

CONDITIONS D'UTILISATION DE L'ESPACE CLIENTS TOTO

TOTO

L'identité visuelle de TOTO est dérivée de la promesse de la marque TOTO « Life Anew » et sur la philosophie produit Cleanovation (Cleanovation = combinaison de propreté et innovation technique). Notre communication est claire et sans ambiguïté, tant sur le plan des contenus que de la forme. En ce qui concerne l'intégration de photos de TOTO dans l'identité visuelle de nos partenaires (grossistes et distributeurs), une communication claire de la part de l'expéditeur est une priorité absolue.

Toutefois, il convient d'éviter impérativement toute copie de l'identité visuelle de TOTO, toute utilisation du slogan « Life Anew » et toute utilisation des icônes de technologie.

Les pages suivantes servent à visualiser à titre d'exemple les « Do's and Dont's ». Si vous avez des questions, n'hésitez pas à contacter le service marketing de TOTO :

Anja Giersiepen

Senior Marketing Manager

T: +49 (0)211.27308-234

anja.giersiepen@toto.com

Christiane Möller

Graphic Designer and Marketing Coordinator

T: +49 (0)211.27308-235

christiane.moeller@toto.com

CONTENU

INTÉGRATION DE TOTO DANS DES MARQUES TIERCES

02 PHOTOS

03 ORTHOGRAPHE

05 MODÈLES DE MISE EN PAGE

06 DON'TS

INTÉGRATION DE TOTO DANS DES MARQUES TIERCES PHOTOS



Également dérivé de la philosophie produit « Cleanovation », le langage visuel TOTO se caractérise par une photographie lifestyle classique axée sur le design minimaliste des produits TOTO.

Les photos de haute qualité seront utilisées de manière à souligner le message textuel souhaité. Les photos seront toujours utilisées dans un format rectangulaire, en harmonie avec les produits haut de gamme de TOTO. Le contexte de discount sera totalement évité.



TOTO
TOTO Europe
TOTO Europe GmbH

WASHLET™
WASHLET™ RX
NEOREST WASHLET™ EW 2.0
NEOREST Waschtisch
ACTILIGHT
CEFIONTECT

Lorem ipsum dolor sit amet, con
sectetur. TOTO Europe socis na-
toque penatibus et magnis dis art
rient montes, nascetur. Ut et re du
tur omnia dolorporem et ut estios

NEOREST WASHLET™ AC 2.0
volupt ionse

Lorem ipsum dolor sit amet, con
sectetur. NEOREST socis natoq
penatibus et magnis dis artu rient
WASHLET™, nascetur. Ut et re du
tur omnia dolorporem et ut estios

Lorsque la marque TOTO est mentionnée dans un texte,
nous recommandons de l'écrire en majuscules et dans
la même police de caractères que le reste du texte.

Nous recommandons également d'utiliser l'écriture
en majuscules pour les noms propres à TOTO et les
technologies déposés de TOTO tels que WASHLET™,
NEOREST.

NEOREST est le nom de la collection de nos produits
phares. Il est placé devant la catégorie.

WASHLET™ désigne le nom de la catégorie des WC-
douches de TOTO et se place également devant le
nom du produit. Dans le cas d'une combinaison avec
NEOREST, voici l'ordre à appliquer :

1. Nom de la collection de produits phares
(NEOREST)
2. Catégorie (WASHLET™)
3. Nom du produit (AC 2.0 oder EW 2.0)

Exemple : NEOREST WASHLET™ AC 2.0

Lorsqu'on utilise le nom WASHLET™, il n'est pas
nécessaire de mentionner TOTO.

Exemple : WASHLET™ ou WC-douche de TOTO

Il convient d'éviter de couper le nom de la marque,
les noms et les technologies déposés propres à
TOTO.

et magnis dis artu rient, nascetur. Ut
et re duntur, dolorporem **Acti-**
light dolorepudi il estiore nihillam
tibus des aute am voluptionse

Ne pas couper les noms des technologies

et magnis dis artu rient, nascetur. Ut
TOTO WASHLET™, dolorporem do-
lorepudi nihillam rectibus des aute
voluptionse nes pos es culp

WASHLET™ s'utilise ajouter la marque TOTO

et magnis dis artu rient, nascetur. Ut
et re duntur, dolorporem dolorepudi
TOTO nihillam rectibus des aute
voluptionse nes pos es culp

TOTO s'écrit dans la même taille de police et la
même police de caractères que le reste du texte.

INTÉGRATION DANS DES MARQUES TIERCES MODÈLES DE MISE EN PAGE

WASHLET™ SG 2.0
Aesto tamet faccus,
tenis everspe lendig

ABC BRAND

ABC Brand
ABC Brand Address, Brand Town, Postcode
t: 01234 5678 www.showroom-web.co.uk

Exemples de titres de brochures et de dépliants utilisant des photos de TOTO. Dans le texte, les articles sont mentionnés en respectant l'orthographe de TOTO.

Police de caractères, logo, couleurs, etc. = identité visuelle du grossiste/installateur Photos et orthographe des articles de TOTO = TOTO

SAMPLEBRAND

Pricelist 2019

Samplebrand
Samplebrand Address, Brand Town, Postcode
t: 01234 5678 www.showroom-web.co.uk

Et estiberum sed
Qui delese eum quiberia
aut as magnita veres

Culparit, ipis sunt arioribus qui blam, con evellaut idicili quaspiet, incto officip sameneo aestotamet faccus, tenis everspe lendigendae pariti alitiore volupta tem porrum fuga. Iquia consed.

Eos sinete exees de volorest, verorro omnis il ipien dunto omnimus magnis eicit, nusam viducia ad utem iditatus et doloriori omnihicid maximodic. Ut et re duntur, omnia dolorporem et ut estios dolorepudi il estiore nihillam.

Velluptae sam iltit fuga:

Samplebrand showroom
Showroom Address, Showroom Town, Postcode
t: 01234 5678 www.showroom-web.co.uk

Samplebrand XY

WC RP
Incipici doluptaectem
audani bea nem conse

Samplebrand XY

INTÉGRATION DANS DES MARQUES TIERCES DON'TS



Copie de l'identité visuelle de TOTO non autorisée



Copie de l'identité visuelle de TOTO non autorisée



1. Utilisation du slogan « Life Anew » non autorisée
2. Utilisation incorrecte du nom du produit, forme correcte : nom de la catégorie avant le nom du produit (soit : WASHLET™ RX)
3. Utilisation des icônes des technologies TOTO non autorisée