
Votre plateforme de marque

Ocean Summits, avec sa piste retenue : La pointe

Le document qui reste.

Vous avez choisi la piste A. Ce dossier la développe en entier, avec votre plateforme de marque. C'est lui que vous transmettez à votre imprimeur, à celui qui fera votre site ou à votre agence : il est écrit pour eux autant que pour vous.

Comment le lire. La première partie dit qui vous êtes, à qui vous parlez et comment. La seconde dit comment votre identité s'emploie : le logo, le signe et ses deux états, les couleurs, la typographie, la photographie, le compteur, puis les applications. La dernière page liste vos fichiers.

Ce qui vous a fait choisir, dans vos mots : « utiliser la lettre A pour symbole de sommet et d'étrave est simple et pertinent », et « la manière d'utiliser ce logo (le A) dans plein d'applications ». Ce dossier garde les deux : un seul dessin, et beaucoup d'usages.

Pas de saison morte.

Le concept. Un projet de course au large vit au rythme des départs, avec de longs intervalles sans course. Ocean Summits a une seconde saison, en montagne, et votre calendrier la place dans ces intervalles : en 2027, 67 jours de navigation, 40 de montagne et 50 de course ; en 2028, 44, 30 et 110 ; en 2029, 42, 50 et 20, selon votre dossier partenariat. Vous l'aviez écrit vous-même : la montagne apporte au projet une visibilité et une activation à l'année. Le concept ne s'invente pas, il se relève dans votre dossier.

Ce qu'il répond à celui qui signe. Sa crainte : payer pour des mois où il ne se passe rien de visible. Le concept ne promet aucun retour chiffré. Il montre un calendrier plein.

Votre marque en une phrase.

Ocean Summits emmène un partenaire du départ du Vendée Globe 2028 jusqu'aux 82 sommets de plus de 4 000 mètres des Alpes : un même skipper, deux terrains, trois saisons, et de quoi prendre la parole toute l'année, y compris quand le bateau est à quai.

La phrase est écrite pour être répétée par un directeur marketing à sa direction. Elle ne contient ni superlatif, ni promesse de résultat sportif, ni chiffre d'audience. Sa seconde moitié ne se transpose à aucun autre skipper de 2028.

Ce que vous pouvez dire, et ce qui le prouve.

1. Crédible sur les deux terrains. Double champion du monde de ski freeride, quatre victoires à l'Xtreme de Verbier ; champion du monde de Class40 en 2022, deux top 5 sur la Transat Jacques Vabre, quinze ans de course au large, dix transatlantiques. *Ce qu'il permet de dire* : vous connaissez les deux milieux de l'intérieur. *Ce qu'il interdit* : promettre une performance au Vendée Globe.

2. Un calendrier plein sur trois ans. Les jours de navigation, de montagne et de course de votre dossier, et « environ 35 jours effectifs de grimpe » pour les 82 sommets, logés entre les courses. *Ce qu'il permet de dire* : il se passe quelque chose à montrer chaque mois. *Ce qu'il interdit* : annoncer des dates de sommets ou d'événements partenaires qui ne sont pas fixées.

3. Une matière qui se transmet. Le kit pédagogique de la Transat Jacques Vabre 2023 et ses « +1 600 écoles touchées » ; le bilan presse 2021/22 de votre équipe précédente, « 551 retombées médias » ; une équipe de communication et de relations presse. Ces chiffres sont ceux de votre dossier, cités comme tels. *Ce qu'il permet de dire* : le partenaire repart avec des contenus, des invités emmenés et des traces de présence qu'il peut montrer. *Ce qu'il interdit* : présenter les retombées d'un projet passé comme celles du projet à venir.

L'entreprise qui finance un bateau.

Qui décide. L'entreprise qui finance votre bateau et son fonctionnement. Pour le club, à partir de [montant masqué] par an, un dirigeant de PME ou son responsable de la communication. Pour les formats premium et titre, à partir de [montant masqué] par an, une direction marketing, communication ou RSE. Dans tous les cas, au moins deux personnes : celle qui vous reçoit, et celle qui signe sans vous avoir rencontré.

Montants du dossier partenariat masqués pour la publication.

Deux terrains, deux portes d'entrée. Certaines entreprises viendront pour la course, d'autres pour la montagne. Les deux se présentent à égalité : aucune n'est le décor de l'autre.

L'objection, dans vos mots : « les projets course au large coutent chère et il est difficile en amont de prouver son efficacité et donc de promettre un retour sur investissement ».

La réponse, en trois temps.

1. On ne promet pas de retour chiffré. Vous vous l'interdisez, et ce serait faux.
2. On s'engage sur ce qui se compte : un calendrier daté sur trois ans, le compteur des sommets qui montre ce qui est fait, et un bilan régulier de ce qui a été produit et publié pour le partenaire.
3. On permet de commencer petit : le club existe pour essayer avant d'engager davantage.

