



**CLUB
LOOKEA**



**CLUB
MARMARA**



**NOUVELLES
FRONTIERES**



CHARTRE GRAPHIQUE

Cette charte graphique contient l'ensemble des règles d'utilisation liées aux 3 marques

**CLUB LOOKEA, CLUB MARMARA
et NOUVELLES FRONTIERES**

et à leur identité visuelle.

Elle permet de donner une identification claire et homogène des 3 marques en interne comme en externe, et ce sur tous les supports.

Tout est décrit avec précision pour permettre de garantir la cohérence de l'identité visuelle des 3 marques sur leurs différents canaux de communication, les bonnes pratiques et les écueils à éviter pour marquer les esprits et créer la différence face à leurs concurrents !

**RESPECTER CES REGLES C'EST APPLIQUER
UNE EXPRESSION IMMEDIATE,
CLAIRE ET RECONNAISSABLE**
et permettre aux 3 marques d'affirmer leur propre personnalité.





Au programme...

EVOLUTION IDENTITAIRE

LE BLOC MARQUE

Construction graphique des logos

Zone de protection

Les couleurs

Typographies

Les don't

LE TERRITOIRE DE MARQUES

Bienvenue dans la galaxie TUI

Club Lookéa

Club Marmara

Nouvelles Frontières

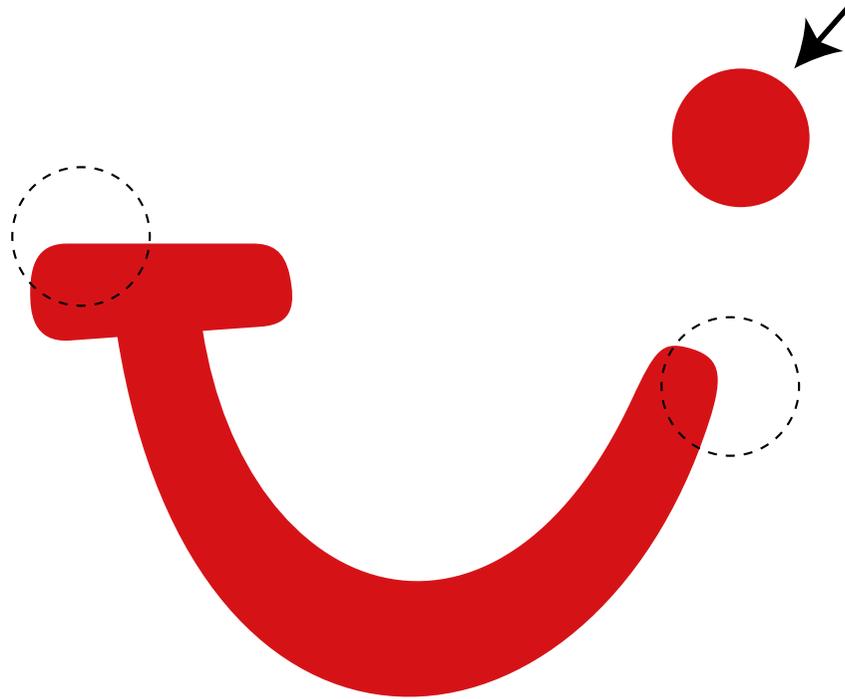
Prise de parole

LES APPLICATIONS

EVOLUTION IDENTITAIRE



EVOLUTION IDENTITAIRE |



Appartenance au groupe TUI

Créer un signe propre à chaque marque mais qui ait des points communs avec l'icotype de la marque TUI, son point et la souplesse, la rondeur et la liberté du trait graphique.

EVOLUTION IDENTITAIRE |



Modernité / Vitalité / Éléance

L'icotype représente de manière graphique et élégante la première lettre de chaque marque avec un élément graphique commun le rond blanc qui rappelle la marque mère TUI.

Créer un signe propre à chaque marque, un icotype avec des courbes et des formes rondes ainsi qu'un jeu de volute qui connote l'éléance, la liberté, le végétal et qui crée une émotion.

Pour donner un côté plus statutaire aux marques, on garde le carré qui connote la stabilité et la force.

Le nom des marques vient en signature de chaque icotype et est centré dans le carré pour accentuer l'équilibre dans 3 logos.

EVOLUTION IDENTITAIRE |

Des couleurs fraîches et franches qui connotent l'état d'esprit de chaque marque



LE ROUGE
l'énergie

EVOLUTION IDENTITAIRE |



LE TURQUOISE
doux mélange entre
le ciel et la mer

EVOLUTION IDENTITAIRE |



LE GRENAT
la terre et l'évasion

The image features a teal background with white abstract shapes. On the left, a large teal block contains the text 'LE BLOC MARQUE' in white, bold, sans-serif font. To the right, a large white shape resembling a stylized 'R' or '2' is set against a teal background. The overall design is minimalist and modern.

