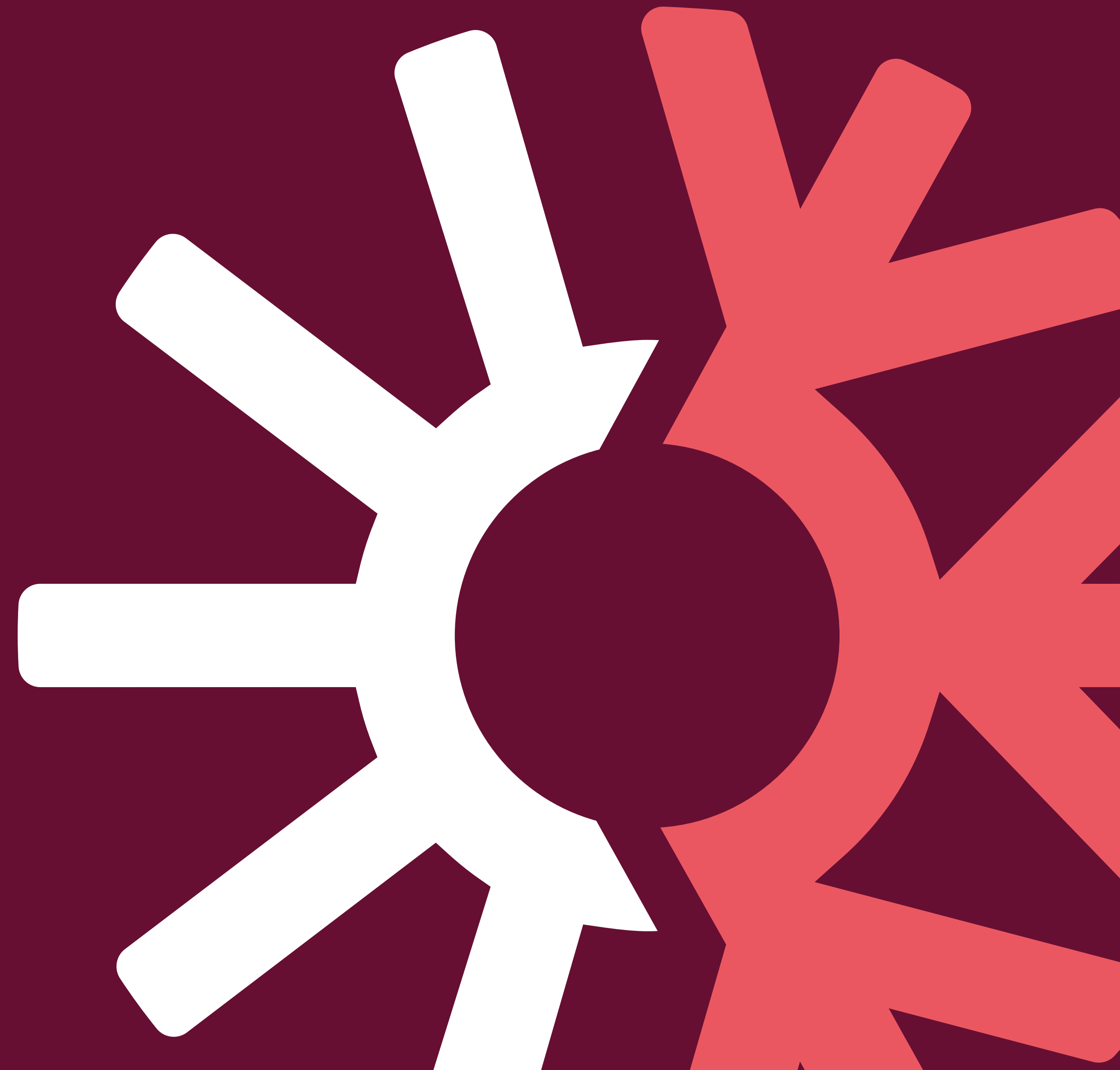


# Brand Guidelines

# Introduction / Einführung

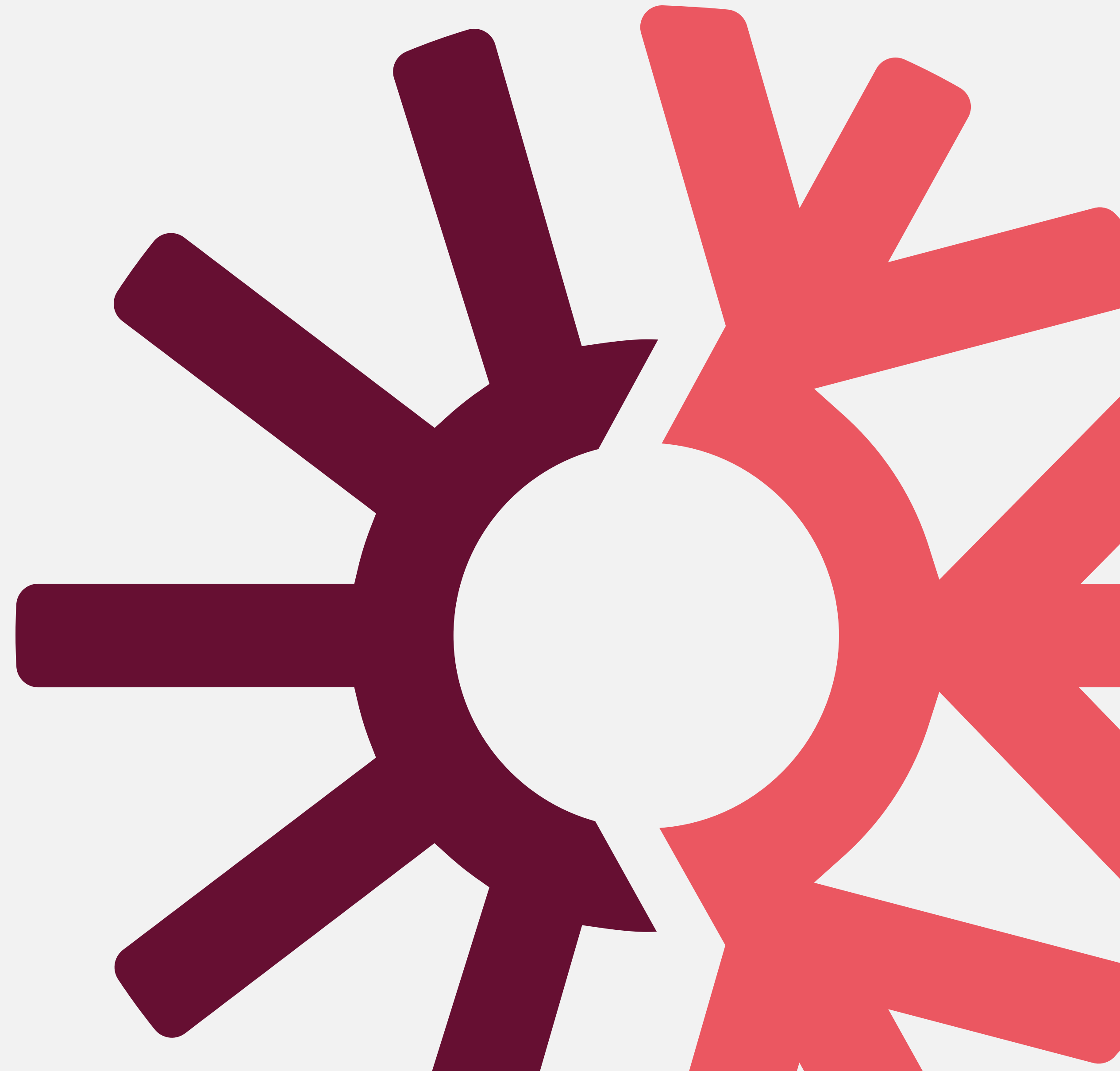


La vision d'emile weber est de susciter la passion qui nous anime pour créer des voyages et solutions de transports complets et agréables pour tous, en s'appuyant sur une réflexion centrée sur le client et l'employé, une innovation permanente et l'héritage d'une marque familiale, soudée et visionnaire.

### **Citation**

*« emile weber, c'est la passion – la passion de permettre à chacun de pouvoir découvrir, partager, vivre, bouger de sa propre façon. Notre détermination de faire des besoins de ses clients le fondement de toutes nos réflexions ainsi que l'expertise de nos employé·e·s induit une innovation constante. C'est la volonté de continuer à faire prospérer une marque familiale soudée et visionnaire et qui fait d'emile weber la référence de la mobilité et des voyages au Luxembourg et dans la Grande Région. »*

*Le slogan „All about your journey“ résume cette passion et cette détermination et nous sert de ligne directrice dans notre engagement à répondre aux besoins de nos clients, tout comme à ceux de nos collaborateurs et collaboratrices. »*



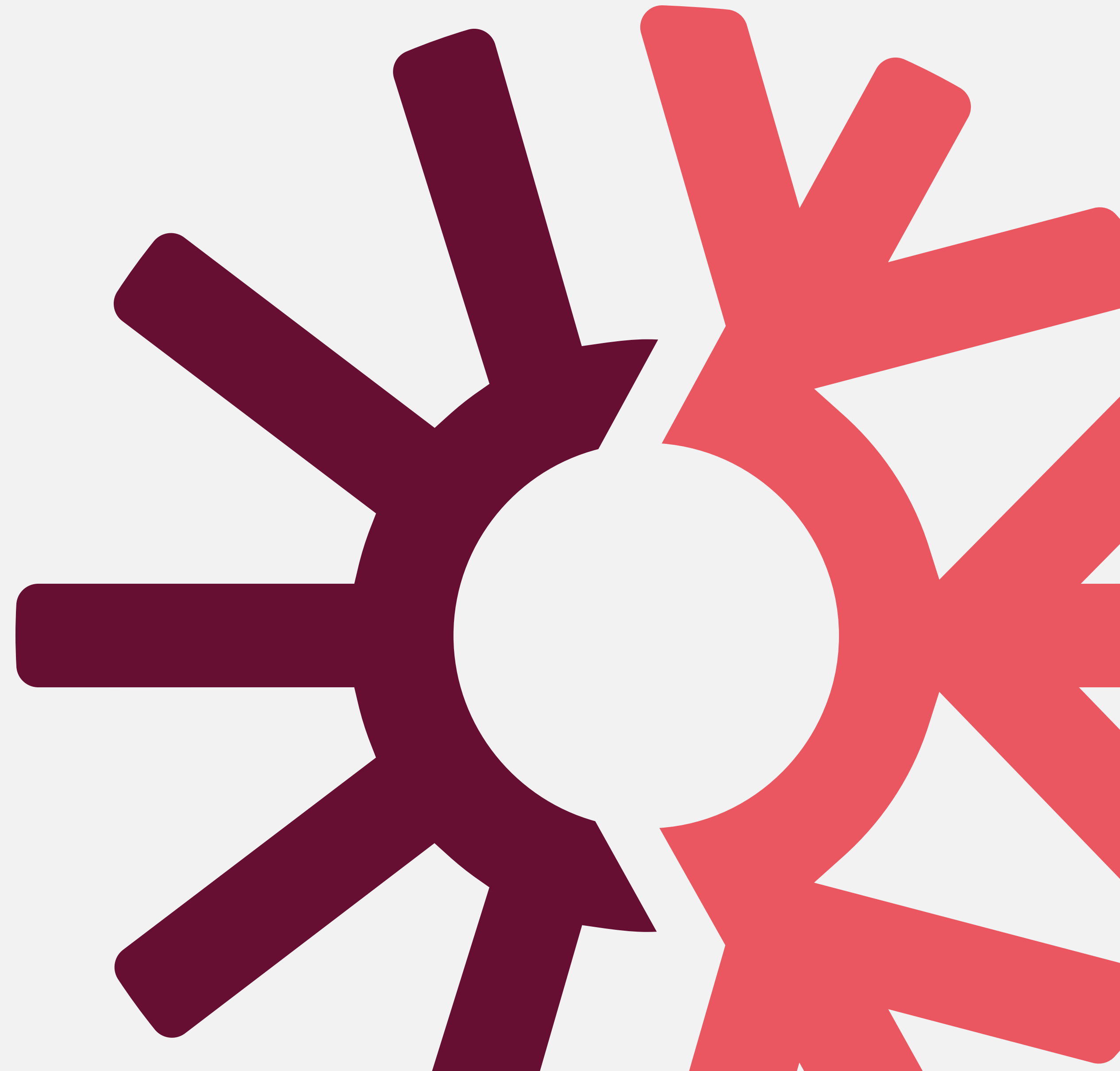
