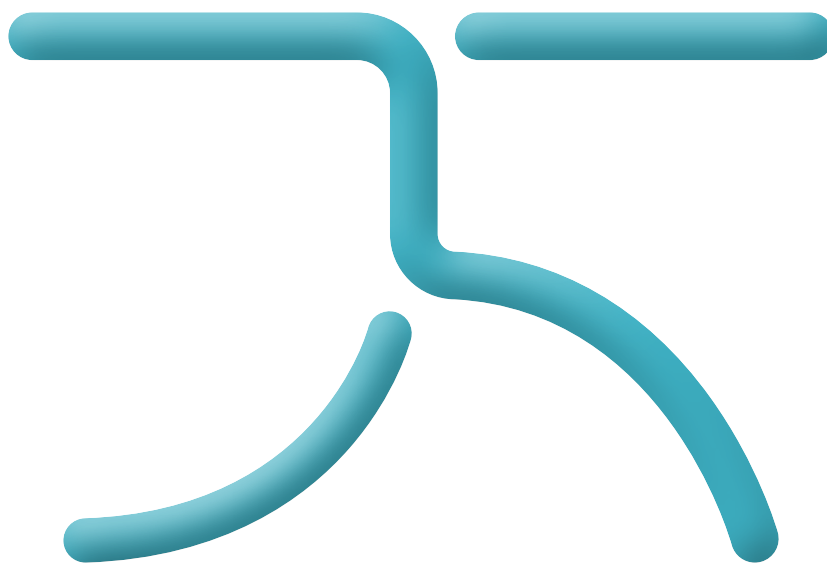


Mouvement
& **PERCEPTION**

Charte Graphique





Sommaire

1. Qui sommes-nous ?

Mouvements et Perceptions

Méthode Antigymnastique

Nos Valeurs

Informations complémentaires

Public cible

2. Normes du Logo

Zone de sécurité

Typographie

Couleurs

Taille minimale

Contraste sur couleur

Exemples d'utilisations non permises



1. Qui sommes-nous ?

Mouvements et Perceptions

Mouvements et Perceptions est une Association créée en 2022 à Granville afin de promouvoir la Méthode de Thérèse Bertherat : « l'Antigymnastique ».

Méthode Antigymnastique

L'Antigymnastique® ou Antigym® est une méthode de bien-être originale, qui permet de diminuer les tensions physiques, mentales et les douleurs chroniques tout en stimulant les facultés intellectuelles et créatrices.

C'est un enseignement original de prise de conscience et de découverte du corps par des mouvements précis et rigoureux, par la perception et la découverte de son corps.

Elle se pratique en petits groupes dans un cadre accueillant, chaleureux et respectueux. Le rythme de chacun est respecté en fonction des possibilités du moment et sans objectifs de performance.

Nos valeurs :

- › La bienveillance ;
- › le respect de la personne ;
- › le respect du corps ;
- › le professionnalisme ;
- › la probité ;
- › le respect de la méthode ;
- › l'engagement du praticien ;
- › l'honnêteté ;
- › la confidentialité ;
- › l'entraide ;
- › l'autonomie ;
- › l'écoute de l'autre ;
- › l'ouverture d'esprit ;
- › la retenue.

Informations complémentaires :

- › Méthode de bien-être originale.
- › Mouvements précis et rigoureux.
- › Mouvements que l'on ne fait jamais.
- › Mouvements variés. Créatifs. Amusants.
- › Mouvements qui révèlent l'état de notre corps.
- › Respectueuse du corps et de la personne.
- › Méthode rigoureuse. Précise.
- › Voyage à travers son corps.
- › Découvrir son corps.
- › Être à l'écoute de son corps.
- › Percevoir son corps. Percevoir les tensions de son corps.
- › Percevoir les sensations dans son corps.
- › Percevoir les changements dans son corps, les mieux-être.
- › Percevoir les émotions qui traversent son corps.
- › Réveiller son corps par le Mouvement et la Perception.

1. Qui sommes-nous ?

Public cible

Personnes de tous âges.

Personnes qui désirent trouver ou retrouver un corps libre de ses mouvements, un corps qui se perçoit et se ressent, un corps vivant.

Personnes souhaitant retrouver de la mobilité, de la sérénité, de l'aisance, de la fluidité, et de la légèreté.

Personnes qui souhaitent trouver ou retrouver de l'amplitude dans ses mouvements.

Personnes qui souhaitent se débarrasser de ses tensions musculaires, de ses douleurs musculaires ou articulaires, de ses raideurs.

Personnes qui veulent se réconcilier avec son corps.

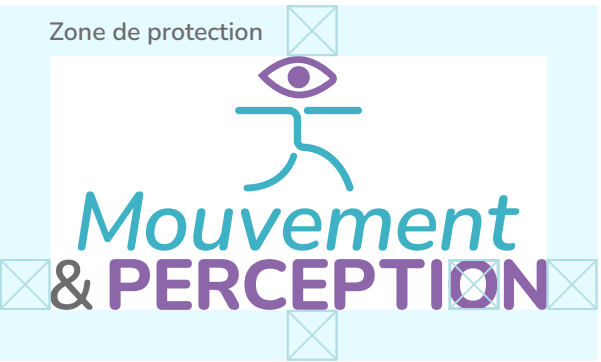
Personnes qui souhaitent retrouver une respiration ample et bienfaisante. Sportifs et non sportifs...



