



# Charte graphique

Les principes de cette charte  
s'appliquent aux structures  
de gouvernance du groupe :  
Groupe VYV, VYV<sup>3</sup> et ses régions,  
VYV Coopération, VYV Partenariat.

**Direction  
de la communication**

**Agence interne  
de communication  
groupe**

Septembre 2022

GRUPE  
**vyv**

## Pourquoi cette charte graphique ?

La charte graphique Groupe VYV présente les codes qui définissent la bonne application de notre identité visuelle. Son objectif est triple.

### Tout d'abord, vous simplifier la création de supports de communication.

À travers des règles simples et précises, la charte graphique vous guide dans l'utilisation et le placement d'éléments visuels tels que le logo, la signature, les couleurs, les formes, les pictogrammes et tout autre code graphique propre au Groupe VYV.

### Ensuite, offrir à notre marque une visibilité optimale à chaque prise de parole.

En présentant ces règles, cette charte dote notre marque d'un langage visuel qui lui est propre. Pour vous, c'est l'assurance d'en donner une image cohérente, quel que soit le support utilisé et le message véhiculé. Pour le Groupe VYV, c'est l'assurance d'être vu, reconnu et ainsi d'émerger dans un environnement très concurrentiel.

### Enfin, exprimer visuellement le positionnement du Groupe VYV : entrepreneur du mieux-vivre.

Ce mieux-vivre s'illustre à travers une identité visuelle spécifique. Elle est composée de codes organiques, aux formes arrondies et aux couleurs vives. Ces codes, vous êtes invités à les maîtriser et à les utiliser de manière optimale grâce aux recommandations de cette charte.

En vous permettant d'instaurer un langage de marque fort, harmonieux et immédiatement attribuable, notre charte fait de vous l'ambassadeur du Groupe VYV, de son positionnement et de ses valeurs, à chaque prise de parole.



### Des questions ?

L'équipe de l'agence interne de communication du groupe est à votre disposition pour y répondre et vous accompagner dans la bonne application de cette charte graphique.

[mallory.sorin@groupe-vyv.fr](mailto:mallory.sorin@groupe-vyv.fr)

# 1 LOGOTYPES

## LOGO

Standard  
Horizontal  
Déclinaisons  
Les interdits

## BLOC-MARQUE ENTREPRENEUR DU MIEUX-VIVRE

Standard  
Horizontal  
Les interdits

## LOGO COMPOSITE

# 2 GRAPHIE, NOM ET MENTIONS

## GRAPHIE

> Les interdits

## NOM

> Les interdits

## MENTIONS

# 4 COMPOSANTS GRAPHIQUES

## GAMME COLORÉE

> Les interdits

## FORMES ORGANIQUES

> Les interdits

## PICTOGRAMMES

## FILET BLEU ET URL

## EXERGUES

## ICONOGRAPHIE

> Les interdits

## LES MÉTIERS

# 3 TYPOGRAPHIES

## TYPOGRAPHIES PRINCIPALES

## TYPOGRAPHIES BUREAUTIQUE

## CONVENTIONS TYPOGRAPHIQUES





# 1

## LOGOTYPES

## Le logo standard

est le logotype représentatif de la marque Groupe VYV dans son expression la plus simple.

G R O U P E  
vyv

## LOGO

Standard

### Version standard

Pour une utilisation sur fond blanc.

**La version standard du logo Groupe VYV est à privilégier.**

Le logotype est immuable et ne peut en aucun cas être modifié.

Sur fond blanc

G R O U P E  
vyv

### Références couleurs

C0 M0 J0 N50  
R157 V157 B156  
# 9d9c9c  
Pantone Cool Gray 8

C75 M95 J0 N0  
R101 V45 B135  
# 652d87  
Pantone 2603

C90 M100 J0 N0  
R72 V38 B131  
# 482683  
Pantone 7679

### Zone de protection



Aucun élément ne doit être présent dans la zone de protection (ni texte, ni image).

### Tailles minimales

GROUPE  
vyv  
10 mm  
ou 59 px

vyv<sup>3</sup>  
10 mm  
ou 59 px

vyv  
partenariat  
10 mm  
ou 59 px

La référence est la taille du mot « VYV ».

1

LOGOTYPES



## LOGO

Standard  
avec galet

### Version standard avec galet

Pour une utilisation sur fond  
coloré ou sur une image.