## DE Vision

Die Vision von emile weber ist es, die Leidenschaft zu entfachen, die uns antreibt, um ganzheitliche und angenehme Reise- und Transportlösungen für alle zu schaffen, gestützt auf kunden- und mitarbeiterzentriertes Denken, kontinuierliche Innovation und das Erbe einer familiengeführten, eng verbundenen und visionären Marke.

### Statement

*„emile weber ist Leidenschaft – die Leidenschaft, es jedem zu ermöglichen, auf seine eigene Art zu entdecken, zu teilen, zu leben und sich zu bewegen. Unsere Entschlossenheit, die Bedürfnisse unserer Kunden zur Grundlage all unserer Überlegungen zu machen, sowie das Fachwissen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter führen zu ständiger Innovation. Es ist der Wille, eine eng verbundene und visionäre Familienmarke weiter gedeihen zu lassen, was emile weber zur Referenz für Mobilität und Reisen in Luxemburg und der Großregion macht.“*

*Der Slogan „All about your journey“ fasst diese Leidenschaft und Entschlossenheit zusammen und dient uns als Leitlinie für unser Engagement, die Bedürfnisse unserer Kunden ebenso wie die unserer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zu erfüllen.“*



La marque emile weber doit non seulement présenter une apparence cohérente, mais aussi adopter une communication uniforme. Cela garantira que chaque client perçoive la marque de la même manière et que le ton of voice reste cohérent.

