

28/01/09

## La fontaine O médias™

La fontaine O médias™ ° compubeditwebmediasevencrea ° source de création  
93D Les Jardins du Ventoux ° 62, rue Calmette ° 84200 Carpentras  
Site : [www.fontaine-o-medias.fr](http://www.fontaine-o-medias.fr) ° E-mail : [contact@fontaine-o-medias.fr](mailto:contact@fontaine-o-medias.fr)  
Tél. : +33 (0)4.90.60.73.22 ° Fax : +33 (0)9.72.11.77.02 ° Mob. : +33 (0)6.24.56.45.90  
EURL au capital de 1500 € ° Siret : 790 294 524 00018 ° Code APE : 7311Z  
Marque créée et déposée par Aurélie VASSELIN ° Toute reproduction est interdite sans autorisation

## LA FONTAINE O MEDIAS

Il s'agit d'une plateforme de création destinée à l'élaboration de projets de communication et/ou artistiques.

La fontaine O médias apporte des solutions à la fois sensibles et techniques.

Aurélié VASSELIN, coordinatrice artistique & multimédia, propose le concept suivant :  
« Lorsque le projet est défini, il s'agit de faire intervenir des partenaires professionnels et spécialisés, afin de répondre efficacement aux besoins du client, qui apporteront des réponses ciblées.»

Je m'engage à partir d'une idée, d'une image, d'un mot, à construire vos projets, à les analyser, à les organiser, à vous proposer des solutions graphiques et techniques, à coordonner tous les artistes & professionnels afin d'obtenir le meilleur résultat.

Cette gestion du «sur mesure» vous fera apprécier durablement votre projet.

Cette structure de création est également génératrice d'idées.

A partir d'une simple conversation, d'un concept déjà existant, la créativité produit un champ impulsif d'inventions, d'images etc. : trouver les meilleures solutions au développement d'un futur projet.

Cette recrudescence créative peut répondre aux projets de particuliers, entreprises, associations, institutions, d'artistes à la recherche d'exigence, de qualité, de cohérence que ce soit sous la forme d'expérimentations ou de concrétisation d'un produit ou d'un service.

# SOMMAIRE

## ooo 1. LES OUTILS IDENTITAIRES

- ...1.1.1 LES PRINCIPES GÉNÉRAUX  
DEFINITION DE LA FONTAINE O MEDIAS™
- ...1.2.1 LE LOGOTYPE ET LA SIGNATURE  
ETUDE ANALYTIQUE DU LOGO
- 1.2.2 LA CONSTRUCTION
- 1.2.3 LES TYPOGRAPHIES
- 1.2.4 QUELQUES RÈGLES POUR LA COMPOSITION
- 1.2.5 LA GAMME COULEURS  
LE CHOIX DES COULEURS  
LES COULEURS  
LES DÉCLINAISONS LOGOTYPES
- 1.2.6 LES UTILISATIONS
- ...1.3.1 LE SOLGAN
- 1.3.2 LES PRINCIPES D'UTILISATION ET LA CONSTRUCTION
- 1.3.3 LES DEUX AUTRES DÉCLINAISONS POSSIBLES

28/01/09

## ooo 2. LES APPLICATIONS DE L'IDENTITÉ

- ...2.1.1 LES CARTES DE VISTES
- 2.1.2 LE PAPIER À EN-TÊTE ET LES ENVELOPPES
- 2.1.3 LES FACTURES ET DEVIS ET BAT
- 2.1.4 LE FAX
- 2.1.5 LES DOCUMENTS ADMINISTRATIFS
- ...2.2.1 LA PLAQUETTE
- 2.2.2 LE CARTON
- 2.2.3 LE WEB
- 2.2.4 LES OBJETS

## 000 1. LES OUTILS IDENTITAIRES

### ...1.1.1 LES PRINCIPES GÉNÉRAUX

#### DEFINITION DE LA FONTAINE O MEDIAS™

La fontaine est :

- d'abord le lieu d'une source (source de création);
- la construction faite pour recueillir l'eau jaillissant d'une source ou amené sous pression ou par gravité – par un conduit. Il s'agit ici d'une invention technique nécessaire pour éviter le risque de choléra ou de maladies véhiculées par les puits, ce qui montre également l'importance de l'accès à l'eau dans l'histoire humaine;
- un abreuvoir d'idées;
- comme un instrument dont le son a pour but d'apaiser l'auditeur (le siège social est situé dans la résidence Le Chant des Fontaines);
- renvoie à l'Histoire (la traversée du temps) lorsqu'elle est considérée comme un monument.

Le O :

cette lettre devient un élément graphique à part entière nécessaire à la liaison entre la fontaine et les médias, évoquant phonétiquement un élément naturel. Le O renvoie à l'EAU.