LE BLOC MARQUE

LE BLOC MARQUE | Construction graphique des logos



CHAQUE LOGO A UNE CONSTRUCTION GRAPHIQUE IDENTIQUE :

Un carré de couleur avec un signifiant graphique personnalisé accompagné du nom de la marque positionné en signature en dessous sur deux lignes.

LE BLOC MARQUE | Construction graphique des logos



Chaque logo peut être utilisé soit individuellement, soit par deux ou par trois côte à côte.

Les couleurs, l'icotype, le nom de la marque et le cartouche sont immuables.

La lettre de chaque icotype est dessinée, elle ne correspond pas à une typo.

LE BLOC MARQUE | Construction graphique des logos



Pour le bloc 3 Marques :

Respecter impérativement l'ordre de placement des logos

1 - CLUB LOOKEA, 2 - CLUB MARMARA, 3 - NOUVELLES FRONTIERES

LE BLOC MARQUE | Construction graphique des logos



Pour le bloc 2 Marques Club :

Respecter impérativement l'ordre de placement des logos

1 - CLUB MARMARA, 2 - CLUB LOOKEA

LE BLOC MARQUE | Construction graphique des logos



L'icotype et le nom de la marque sont centrés dans le carré, dans sa hauteur et sa largeur.
Un espace a été déterminé pour caler le logo dans sa hauteur. Il doit-être égal à la hauteur du mot CLUB.

LE BLOC MARQUE | Zone entre chaque logo



Lorsque les logos sont utilisés par deux ou par trois côte à côte :

La zone de protection extérieure reste la même.

La zone entre chaque logo est égale à la largeur de la lettre « B » du mot CLUB.

LE BLOC MARQUE | Zone de protection



Lorsque le logo est utilisé individuellement :

Une zone de protection a été déterminée, elle exclut tout élément de texte.

Elle doit être égale à la hauteur du mot CLUB.

Cette zone doit être transparente uniquement, aucun texte ne doit empiéter cette zone.

LE BLOC MARQUE | Taille du bloc marque / print & digital



La taille minimum d'impression du bloc marque complet, afin qu'il reste lisible, est de 5,5 cm de longueur soit 156 pixels.
(homothétie obligatoire),
Le nom de la marque est réduit à un corps 6 pt environ.

LE BLOC MARQUE | Traduction couleur du logo CLUB LOOKEA



ROUGE*

QUADRI :

C 100 % / M 100 % / J 0 % / N 0 %

RVB : #e30613

PANTONE : Solid Coated 185C

Le respect des densités de valeurs quadri et Pantone demande la plus grande vigilance de la part des intervenants de la chaîne graphique. Pour transcrire les couleurs en quadrichromie, ne pas se référer aux valeurs de la correspondance des logiciels mais utiliser impérativement les valeurs indiquées ci-contre
*Sur la base d'un cromalin de référence

LE BLOC MARQUE | Traduction couleur du logo CLUB MARMARA



TURQUOISE*

QUADRI :

C 88 % / M 1 % / J 31 % / N 0 %

RVB : #00a5b6

PANTONE : Solid Coated 320C

Le respect des densités de valeurs quadri et Pantone demande la plus grande vigilance de la part des intervenants de la chaîne graphique. Pour transcrire les couleurs en quadrichromie, ne pas se référer aux valeurs de la correspondance des logiciels mais utiliser impérativement les valeurs indiquées ci-contre
*Sur la base d'un cromalin de référence

LE BLOC MARQUE | Traduction couleur du logo NOUVELLES FRONTIERES



GRENAT*

QUADRI :

C 8 % / M 100 % / J 65 % / N 34 %

RVB : #a10e2f

PANTONE : Solid Coated 7427C

Le respect des densités de valeurs quadri et Pantone demande la plus grande vigilance de la part des intervenants de la chaîne graphique. Pour transcrire les couleurs en quadrichromie, ne pas se référer aux valeurs de la correspondance des logiciels mais utiliser impérativement les valeurs indiquées ci-contre
*Sur la base d'un cromalin de référence

LE BLOC MARQUE | Typographie



BRANDON GROTESQUE BOLD

Aa Bb Cc Dd Ee Ff
Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz
@ & € + ! ? /

L'icône de chaque logo est dessinée, il ne s'agit pas d'une typographie existante.

En revanche, pour une unité graphique et identitaire, le nom des 3 marques est écrit avec une seule et même typographie la BRANDON GROTESQUE BOLD. Elle sera utilisée en CAPITALE et sur deux lignes centrées sous l'icône.

Elle incarne une personnalité forte et apporte une dimension statutaire à chaque marque.

La typo utilisée est une Google font, facilement téléchargeable et donc compatible avec une utilisation digitale.

