SBB CFF FFS

Directive CFF Logo.

Janvier 2019

Table des matières.

1. La marque CFF 3
2. Le logo CFF 4
3. La marque figurative CFF 6
4. L’emblème CFF 7
5. Utilisation (supports numériques, architecture, matériel roulant, films) 10
6. Contact 11

1. Marque CFF.

Les CFF sont au cœur de la Suisse. De manière sûre et fiable, nous assurons chaque jour grâce à des trains ultramodernes le transport de millions de voyageurs ainsi que l'acheminement de marchandises dans toute l'Europe. Nous offrons des prestations en gare pour la plus grande satisfaction de notre clientèle, proposons des surfaces à louer et mettons à disposition des acheteurs et locataires de prestigieux sièges sociaux. Véritable pilier des transports publics, les CFF constituent l'un des principaux moteurs de la réussite économique suisse.

Ce sont leurs prestations de qualité, fournies au quotidien grâce à l'engagement sans faille de leurs collaborateurs, qui font des CFF l'une des marques les plus appréciées et les plus réputées de Suisse.

Dans notre pays mais également à l'étranger, la marque CFF incarne une orientation clientèle prononcée.

Une stratégie de marque faîtière menée avec rigueur.

Les CFF signalisent de manière systématique leur présence: ils créent un lien de confiance avec leur clientèle tout en la guidant à travers leurs espaces grâce à une stratégie de marque faîtière suivie de près et adoptée par le Conseil d'administration et la Direction du groupe. Chaque prestation de l'entreprise sur le marché est ainsi systématiquement signalisée au moyen de la marque faîtière CFF ou de la marque faîtière étendue (CFF Cargo). Les exceptions doivent être autorisées par l'unité Gestion de la marque CFF.

Le message-clé de notre marque est «Bien servis. Sur toute la ligne.».

Les CFF font partie des meilleures entreprises en matière de satisfaction de la clientèle. Le travail quotidien des 33 000 collaborateurs des CFF s'articule autour de la promesse «Bien servis. Sur toute la ligne». Notre objectif: que les clients ressentent chaque jour les valeurs de notre marque. C'est pour cette raison qu'il est important de veiller en permanence à ce que nos actions et notre comportement soient en adéquation avec ces dernières.

Les valeurs de la marque CFF.

Dimension humaine.
Nous donnons la priorité à l'humain. Nous sommes proches de nos clientes et clients. Nous connaissons leurs besoins, sommes à leur écoute et les traitons avec respect. Cette dimension humaine se traduit par des visuels aussi authentiques et crédibles que possible, qui respirent la joie de vivre.

Confort.
Aux CFF, les clients se sentent bien servis, sur toute la ligne. Pour cela, nos mots d'ordre sont: sécurité, propreté, ponctualité et fiabilité. Au quotidien, le confort de nos clients passe par une offre simple et de qualité.

Expérience.
Nous parlons le langage du cœur et voulons susciter des émotions positives vis-à-vis de la marque CFF à travers nos prestations et nos produits, mais aussi à travers notre communication.

Durabilité.
La durabilité écologique, sociale et économique nous tient à cœur. Nous la promouvons activement à tous les niveaux grâce à des projets innovants et ambitieux.

Orientation vers l'avenir.
Les CFF sont une entreprise moderne, innovante et consciente de ses responsabilités, qui contribue activement à façonner la mobilité de demain.

Organisation.

L'unité Gestion de la marque CFF est votre interlocuteur pour toutes les questions ayant trait à la marque. Elle statue sur les directives CI/CD et sur l'ensemble des utilisations de la marque conformément au ROG (règlement d'organisation et de gestion). Toutes les informations relatives à la marque sont disponibles sur le portail de la marque CFF.

2. Le logo CFF.

Principe.