Il s'apparente à une émoticône, qui est la représentation conventionnelle d'une émotion au moyen de caractères d'imprimerie, très utilisée dans les moyens de communication actuels. Il s'agit tout simplement de raccourcis qui permettent d'apporter des émotions et donc de signifier quelque chose au sein d'un contexte, la joie, le mécontentement etc. Le fond du sujet est interprété à l'aide de ces éléments graphiques.

Un média est une institution ou un moyen impersonnel permettant une diffusion large et collective d'informations ou d'opinions, quel qu'en soit le support. Exemple : la radio, la télévision, la presse, les livres, la publicité, etc.

Il permet de communiquer vers un très grand nombre de personnes sans qu'il y ait possibilité de personnaliser le message. On parle aussi de mass-média.

Les principaux supports de diffusion ou de transmission de l'information sont :

- les messages écrits (presse, édition, affichage publicitaire),
- la radiodiffusion hertzienne (radio),
- la télédiffusion hertzienne, cablée ou par satellite (télévision),
- la projection cinématographique (film, documentaire, publicité),
- le réseau Internet (sites d'information, de propagandes, spams).

En marketing, on désigne traditionnellement par «media», les moyens de communication suivants : affichage, cinéma, presse, radio, télévision et maintenant le Web.

Les actions de communication qui utilisent l'un ou plusieurs de ces «media» sont alors désignées sous l'expression « communication media », par opposition aux actions de communication « hors-media » (comme les actions de relations publiques, le marketing direct ou le mécénat par exemple).

Notons ici que l'étude des «media» doit, de plus en plus, chercher à intégrer l'analyse de l'image et de son efficacité dans la communication urbaine.

On parlera de support pour désigner un vecteur de communication particulier à l'intérieur d'un «media» (par exemple la radio est un media et France Inter est un support). Le «media» est comme un ensemble de supports de même type.

Le media planning consiste à concevoir des plans media : le choix de supports et répartition d'un budget, « achat d'espace » pour toucher une cible. Le marketing utilise internet comme un «media» publicitaire, un canal de transmission de publicité. Cependant, dans ce cas précis, les possibilités d'identification de la cible, utilisation des cookies, saisies d'informations en ligne, permettent une personnalisation du message.

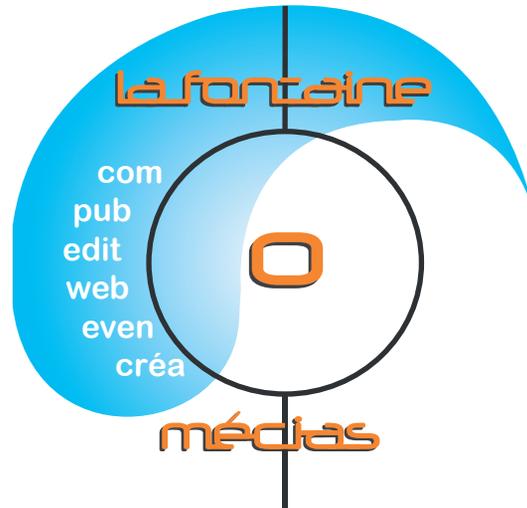
On s'éloigne alors de la vision classique du mass-media. Le publipostage (mailing), et l'e-mail ne sont pas considérés comme des mass media.

Les données média et leur analyse sont au cœur des décisions et des choix d'investissement média (environnement produit, positionnement, stratégie des concurrents, choix des supports, risques pour le client, retour des consommateurs etc.).

Les études médias permettent d'élaborer une stratégie qui limite le risque par le choix, l'organisation, le suivi des supports de diffusion les plus appropriés à la cible dans la campagne, et donc elles permettent de sécuriser le retour sur investissement ○○○

## ...1.2.1 LE LOGOTYPE ET LA SIGNATURE

### ETUDE ANALYTIQUE DU LOGO



La fontaine renvoie :

- à un réseau de conduits, de lignes;
- l'écoulement continu;
- au jet d'eau, la goutte d'eau, le mouvement de l'eau (vague de la mer, vague d'un ricochet);
- à une structure souvent ancienne, une technique vieille d'antan.
- Elle dirige l'élément essentiel à la vie : l'eau participe à l'évolution des espèces;
- Elle participe à la décoration d'un lieu, édifice ornemental.

Le O est à la fois une lettre, un chiffre et un élément géométrique (le rond) et graphique. (le cercle).

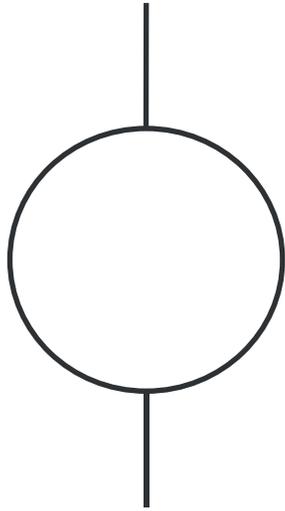
Les représentations du cercle : Le cercle est le symbole du ciel et du temps, l'espace infini, l'union entre le cosmos et l'univers, le tout. Il évoque la création, l'accomplissement, la spiritualité. Dans les icônes chrétiennes, le cercle représente l'éternité. Il correspond à l'élément de l'eau, il renvoie également à la lune et aux planètes. Le cercle, combiné au carré, évoque le mouvement, le changement. Figure de protection, le cercle est la ceinture de défense qui entoure les villes.

