droit d'auteur: Union postale universelle, tous droits réservés
Date de publication: mars 2019