### **Comment écrit-on emile weber ?**

« emile weber » est toujours écrit en minuscules, que ce soit dans les textes, les titres ou en tant que terme indépendant

### **Comment emile weber parle-t-il de lui-même ?**

Face aux clients, les employés doivent parler d’eux-mêmes à la première personne du pluriel, c’est-à-dire sous la forme du « nous ». Ainsi, ils créent une identification avec la marque emile weber (certaines exceptions sont possibles, par exemple dans le cadre d’une présentation formelle où la troisième personne peut être plus appropriée).

### **Comment emile weber s’adresse-t-il aux clients et aux partenaires ?**

La marque emile weber communique toujours de manière polie et factuelle. Nous nous adressons donc aux clients, clientes et partenaires en utilisant la forme de politesse « Vous ». Cela s’applique aussi bien aux groupes qu’aux entreprises ou aux individus.

Die Marke emile weber soll nicht nur in ihrem Aussehen konsequent auftreten sondern auch in ihrer Kommunikation. So soll sicher gestellt werden, dass jeder Kunde das Markenbild gleich wahrnimmt und der Tone of Voice kohärent bleibt.

### **Wie schreibt man emile weber**

emile weber wird immer in Kleinbuchstaben geschrieben. Sei es in Texten, Überschriften oder alleinstehend.

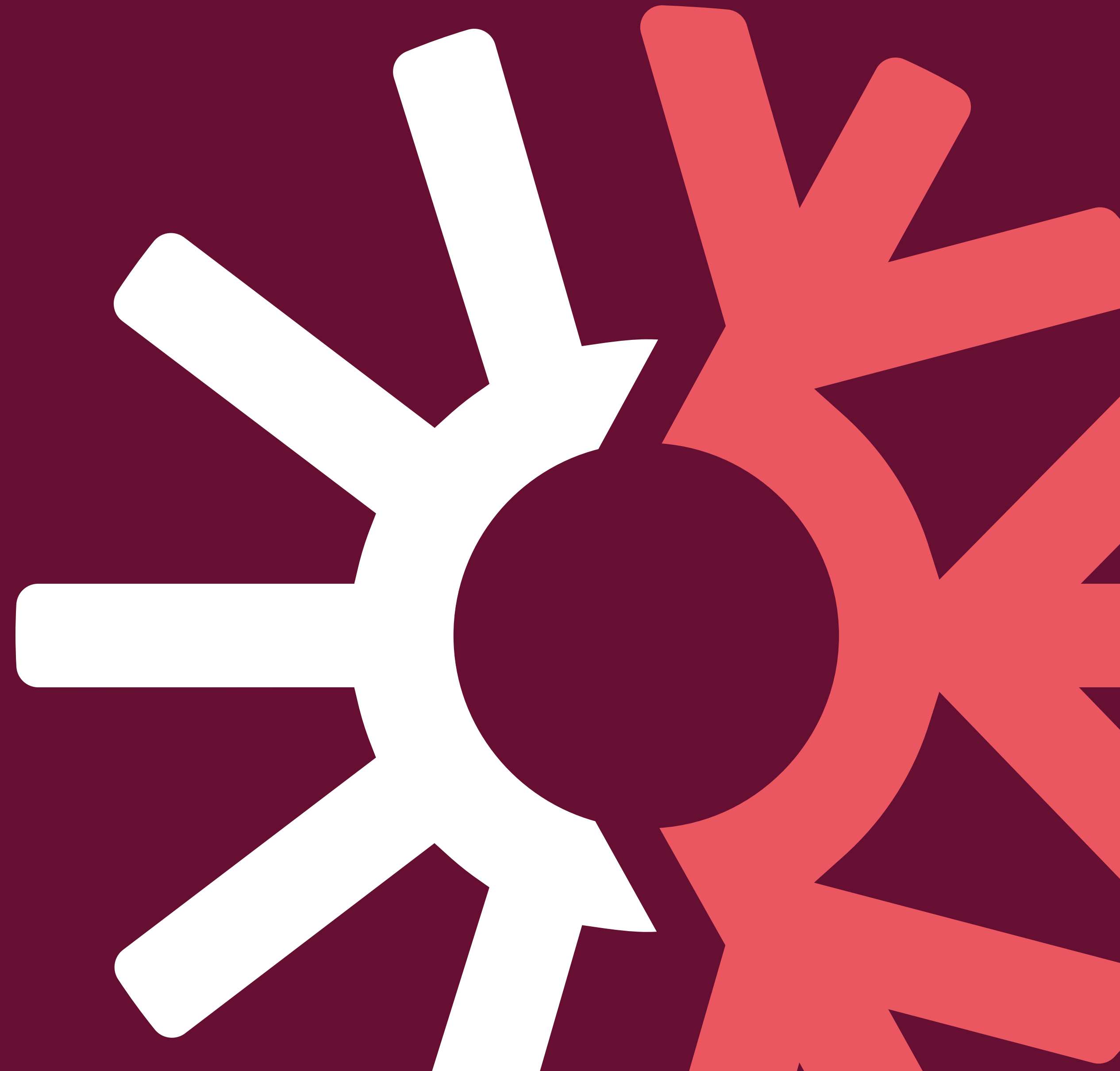
### **Wie spricht emile weber von sich?**

Gegenüber Kunden sollen die Mitarbeiter von sich in der ersten Person Plural sprechen. Also in der Wir-Form. Somit entsteht eine Identifizierung mit der Marke emile weber. (Einige Ausnahmen sind möglich, z. B. in einer formellen Präsentation, wo die dritte Person angemessener sein kann.)

### **Wie spricht emile weber Kunden und Partner an?**

Die Marke emile weber kommuniziert immer höflich und sachlich. Die Kunden werden somit in der Sie-Form angesprochen. Das gilt sowohl für Gruppen als auch Firmen oder Individuen.

# Logo



---

Brand Guidelines

## Logo (horizontal)

Grâce au rebranding, le nouveau logo se présente aujourd'hui sous une forme plus moderne et plus affirmée. La simplification du logo permet d'augmenter sa force de reconnaissance dans le futur et de l'utiliser de manière flexible dans tous les médias.

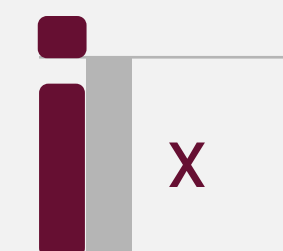
*Durch das Rebranding, präsentiert sich das neue Logo jetzt in moderner und selbstbewusster Form. Durch die Vereinfachung des Siegels kann der Wiedererkennungswert in Zukunft gesteigert werden und es ist zudem flexibel anwendbar in allen Medien.*



## Logo (avec zone de protection) / (mit Schutzzone)

La taille du logo est basée sur la hauteur du « i » dans « emile ». La zone de protection autour du logo est définie par la taille du « e » dans « emile ». La marque figurative et la marque verbale sont ainsi parfaitement proportionnées l'une par rapport à l'autre.

