

GUIDE DE  
**NORMES GRAPHIQUES**

2025



EST. 2006

# I N T R O D U C T I O N

Une communication graphique cohérente garantit un message plus homogène, permettant à la marque d'être plus facilement identifiée, quel que soit le format dans lequel elle est présentée. L'identité de TH CLOTHES dispose de règles et d'applications qui doivent être suivies pour une communication rigoureuse et globale, que ce soit en impression ou en ligne.

Suivre ce Manuel de Normes est essentiel pour défendre la position et la cohérence de la communication de la marque.

# Í N D I C E

## MARQUE

1. LA MARQUE
2. DÉNOMINATION DE LA MARQUE DANS LE TEXTE
3. NOS VALEURS

## LOGO

4. AVEC DESCRIPTION
5. SANS DESCRIPTION

## COULEURS INSTITUTIONNELLES

6. COULEURS INSTITUTIONNELLES
7. COULEUR DU LOGO

## DIMENSIONS

8. MARGES DE SÉCURITÉ
9. IMPRESSION ET SUPPORT NUMÉRIQUE

## APPLICATION DU LOGO

10. UTILISATIONS INAPPROPRIÉES
11. UTILISATIONS INAPPROPRIÉES SUR LES STANDS
12. UTILISATION DU LOGO SUR LES SUPPORTS

## SITE WEB

13. SITE WEB

# LA MARQUE

Tout comme les personnes, les marques ont également une personnalité. Elle se révèle dans ce qu'elles croient, dans la façon dont elles se présentent et parlent, dans les lieux ou événements qu'elles fréquentent, dans la manière dont elles travaillent et mènent leurs activités, ainsi que dans les résultats qu'elles obtiennent. TH Clothes est une marque portugaise de textile promotionnel créée en 2006, dans le but d'offrir des produits de qualité certifiée à un prix juste.



# DÉNOMINATION DE LA MARQUE DANS LE TEXTE

Bien que les initiales TH CLOTHES dans l'identité visuelle soient représentées en minuscules, pour une question d'équilibre des éléments, lorsqu'on écrit le nom de la marque, il faut adopter le comportement opposé, c'est-à-dire toujours le représenter en majuscules, car il s'agit du nom de la marque.

# TH CLOTHES

sigle

# NOS VALEURS

Ce sont nos valeurs, selon lesquelles nous nous guidons quotidiennement, ainsi que dans la prise de décisions. Les valeurs éthiques de TH CLOTHES priorisent la protection de ses clients. Par conséquent, elle ne personnalise ni ne vend d'articles au client final. De cette façon, elle protège les activités commerciales (personnalisation et/ou revente) de ses clients. Le ton de la marque et de la communication est axé sur la mise en valeur des valeurs auxquelles elle croit, toujours dans un esprit jeune et positif.

**HONNÊTÉTÉ**

**HUMILITÉ**

**SINCÉRITÉ**

**RESPONSABILITÉ**

## AVEC DESCRIPTION

Utilisation dans ces médias lorsque le logo est exposé sans contextualisation et uniquement à des échelles permettant une lecture correcte de toutes les informations qu'il contient. Il est recommandé d'utiliser des versions polychromes, les versions monochromes étant une alternative lorsque cela n'est pas possible.



logo

## SANS DESCRIPTION

Utilisation dans ces médias lorsque le logo est exposé avec contextualisation et/ou à des échelles réduites qui ne permettent pas une lecture correcte de toutes les informations qu'il contient. Il est recommandé d'utiliser les versions polychromes, les versions monochromes étant une alternative lorsque cela n'est pas possible.



logo







61.24 mm



22.47 mm

# IMPRESSION



50 mm



20 mm



15 mm



10 mm

# SUPPORT NUMÉRIQUE



40 px



60 px



80 px



Fonds non institutionnels



Changer de format



Changer de signature



Changer de couleurs



Déformer le logo



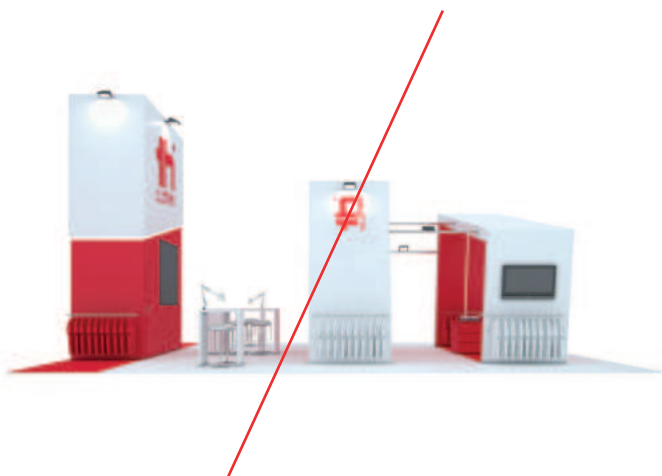
Changer de typographie



Changer de disposition



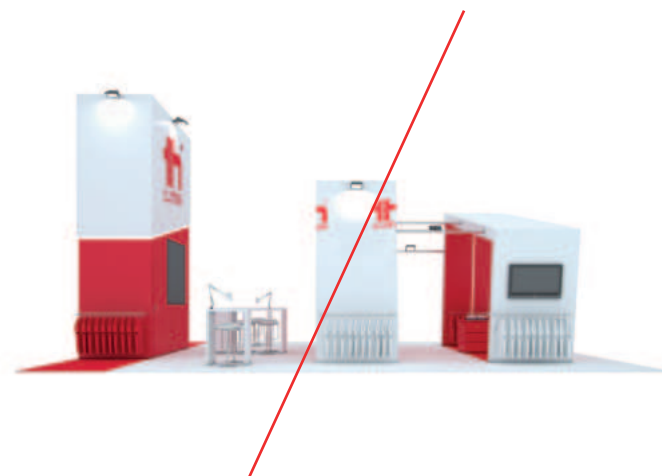
Changer d'espacement



Déformer le logo



Changer les couleurs du logo



Changer la disposition

# UTILISATION DU LOGO TH CLOTHES SUR TOUS LES SUPPORTS

L'utilisation du logo TH CLOTHES est obligatoire dans la corner supérieure droite des photographies et des packshots.



[www.thclothes.com](http://www.thclothes.com)







[thclothes.com](http://thclothes.com)

**Distributeurs** Portugal Espagne Grèce Pays-Bas Italie Croatie Belgique Slovénie Lituanie Hongrie  
Pologne Angola Cap-Vert Roumanie Cameroun Lettonie Slovaquie Danemark Estonie Russie