2. Normes du logo

Zone de sécurité

Zone de protection

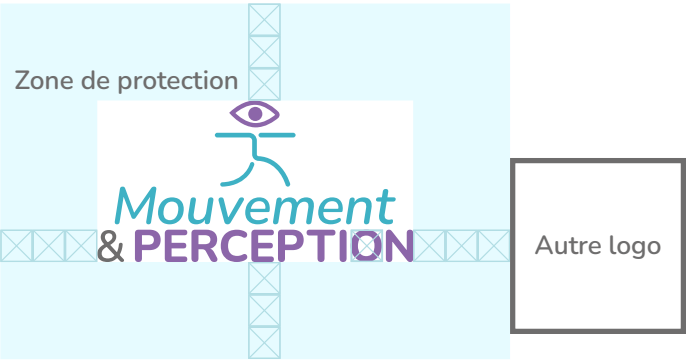


Respecter la zone de protection permet d'assurer la lisibilité du logo et de ne pas nuire à son impact.

Dans chacune des utilisations du logo, il est indispensable de respecter cette zone. Cette zone a été déterminée à partir de l'unité de mesure utilisée, qui est le carré formé par la lettre « o ».

Dans cette zone, on ne doit jamais placer d'éléments typographiques ou graphiques.

Zone de protection près d'un autre logo



Le dégagement minimal du logo à proximité d'un autre est égal à trois fois la zone de protection minimale.

2. Normes du logo

Typographie

Mouvement

Nunito, SemiBold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ123456789?&%\$()!

&

Nunito, SemiBold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ123456789?&%\$()!

PERCEPTION

Nunito, ExtraBold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ123456789?&%\$()!



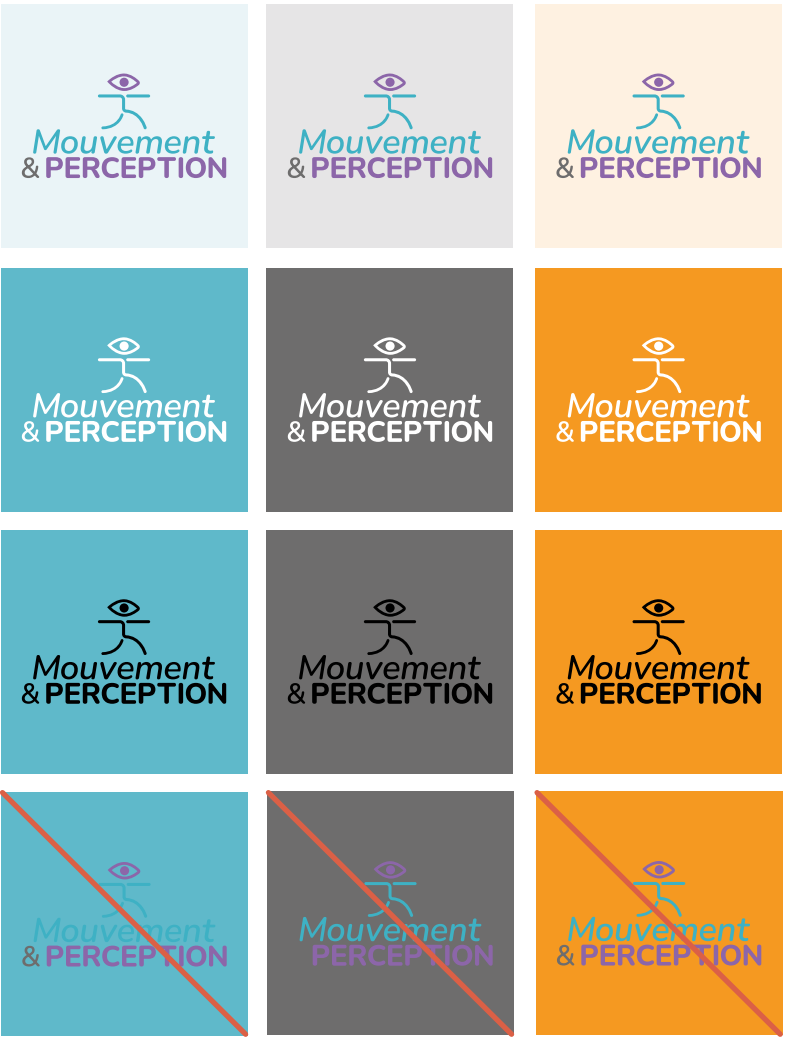
2. Normes du logo

Couleurs

RVB			
	R: 063	R: 142	R: 111
	V: 177	V: 103	V: 111
	B: 196	B: 170	B: 110
HEXADÉCIMAL			
	# 3FB1C4	#8E67AA	#6F6F6E
CMJN			
	C: 69	C: 53	C: 54
	M: 07	M: 66	M: 43
	J: 23	J: 0	J: 43
	N: 0	N: 0	N: 29
PANTONE			
	Papier couché C: Pantone 631 C	C: Pantone 7661 C	C: Pantone 424 C
	Papier non-couché U: Pantone 7710 U	U: Pantone 527 U	U: Pantone 445 U

2. Normes du logo

Contraste sur couleur



Quand le logo est placé sur une couleur en aplat, il faut déterminer si le contraste est optimal pour ne pas nuire à sa lisibilité.

Il est important de prioriser la version originale du logo, mais quand la lisibilité n'est pas optimale, il faut utiliser la version noire ou la version blanche.



2. Normes du logo

Exemples d'utilisations non permises



Il n'est pas permis de changer les proportions d'un élément.



Il n'est pas permis de modifier la couleur.



Il n'est pas permis de modifier les proportions.



Il n'est pas permis de déplacer les éléments.



Il n'est pas permis de mettre des effets.



Il n'est pas permis de changer la typographie.



Il n'est pas permis de modifier l'orientation.



Il n'est pas permis de modifier l'orientation.