L'émotion visée. La fierté d'avoir amené son entreprise sur un projet que personne d'autre ne porte, et la tranquillité d'avoir chaque mois quelque chose à montrer.

Et après la signature. Une fois les partenaires acquis, la cible change : le grand public et la presse. Votre identité est faite pour les deux temps ; ce dossier parle d'abord du premier.

Ce que vous dites, à l'oral comme à l'écrit.

Votre pitch de trente secondes. Vous connaissez le Vendée Globe : un tour du monde en solitaire, et pour un partenaire, une visibilité très forte, concentrée sur quelques mois. Ocean Summits y ajoute une seconde saison. Aurélien Ducroz, double champion du monde de ski freeride et champion du monde de Class40, prépare le Vendée Globe 2028 et gravit en parallèle les 82 sommets de plus de 4 000 mètres des Alpes. Pour vous, cela veut dire trois ans de prises de parole sans saison morte, et des invités qu'on emmène à bord comme en altitude. On peut commencer par le club.

Vos signatures, en français. Le nom Ocean Summits est une marque et n'a pas à être traduit ; une signature qui l'accompagne, si.

SIGNATURE	FAMILLE	À SAVOIR
Pas de saison morte.	Prise de position	Vit à côté du nom, jamais sans lui
De la mer aux 4 000.	Descriptive	Comprise tout de suite, protège peu
Zéro mètre, quatre mille mètres.	Jeu de langue	Vraie au mètre près, plus longue

Réponses types.

CE QU'ON VOUS DIT	CE QUE VOUS RÉPONDEZ
« C'est trop cher »	Le club commence à [montant masqué] par an, sur trois saisons. C'est fait pour essayer avant d'aller plus loin.
« On ne pourra pas mesurer »	On ne vous promet pas de chiffre. Le compteur montre ce qui est fait, et vous recevez régulièrement ce qui a été produit et publié pour vous.
« La voile, ce n'est que quelques mois »	Pas ici. La montagne tombe entre les courses : c'est le calendrier du projet.

Daté, à hauteur d'homme, franc.

Trois principes. *Daté* : chaque prise de parole porte un lieu, une heure ou un chiffre. *À hauteur d'homme* : on parle du terrain comme quelqu'un qui y est, pas comme un héros qui le domine. *Franc* : phrases courtes, affirmatives, aucun superlatif ; l'audace est dans ce qu'on montre, pas dans les adjectifs.

Huit règles, avec leur exemple.

1. **Datez tout.** « Aiguille Verte, 6 h 10. Troisième sommet de la saison. »
2. **Dites le terrain tel qu'il est.** « Moins douze au départ. On a attendu le jour. »
3. **Une phrase, une idée.** « Le bateau est au chantier. La saison continue ici. »
4. **Le fait remplace l'adjectif.** Pas « une aventure humaine extraordinaire » : « Trois ans, deux terrains, un calendrier que vous pouvez lire dès aujourd'hui. »
5. **Parlez au partenaire de ce qu'il reçoit.** « Six places à bord pour vos clients, en avril. »
6. **Mer et montagne au même niveau.** « En mer cette semaine, en cordée la suivante. »
7. **Vous pour les entreprises,** comme vous l'avez demandé ; sur vos réseaux, le registre reste à votre choix.
8. **Les chiffres viennent de vos résultats et de votre calendrier,** jamais d'une estimation.

Vos interdits, partout : le mot « leader » ; toute promesse de type « satisfait ou remboursé » ; la politique ; les superlatifs, dont « extraordinaire », « exceptionnel », « incroyable » ; « l'Everest des mers », formule de la course et non la vôtre ; toute allégation environnementale générale (« écologique », « durable », « Powered by Nature ») sans programme et mesure nommés.

Quatre décisions, pour ne pas y revenir.

1. **Le nom : Ocean Summits.** « Problème de propriété sur Ocean Peak d'où le changement ». « Mer & Montagne » reste un thème, jamais un nom.
2. **Le logo reste monochrome ; vos couleurs sont celles de votre dossier : bleu marine, blanc, bleu ciel et or.** L'orange de votre dossier en sort. Le bleu ciel retenu est le bleu moyen de votre dossier, #2F5A8C ; s'il vous en faut un plus clair, il se remplace sans toucher au reste.
3. **Le registre : vous, quand vous vous adressez à un partenaire potentiel.**
4. **La piste : A, « La pointe », sans ajustement demandé.**

La même pointe.



EN MONTAGNE, EN MER : UN SEUL DESSIN

LA MÊME POINTE.

OCEAN SUMMITS

Photos : votre dossier partenariat

En montagne, le sommet ; en mer, l'étrave : le même dessin, tourné d'un quart. Photos de votre dossier partenariat

Votre mot, gardé et rendu utilisable.