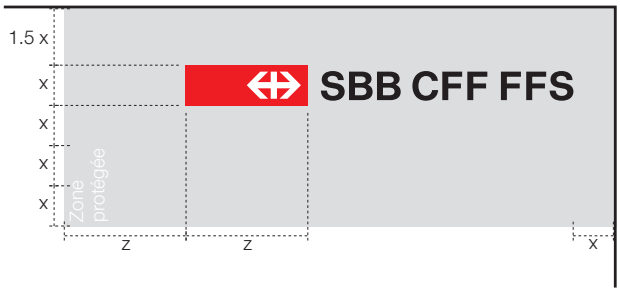
1. **Le logo CFF est le principal élément constitutif de la marque. Il signalise visuellement la présence de l'entreprise.**
2. **Le logo CFF accompagne systématiquement toute intervention ou apparition des CFF en tant qu'institution.**
3. **De manière générale, les éléments composant le logo CFF ne peuvent pas être dissociés.**
4. **Par défaut, le logo CFF est utilisé en positif (marque figurative en caractères noirs).**

Utilisation.

1. Logo
2. Emblème
3. Marque figurative (représentation graphique)
4. La marque verbale

Espacements minimaux (imprimés).

En règle générale, le logo est positionné en haut à droite dans un espace réservé. Les espacements minimaux par rapport à la marge, au texte et aux images doivent être respectés.Le logo doit être placé dans un espace réservé, c'est-à-dire dépourvu de tout autre élément.



➔ Les espacements minimaux pour l'utilisation du logo dans le domaine du numérique, de l'architecture et du matériel roulant sont indiqués dans les directives correspondantes disponibles sur le portail de la marque.

2. Le logo CFF.

Utilisation.

La marque verbale SBB CFF FFS et ses différentes composantes sont protégées. Elle s'écrit toujours en lettres capitales. Dans les différentes langues, on utilise les formes suivantes, plus courtes: SBB en allemand, CFF en français, FFS en italien et SBB en anglais. Le guide stylistique des CFF fournit des informations détaillées sur l'utilisation de la marque verbale

Utilisation en positif.
Sur un fond clair, le logo CFF est toujours utilisé en positif (noir).

SBB CFF FFS

Utilisation en négatif.
Le logo CFF s'utilise toujours en réserve (blanc) sur un fond sombre, une vitre ou un bâtiment.

SBB CFF FFS

Utilisation sur une image.
Le logo CFF est utilisé en positif sur un arrière-plan clair et en négatif sur un arrière-plan foncé. Il convient d'opter pour un motif de fond sobre. Si le contraste est insuffisant, il faut adapter le fond afin de garantir la bonne lisibilité du logo.

Exceptions.

Les utilisations ci-après requièrent l'autorisation expresse de l'unité Gestion de la marque CFF.

Utilisation sur le fond rouge CFF.
En cas d'utilisation sur un fond rouge CFF, il est possible à titre exceptionnel d'utiliser le logo en négatif. Un contour blanc est alors placé autour de la marque figurative afin de créer un meilleur contraste. Tous les espacements, y compris l'espacé réservé, restent identiques.

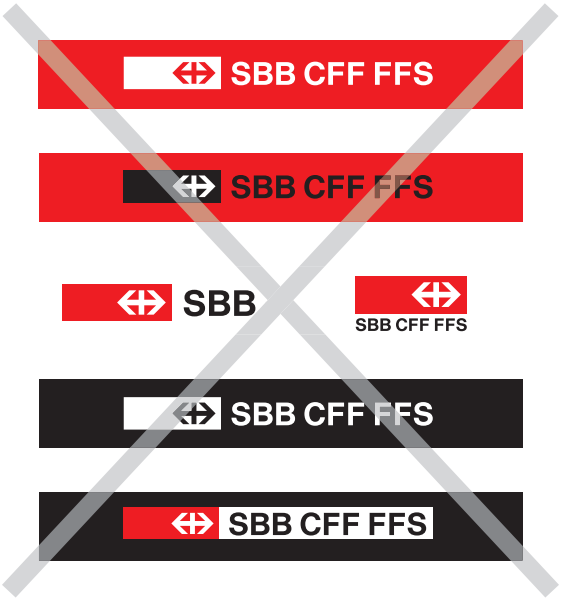
SBB CFF FFS

Utilisation en noir et blanc.
Si le logo ne peut pas être reproduit en couleurs, il est possible d'utiliser la version monochrome. Cette variante est également privilégiée pour les impressions en creux, les impressions laser et autres utilisations sur des matériaux bruts.