*Die Größe des Siegels orientiert sich an der Höhe des i's von emile. Die Schutzzone rund um das Logo wird durch die Größe des e's von emile definiert. Die Bildmarke und die Wortmarke sind somit perfekt zueinander proportioniert.*



x = une partie de la hauteur de la lettre i.  
x = ein Teil der Höhe des Buchstaben i.

## Logo (vertical) / (vertikal)

Dans la plupart des cas, le logo doit être appliqué dans un format horizontal. Cependant, dans certains domaines d'application, cela n'est pas possible. C'est pourquoi une version verticale du logo est également proposée.

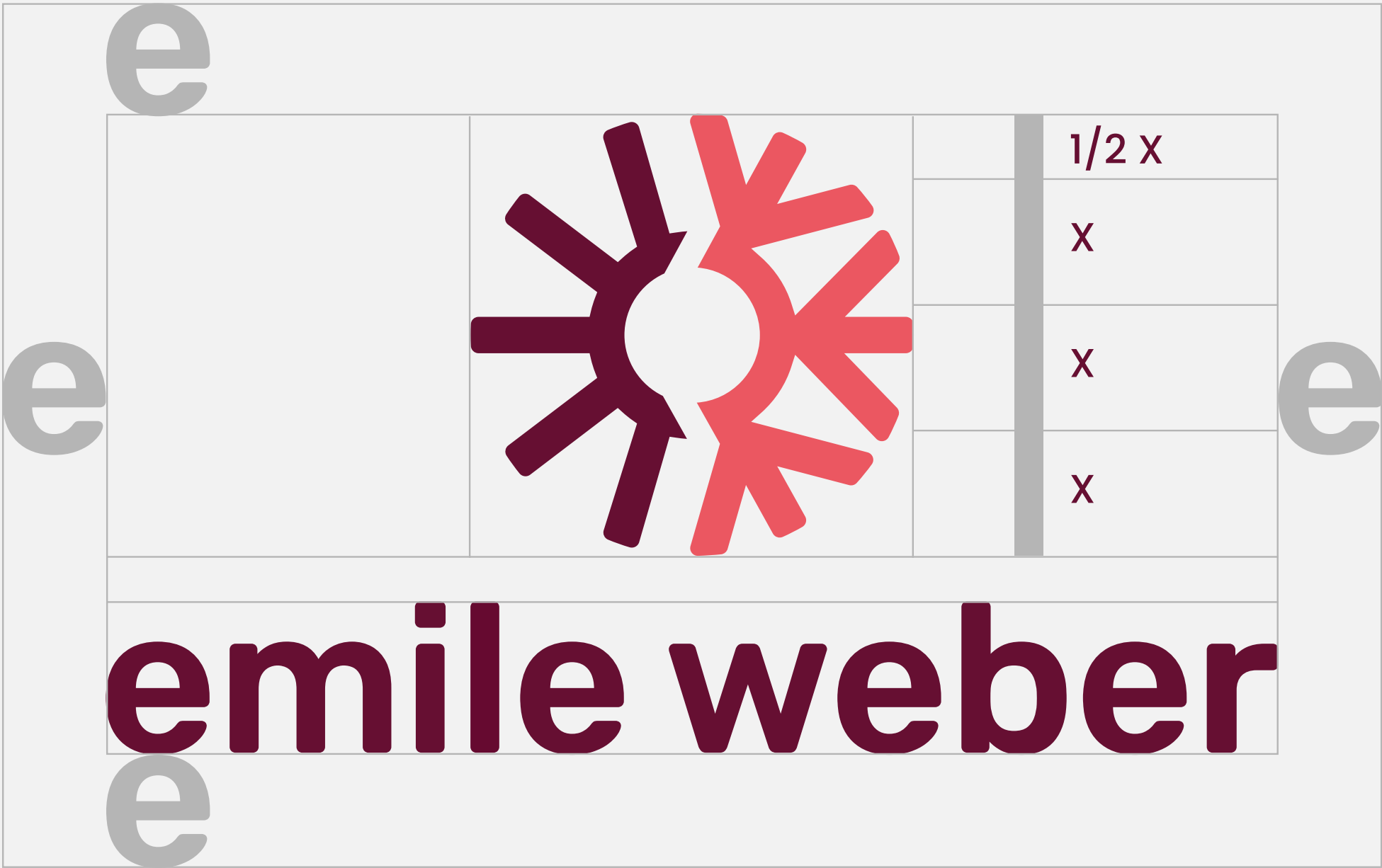
*In den meisten Fällen soll das vorherige Logo im horizontalen Format angewendet werden. Jedoch ist dies in manchen Anwendungsgebereichen nicht möglich, somit wird auch eine vertikale Version des Logos angeboten.*



# Logo (avec zone de protection) / (mit Schutzzone)

Pour la version verticale du logo, une moitié de « x » est ajoutée en hauteur afin de maintenir un équilibre proportionnel et d'éviter un élargissement excessif, contrairement au logo horizontal.

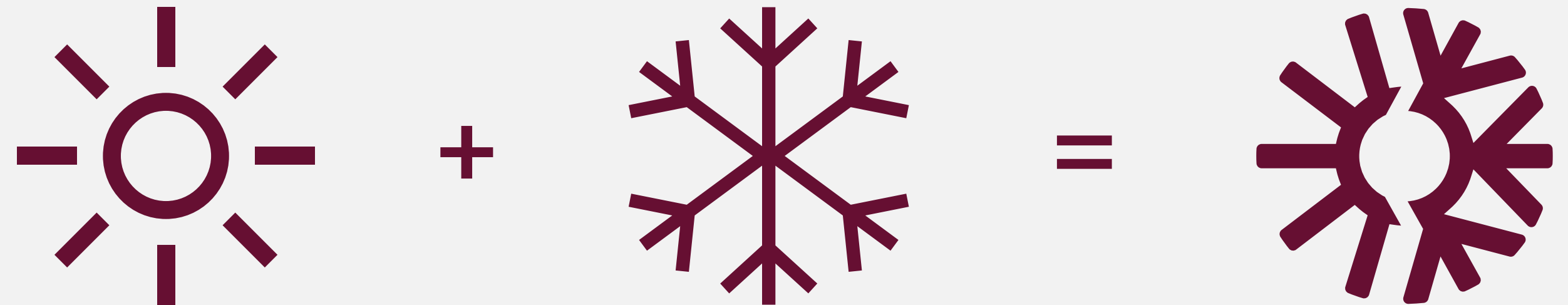
*Bei der vertikalen Version des Logos wird in der Höhe noch ein halbes x hinzugefügt damit es proportional ausgeglichen aussieht und sich nicht zu sehr in die Breite zieht wie das horizontale Logo.*



## Signification du logo / Bedeutung des Siegels

Le nouveau logo est composé des mêmes symboles que l'ancien logo – le soleil et le flocon de neige. Ces symboles représentent respectivement les vacances d'été et les vacances d'hiver.

