

Le logo AXIT — « Le repère »

AXIT ComTrafic · août 2026 · note de direction artistique et règles d'usage

La marque retenue : un X formé de quatre bras détachés, avec un point cyan au centre. C'est à la fois le X d'AXIT et un repère sur une carte — la traduction exacte de la charte Carte et du récit du site.

1. Ce qui a été comparé

Six pistes ont été dessinées et testées à 44 px, 24 px et 16 px, sur papier et sur encre — parce qu'un logo qui ne survit pas à la barre d'onglets ne sert à rien.

PISTE	IDÉE	VERDICT
Le repère	Le X d'AXIT est un point sur une carte	Retenue — tient à 16 px, tient sur les deux fonds, le cyan y joue exactement son rôle de signal
Le nœud	Un hub, quatre raccordements, un actif	Illisible à 16 px, et le dessin dérive vers une croix médicale
Le A signal	La barre du A s'échappe comme une ligne	Distinctif, mais le A seul reste générique et la barre déborde mal en petit
La console	Le cadre de la vue de parc, quatre sites	Trop lisible : ça devient un pavé numérique
Le X croisé	Deux barres, l'une derrière l'autre	Le cyan y fait la moitié du travail — la règle de la charte est enfreinte, et sur encre la marque perd son violet
La plaque A	Un A plein dans une plaque à coin coupé	Cassée sur fond sombre : plaque blanche, lettre blanche, le A disparaît

Puis quatre exécutions du repère ont été comparées : arêtes rondes, **bras détachés**, bras carrés, anneau. Les bras détachés gagnent parce que le point respire — la marque reste un X à toutes les tailles au lieu de se refermer en pâté.

2. Pourquoi celle-là

Elle respecte la règle qui fait tenir toute la charte : aucune couleur ne fait deux métiers. Les bras sont violet — c'est la marque. Le point est cyan — c'est le signal, la position. Rien d'autre.

Elle dit ce que fait le produit. Vous vendez de la supervision de parc : une carte, des sites, un point actif. Le logo n'illustre pas un téléphone ni une onde ; il montre un repère. C'est le seul registre qui reste vrai quand vous ajouterez une quatrième solution.

Elle ne trahit aucune origine. Ni tricolore, ni anglo-saxonne. C'est le registre de la signalétique, et il se lit à l'identique à Lyon, Anvers, Munich ou Dubaï — le critère que vous aviez posé pour la conquête Europe puis international.

Elle est entièrement en tracés. Aucune police n'est nécessaire pour l'afficher : ni le symbole, ni le mot AXIT. Un logo qui dépend d'un fichier de police se casse le jour où quelqu'un l'ouvre sur un poste qui ne l'a pas.

3. Les versions, et laquelle utiliser

FICHIER	QUAND
AXIT_logo_couleur.svg	Usage par défaut sur fond clair — symbole violet, point cyan, AXIT en encre
AXIT_logo_blanc.svg	Usage par défaut sur fond sombre — symbole blanc, point cyan
AXIT_logo_complet_couleur.svg / _blanc.svg	Quand la mention COMTRAFIC doit apparaître : page de garde, papier à en-tête, salon
AXIT_logo_monochrome_noir.svg / _blanc.svg	Impression une couleur, gravure, fax, tampon. Le point disparaît dans la masse — c'est voulu
AXIT_symbole_*.svg	Le symbole seul : favicon, avatar, filigrane, coin de document
AXIT_plaque_encre.svg	La favicon et l'icône d'application. Blanc sur encre + point cyan : la combinaison la plus contrastée disponible
AXIT_plaque_violette.svg	Variante d'avatar quand le fond d'accueil est déjà sombre
favicon.ico , favicon-16/32/48.png , AXIT_icone-180/512.png	Rasterisations prêtes pour le web et les tuiles mobiles

4. Les règles à tenir

La zone de protection est égale à la hauteur d'un bras du symbole, sur les quatre côtés. Rien n'y entre — ni texte, ni bord de page, ni autre logo.

La taille minimale est de 16 px pour le symbole seul et de 96 px de large pour le verrouillage complet. En dessous, on n'utilise que le symbole.