La courbe représente le principe féminin.

Les médias renvoient :

- à tout support de communication,
- aux stratégies de communication,
- aux transmissions d'informations,
- aux techniques informatiques et électroniques.

## 1.2.2 LA CONSTRUCTION



la fontaine



médias

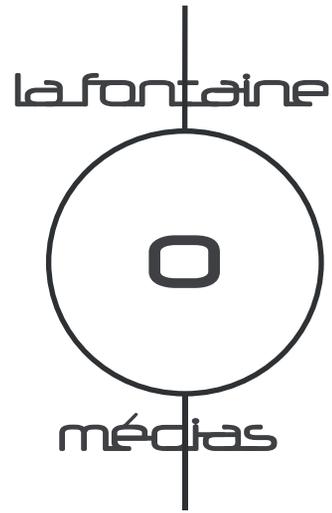


### Position

Le logo ne doit jamais être positionné de biais.

### Taille

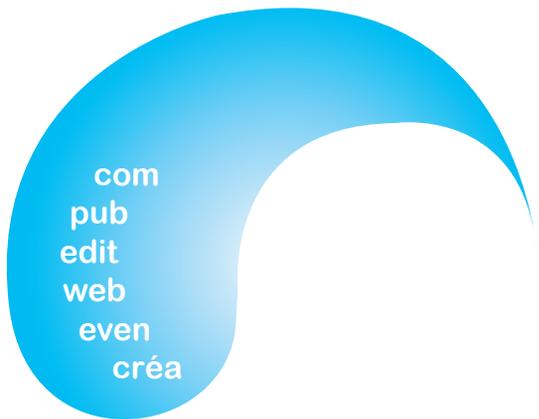
Il n'y a pas de limite d'agrandissement. Il ne pourra être réduit en dessous du seuil de lisibilité des textes.



la fontaine



médias



### 1.2.3 TYPOGRAPHIE

#### La fontaine o médias et source de création

NEUROPOL

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

#### compubeditwebevencrea et les grands titres

ARIAL ROUNDED MT BOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

#### Texte courant

Lucida Sans Unicode, Lucida Grande, sans-serif

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

### 1.2.4 QUELQUES RÈGLES POUR LA COMPOSITION

L majuscule de La

f minuscule de fontaine

O majuscule de aux

m minuscule de médias

source de création minuscule

28/01/09

### 1.2.5 LA GAMME COULEURS

#### LE CHOIX DES COULEURS

##### Orange vif

Idées positives rattachées à cette couleur :

productif, guérison, gouteux, croissance, feu, chaud, gaieté, masculin, intrépidité, curiosité, antithèse, pensée, étrange, enfantin, heureux, vital, coucher de soleil, moisson, automne, juteux, acidulé, énergisant, sociable, amical, son fort, radieux, communication, sincère, réceptif, intime, comédie, fierté, ambitieux, joie, heureux, spectaculaire, gai, plein de vie, excitant, brillant, lumineux, métallique, Halloween, jovial, énergétique, hilarité, exubérance, satiété, acclamation, joie, amusement, stimulant, agressif, bonheur, école, jeunesse, force, impétuosité...

Idées négatives rattachées à cette couleur : danger, chaud, bruyant, feu, puissant, douleur, agitation, antithèse, ténèbres...

Niveau d'attrait en packaging :  
excellent

Goût associé :  
très sucré

## Bleu vif

Idées positives rattachées à cette couleur :

dignité, spacieux, sobriété, calme, hauteur, vivant, plaisant, riche, niveaux, vertical, honnêteté, force, vers le haut, profond, féminin, relaxé, mature, classieux, cher, unique, électrique, énergétique, vibrant, drapeaux, exaltant, heureux, dramatique, qui rappelle l'enfance, vie intérieure, saisi par l'amour, non-violent, calme, froid, mouillé, reposé, flûte, instrument à cordes, mercure, clair, frais, transparent, introspectif, été, eau, ciel, glace, service, qui soumet, contemplatif, sobre, calme, sécurité, paix, qui rappelle l'esprit, sérénité...

Idées négatives rattachées à cette couleur :

deuil, avoir du vague à l'âme, avoir le blues, fou, dépression nerveuse, transparent, récessif, distant, mélancolie, ténèbres, effroi, tristesse, furtivité, travail solennel, ombres, vide...