LE BLOC MARQUE | Les don't



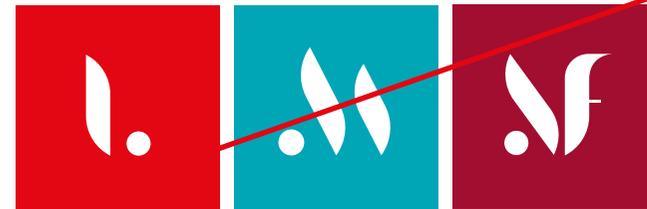
Ne pas nuancer les couleurs du logo



Ne pas changer les couleurs du logo



Ne pas changer la typographie de la marque



Ne pas utiliser que l'icône et supprimer la marque



Ne pas déplacer l'ordre des éléments
et les grossir ou réduire



Ne pas déformer les carrés

Afin de respecter l'identité visuelle du bloc marque, il est indispensable de respecter ces règles d'application.

LE BLOC MARQUE | Les don't



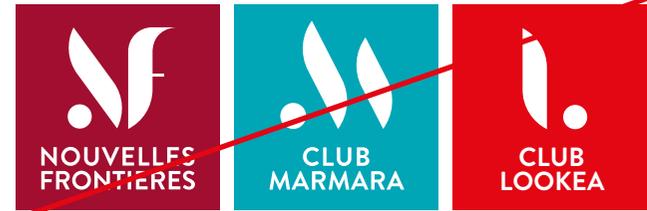
Ne plus utiliser les anciens logos



Ne pas décaler les logos



Ne pas changer la forme du logo, excepté pour les Réseaux Sociaux



Ne pas changer l'ordre des logos



Ne pas utiliser de négatif



Ne pas utiliser l'icotype en substitution du logo

Afin de respecter l'identité visuelle du bloc marque, il est indispensable de respecter ces règles d'application.

LE BLOC MARQUE | Les don't



Une attention particulière sera apportée à l'utilisation de l'icotype.

Ce dernier ne devra en aucun cas vivre seul, sans être associé au bloc marque. Il peut cependant être utilisé en élément graphique dans un contexte où le bloc marque est fortement présent comme par exemple dans les brochures commerciales.



**LE TERRITOIRE
DES MARQUES**

LE TERRITOIRE DES MARQUES |

BIENVENUE DANS LA GALAXIE TUI

Les prises de parole des marques
CLUB LOOKEA, CLUB MARMARA et NOUVELLES FRONTIERES,
reflètent la **SPONTANÉITÉ, L'ENVIE D'EXPÉRIMENTER**
et de **VOIR PLUS LOIN** et le **BESOIN DE PARTAGER**
des consommateurs d'aujourd'hui.

PROXIMITÉ / HUMAIN / CONFIANCE / EXPERTISE

LE TERRITOIRE DES MARQUES | CLUB LOOKEA



CLUB
LOOKEA

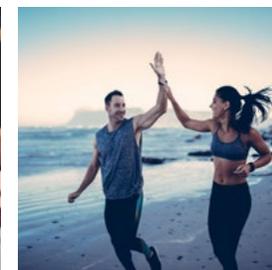
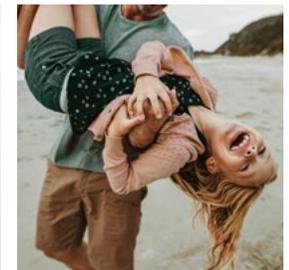
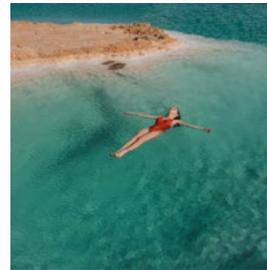
FAIRE UNE
TRÊVE
VIVRE UN
RÊVE