Votre verrouillage d'origine, relevé tel quel



Le logo principal : le mot seul

Aucune lettre n'a été redessinée. Votre logo a été relevé sur votre fichier et le tracé recouvre votre dessin à 98,6 %, sans écart visible. Vous l'aviez fourni en PNG noir de 342 pixels de haut ; il existe désormais en vectoriel, en bleu marine, en blanc et en noir.

Deux formes, deux usages. Le *logo principal*, le mot seul, sert partout où la place est comptée : en-tête de site, signature, réseaux, documents. Le *verrouillage d'origine*, avec « Vendée Globe 2028 · 82 x 4000 » et votre nom, sert là où il a la place de se lire : couverture de dossier, kakémono, véhicule.

Monochrome, toujours. Bleu marine sur clair, blanc sur les bleus et sur les photos sombres, noir pour une impression à une couleur. Jamais en or, jamais en bleu ciel.

Le sommet partout, l'étrave en mer.



Λ · LE SOMMET

L'état de référence. Il est dans le nom, dans l'avatar, sur tout premier contact.



> · L'ÉTRAVE

Le même dessin tourné d'un quart. Vu du ciel, c'est la proue, et elle pointe le cap.



V · ÉCARTÉE

Elle se lit lettre V, coche ou flèche vers le bas : pour un projet qui monte, c'est le mauvais sens.

LE NOM NE CHANGE JAMAIS

OCEAN SUMMITS

Votre mot garde son A sans barre, pointe en haut, partout. Un nom qui change de lettre selon le terrain n'est plus retrouvé par celui qui le cherche après un rendez-vous.




L'avatar, le casque, le tableau arrière portent le sommet. L'étrave ne vit que dans les compositions : publications de mer, couvertures, vidéo, site.

EN MONTAGNE



EN MER

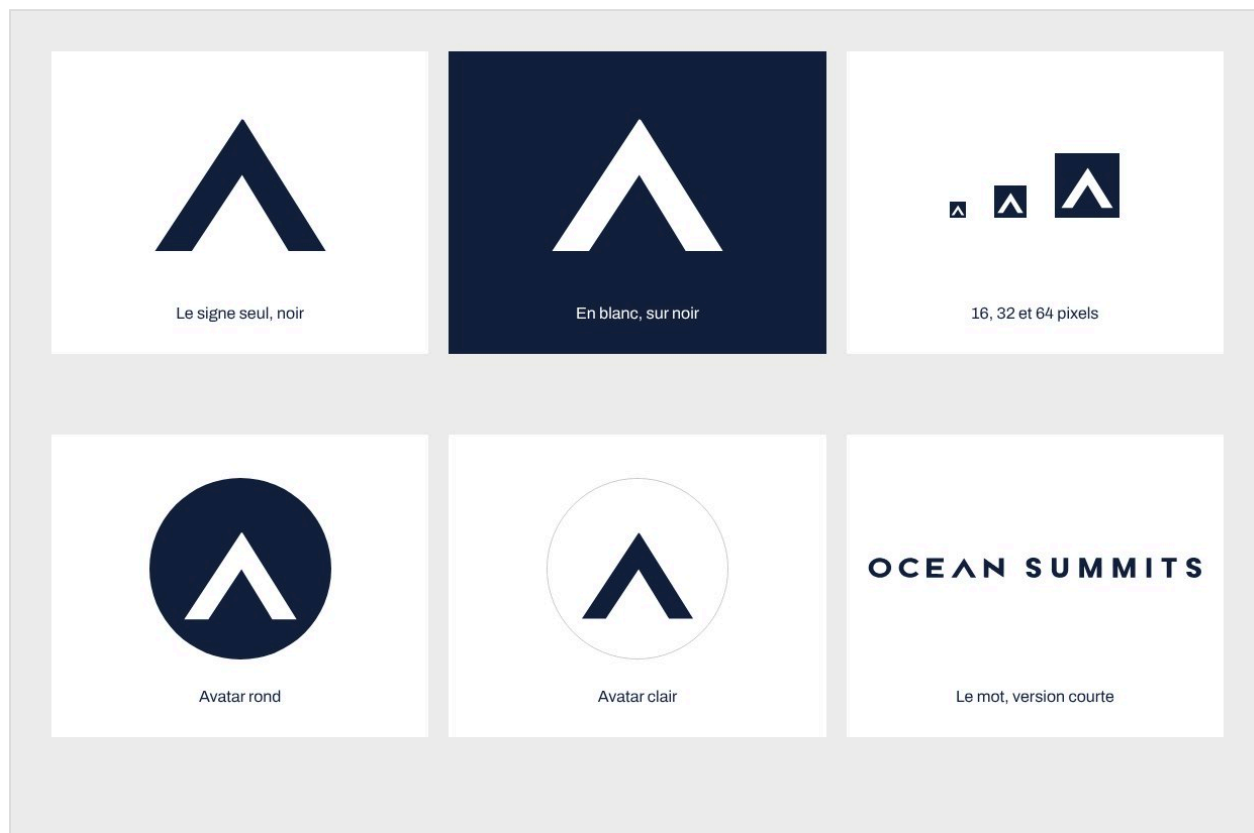


Le sommet, l'étrave, la version écartée, et les règles

La pointe est le A de votre mot, extrait tel quel. Elle a deux états, et c'est le même fichier tourné d'un quart.