Niveau d'attrait en packaging :  
médiocre à bon

Goût associé :  
aucun

## Bleu foncé

Idées positives rattachées à cette couleur :

serein, calme, autoritaire, crédible, dévotion, sécurité, service, nautique, solennité, gravité, ferveur, religieuse, basique, confiant, classique, conservateur, fort, fiable, traditionnel, uniformes, professionnels...

idées négatives rattachées à cette couleur :

autoritaire, ténèbres, conservateur, traditionnel, uniformes, serein, calme, solennité, irrationalité...

Niveau d'attrait en packaging :  
excellent (hors viande)  
médiocre (pour pour les viandes)

Goût associé :  
aucun

## Gris foncé

Idées positives rattachées à cette couleur :

sage, civilisé, cultivé, professionnel, classique, cher, sophistiqué, solide, durable, mûr

Idées négatives rattachées à cette couleur :  
cher, précieux, complexe, compliqué, désenchanté, désillusions

Niveau d'attrait en packaging :  
excellent (hors alimentation)  
médiocre (pour l'alimentation)

Goût associé :  
aucun

## LES COULEURS

Le dégradé de bleu, le orange et le gris :

Dégradé de bleu



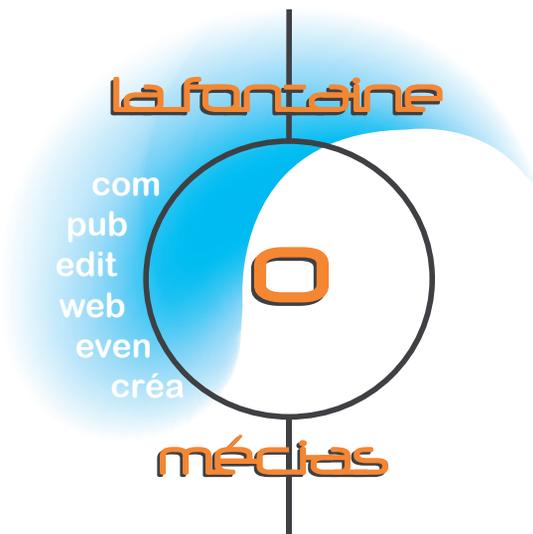
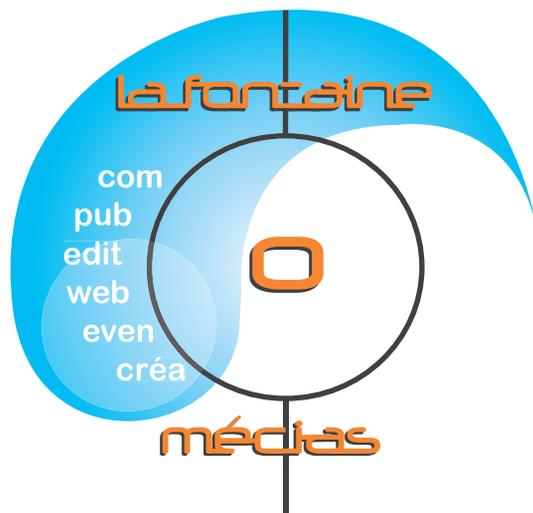
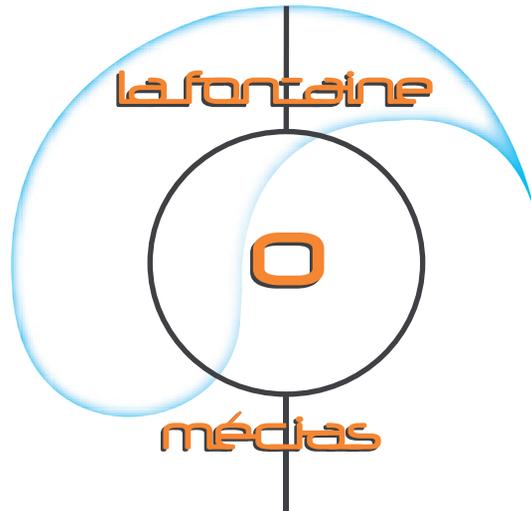
C=0, M=58, J=90, N=0



C=72, M=64, J=60, N=58

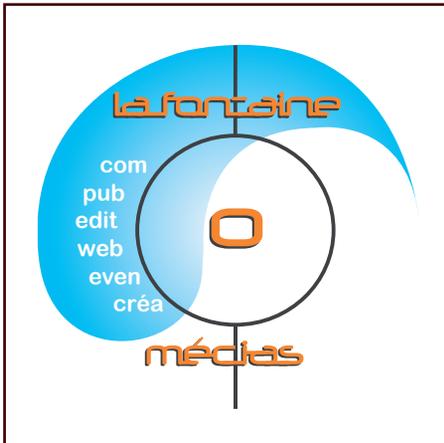


## LES DÉCLINAISONS LOGOTYPES

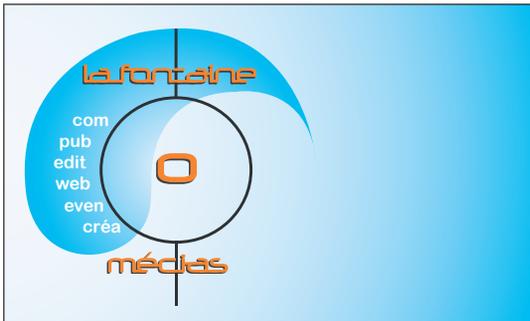


## 1.2.6 LES UTILISATIONS

### LES UTILISATIONS AUTORISEES



Version quadrichromie :  
Le logotype en quadrichromie ne peut être utilisé que sur fond blanc.