LE PLAISIR
SERA TOUJOURS LÀ



TUI

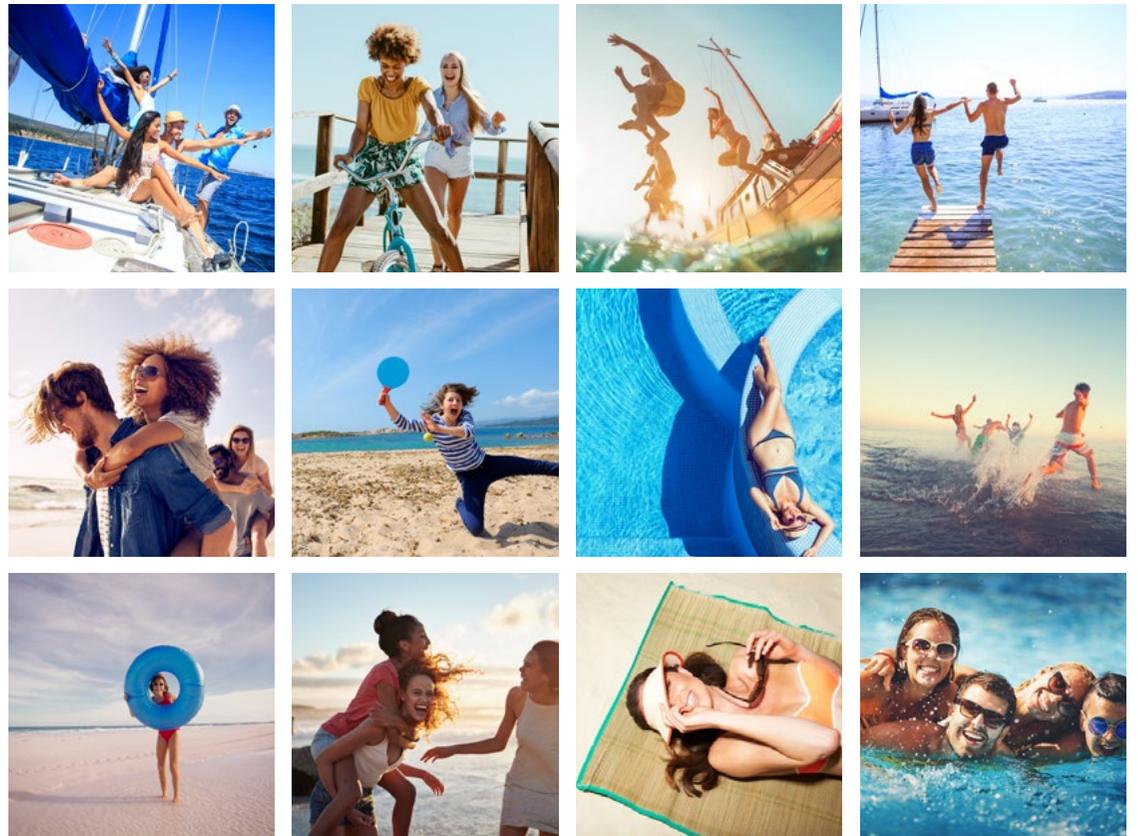
Chez CLUB LOOKEA, le territoire de marque reflète l'humain, le partage, la famille, le lâcher-prise et la découverte. Le retour aux sources et du temps pour soi.



LE TERRITOIRE DES MARQUES | CLUB MARMARA



Chez CLUB MARMARA, le territoire de marque reflète l'humain, les instants partagés et conviviaux, l'énergie, le sport, le côté fun et épicurien.



LE TERRITOIRE DES MARQUES | NOUVELLES FRONTIÈRES



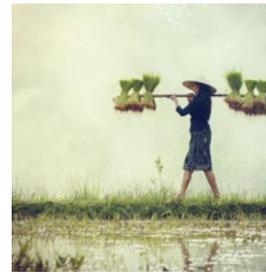
NOUVELLES FRONTIÈRES

DES VOYAGES
QUI MÉRITENT
500000 ÉTOILES

L'ÉMOTION
SERA TOUJOURS LÀ

TUI

Chez NOUVELLES FRONTIÈRES, le territoire de marque reflète la découverte, la rencontre. Nous sommes sur des paysages inspirationnels, ultra immersifs, la faune et les populations locales.



LE TERRITOIRE DES MARQUES | Prises de parole



Nos prises de parole prennent
les **CODES**, les **PUNCHLINES**,
les **STATEMENTS**
que l'on diffuse sur les réseaux sociaux.

Ici, on picore les informations,
on veut juste vivre **des EMOTIONS**
et les garder pour **LONGTEMPS**.