- **Le sommet** (Λ) est l'état de référence : dans le nom, dans l'avatar, sur le casque, le tableau arrière, et sur tout premier contact.
- **L'étrave** (>) ne vit que dans les compositions de mer : publications, couvertures, vidéo, site. Elle pointe toujours le cap, vers la droite.
- **Le nom ne change jamais.** On n'écrit pas le mot avec l'étrave : celui qui vous cherche après un rendez-vous doit retrouver le même mot partout.

Petit, rond, monochrome : il tient.



À 16, 32 et 64 pixels, dans l'avatar rond et sur clair. À 16 pixels, 79 niveaux de gris survivent ; dans l'avatar, aucune encre ne sort du disque

DEUX LECTURES À SURVEILLER

Seul et très petit, le sommet peut se lire comme une tente, et l'étrave comme la flèche « suivant » d'un écran. Les deux se contiennent par les mêmes règles : l'avatar porte le sommet, jamais l'étrave ; le signe ne paraît jamais seul sur un premier contact ; en grand, la pointe peut sortir du format par les côtés, jamais à travers son ouverture, et l'étrave garde toujours sa pointe dans l'image.

Respirer, rester lisible, ne pas déformer.

MINI-CHARTE
RESPIRER, RESTER LISIBLE, NE PAS DÉFORMER.

Zone de protection du logo : la hauteur H d'une capitale, tout autour. Rien n'y entre, ni texte, ni bord de page.

Autour du signe : la moitié de sa hauteur.

OCEAN SUMMITS
Logo principal
30 mm, 160 px minimum

OCEAN SUMMITS
VERDEE GLOBE 2022 · 82 · 4000
AURELIEN DUCROZ
Verrouillage d'origine
60 mm, 320 px minimum

Signe
5 mm, 16 px minimum

FONDS AUTORISÉS

MARINE SUR BLANC

BLANC SUR MARINE

BLANC SUR BLEU CIEL

BLANC SUR PHOTO SOMBRE

À NE JAMAIS FAIRE

LOGO EN OR

LOGO DÉFORMÉ

ÉTRAVE EN AVATAR

BLEU CIEL SUR MARINE

Zones de protection, tailles minimum, fonds autorisés et interdits

Zone de protection. Autour du logo, la hauteur H d'une capitale ; autour du signe, la moitié de sa hauteur. **Tailles minimum.** Logo principal : 30 mm ou 160 pixels de large. Verrouillage d'origine : 60 mm ou 320 pixels. Signe : 5 mm ou 16 pixels. **Fonds.** Blanc, bleu marine, bleu ciel, ou une photo assez sombre pour le logo blanc.

Vos quatre couleurs, et leur place.

Blanc

dominante des documents

Bleu marine

le logo, le texte, les ombres des photos

Bleu ciel

surfaces

Or

Part de surface voulue, en ordre de grandeur, sur les documents. Sur ce qui se montre, la photographie domine. Elle passe en camaïeu de vos deux bleus : elles restent monochromes, comme votre logo.

Ce que chaque couleur occupe, en ordre de grandeur

COULEUR	HEXADÉCIMAL	RVB	CMJN (FOGRA39)	RÔLE
Bleu marine	#14213D	20 · 33 · 61	98 · 68 · 0 · 82	le logo, le texte, les ombres
Blanc	#FFFFFF	255 · 255 · 255	0 · 0 · 0 · 0	le papier, le logo sur les bleus
Bleu ciel	#2F5A8C	47 · 90 · 140	84 · 51 · 1 · 35	surfaces, demi-teintes, sommets à venir
Or	#C9A84C	201 · 168 · 76	25 · 32 · 82 · 3	surtitres et chiffres, sur le marine

ASSOCIATION	CONTRASTE	VERDICT
Blanc sur bleu marine	15,97:1	texte courant
Blanc sur bleu ciel	7,09:1	texte courant
Or sur bleu marine	6,99:1	texte courant
Bleu ciel sur bleu marine	2,25:1	interdit pour du texte
Or sur blanc	2,29:1	interdit

À l'impression. Un aplat marine pleine surface est chargé en encre : il se valide sur un bon à tirer et s'évite sur papier non couché. L'or se tire en quadrichromie, sans encre métallisée. Les valeurs CMJN sont celles de vos PDF : elles font foi pour l'imprimeur.

Archivo, large comme votre mot.