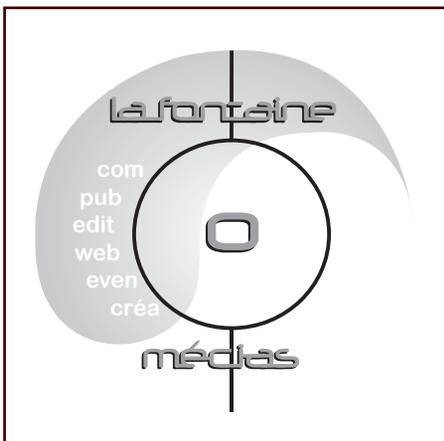
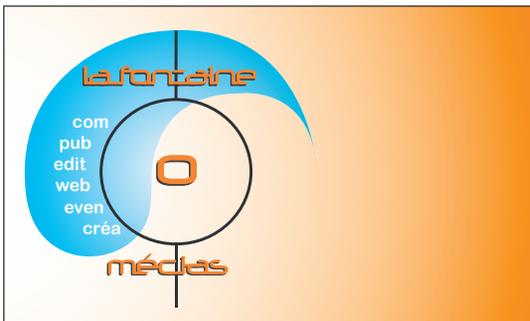


Version quadrichromie sur fond photographique et fond de couleur :

Dans le cadre d'une utilisation par un partenaire, il faudra privilégier des fonds neutres ou claires sans motifs ou avec des motifs discrets.

Il est toutefois possible de créer un fond dégradé de couleur.

28/01/09



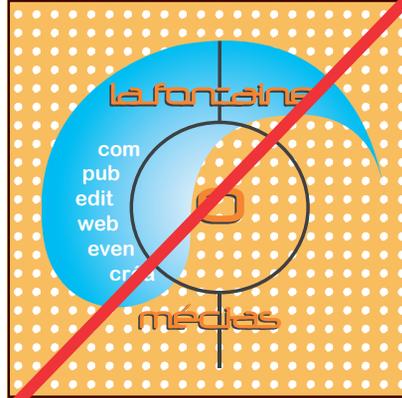
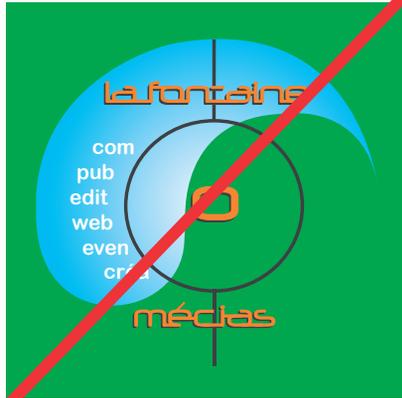
Version niveaux de gris :  
Le logotype niveaux de gris est utilisé dans le cas où le document nécessite des contraintes techniques d'impression.

## LES UTILISATIONS INTERDITES

Version quadrichromie :

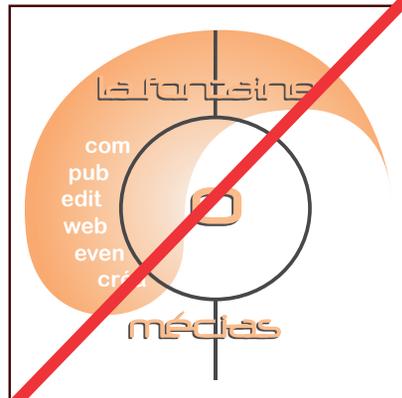
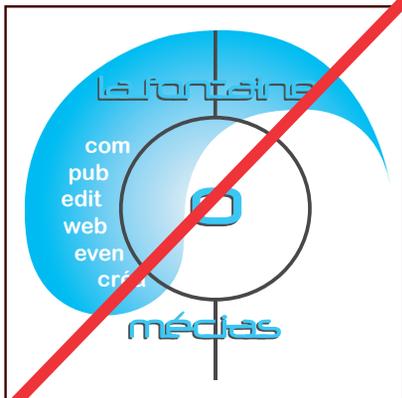
Le logotype en quadrichromie ne peut pas être utilisé sur un fond coloré ou autre qui dénaturent les contrastes du logotype.

Il ne doit jamais subir de modification colorimétrique.