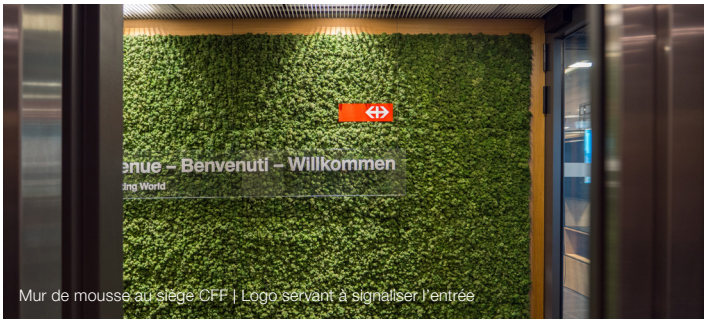
Pour les utilisations en négatif, il faut utiliser le logo CFF correspondant. Un contour blanc est placé autour de la marque figurative afin de créer un meilleur contraste.

SBB CFF FFS SBB CFF FFS

Exemples d'utilisation incorrecte.



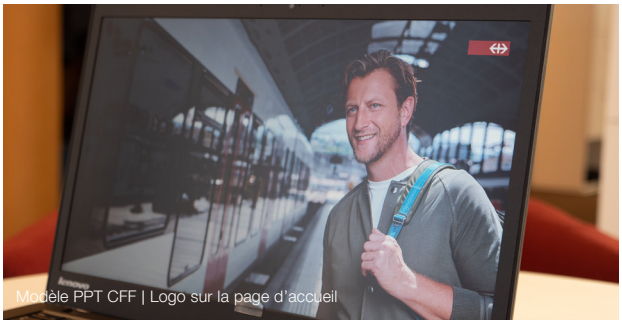
3. La marque figurative CFF.



Mur de mousse au siège CFF | Logo servant à signaliser l'entrée

T-Shirt | Logo sur l'étiquette en tissu du col

Green Class CFF | Logo sur la plaque d'immatriculation


Modèle PPT CFF | Logo sur la page d'accueil

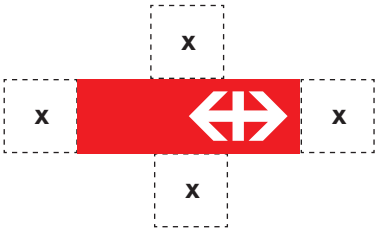
Principe.

1. **De manière générale, la marque figurative est toujours accompagnée du logo CFF complet, que ce soit à proximité immédiate ou dans un cadre évoquant clairement les CFF.**
2. **La marque figurative est systématiquement utilisée dans le sens horizontal et ne doit en aucun cas être rognée ou modifiée.**
3. **Hiérarchiquement, la marque figurative vient après le logo CFF.**
4. **Les dimensions de la zone rouge sont proportionnelles à celles de l'emblème.**
5. **De manière générale, la marque figurative est de couleur blanche et figure sur le fond rouge CFF.**

➔ **Ces utilisations requièrent l'autorisation expresse de l'unité Gestion de la marque CFF.**

Espacements minimaux.

L'espace réservé doit être respecté à chaque utilisation de la marque figurative CFF.