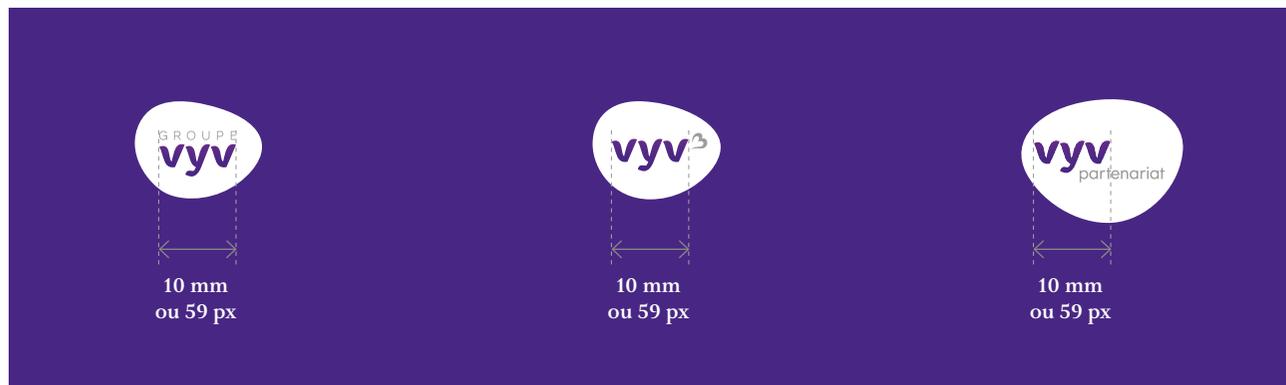
**Cette version avec le galet  
permet de privilégier  
l'utilisation du logo en couleurs,  
quel que soit le fond.**

Le logotype est immuable  
et ne peut en aucun cas  
être modifié.

Sur fond coloré ou sur une image



### Tailles minimales



La référence est la taille du mot « VYV ».



## LOGO

Horizontal

### Version horizontale

Pour une utilisation sur fond blanc.

**Cette version est à utiliser lorsque les espaces réservés à l'accueil du logotype sont de forme allongée.**

**Ce logo existe dans les mêmes déclinaisons colorées que la version standard.**

Le logotype est immuable et ne peut en aucun cas être modifié.

Sur fond blanc

G R O U P E **vyv**

### Zone de protection



Aucun élément ne doit être présent dans la zone de protection (ni texte, ni image).

### Taille minimale



# 1

LOGOTYPES



## LOGO

Horizontal avec  
forme d'accueil

### Version horizontale avec forme d'accueil

Pour une utilisation sur fond  
coloré ou sur une image.

**Cette version avec la forme  
d'accueil permet de privilégier  
l'utilisation du logo en couleurs,  
quel que soit le fond.**

**Ce logo existe dans les  
mêmes déclinaisons colorées  
que la version standard.**

Le logotype est immuable  
et ne peut en aucun cas  
être modifié.

Sur fond coloré ou sur une image



Taille minimale



## LOGO

### Déclinaisons

## Déclinaisons colorées

Ces versions de logos sont dédiées aux impressions ou applications qui ne permettent pas de reproduire les couleurs en quadrichromie ou RVB (contraintes techniques ou budgétaires, raisons esthétiques...).



### Sur fond blanc

2 Pantone :  
Cool Gray 8 + 7679

GROUPE  
vyv

1 Pantone :  
7679

GROUPE  
vyv

### Sur fond coloré ou sur une image

Cool Gray 8 + 7679 C + blanc



7679 C + blanc



Galet blanc en défoncé si fond violet,  
pour que « VYV » soit violet



Blanc



Versions et cas d'usages

	Pour application sur fond blanc pur: ➤ Version sans galet ou forme d'accueil		Pour application sur fond coloré: ➤ Version avec galet ou forme d'accueil	
	En fonction de l'emplacement disponible		En fonction de l'emplacement disponible	
	Version <b>standard</b>	Version <b>horizontale</b>	Version <b>standard</b>	Version <b>horizontale</b>
<b>Pour les imprimés</b> (plaquettes, flyers...) ➤ Version quadrichromie _Q	 GROUPE vyv Groupe VYV_Q	 GROUPE vyv Groupe VYV_horiz_Q	 GROUPE vyv Groupe VYV_galet_Q	 GROUPE vyv Groupe VYV_horiz_F-accueil_Q
<b>Pour le digital</b> (vidéos, sites web, PowerPoint...) ➤ Version RVB _RVB	 GROUPE vyv Groupe VYV_RVB	 GROUPE vyv Groupe VYV_horiz_RVB	 GROUPE vyv Groupe VYV_galet_RVB	 GROUPE vyv Groupe VYV_horiz_F-accueil_RVB
<b>Pour le spécifique</b> (objets publicitaires, tampons...) ➤ Version couleurs Pantone + Blanc ➤ Version monochrome Noir ou Blanc	 GROUPE vyv Groupe VYV_7679_CGray7	 GROUPE vyv Groupe VYV_horiz_7679_CGray7	 GROUPE vyv Groupe VYV_galet_7679_CGray7	 GROUPE vyv Groupe VYV_horiz_F-accueil_7679_CGray7
	 GROUPE vyv Groupe VYV_N50	 GROUPE vyv Groupe VYV_N	 GROUPE vyv Groupe VYV_horiz_N50	 GROUPE vyv Groupe VYV_horiz_N
	 GROUPE vyv Groupe VYV_galet_N50%_B	 GROUPE vyv Groupe VYV_galet_N50%_N	 GROUPE vyv Groupe VYV_galet_N50%_N	 GROUPE vyv Groupe VYV_horiz_F-accueil_N50
	 GROUPE vyv Groupe VYV_horiz_F-accueil_N			



## LOGO

### Les interdits



Ces règles s'appliquent à l'ensemble des versions et déclinaisons des logotypes.