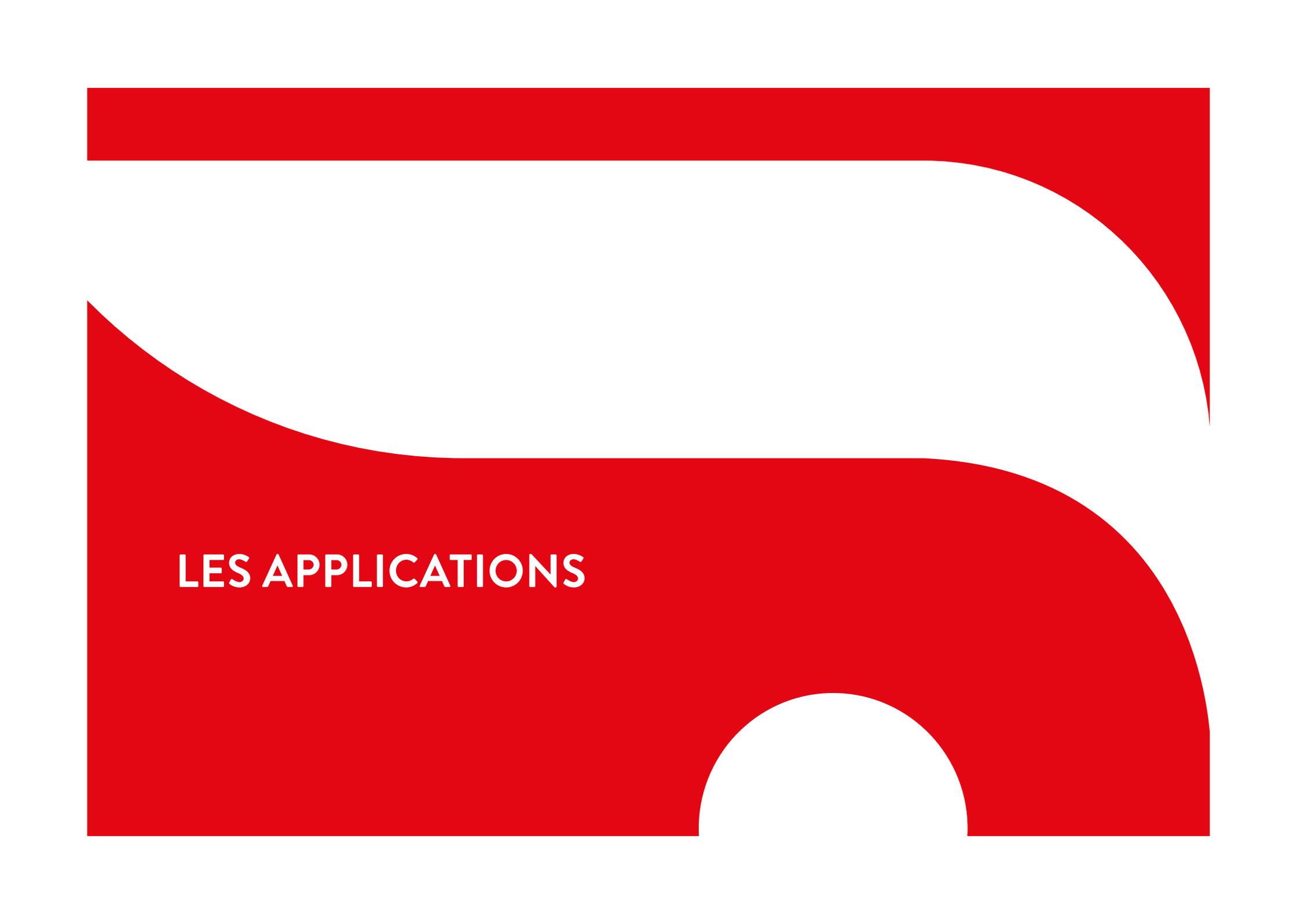
LE TERRITOIRE DES MARQUES | Prises de parole



Le ton est volontairement **JOYEUX, LEGER, CONCIS, VIVANT ET DECOMPLEXE.**

Pas de longs discours, ni d'esprit corporate...



The image features a solid red background. A large white shape, resembling a stylized letter 'R' or a thick curved line, is positioned in the upper half. The text 'LES APPLICATIONS' is written in white, bold, uppercase letters on the red background in the lower-left quadrant. At the bottom center, there is a white semi-circular shape.

LES APPLICATIONS

LES APPLICATIONS | Les opérations vitrines mensuelles

The advertisement features a woman in a blue dress and hat standing on a white cliff edge, looking out over a vast blue sea and distant islands. In the top left, there are two logos: a teal square with white stylized waves and the text 'CLUB MARMARA', and a red square with a white stylized 'L' and the text 'CLUB LOOKEA'. To the right of these logos, the text 'La magie sera toujours là !' is written in white. In the bottom right, there is a circular graphic with a white border containing the text 'À moins de 4h de vol' and a dark blue circle containing 'Club tout inclus 599€* TTC'. The TUI logo is in the bottom right corner. At the bottom left, there is a small line of fine print: '*Prix TTC à partir de par personne pour un séjour de 7 nuits au Club Marmara ou Club Looka. Valable à certaines dates au départ de certains aéroports, sous réserve de disponibilité. Comprend : les vols A/R, transferts, séjour de 7 nuits base chambre double et formule tout inclus, taxes et surcharges (souvent à modification). Hors avantages frais appliqués par les agences. Offre soumise à conditions. TUI France 0969 100000 - RCS Nanterre 331089 414 Crédit photo : gettyimages'

Les opérations vitrines mensuelles servent à pousser une destination, une promotion, un moment spécifique pour partir... L'iconographie vivra pleinement et sans aucune coupure sur son support avec une accroche associée. Le point Tui (bulle bleue et/ou blanche) sert à mettre en exergue un prix d'appel ou des destinations par exemple. La typo utilisée pour l'accroche est l'Ambit et la couleur est blanc ou dark blue uniquement.