4. L’emblème CFF.

Uniforme | Logo sur l’étiquette

Espace de vente | Logo dans l’entrée

Logo animé

CFF.ch

Cadeaux publicitaires | Logo figuré au verso

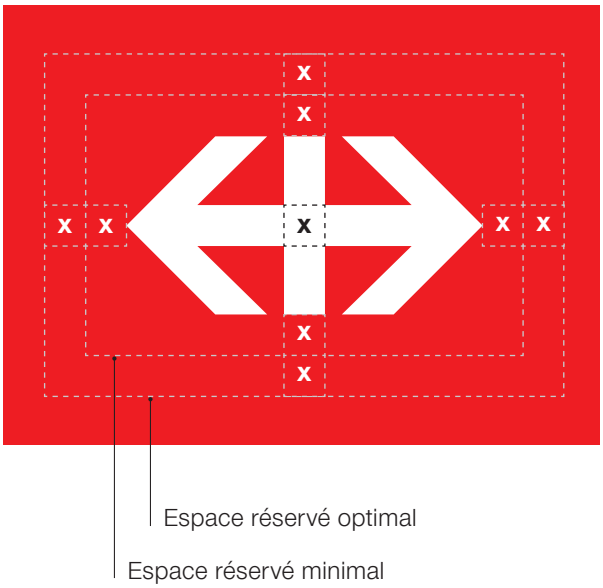
Principe.

1. **Hiérarchiquement, l’emblème vient après le logo CFF et la marque figurative.**
2. **De manière générale, l’emblème est de couleur blanche et figure sur le fond rouge CFF.**
3. **L’emblème est systématiquement utilisé dans le sens horizontal et ne doit en aucun cas être rogné ou modifié.**
4. **En principe, l’emblème est utilisé en combinaison avec le logo CFF, à proximité immédiate ou dans un cadre évoquant clairement les CFF.**

➔ **Ces utilisations requièrent l’autorisation expresse de l’unité Gestion de la marque CFF.**

Espacements minimaux.

Si l’emblème est utilisé seul (sans fond rouge), il faut également respecter l’espace réservé.

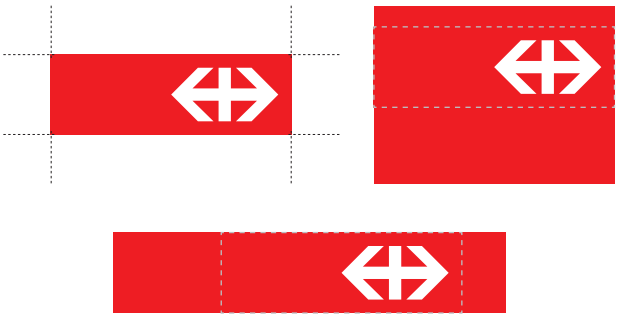


4. Emblème CFF.

Utilisation sur fond rouge.

Les dimensions de l'emblème CFF dépendent du format final. L'espace réservé doit toujours être respecté. Voici plusieurs variantes à titre informatif:

Variante 1.
La configuration de base comprend l'emblème inscrit dans un cadre rouge. Celui-ci peut être agrandi vers le haut et le bas ou vers la gauche et la droite.



Variante 2.
Lorsque l'emblème est positionné librement, les proportions ci-dessous doivent être respectées. Il est préférable de le placer au centre ou sur la partie droite du support.

Proportion 1:4

Exceptions.

➔ **Ces utilisations requièrent l'autorisation expresse de l'unité Gestion de la marque CFF.**

Utilisation sur des matériaux bruts.
À titre exceptionnel, l'emblème peut être utilisé en blanc sur un matériau brut, ou être estampé (mis en relief) et rester incolore dans ce cas.

Utilisation en noir et blanc.
À titre exceptionnel, l'emblème peut être utilisé en blanc sur un fond noir.