## Les interdits

Le logotype est immuable et ne peut en aucun cas être modifié.

❌ Ne pas modifier les couleurs



❌ Ne pas modifier les proportions



❌ Ne pas modifier la typographie



❌ Ne pas déplacer ou supprimer les éléments: VYV ne s'utilise pas seul.



❌ Ne pas encadrer le logo sur un fond coloré



❌ Ne pas utiliser le logo sur un fond coloré, même très clair



Sur un fond coloré ou une image, utiliser la version avec le galet



Le bloc-marque est à privilégier quand le positionnement d'entrepreneur du mieux-vivre du groupe est valorisé dans le support (sur une plaquette institutionnelle par exemple, mais pas sur une tête de lettre).

## Le bloc-marque

se différencie du logotype standard par l'intégration de la baseline « Entrepreneur du mieux-vivre ».

G R O U P E  
v y v

Entrepreneur du  
**mieux-vivre**

## BLOC-MARQUE

### Bloc-marque

Ce bloc-marque existe dans les mêmes déclinaisons de couleurs que le logo standard.

Le bloc-marque est immuable et ne peut en aucun cas être modifié.



Les règles d'application du bloc-marque sont les mêmes que celles du logo Groupe VYV.

VERSION BIS

Sur fond blanc



Entrepreneur du mieux-vivre



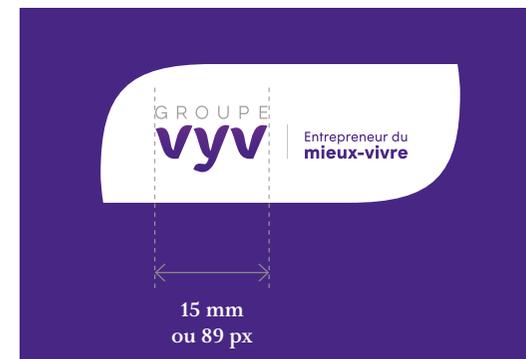
Entrepreneur du mieux-vivre

La version standard du bloc-marque Groupe VYV est à privilégier.

Sur fond coloré ou sur une image



### Tailles minimales



1

LOGOTYPES



## BLOC-MARQUE

Standard

### Version standard du bloc-marque

Pour une utilisation sur fond blanc.

**La version standard du bloc-marque  
Groupe VYV est à privilégier.**

Ce bloc-marque existe dans les mêmes  
déclinaisons que le logo standard.

Le bloc-marque est immuable  
et ne peut en aucun cas être modifié.

Sur fond blanc



#### Zone de protection



Aucun élément ne doit être présent  
dans la zone de protection (ni texte, ni image).

#### Taille minimale



# 1

LOGOTYPES



## BLOC-MARQUE

Standard avec galet

### Version standard du bloc-marque avec galet

Pour une utilisation sur fond coloré  
ou sur une image.

**Cette version avec le galet  
permet de privilégier l'utilisation  
du bloc-marque en couleurs,  
quel que soit le fond.**

Ce bloc-marque existe dans  
les mêmes déclinaisons que le logo  
standard avec galet.

Le bloc-marque est immuable  
et ne peut en aucun cas être modifié.

Sur fond coloré ou sur une image



Taille minimale



## BLOC-MARQUE

Horizontal

### Version horizontale du bloc-marque

Pour une utilisation sur fond blanc.

**Cette version est à utiliser  
lorsque les espaces réservés  
à l'accueil du bloc-marque  
sont de forme allongée.**

Ce bloc-marque existe dans les mêmes  
déclinaisons que le logo horizontal.

Le bloc-marque est immuable  
et ne peut en aucun cas être modifié.

Sur fond blanc

G R O U P E  
vyv

Entrepreneur du  
**mieux-vivre**

#### Zone de protection



Aucun élément ne doit être présent  
dans la zone de protection (ni texte, ni image).

#### Taille minimale



# 1

LOGOTYPES



## BLOC-MARQUE

Horizontal avec  
forme d'accueil

### Version horizontale du bloc-marque avec forme d'accueil

Pour une utilisation sur fond  
coloré ou sur une image.

**Cette version avec la forme  
d'accueil permet de privilégier  
l'utilisation du bloc-marque  
en couleurs, quel que soit le fond.**

Ce bloc-marque existe dans  
les mêmes déclinaisons que le logo  
horizontal avec forme d'accueil.

Le bloc-marque est immuable  
et ne peut en aucun cas être modifié.