LES APPLICATIONS | Les opérations vitrines mensuelles - CLUBS



Kakémono

Application verticale

Application horizontale



LES APPLICATIONS | Les opérations vitrines mensuelles - GENERIQUE



Kakémono

Application verticale

Application horizontale



LES APPLICATIONS | Les opérations vitrines mensuelles - NOUVELLES FRONTIERES



Application verticale

Application horizontale



LES APPLICATIONS | Vitrophanie



Devanture agence

LES APPLICATIONS | Leaflet

NOUVELLES FRONTIÈRES

55 ans
Vivons les choses en grand!

Collection 2023
Nouveautés

L'émotion sera toujours là

L'émotion sera toujours là

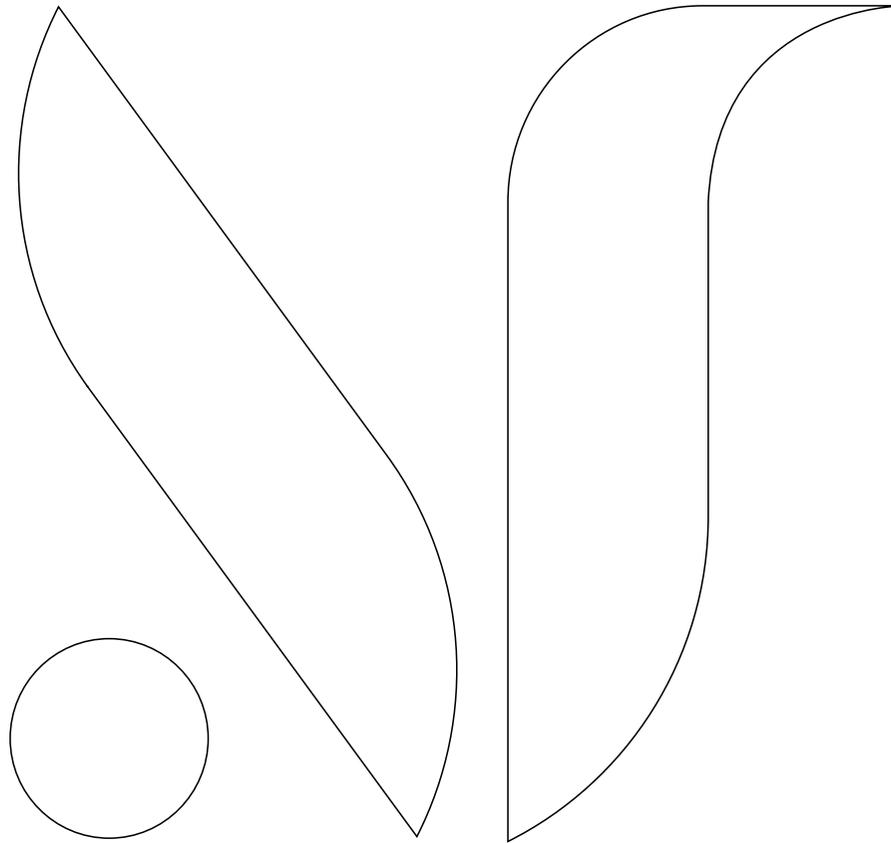
8 nouvelles destinations
et 60 nouveaux itinéraires à découvrir