Ce qui est interdit :

- Recolorer les bras en cyan, ou le point en violet — l'inversion casse la règle marque/signal
- Ajouter un dégradé, une ombre portée ou un contour
- Étirer, incliner, ou faire tourner la marque
- Poser le logo couleur sur un fond photographique — dans ce cas, la version blanche, toujours
- Redessiner le mot AXIT dans une autre police : il est en tracés, il ne se retape pas

Le point cyan ne clignote jamais. Dans un produit de supervision, une animation de marque se confond avec une alerte.

5. Où le logo est posé — l'inventaire complet

Une identité ne vaut que si elle est tenue **partout**. Voici les seize surfaces couvertes, et pourquoi chacune compte.

Le site — 8 surfaces

SURFACE	VERSION POSÉE	POURQUOI ELLE COMPTE
En-tête	Symbole blanc sur le héros, violet quand la barre devient opaque	Vue sur 100 % des pages vues
Pied de page	Symbole	Fin de parcours, avant le formulaire
Menu mobile	Symbole violet + AXIT ComTrafic, en tête du panneau	Le mobile ouvre le menu avant de lire quoi que ce soit
Modale de demande	Symbole à gauche du titre	C'est l'écran où l'on donne son adresse : la marque doit y être
Favicon	Plaque encre, intégrée en SVG dans la page	La barre d'onglets — l'endroit exact où se joue la mémorisation
Icône Apple / tuile	AXIT_icône-180.png , -512.png	Un intégrateur qui met le site en raccourci sur son téléphone
Image de partage	Carte 1200 × 630 dédiée, avec logo, accroche et compatibilités	La surface la plus visible de toutes : c'est ce que voit LinkedIn
Impression	Feuille dédiée : fonds sombres neutralisés, cartes préservées	Un dossier d'appel d'offres s'imprime

L'image de partage était le trou le plus coûteux. Sans elle, un lien posté sur LinkedIn s'affichait en carte nue. Avec elle, la marque, la promesse et les quatre compatibilités passent avant même le clic.

Les présentations — 63 pages sur 63

EMPLACEMENT	VERSION
Couverture	Verrouillage blanc complet, au-dessus de la pastille
Pages de contenu	Symbole violet en pied de page, à gauche du fil
Intercalaires sombres	Verrouillage blanc en bas de page — la page est vide, il y respire
Page de contact finale	Verrouillage blanc en tête

Deux décisions à noter :

Le repère n'est pas en haut à droite. C'était le premier placement testé. En haut à droite d'une page, un X se lit comme un bouton de fermeture — l'œil est entraîné à ça depuis vingt ans d'interfaces. Déplacé en pied de page, il redevient une signature.

Le pied de page ne répète plus « AXIT ComTrafic ». Le logo le dit. Et la pastille de couverture devient « **Éditeur français · depuis 1998** » — elle porte maintenant une information au lieu de répéter le nom.

Les documents PDF — 14 documents

Tous les documents produits depuis le markdown portent désormais un en-tête : verrouillage couleur, filet de séparation, mention COMTRAFIC. Cela concerne la fiche de conformité IA, la bibliothèque de prompts, les battlecards, le kit de prospection, les notes stratégiques.

Ces documents circulent hors de votre contrôle. Une fiche de conformité passe du commercial au DSI, du DSI au RSSI, du RSSI au DPO. Sans en-tête, au troisième transfert plus personne ne sait d'où elle vient.

6. Ce qui reste

1. **La signature COMTRAFIC** du verrouillage complet est composée en Inter. C'est le seul élément du jeu qui dépend d'une police. Si vous voulez un logo 100 % autonome sur ce verrouillage aussi, il faut la vectoriser — c'est une demi-journée de travail chez un graphiste, et ce n'est utile que pour la gravure et la sérigraphie.
2. **Le dépôt INPI.** Vous avez une marque nominale et un logo distinctif : le dépôt semi-figuratif en classes 9 et 42 protège

les deux d'un coup. À faire avant la première campagne de recrutement d'intégrateurs, pas après.

3. **Les captures produit** restent à l'ancienne charte — c'est toujours le point numéro un de la liste, logo ou pas.
4. **Les surfaces hors de ce périmètre** : signature de courriel, modèles de proposition commerciale, et le gabarit `report_style.html` des rapports résidents. Ce dernier est le plus rentable des trois — une seule modification appose la marque sur tous les rapports que reçoivent les clients de vos intégrateurs.