Sur fond coloré ou sur une image



Taille minimale



## BLOC-MARQUE

Les interdits



Ces règles s'appliquent à l'ensemble des versions et déclinaisons des logotypes.

## Les interdits du bloc-marque

Le bloc-marque est immuable et ne peut en aucun cas être modifié.

**✘** Ne pas modifier les couleurs



**✘** Ne pas modifier les proportions



**✘** Ne pas modifier la typographie



**✘** Ne pas déplacer ou supprimer les éléments: VYV ne s'utilise pas seul.



**✘** Ne pas encadrer le logo sur un fond coloré



**✘** Ne pas utiliser le logo sur un fond coloré, même très clair



Sur un fond coloré ou une image, utiliser la version avec le galet





Pour plus  
d'informations,  
consultez la charte  
du logo composite

## Le logo composite

a pour objectif de faciliter la compréhension du groupe  
en valorisant ses maisons et ses métiers.

Il peut être apposé sur les supports émanant du groupe  
et des entités qui composent le groupe.



— SANTÉ ASSURANCES & RETRAITE - SOINS & ACCOMPAGNEMENT - LOGEMENT —





# 2

GRAPHIE, NOM  
ET MENTIONS

Graphie des marques

Dans les textes courants, écrire les marques en respectant les majuscules et minuscules, sauf « VYV » qui s'écrit invariablement en capitales :



VYV



il est interdit d'écrire VYV de la sorte :

vyv Vyv VyV

G R O U P E  
vyv



Groupe VYV

On écrit :

**Le Groupe VYV est engagé dans...**  
avec une capitale à « groupe ». Il s'agit du nom de la marque, donc d'un **nom propre**, auquel on met une capitale.

Toutefois, on écrit :

**Le groupe est engagé dans...**  
sans capitale à « groupe ». Il s'agit ici d'un simple **nom commun**, auquel on ne met pas de capitale.

vyv<sup>3</sup>



VYV<sup>3</sup>

3 en exposant et sans espace avant

ou

VYV 3

3 avec espace avant dès lors qu'il n'est plus lisible (mentions légales, etc.).

vyv partenariat



VYV Partenariat

vyv coopération



VYV Coopération



## Graphie du positionnement

Il convient d'écrire "mieux-vivre"  
sans majuscule et avec un trait d'union :

**Groupe VYV se positionne comme  
l'entrepreneur du mieux-vivre.**

# Entrepreneur du mieux-vivre



Entrepreneur du mieux-vivre

### Les interdits de la graphie du positionnement

**✘ Ne pas écrire tout  
en lettres capitales.**

~~ENTREPRENEUR  
DU MIEUX-VIVRE~~

**✘ Ne pas omettre le trait d'union  
à « mieux-vivre ».**

~~Entrepreneur  
du mieux vivre~~

**✘ Ne pas mettre de capitales  
à « mieux-vivre ».**

~~Entrepreneur  
du Mieux-vivre~~



### Mentions légales

Elles sont obligatoirement apposées sur tous les documents à usage externe.

Pour les supports imprimés, mettre au minimum en taille 4,5 pts.

### Mutualité Française

Le Groupe VYV adhère à la Mutualité Française, et son logo doit donc figurer sur les supports Groupe VYV. Sa taille doit être de 14 mm de large.

**Les mentions légales pré-maquettées sont disponibles dans la bibliothèque CC.**



### Mentions longues:

Groupe VYV, Union Mutualiste de Groupe soumise aux dispositions du Code de la mutualité, immatriculée au répertoire Sirene sous le numéro Siren 532 661 832, numéro LEI 969500E0I6R1LLI4UF62. Siège social : 62-68 rue Jeanne-d'Arc - 75013 Paris.



### Mentions moyennes:

Groupe VYV, Union Mutualiste de Groupe soumise aux dispositions du Code de la mutualité, n° Siren 532 661 832, n° LEI 969500E0I6R1LLI4UF62. Siège social : 62-68 rue Jeanne-d'Arc - 75013 Paris.



### Mentions courtes:

Groupe VYV, Union Mutualiste de Groupe soumise aux dispositions du Code de la mutualité, n° Siren 532 661 832, n° LEI 969500E0I6R1LLI4UF62.

# 3

## TYPOGRAPHIES

## TYPOGRAPHIES PRINCIPALES

### Typographies de référence

**La typographie Wigrum** est la typographie principale. Elle s'utilise dans toutes ses graisses, selon le ton et le message à faire passer.

**La typographie Aria** est la typo secondaire. Elle peut être utilisée pour des introductions, des verbatims, des textes à mettre en exergue.