TUI

LES APPLICATIONS | Magalogue

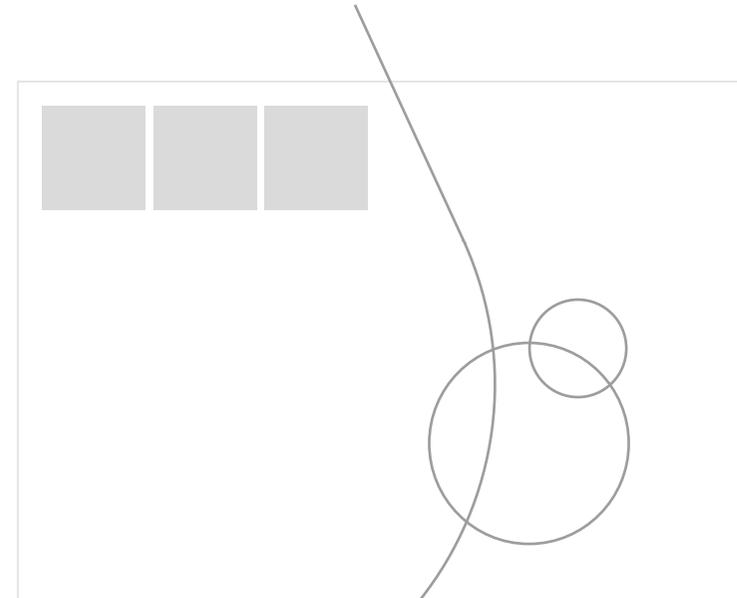


LES APPLICATIONS | Utilisation de l'icotype dans les mises en page promo



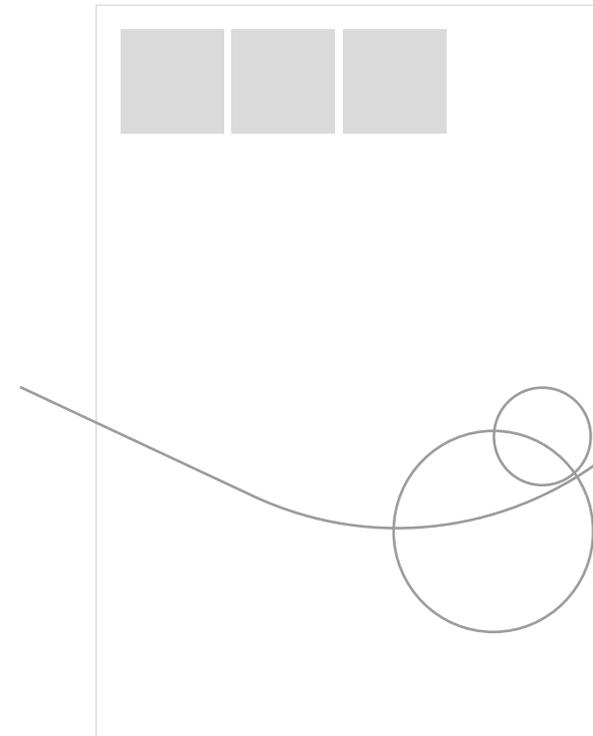
L'icotype est un élément graphique avec lequel on peut animer les mises en page sur certains supports présentés dans les pages suivantes.

LES APPLICATIONS | Utilisation de l'icotype dans les mises en page promo

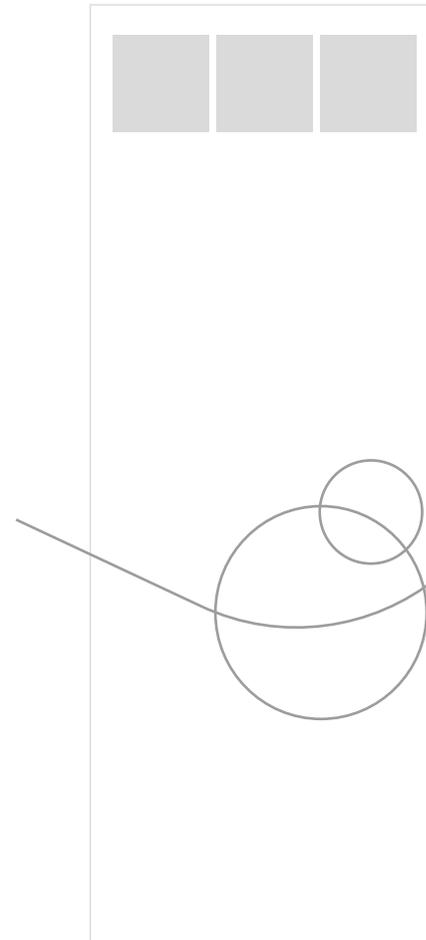


Dans le cadre des grands rendez-vous promotionnels que sont les Primos, les Crazy Circuits, Les Crazy Clubs, la courbe de l'icotype termine la mise en avant de l'iconographie. Le point TUI met en exergue la promo et sa durée.

LES APPLICATIONS | Utilisation de l'icotype dans les mises en page promo



LES APPLICATIONS | Utilisation de l'icotype dans les mises en page promo



LES APPLICATIONS | Opération promo Grands Rendez-vous - GENERIQUE



Kakémono

Application verticale

Application horizontale



Dans le cadre des opérations promo Grands Rendez-vous, une typographie spécifique et alternative à l'Ambit Font pourra être proposée pour l'accroche.

LES APPLICATIONS | Opération promo Grands Rendez-vous - CLUBS

CLUB MARMARA CLUB LOOKEA

À SAISIR
Jusqu'au
30 SEPTEMBRE

Jusqu'à
-300€*
/pers.
et de nombreux
avantages

PRIMOS
Preums pour partir !

TUI

Kakémono

Application verticale

CLUB MARMARA CLUB LOOKEA

À SAISIR
Jusqu'au
30 SEPTEMBRE

Jusqu'à
-300€*
/pers.
et de nombreux
avantages

PRIMOS
Preums pour partir !

TUI

Application horizontale

CLUB MARMARA CLUB LOOKEA

À SAISIR
Jusqu'au
30 SEPTEMBRE

Jusqu'à
-300€*
/pers.
et de nombreux
avantages

PRIMOS
Preums pour partir !