*Das neue Siegel setzt sich aus den gleichen Symbolen zusammen wie das alte Siegel – Sonne und Schneeflocke. Diese Symbole stehen für Sommer- bzw. Winterurlaub.*



## Identité de marque / Logo System

Notre identité de marque fonctionne comme une boîte à outils complexe, dont les composants sont conçus pour fonctionner harmonieusement ensemble afin de répondre à tous les besoins en communication.

*Unser Markenidentitätssystem besteht aus einem komplexen Werkzeugkasten, dessen Bestandteile so konzipiert sind, dass sie harmonisch zusammenarbeiten, um alle Kommunikationsbedürfnisse zu erfüllen.*



**emile weber**



## Logo horizontal avec signature / Horizontales Logo mit Markenclaim



## Logo vertical avec signature / Vertikales Logo mit Markenclaim



## Couleurs alternatives / Farbalternativen



**Logo en positif et en négatif / Logo in positiv und negativ**



## Do's & Don'ts

1) N'utiliser aucune couleur en dehors de la palette de couleurs prédéfinie 2) Ne pas utiliser de contours sur le logo 3) Ne pas changer la couleur du nom 4) Ne pas utiliser le logo sur des arrière-plans qui risquent de le rendre illisible

1) Keine Farben ausserhalb der vorgegebenen Farbpalette nutzen 2) Keine Umrisse/Konturen beim Siegel nutzen 3) Nicht die Farbe des Namens ändern 4) Das Logo nicht auf Hintergründen nutzen welche zur Unleserlichkeit neigen

1



2



3



4



## Do's & Don'ts

1) Ne pas modifier l'espacement entre les lettres  
2) Ne pas utiliser d'ombres 3) Ne pas changer l'alignement 4) Ne pas déformer le logo

1) Nicht den Zeilenabstand verändern 2) Keine Schatten verwenden 3) Nicht die Ausrichtung verändern 4) Nicht das Logo verzerren