# Aa

## Wigrum

abcdefghijklmnopqrstuvwxy z %().;! ?1234567890 €  
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

Wigrum Light  
Wigrum Regular  
Wigrum Medium  
**Wigrum Bold**  
**Wigrum Black**

*Wigrum Light Italic*  
*Wigrum Regular Italic*  
*Wigrum Medium Italic*  
***Wigrum Bold Italic***  
***Wigrum Black Italic***

# Aa

## Aria

abcdefghijklmnopqrstuvwxy z %().;! ?1234567890 €  
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ

Aria Regular  
Aria SemiBold  
Aria Bold

*Aria Italic*  
***Aria SemiBold Italic***  
***Aria Bold Italic***

# 3

TYPOGRAPHIES



## Typographies pour la bureautique

**La typographie Calibri**  
se substitue à la Wigrum  
**dans les supports de bureautique**  
(Word, PowerPoint, e-mail...).

**La typographie Georgia**  
se substitue à l'Aria.



Aa

### Calibri (= Wigrum)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz %().;!?!1234567890 €  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Calibri Light  
Calibri Regular  
Calibri Bold

*Calibri Light italic*  
*Calibri Regular italic*  
*Calibri Bold italic*

Aa

### Georgia (= Aria)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz %().;!?!1234567890 €  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Georgia Regular  
Georgia Italic  
Georgia Bold  
Georgia Bold Italic





# 4

## COMPOSANTS GRAPHIQUES

## Gamme colorée

### Couleurs corporate

Pour la création de supports de communication corporate, 4 couleurs sont à privilégier.



### Texte courant uniquement



### Habillages d'arrière-plan uniquement



### Couleurs d'accompagnement



## Les interdits de la gamme colorée

**X** Ne pas utiliser de noir, y compris pour du texte



**X** Ne pas créer de nouvelles teintes



## Les formes organiques, symboles de la vie

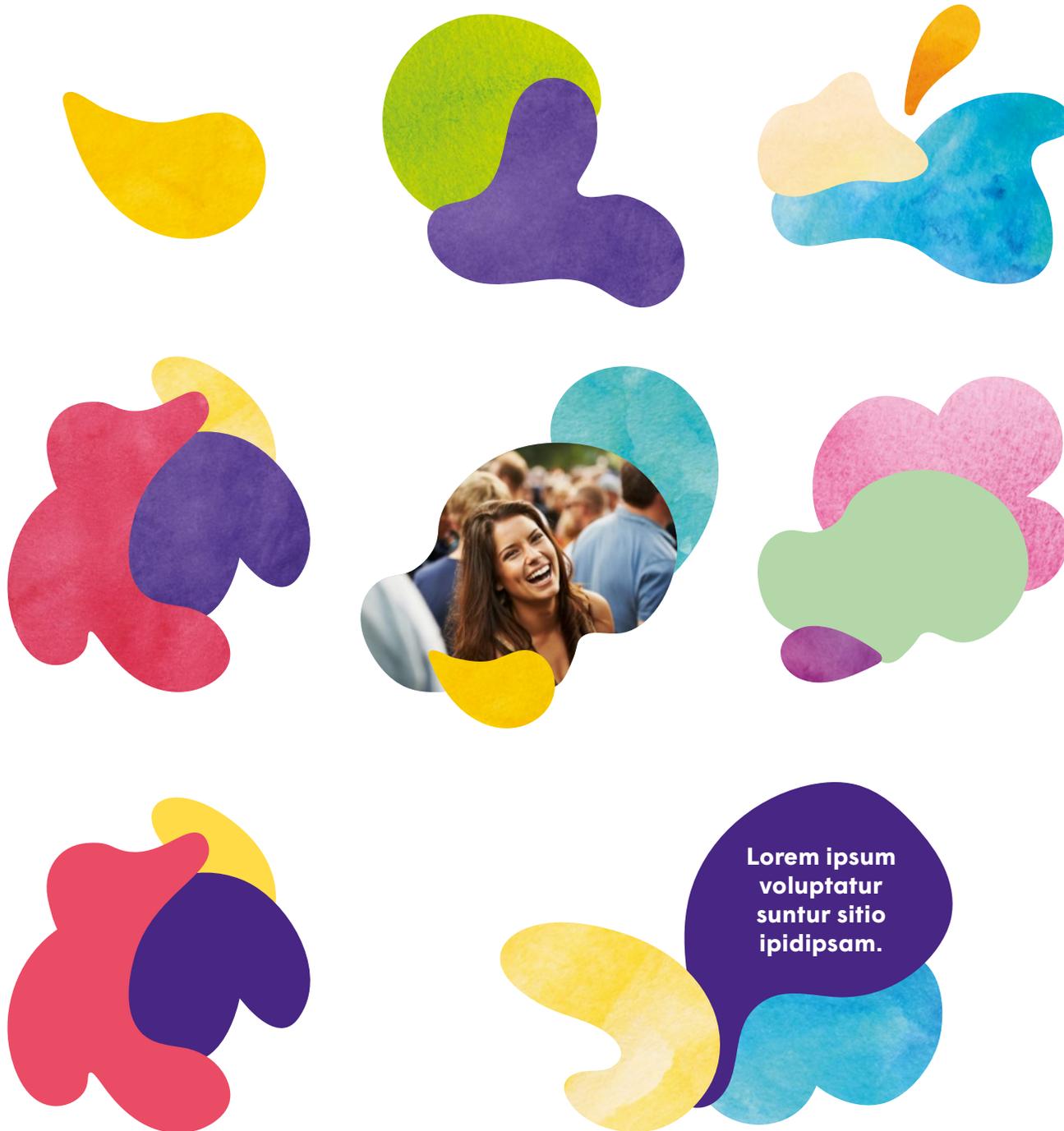
**Les formes organiques traduisent un monde vivant, la diversité et le bien-être.**

Elles peuvent être utilisées seules ou en composition, séparées ou superposées.