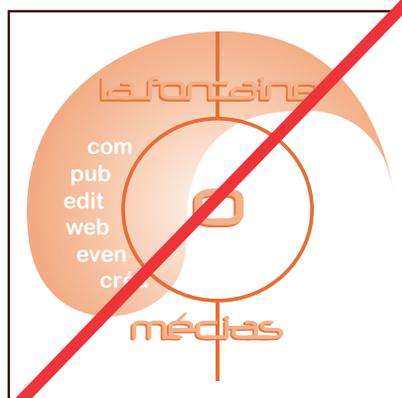
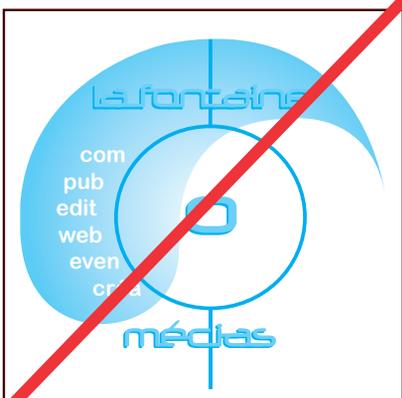
Version bichromie :

Le logotype en bichromie ne peut pas être utilisé.



Version monochromie :

Le logotype en monochrome ne peut pas être utilisé....



### ...1.3.1 LE SOLGAN

... **source de création** 000

### 1.3.2 LES PRINCIPES D'UTILISATION ET LA CONSTRUCTION

#### Position

Le logo ne doit jamais être positionné de biais.

#### Taille

Il n'y a pas de limite d'agrandissement.

Il ne pourra être réduit en dessous du seuil de lisibilité des textes.

#### Typographie

**source de création**

NEUROPOL

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

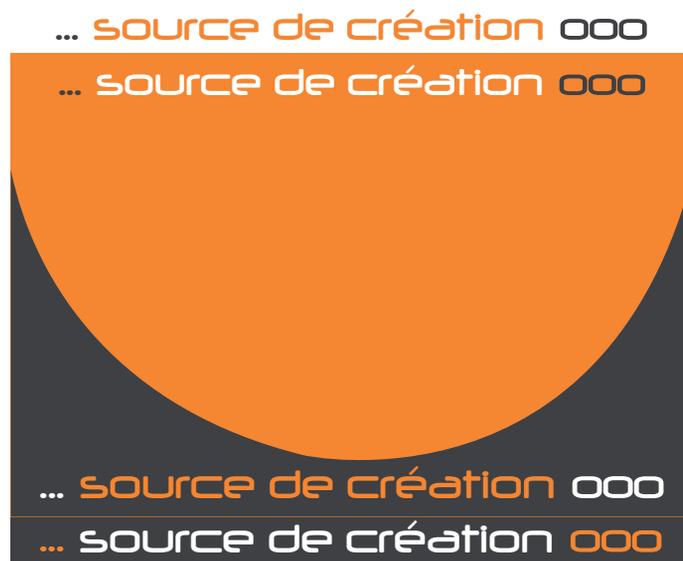
#### Couleur

Orange : C=0, M=58, J=90, N=0

Gris : C=72, M=64, J=60, N=58

28/01/09

### 1.3.3 LES DEUX AUTRES DÉCLINAISONS POSSIBLES

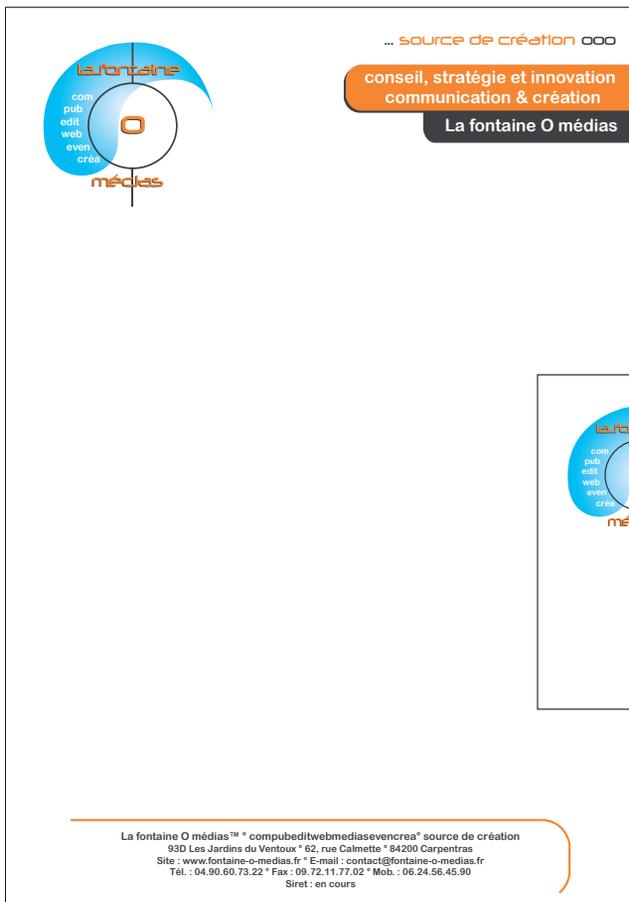


## 000 2. LES APPLICATIONS DE L'IDENTITÉ

### ...2.1.1 LES CARTES DE VISTES



### 2.1.2 LE PAPIER À EN-TÊTE ET LES ENVELOPPES FORMAT DL



Le format DL (11 x 22 cm) accueille un A4 plié en trois en accordéon. Ce format est le plus utilisé au monde. Il est aussi appelé C6/5. Toutefois ce format est en train d'être supplanté par le C5/6, qui est légèrement plus grand (114 x 229 mm).