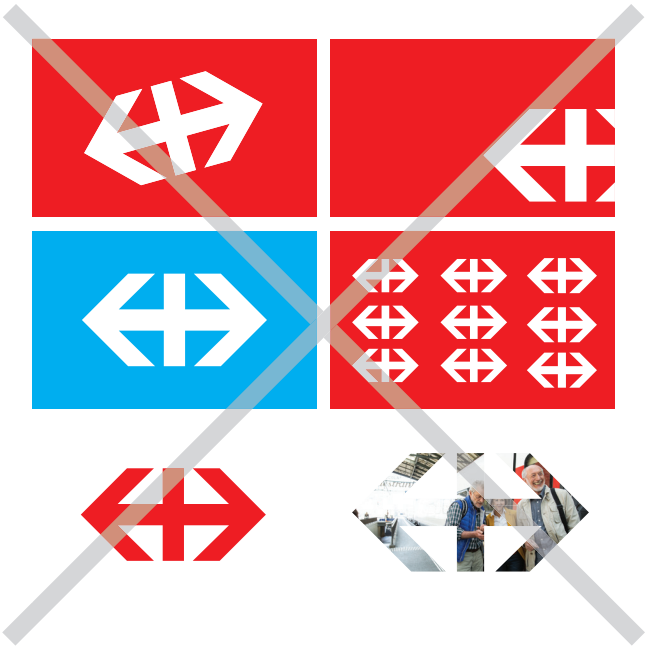
Utilisation de l'emblème de la locomotive Re 460.
Cet emblème ne peut être utilisé que sur une locomotive Re 460 ou en combinaison avec une image de cette dernière. Aucune autre utilisation n'est autorisée.

4. L’emblème CFF.

Exemples d’utilisation incorrecte.

Si l’emblème CFF est utilisé seul, les règles suivantes s’appliquent:

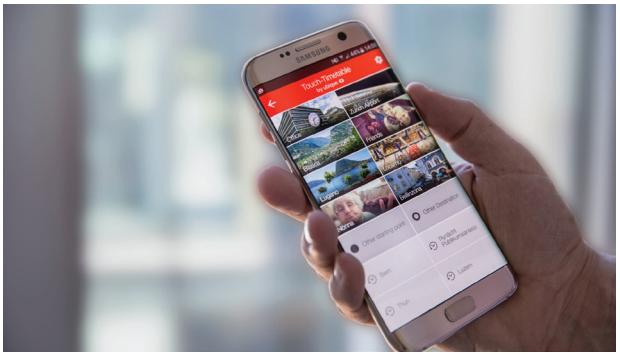
- l’emblème doit figurer sur un fond exclusivement rouge ou sur un matériau brut,
- l’emblème doit être positionné horizontalement,
- l’emblème ne doit pas être rogné,
- l’emblème ne doit pas être modifié,
- l’emblème ne doit pas être dupliqué,
- la couleur de l’emblème ne doit pas être modifiée,
- l’ajout d’autres éléments est interdit.



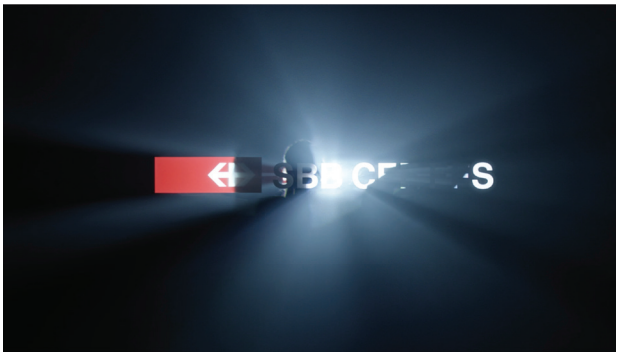
5. Utilisation.
Directives complémentaires.

Les directives contenant des informations sur les domaines suivants sont disponibles sur le portail de la marque.

Supports numériques.



Films (logo animé).



Architecture.

Matériel roulant.

6. Contact.

Informations complémentaires.
Portail de la marque CFF: cff.ch/marque

Questions portant sur la directive et l'utilisation du logo CFF.
marque@cff.ch

Demandes de référence.
L'utilisation du logo CFF comme référence requiert l'autorisation expresse des CFF. Les demandes sont à adresser à marque@cff.ch.

CFF SA
Corporate Identity & Design
Hilfikerstrasse 1
3000 Berne 65, Suisse
marque@cff.ch

www.cff.ch/marque