Elles peuvent contenir des photos, des aquarelles, des aplats colorés, du texte (exergue).

Pour les textes, privilégier l'aplat de couleur pour une meilleure lisibilité.

**Les formes organiques vectorielles sont disponibles dans la toolbox ou la bibliothèque CC.**

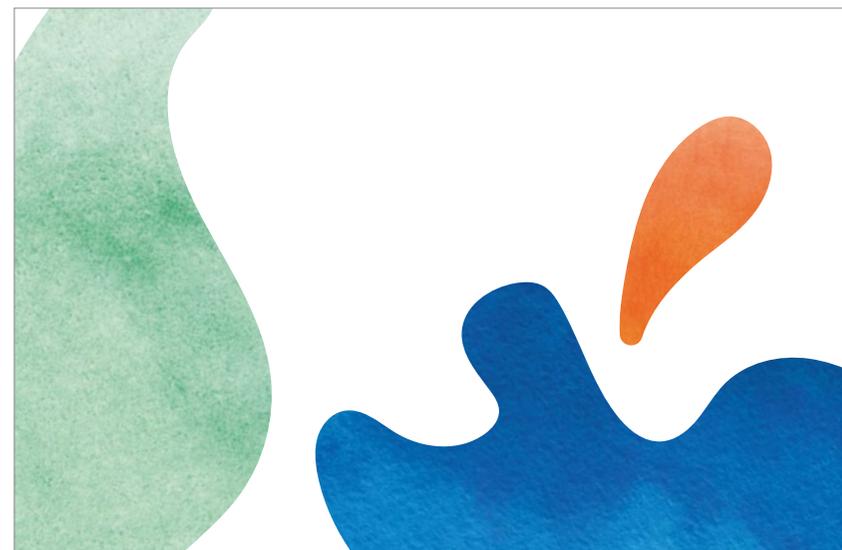
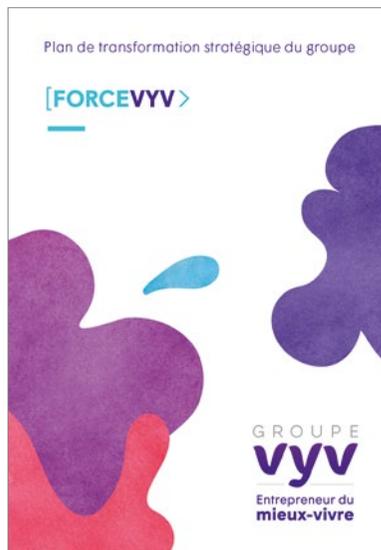
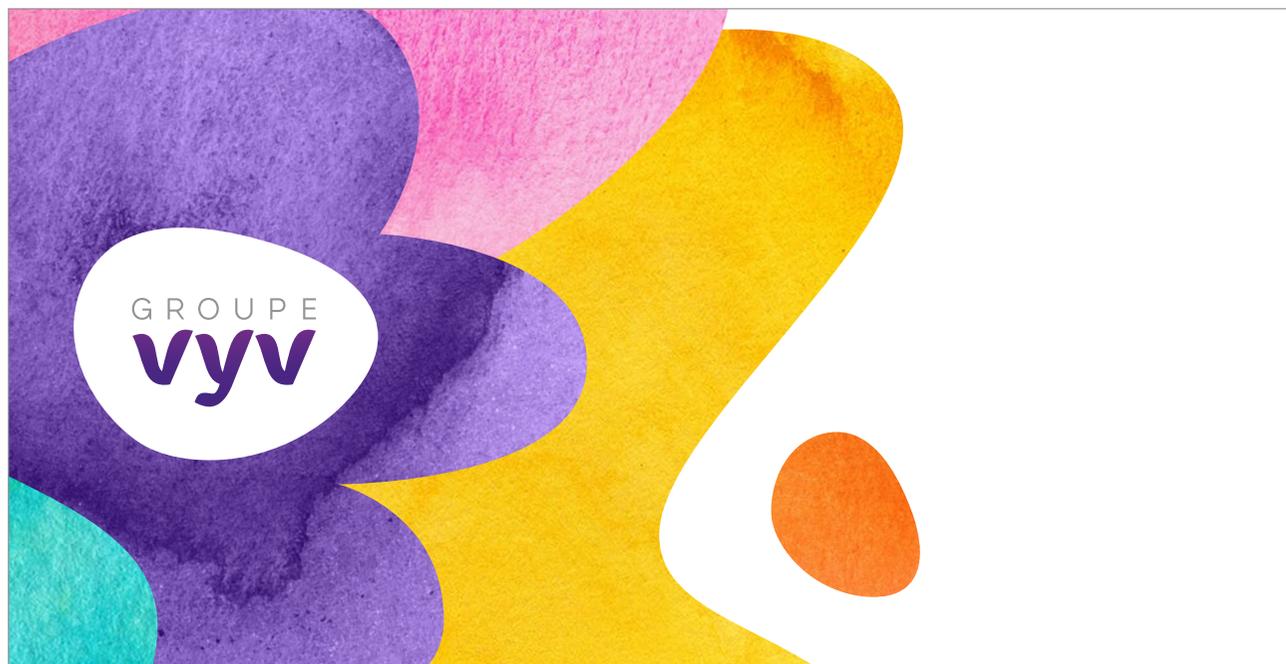