TUI

LES APPLICATIONS | Utilisation de l'icotype dans les mises en page brochures



Dans le cadre des brochures commerciales, les formes de l'icotype peuvent être utilisées pleinement ou en partie afin de mettre en exergue l'iconographie.

LES APPLICATIONS | Utilisation de l'icotype dans les mises en page brochures



Dans le cadre d'une prise de parole marque, l'icotype peut venir en renfort de l'iconographie et se positionner sur cette dernière. Nous sommes ici dans un cas exceptionnel d'utilisation de l'icotype seul, toléré du seul fait que ce dernier vit dans un support global de brochure commerciale qui comporte le bloc marque sur d'autres pages et notamment la couverture de la brochure.

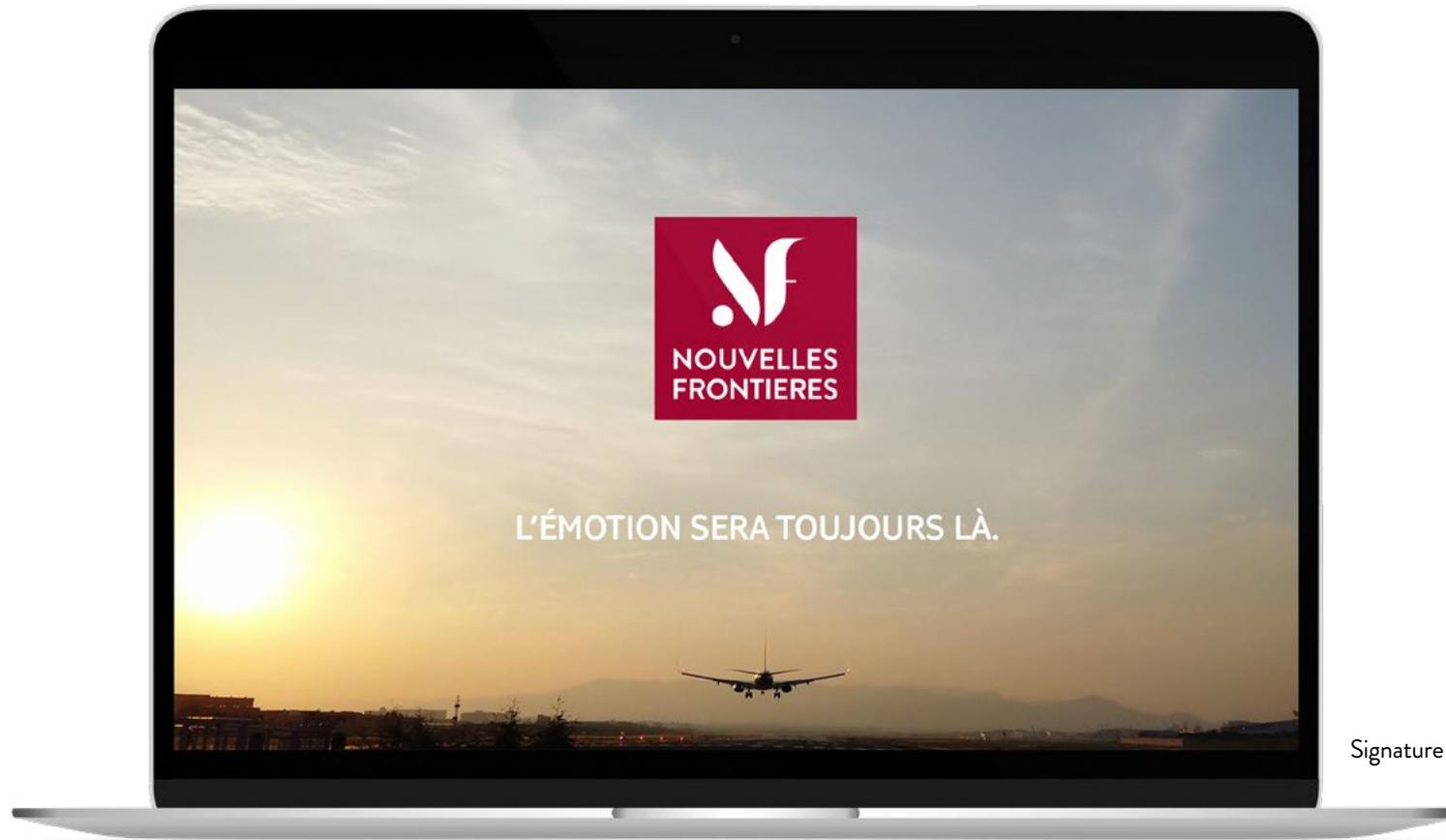
LES APPLICATIONS | Utilisation de l'icotype dans les mises en page brochures



LES APPLICATIONS | Utilisation de l'icotype dans les mises en page brochures



LES APPLICATIONS VIDÉO |



Signature de fin de film