Archivo, retenue Omnibus-Type, Buenos Aires. Large et dense, comme votre mot	PAS DE SAISON MORTE
Anybody Etcetera Type. Plus large encore, plus fantaisiste en bas de casse	PAS DE SAISON MORTE
Calibri, celle en place La police de votre dossier partenariat	Non reproduite ici : c'est une police système Microsoft, sous licence commerciale, qui ne s'embarque pas dans un document livré. Elle est sur tous les ordinateurs, donc elle ne distingue personne.

Archivo, comparée à Anybody et à Calibri

Une seule famille, deux largeurs. *Archivo* en largeur maximale et en extra-gras, en capitales, pour les titres, les surtitres et les chiffres : elle prolonge la largeur de votre mot sans le copier. *Archivo* en largeur normale, en romain, pour le texte courant, les tableaux et les documents. La famille est de la fonderie Omnibus-Type, sous licence libre SIL OFL 1.1 : vous l'installez partout sans rien payer, et le fichier est dans votre kit.

Ce qui la remplace quand elle manque. Dans un courriel ou un document bureautique sans la police installée : Arial. Jamais Calibri pour un document de marque.

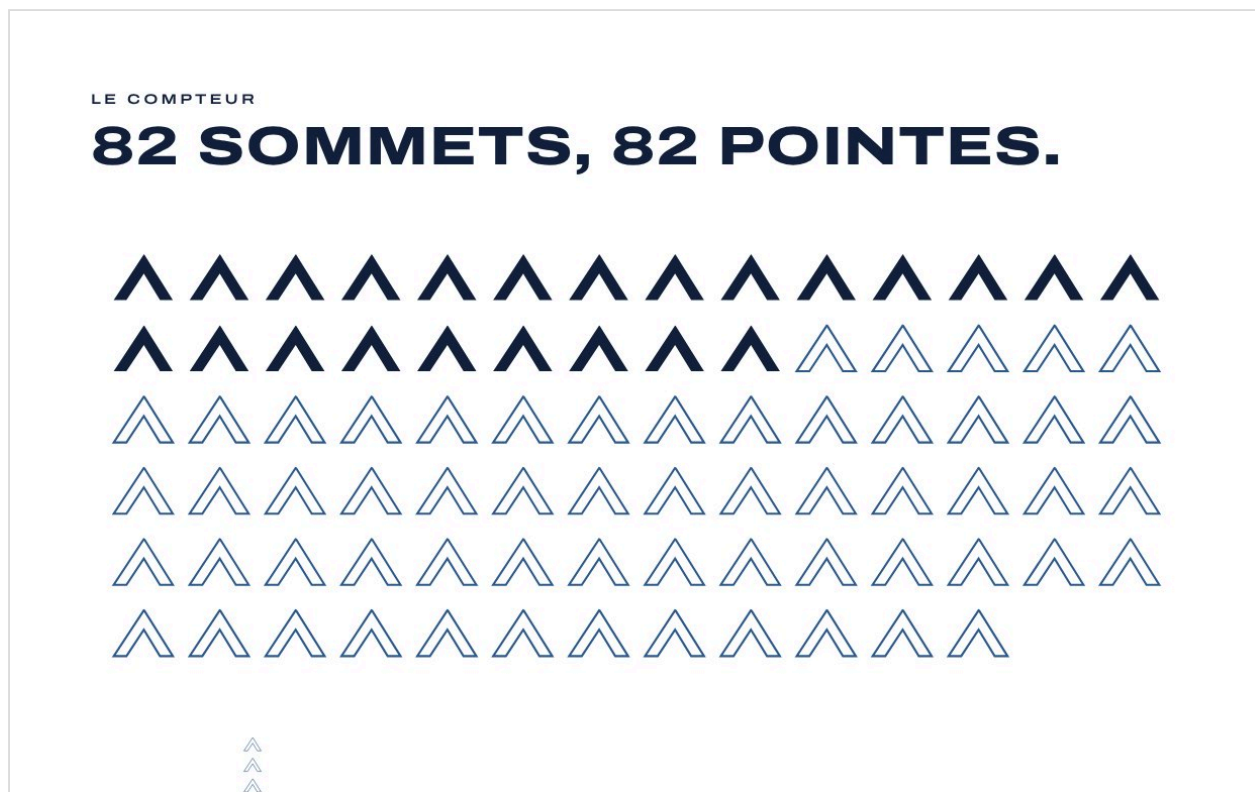
Vos photos, en camaïeu de vos bleus.

Le principe. Vos photos passent en camaïeu : les ombres vont au bleu marine, les gris moyens au bleu ciel, les blancs à un blanc légèrement bleuté (#ECF1F7). L'identité reste monochrome jusque dans l'image, et la pointe s'y pose en blanc.

La recette, pour votre graphiste. Convertir en niveaux de gris, renforcer légèrement le contraste, puis appliquer un dégradé de couleur à trois points : noir vers #14213D, gris 50 % vers #2F5A8C, blanc vers #ECF1F7. Dans Photoshop, c'est une couche de réglage « Courbe de transfert de dégradé » ; dans Lightroom, un virage partiel.