## Présence du blanc

**Dans ce territoire riche et coloré, le blanc tient une place essentielle.**

Ainsi l'espace qui lui est réservé ne doit pas être moins d'1/3 de la surface du support.

Il convient d'éviter une trop grosse accumulation de formes, un groupe de 4 étant un maximum dans la plupart des compositions.



## Interdits des formes organiques

❌ Ne pas recréer de forme suggestives ou figuratives en associant plusieurs formes



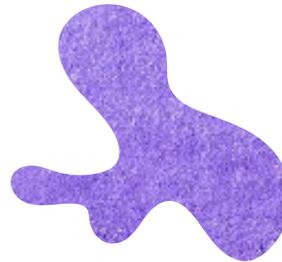
❌ Ne pas appliquer de transparence ou tramé



❌ Ne pas mettre de matière aquarelle qui ne remplisse pas totalement la forme



❌ Ne pas zoomer excessivement et dénaturer le grain de la texture papier



❌ Ne pas utiliser des aquarelles avec 2 couleurs non dégradées



❌ Ne pas ajouter d'ombres portées

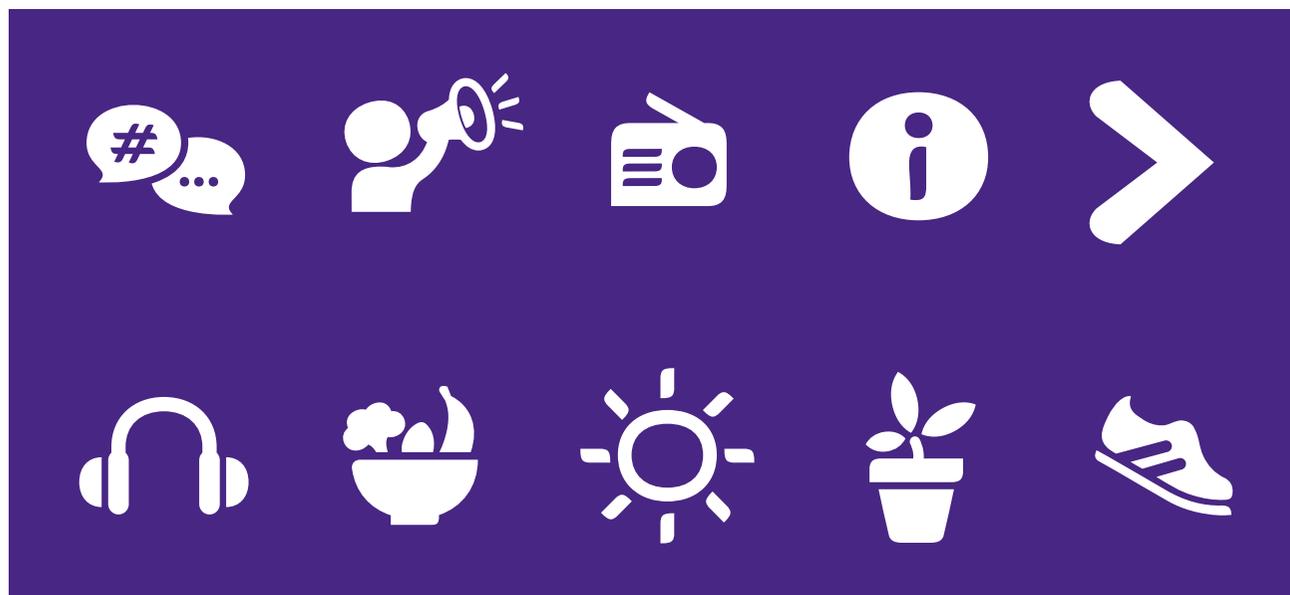
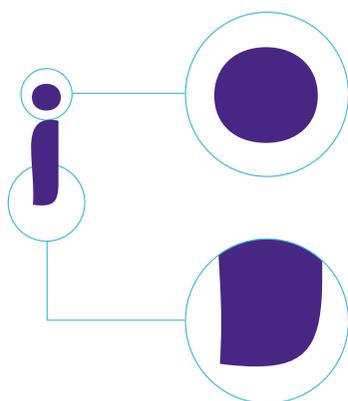


## Pictogrammes

Les pictogrammes sont composés à partir de la typographie identitaire de VYV.