## 2.1.3 LES FACTURES ET DEVIS ET BAT



La Fontaine Médias

... source de création ooo

conseil, stratégie et innovation  
communication & création

facture n°090520 01

Date : 00/00/2012 - Échéance : 00/00/2012  
Référence client :

SOCIÉTÉ  
A l'attention de  
Adresse 1  
Adresse 2  
CP VILLE  
Tél. :  
EMAIL :

Désignation	Hrs	Tx horaire	Qté	Montant HT

Sous-total HT  
% T.V.A  
Total T.V.A  
Total TTC

Les documents délivrés restent la propriété de la fontaine O médias jusqu'au règlement de la facture. Ils ne pourront être utilisés par le client avant leur règlement intégral. (Clause de Réserve de propriété - Loi 80-335 du 12.05.80)

La fontaine O médias™ "compubeditwebmediasevencrea" source de création  
832 Les Jardins du Ventoux \* 62, rue Calmette \* 84200 Carpentras  
Site : www.fontaine-o-medias.fr \* E-mail : contact@fontaine-o-medias.fr  
Tel. : 04.90.60.73.22 \* Fax : 09.72.11.77.02 \* Mob. : 06.24.56.45.90  
Siret : en cours

28/01/09

## 2.1.4 LE FAX



La Fontaine Médias

... source de création ooo

conseil, stratégie et innovation  
communication & création

fax

Destinataire :  
A l'attention de :  
Objet :

Date : 00/00/2012 - Page :

Sous-total HT  
% T.V.A  
Total T.V.A  
Total TTC

Les documents délivrés restent la propriété de la fontaine O médias jusqu'au règlement de la facture. Ils ne pourront être utilisés par le client avant leur règlement intégral. (Clause de Réserve de propriété - Loi 80-335 du 12.05.80)

La fontaine O médias™ "compubeditwebmediasevencrea" source de création  
832 Les Jardins du Ventoux \* 62, rue Calmette \* 84200 Carpentras  
Site : www.fontaine-o-medias.fr \* E-mail : contact@fontaine-o-medias.fr  
Tel. : 04.90.60.73.22 \* Fax : 09.72.11.77.02 \* Mob. : 06.24.56.45.90  
Siret : en cours

## 2.1.5 LES DOCUMENTS ADMINISTRATIFS



... source de création 000

conseil, stratégie et innovation  
communication & création

CGA

Conditions Générales d'Achat

1 Objet

Les présentes Conditions Générales d'Achat ont pour objet de définir les modalités relationnelles des opérations d'achat applicables entre La fontaine O médias et ses Fournisseurs.

2 Paiement du prix

L'acquisition des produits et services du Fournisseur sera réalisée conformément à ses barèmes et tarifs, tels que communiqués par celui-ci, et payable selon les modalités définies par ses Conditions Générales de Vente, et confirmée par le bon de commande de La fontaine O médias au Fournisseur.

3 Remises commerciales

Les remises commerciales pratiquées par le Fournisseur et communiquées par celui-ci seront intégralement applicables à La fontaine O médias. Toute remise exceptionnelle, et supplémentaire, consentie par le Fournisseur à La fontaine O médias, devra faire l'objet d'un accord séparé.

4 Livraison

Les livraisons devront être effectuées suivant l'adresse ou les adresses de livraison précisées sur le bon de commande de La fontaine O médias à son Fournisseur.

Les délais de livraison seront précisés sur le bon de commande de La fontaine O médias, suivant les délais proposés par le Fournisseur sur son devis.

La fontaine O médias™ \* compubeditwebmediasevencea® source de création  
93D, Les Jardins du Ventoux \* 62, rue Calmette \* 84200 Carpentras  
Site : [www.fontaine-o-medias.fr](http://www.fontaine-o-medias.fr) \* E-mail : [contact@fontaine-o-medias.fr](mailto:contact@fontaine-o-medias.fr)  
Tél. : +0033 (0)4.90.60.73.22 \* Fax : 09.72.11.77.02 \* Mob. : 06.24.56.45.90  
Siret : 000 000 000 00000

Titre

Titre complet

Les sous-titres

## ...2.2.1 LA PLAQUETTE

Recto

La fontaine O médias™ \* compubeditwebmediasevencea® source de création  
93D, Les Jardins du Ventoux \* 62, rue Calmette \* 84200 Carpentras  
Site : [www.fontaine-o-medias.fr](http://www.fontaine-o-medias.fr) \* E-mail : [contact@fontaine-o-medias.fr](mailto:contact@fontaine-o-medias.fr)  
Tél. : +0033 (0)4.90.60.73.22 \* Fax : 09.72.11.77.02 \* Mob. : 06.24.56.45.90  
Siret : en cours



... source de création 000

Verso

La fontaine O médias™ est une plateforme de création destinée à l'élaboration de projets de communication et/ou artistiques. Source de création, elle apporte des solutions à la fois sensibles et techniques, afin de répondre efficacement aux projets et d'apporter des réponses ciblées.