1



2



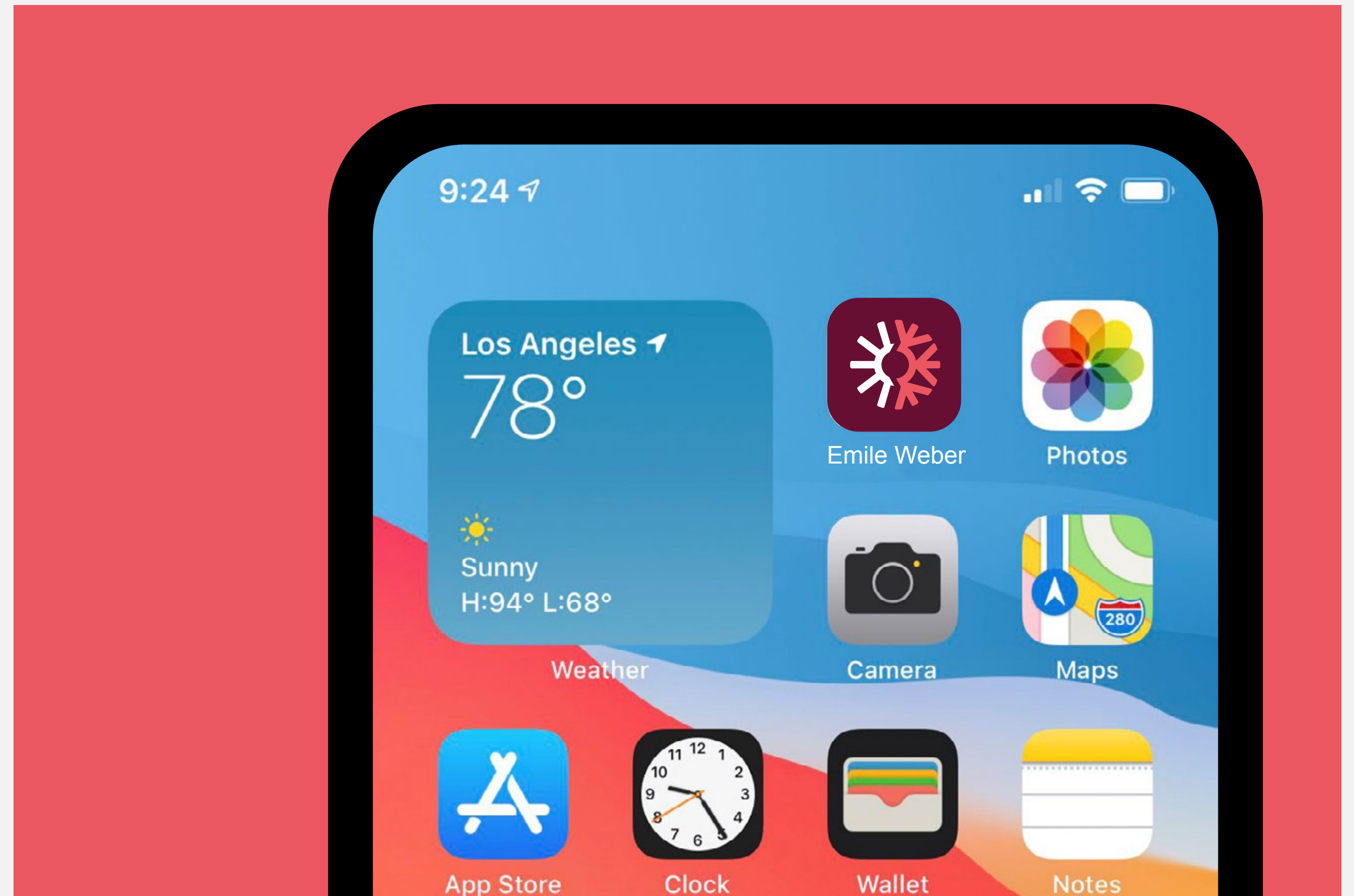
3



4



## Favicon



## Piktogramme / Pictogramme

Reisen / Voyages



Mobilität / Mobilité



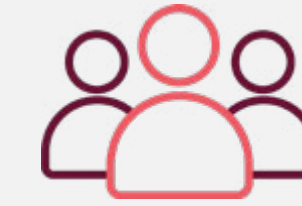
Tagesreise /  
Voyage d'un jour



Buslinien /  
Ligne de bus



Gruppen / Groupes



Business



Jobs



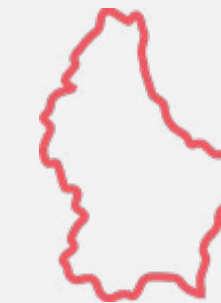
Kataloge / Catalogues



Kreuzfahrten /  
Croisière



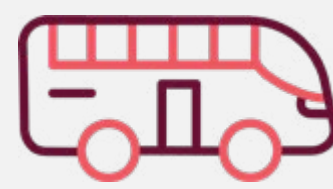
Gemeinden /  
Communes



Reiseagentur /  
Agence de voyage



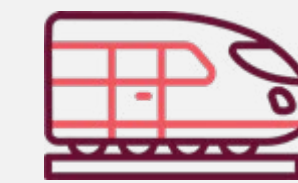
Busreisen /  
Voyage en bus



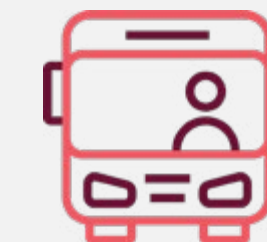
Flugreisen /  
Voyages en avion



Zugreisen /  
Voyage en train



Busanmietung 02 /  
Location de bus 02



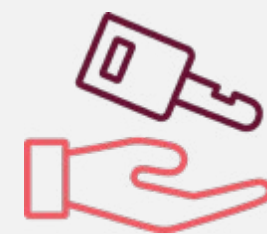
Webtaxi



eNews



Busanmietung 01 /  
Location de bus 01



Webcamper



# Police / Schrift



## Police / Schrift

La police Rubik est utilisée dans le logo. Cette police peut être utilisée pour les titres, aussi bien en format numérique que pour l'impression.

Vous pouvez la télécharger gratuitement ici :

<https://fonts.google.com/specimen/Rubik>

*Die Rubik Schrift wird in der Schriftmarke angewandt. Diese Schrift kann für Überschriften genutzt werden, digital als auch im Printbereich. Sie kann hier kostenlos heruntergeladen werden :*

<https://fonts.google.com/specimen/Rubik>

Rubik Light -

**Rubik ExtraBold**

# Rubik

AaBbCcDdEe

AaBbCcDdEe

*AaBbCcDdEe*

**AaBbCcDdEe**

**AaBbCcDdEe**

**AaBbCcDdEe**

## Police / Schrift

La police Poppins est utilisée pour les textes courants et autres textes. Elle peut être utilisée aussi bien en format numérique que pour l'impression. Vous pouvez la télécharger gratuitement ici :

<https://fonts.google.com/specimen/Poppins>

*Die Schrift Poppins wird für Fließtexte und sonstige Texte verwenden. Sie kann kann digital als auch im Printbereich genutzt werden. Sie kann hier kostenlos heruntergeladen werden :*

<https://fonts.google.com/specimen/Poppins>

Poppins Light -

**Poppins ExtraBold**

# Poppins

AaBbCcDdEe

AaBbCcDdEe

*AaBbCcDdEe*

AaBbCcDdEe

**AaBbCcDdEe**

**AaBbCcDdEe**

## Police alternative / *Schriftalternative*

Cette police fonctionne à 100 % aussi bien sur PC que sur Mac, ainsi que sur tous les principaux navigateurs et plates-formes de messagerie électronique.

*Diese Schriftart funktioniert zu 100 % sowohl auf dem PC als auch auf einem Mac und auf allen führenden Browsern und E-Mail-Plattformen.*

Verdana Regular -  
**Verdana Bold**

# Verdana

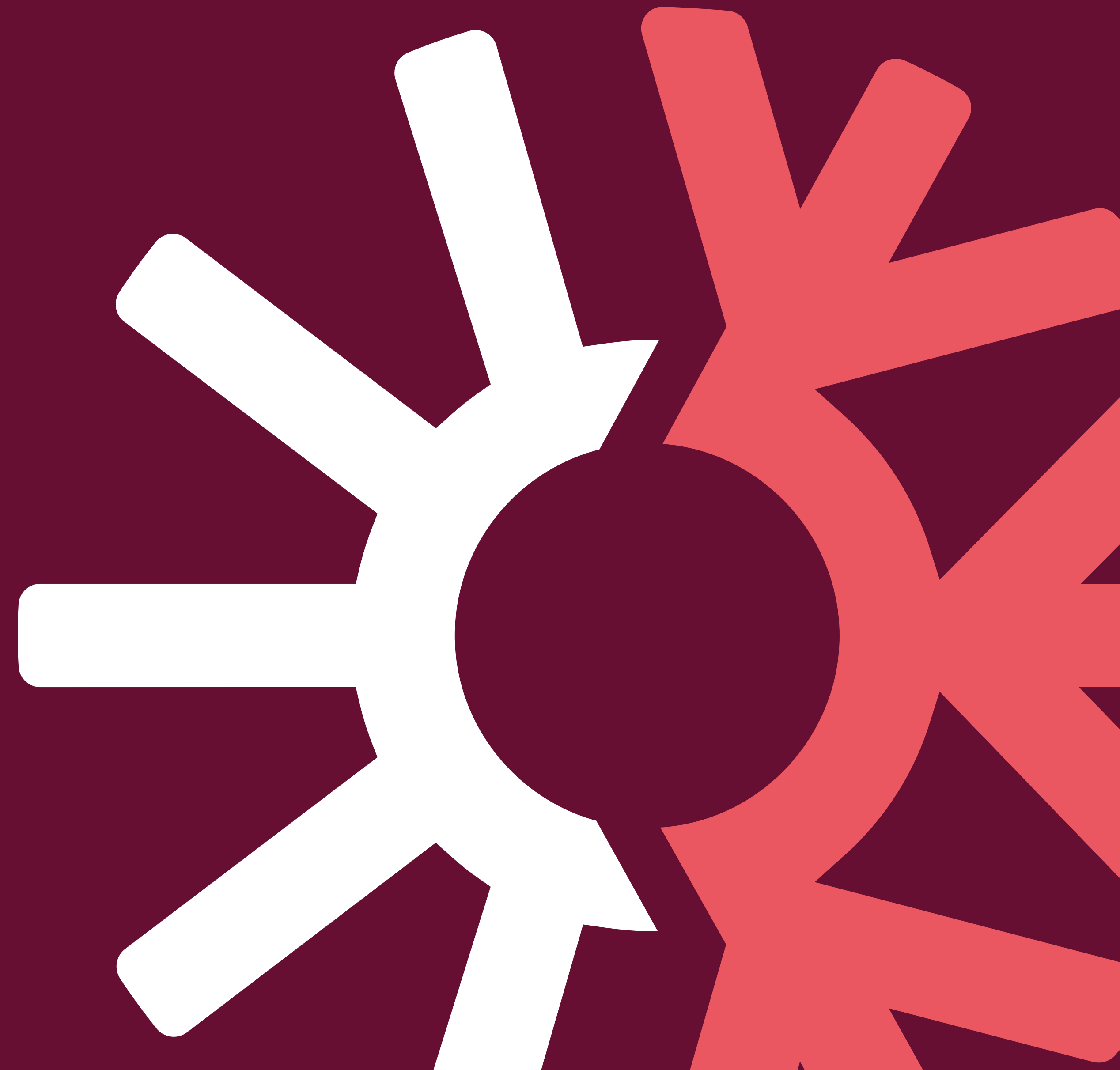
AaBbCcDdEe

*AaBbCcDdEe*

**AaBbCcDdEe**

***AaBbCcDdEe***

# Couleurs / Farben



Couleurs / Farben

Light Coral et Burgundy sont les couleurs principales de la marque Emile Weber.  
*Light Coral und Burgundy sind die Hauptfarben der Marke emile weber.*