Ils sont toujours en violet ou en blanc, et en défoncé.

- Les ronds sont issus du point du « i ».
- Les angles et courbes sont issus des lettres.



## Intégration des pictogrammes

Les pictogrammes peuvent aussi être intégrés sur des formes de couleur pour rythmer les compositions.

Voici quelques exemples d'intégrations possibles.

Picto violet sur une forme de couleur claire de la gamme :



Picto blanc sur une forme de couleur soutenue de la gamme :



Picto blanc sur une forme simple violette + formes organiques :



## FILET BLEU ET URL

### Filet bleu

Le filet bleu en sur-titre ou séparateur de rubriques peut aider à la mise en forme des compositions. Il se positionne le plus souvent au-dessus, est de couleur bleu corporate.

Bleu corporate:

C67 M0 J15 N0  
R60 V188 B215  
# 3cbed7  
Pantone 311C

Filet de taille homothétique de rapport 1/10. Exemple:



Espaceur standard



Exemples d'utilisation:

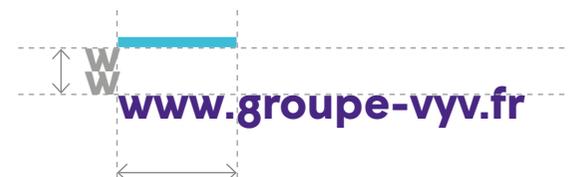
Le filet bleu pré-maqueté est disponible dans la bibliothèque CC.

Le titre de la rubrique

Le titre de la rubrique

### Graphisme de l'url « Groupe-vyv.fr »

Wigrum violet corporate, bold, avec approche à - 10 pt.



L'Url pré-maquetée est disponible dans la bibliothèque CC.

Ferrage à gauche

www.groupe-vyv.fr

Ferrage centré (exceptionnel)

www.groupe-vyv.fr

Ferrage à droite

www.groupe-vyv.fr



## Exergues

Pour mettre en valeur un texte, il est possible d'utiliser des rectangles en aplat de couleur, des pictos, des formes aquarelles dans une infinité de combinaisons.

Il convient d'utiliser en priorité le violet foncé pour les exergues (fond ou texte), mais il est possible d'utiliser toute autre couleur de la gamme pour rythmer les compositions.

**Il est interdit d'utiliser des rectangles à bords arrondis.**

Quelques exemples courants :

Salim ofi tatum everumquam volore asinus.

Salim ofi tatum everumquam volore asinus.



Ra sam quoqui solum quae. Ut ium facillenis consequi utope endiossi aut lam qui volorestrum ne conserspe lacea aborehent dolupt.

Ra sam quo qui solum quae. Ut ium facillenis consequi ut endiossi aut lam qui volorestrum ne conserspe lacea aborehent doluptur.

Ra sam quo qui solum quae. Ut ium facillenis consequi ut endiossi aut lam qui volorestrum ne conserspe lacea aborehent doluptur.

Ra sam quo qui solum quae. Ut ium facillenis conse quiut endiossi aut lam qui volorestrum doluptur.



1500

etquidi di vidit fugitam ssim porem velime arima.



1500

etquidi di vidit fugitam ssim porem velime arima.



1500

rasam quoqui solum



325

ium facillenis coequi



## Galerie de portraits

### Les modèles expriment le bien-être au naturel.

Il s'agit de prises de vues réalisées dans un environnement réaliste et exprimant une émotion positive.

Les portraits peuvent être détournés si l'on souhaite se focaliser sur la personne.

Ils sont positionnés sur fond écru afin de s'associer aux formes de façon esthétique.

Généralement, les modèles regardent l'objectif.

Les portraits, les instants de vie, expriment le bien-être au naturel.



## Instants de vie

De la même façon que les portraits, les instants de vie expriment le bien-être au naturel.

Il s'agit de prises de vues réalisées dans un environnement réaliste et prises sur le vif.



## Les interdits des photographies

L'utilisation de visuels conceptuels, de photomontages, d'images non réalistes... est proscrite, car ces images n'illustrent pas la proximité, l'écoute, la vraie vie et l'ADN de la marque.

Place au naturel !

**X** Ne pas utiliser des photomontages avec incrustations d'éléments graphiques



**X** Ne pas utiliser des photos avec des attitudes surjouées



**X** Ne pas utiliser des photos avec des décors artificiels ou éloignés de la culture française/européenne



**X** Ne pas utiliser des images « cliché » qui ne représentent pas des scènes réalistes