Choisir la photo. Une image en camaïeu n'a que sa lumière pour vivre : préférez les photos contrastées, où le sujet laisse de la place à la pointe. **Les bateaux photographiés aujourd'hui portent les couleurs d'anciens partenaires** : pour un document qui vend le naming, remplacez-les par des photos de l'IMOCA dès qu'elles existent.

82 sommets, 82 pointes.



Le compteur à 23 sommets, exemple fictif

Une pointe se remplit le soir où le sommet est gravi ; celles qui restent à faire sont dessinées en contour bleu ciel. **Elle ne se remplit jamais par anticipation** : le compteur dit ce qui est vrai ce jour-là, et c'est ce qui le rend crédible devant un partenaire. Il vit dans le coin de vos publications et devient le sujet tous les dix sommets. Le gabarit vide est dans votre kit.

La pointe porte son nom.

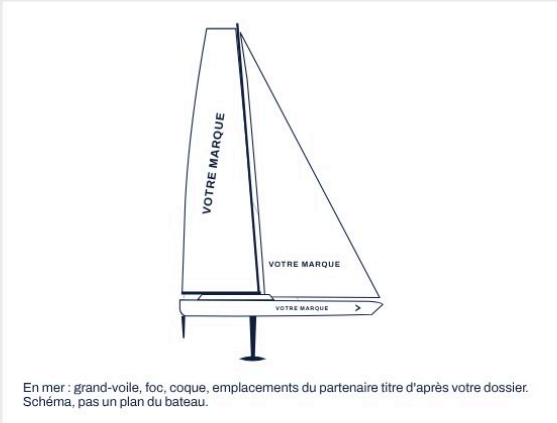
VOTRE MARQUE

Exemple fictif, écrit par Tavian

LA POINTE PORTE VOTRE NOM.



Le partenaire titre en tête. Votre dossier lui offre le naming du bateau et du projet. L'étrave se pose entre son nom et le vôtre et le pousse vers l'avant : le verrouillage se lit « votre marque, en route avec Ocean Summits ».



En mer : grand-voile, foc, coque, emplacements du partenaire titre d'après votre dossier. Schéma, pas un plan du bateau.



En montagne : casques, skis, parapente, d'après votre dossier. Photo de votre dossier.



INVITATION · À BORD
UNE JOURNÉE EN MER.
Six places, offertes à ses clients par **VOTRE MARQUE**