De la conception d'un logo à la création d'un site internet, de la composition d'un décor à l'organisation d'un événement, La fontaine O médias™ propose une large gamme de services et de compétences afin de garantir une cohérence à l'ensemble de vos supports de communication ou de vos projets.

Aurélie VASSELIN, créatrice de la marque La fontaine O médias™, s'est encadrée de partenaires et de fournisseurs qui respectent des critères qualitatifs et certaines valeurs telles que la confiance, l'impartialité, le professionnalisme.

... source de création ...

... Présentation ...

- logo
- charte graphique
- slogan
- flyer
- dépliant
- carte de visite
- prospectus
- affiche
- livre
- plaquette
- journal int&ext
- communiqué
- site web
- bannière pub
- blog
- stand
- show room
- décor
- création et mise en application de concept et/ou de projet

... présentation ...

... source de création ...

Le pliage intervient au niveau des blocs couleurs pour les rejoindre comme sur le carton.

## 2.2.2 LE CARTON

... Aurélie VASSELIN ...

... source de création ...

La fontaine O médias™

com  
pub  
edit  
web  
even  
créa

La fontaine  
O  
médias

93D, Les Jardins du Ventoux  
62, rue Calmette  
84200 Carpentras  
www.fontaine-o-medias.fr  
contact@fontaine-o-medias.fr  
Tél. : +0033 (0)4.90.60.73.22  
Fax : 09.72.11.77.02  
Mob. : 06.24.56.45.90

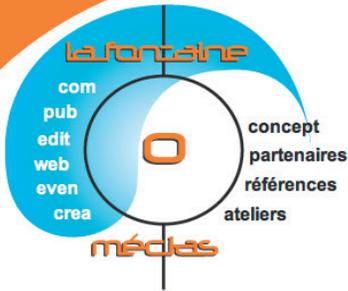
...

### 2.2.3 Le web, quelques exemples

The screenshot shows a website landing page with a large circular graphic on the left containing the text 'la fontaine O médias' and a list of services: 'com', 'pub', 'edit', 'web', 'even', 'crea'. Below this is a navigation menu with 'Accueil 000'. The main content area features a 'Qui suis-je?' section with a bio of Aurélie Vasselín, a '...bienvenue...' header, and a '...contact...' link. At the bottom, there are five rounded rectangular buttons, each containing a different image. The footer includes 'DOCUMENTS | PLAN DE SITE | MENTIONS' and 'source de création 000'.

The screenshot shows a contact form on the same website. It features the same circular graphic and navigation menu as the landing page. The main content area is dominated by a contact form with fields for 'Société', 'Nom\*', 'Prénom\*', 'Adresse', 'CP', 'Ville', 'Téléphone\*', and 'Email\*'. To the right of the form is an 'Objet' dropdown menu and a 'Votre message' text area. Below the form is a checkbox for 'Je souhaite recevoir des informations concernant La fontaine O médias.' and a note: '...Les champs marqués d'une astérisque (\*) sont obligatoires... Je vous remercie de votre compréhension...'. An 'Envoyer' button is at the bottom of the form. The footer is identical to the landing page, but the bottom buttons now contain contact information: 'Aurélie VASSELIN', 'Coordinatrice Multimédia', 'Mob: 0624564590', 'Fixe: 0490607322', and 'contact@fontaine-o-medias.fr'. The footer also includes 'PRESSE ACTU&LIENS'.

...  
Accueil 000



**Fichiers à télécharger**

- ... Les conditions générales d'utilisation du site
- ... Les conditions générales de vente
- ... Les conditions générales d'achat
- ... Les conditions générales spécifiques à Internet

[Installation ou mise à jour d'Adobe reader](#)



...contact...

...documents...

**Envoyer un fichier à La fontaine O médias**

**Nom**

**Email**

**Réf. dossier**

**Fichier**  aucun fich...lectionné

Format : jpeg, gif, pdf, word, excel, png - Max. 4 mo

Merci de ne cliquer qu'une fois!

DOCUMENTS | PLAN DE SITE | MENTIONS

... source de création 000



PRESE  
ACTU&LIENS

## 2.2.4 LES OBJETS (CLÉS USB, STYLOS, TEE-SHIRTS)