# Light Coral

**CMYK**  
0% 80% 51% 0%

**PANTONE**  
2345 C  
2345 U

**RGB**  
235, 87, 97

#eb5761

# Burgundy

**CMYK**  
45% 100% 50% 60%

**PANTONE**  
4074 C  
4074 U

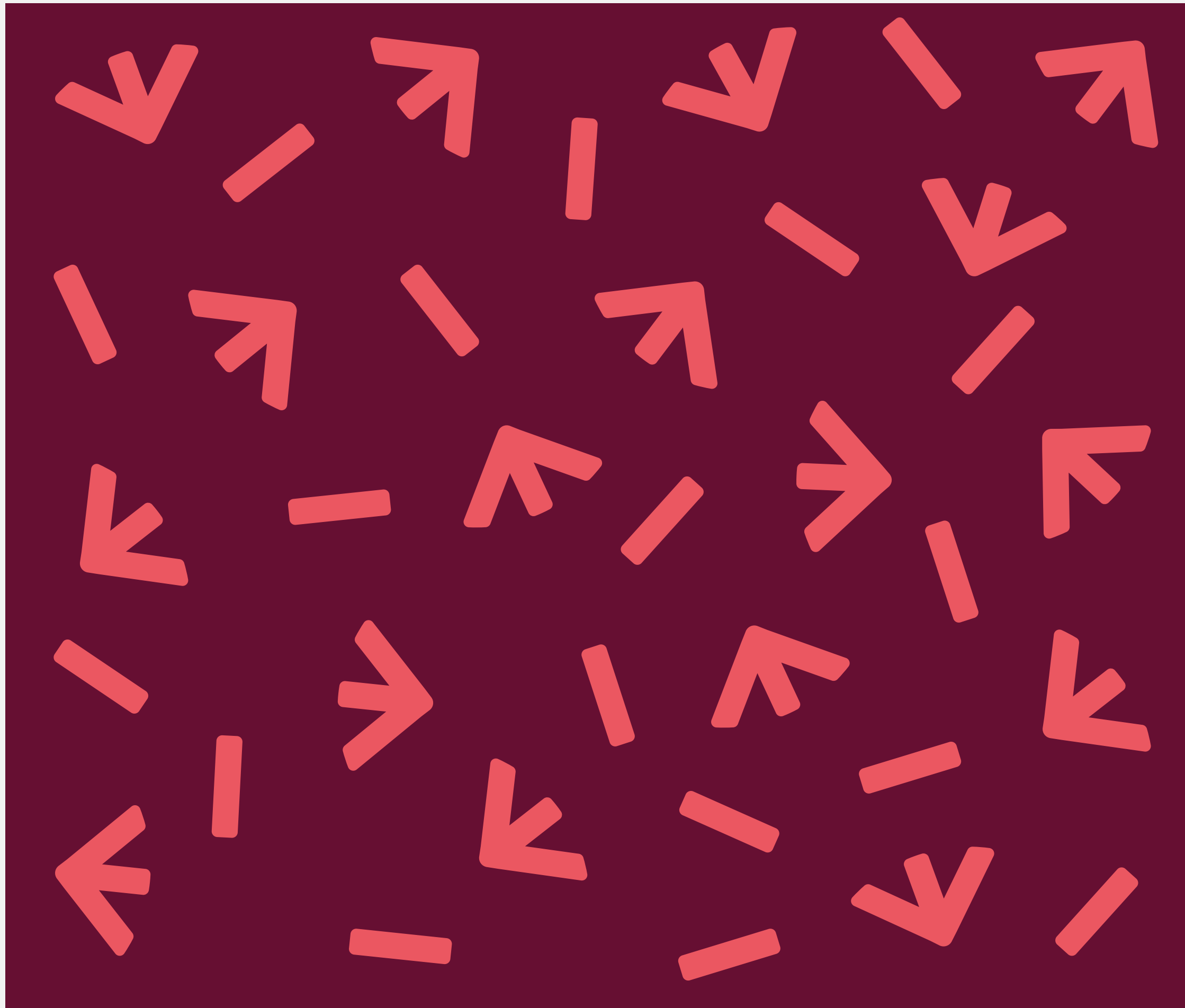
**RGB**  
102, 15, 50

#660f32

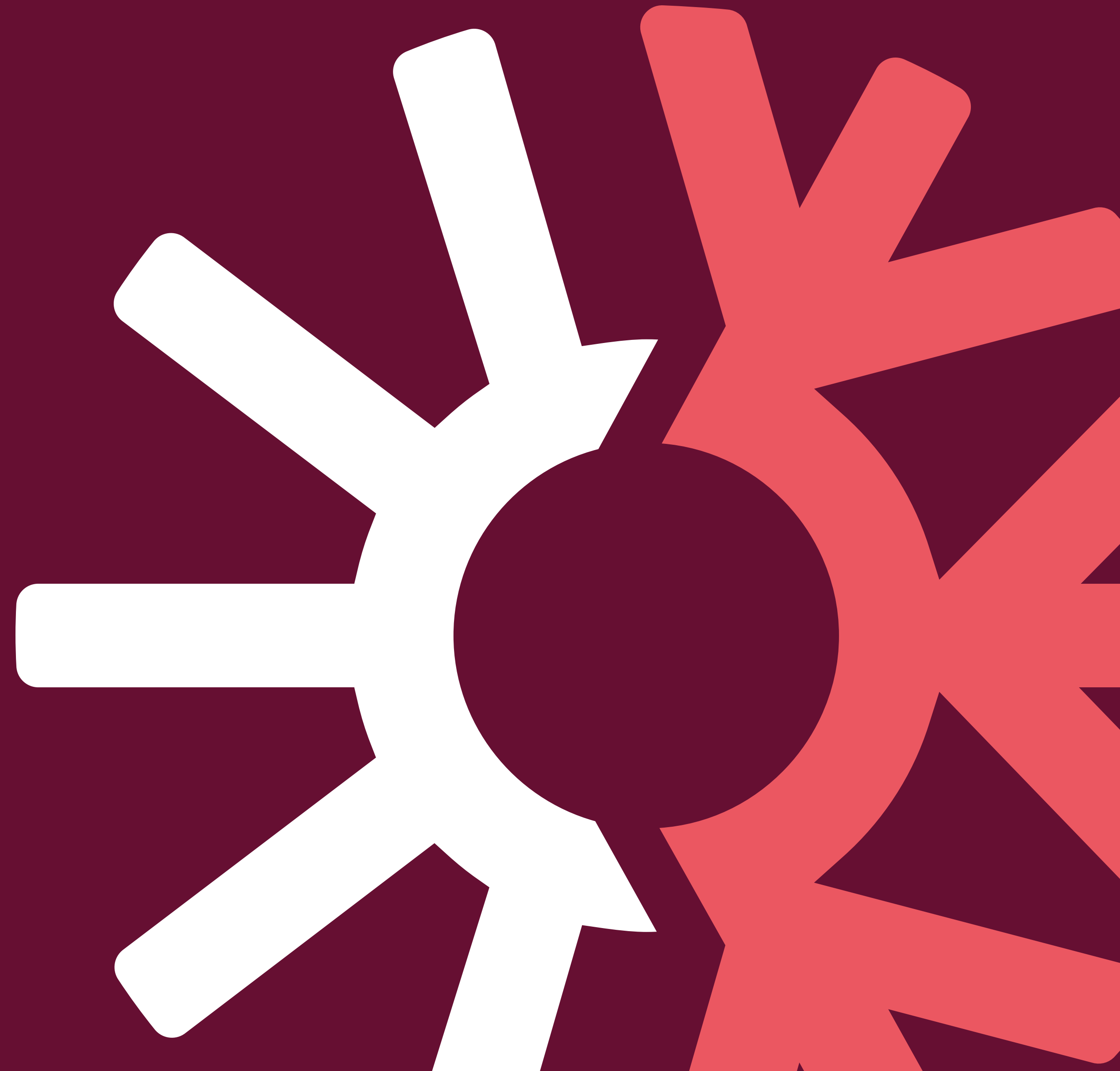
# Motif de marque / Markenmuster



## Motif de marque / *Markenmuster*



# Style de photos / Bildstil



## Do's

Le style photographique d'emile weber s'inspire de photos naturelles, sans filtres de couleur ni retouches.

*Der Bildstil von emile weber orientiert sich an natürlichen Fotos, ohne farbigen Filter oder sonstigen Bearbeitungen.*