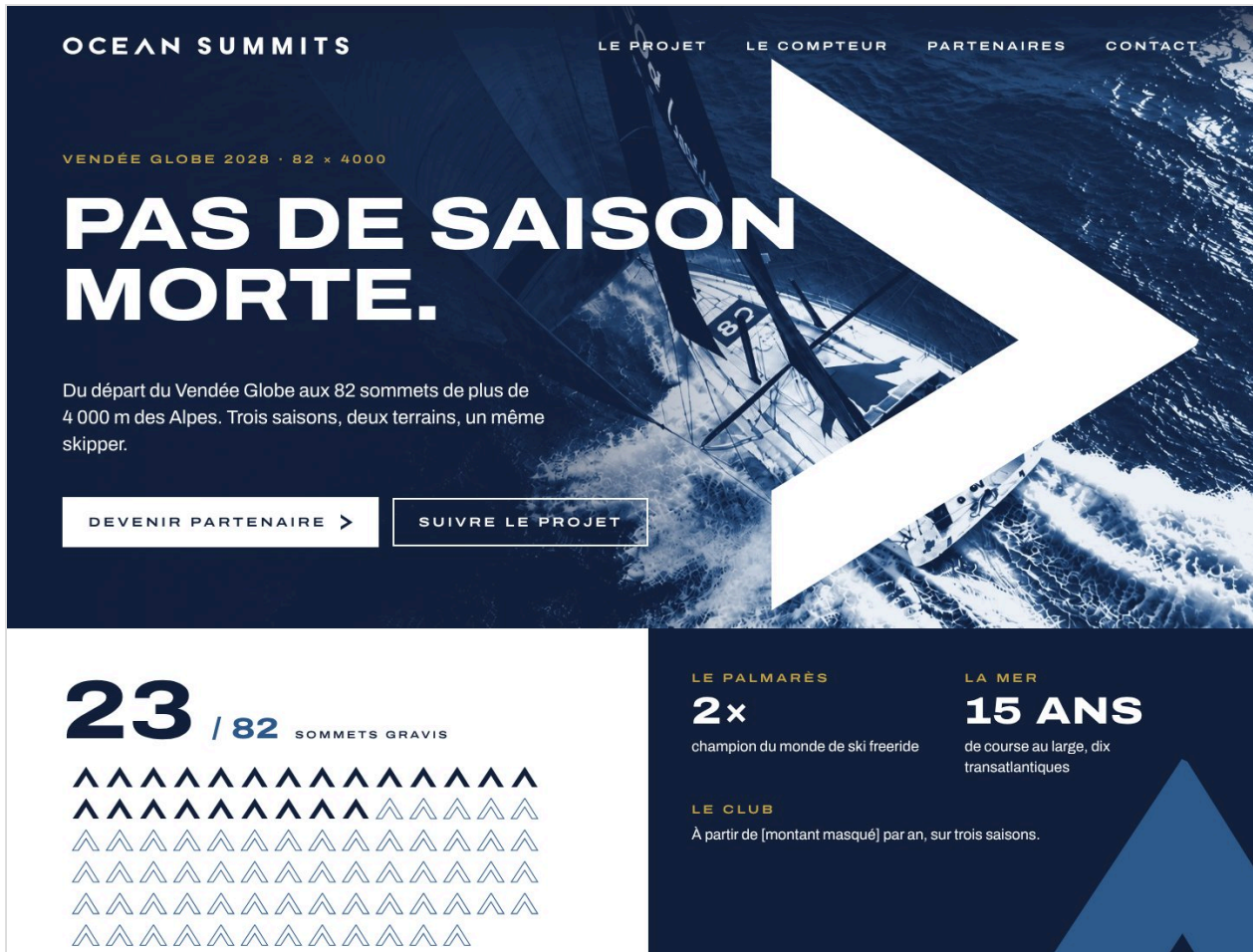


INVITATION · AU SOMMET
UN 4 000 EN CORDÉE.
Une cordée aux côtés d'Aurélien, offerte par **VOTRE MARQUE**

Le verrouillage du partenaire titre, ses emplacements en mer et en montagne, deux invitations. Exemples fictifs ; photos de votre dossier

Le verrouillage du partenaire titre. Son logo, l'étrave, puis votre logo principal, alignés sur la même ligne médiane, à la même hauteur optique. L'espace entre chaque élément vaut la hauteur H. L'étrave prend la couleur de votre logo. **La pointe se tourne vers le terrain qui parle au partenaire** : étrave pour l'entreprise attirée par la course, sommet pour celle qu'attire la montagne.

Votre site : l'étrave mène au bouton.



OCEAN SUMMITS

LE PROJET LE COMPTEUR PARTENAIRES CONTACT

VENDEE GLOBE 2028 · 82 x 4000

PAS DE SAISON MORTE.

Du départ du Vendée Globe aux 82 sommets de plus de 4 000 m des Alpes. Trois saisons, deux terrains, un même skipper.

DEVENIR PARTENAIRE >

SUIVRE LE PROJET

23 / 82 SOMMETS GRAVIS

▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲
▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲
▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲
▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲
▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲

LE PALMARÈS
2x
champion du monde de ski freeride

LA MER
15 ANS
de course au large, dix transatlantiques

LE CLUB
À partir de [montant masqué] par an, sur trois saisons.

La page d'accueil. L'étrave pointe vers « Devenir partenaire », le compteur et le palmarès dessous. Montant du club masqué pour la publication

Votre proposition, votre carte, vos kakémonos.



Proposition, carte, signature et kakémonos. Le sommet côté montagne, l'étrave côté mer. Montant du club et coordonnées masqués pour la publication



Ocean Summits · Votre plateforme de marque

Le signe porte son nom, le compteur montre ce qui est fait.



Les six maillons. Les deux en bleu marine servent directement votre objectif.