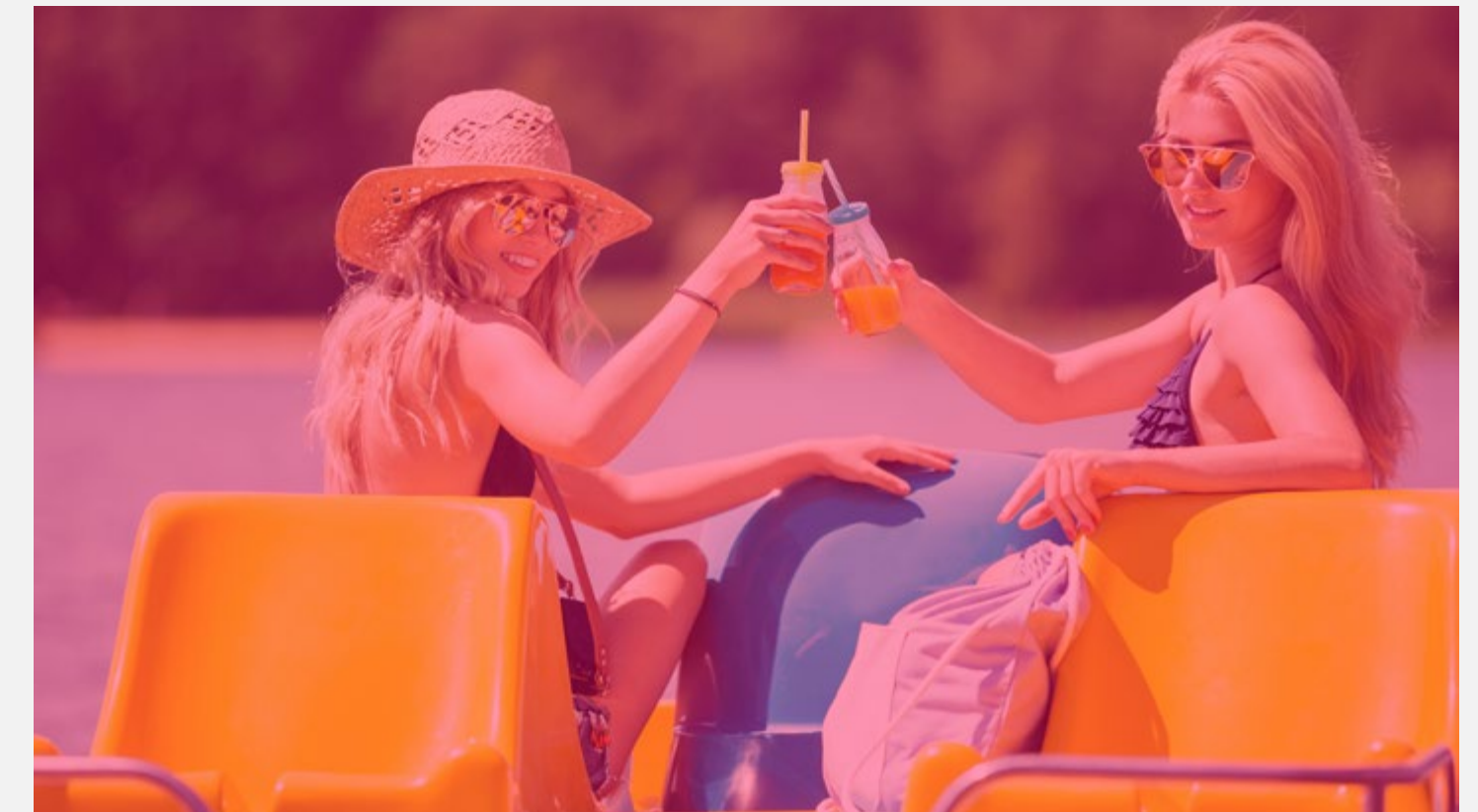


## Dont's

(éviter si possible)  
(wenn möglich vermeiden)

1) Pas de photos en studio + pas d'émotions exagérées 2) Pas de scènes posées 3) Pas de filtres 4) Pas de lumière artificielle 5) Pas d'images pixélisées 6) Pas d'images déformées

1) Kein Studio Aufnahmen + keine übertriebenen Emotionen 2) Keine gestellten Szenen 3) Keine Filter 4) Kein unnatürliches Licht 5) Keine verpixelten Bilder



# Applications / Anwendungen



Social Media



Poster



## Objets / Gegenstände



## Objets / Gegenstände





PARFUMERIES **MILADY** EXCLUSIVES



WTFDEC  
MAH  
RADSC  
Möglichkei  
in DZ  
MALAY