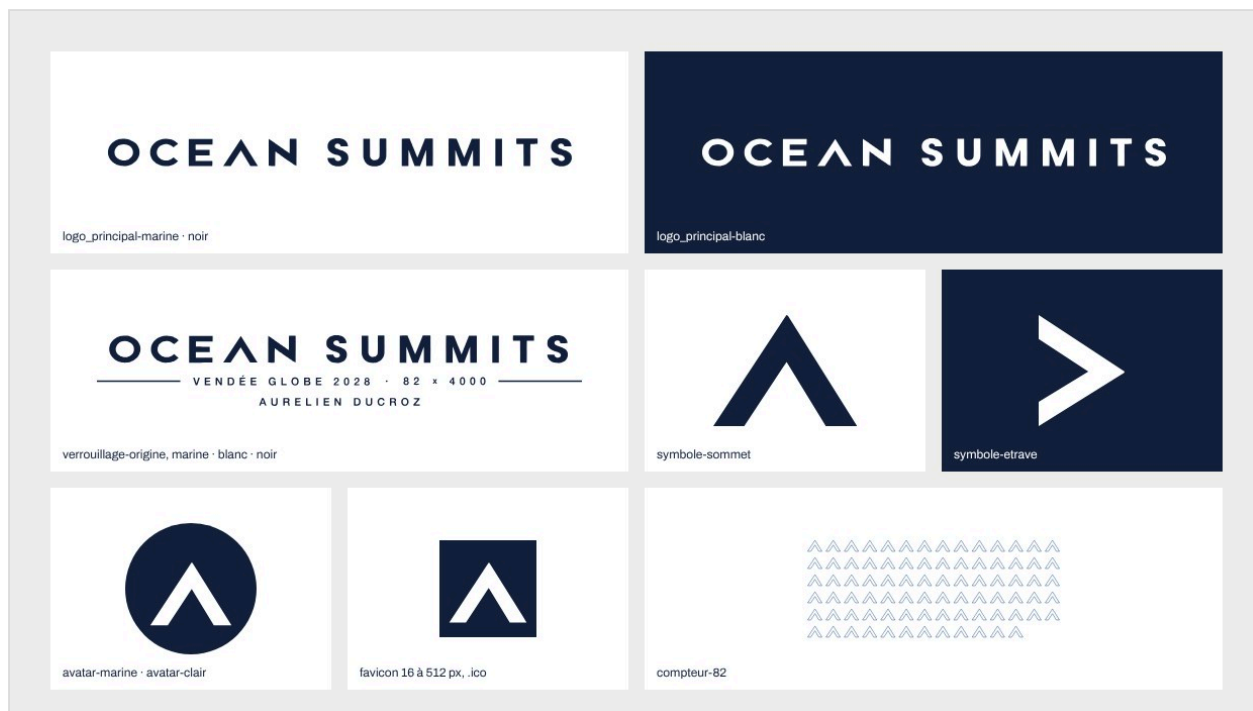
- 1. Votre partenaire en tête :** naming et verrouillage commun.
- 2. Le signe se voit de loin,** sur l'eau comme au sommet.
- 3. La pointe se tourne vers le terrain qui lui parle.**
- 4. Ses clients invités à bord ou en cordée :** un usage concret de son budget.
- 5. En rendez-vous, le compteur montre ce qui est fait :** c'est la réponse à « difficile de prouver ».
- 6. Chaque partenaire signé entre dans la série,** vu par le suivant. Un effet possible, pas une promesse.

Ce que vous faites, et combien de temps ça prend.

SUPPORT	CE QUE VOUS FAITES	FRÉQUENCE
Publication photo	la photo passe en camaïeu ; sommet en montagne, étrave en mer	chaque semaine
Compteur	une pointe se remplit, rien d'autre ne bouge	le soir d'un sommet
Proposition et documents	rien, le modèle est fixe	à chaque rendez-vous
Site	une photo de saison à changer	une fois par saison

Vous publiez vous-même, avec plus de deux heures par semaine, et vous photographiez toutes les deux semaines : c'est suffisant. La décision de chaque semaine est une seule : la photo, et de quel côté elle se trouve.

Ce qu'il y a dans votre kit.



Aperçu du kit : logo principal, verrouillage, deux états du signe, avatar, favicon, compteur

FORMAT	POUR QUOI	FICHIERS
PDF vectoriel CMJN	l'impression : kakémono, véhicule, carte, signalétique. C'est le format à donner à l'imprimeur	logo principal, verrouillage d'origine, sommet, étrave, en marine, blanc et noir
SVG	le web et les maquettes, à toutes les tailles	les mêmes, plus l'avatar, le favicon et le compteur
PNG transparent	les écrans, les réseaux, les présentations	les mêmes, en haute définition
Favicon	l'onglet du navigateur et l'écran d'accueil d'un téléphone	16, 32, 48, 180, 192 et 512 pixels, et un fichier .ico
Police	Archivo et sa licence	à installer sur vos ordinateurs

Les noms de fichiers disent ce qu'ils contiennent : ocean-summits_logo_principal-marine.pdf, ocean-summits_symbole-etrange-blanc.svg. Le blanc est une réserve : il s'emploie sur un fond coloré, jamais seul sur du papier blanc.



Ce dossier a été conçu et réalisé par Tavian.

Tavian est un studio de communication qui livre des fondations de marque exploitables, à prix fixe et en délai annoncé. Chaque dossier est produit sur la base des réponses du client, puis contrôlé et signé par un responsable avant envoi.

Si ce document vous est parvenu par Ocean Summits et que vous cherchez qui l'a réalisé : c'est nous. Écrivez à hello@tavian.fr.

DOSSIER

Plateforme de marque
OCS-2026-009-F-PUB

RÉALISÉ POUR

Ocean Summits

LIVRÉ LE

16 octobre 2026

Tavian · tavian.fr · hello@tavian.fr. Tavian est une marque exploitée par The Print Korner. Garantie : Retravaillé, ou remboursé. Les modalités figurent dans les conditions générales acceptées à la commande.

Composé en Archivo, sous licence SIL Open Font License 1.1. Les contenus de ce dossier appartiennent à Ocean Summits dès son règlement intégral.