

Le logo

Le logo du groupe et de ses marques est uniquement typographique. Il s'écrit GADE en Poppins Bold noir encre, suivi du nom de la marque en Poppins SemiBold orange. Il n'existe aucun pictogramme.

The logo for the GADE Group, featuring the word "GADE" in a bold, black, sans-serif font, followed by the word "Groupe" in a bold, orange, sans-serif font.

Logo du groupe

The logo for GADE Academy, featuring the word "GADE" in a bold, black, sans-serif font, followed by the word "Academy" in a bold, orange, sans-serif font.

Logo de marque

Ce qu'il ne faut pas faire

Ne pas déformer, incliner ou étirer le logo.

Ne pas recolorer GADE en orange ni le suffixe en noir.

Ne pas traduire le nom des marques, dans aucune langue.

Ne pas ajouter d'ombre, de contour ou d'effet.

Ne pas coller le logo à un autre élément : laisser autour une marge au moins égale à la hauteur de la lettre G.

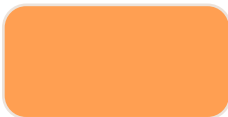
Les couleurs

Trois couleurs suffisent à reconnaître le groupe : l'orange de marque, l'encre et le crème. Les autres valeurs servent aux dégradés et aux fonds.

**Orange GADE**

#F2812C

Accent principal, boutons, mots mis en valeur

**Orange vif**

#FF9F52

Dégradés, accents sur fond sombre

**Orange profond**

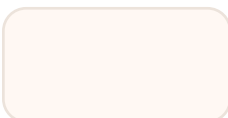
#D76A17

Survols et dégradés

**Encre**

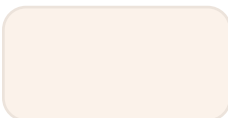
#1C1512

Texte courant, blocs sombres, mot GADE

**Crème**

#FFF8F3

Fonds de section chauds

**Sable**

#FBF2EA

Fonds de section alternés

Règle d'usage

L'orange se réserve aux accents : boutons, liens, mots mis en valeur, filets. Un aplat orange plein n'est utilisé que sur les blocs d'appel à l'action. Le corps du texte reste toujours en encre sur fond clair.

La typographie

Deux familles, jamais davantage.

Poppins

Titres en Bold 700 et SemiBold 600, textes courants en Regular 400.

Étiquettes en SemiBold, petites capitales, interlettrage large.

Playfair Display

En italique uniquement, et uniquement sur les mots à faire ressortir dans un titre. Jamais pour un paragraphe entier.

Exemple

Nous armons les entrepreneurs ambitieux.

Le mot mis en valeur passe en Playfair Display italique orange.

Ponctuation

Les textes du groupe n'utilisent pas de tirets cadratins ni demi cadratins.

On préfère la virgule, les deux points ou le point.

Les marques et le ton

Comment nommer chaque marque

GADE Academy

École en ligne, accompagnement et mentorat en immobilier locatif, certifiée par l'État depuis 2025.

GADE Analytics

Outil d'estimation du potentiel locatif d'un logement à partir de son adresse.

GADE Acquisition

PMS pour les professionnels de l'immobilier locatif. Il intègre un CRM de prospection parmi ses fonctionnalités.

GADE Agency

Agence web : sites, landing pages, e commerce et logiciels sur mesure, tous secteurs.

Le ton

Direct, concret, sans superlatif. On décrit ce que la chose fait plutôt que de la vendre. On assume ce qu'on ne fait pas. On ne promet jamais de revenus, et on ne cite que des chiffres vérifiables.

Le vocabulaire

On dit accompagnement ou mentorat, pas formation.

On dit PMS pour les professionnels de l'immobilier locatif, jamais logiciel de conciergerie, et jamais CRM seul : le CRM est une fonctionnalité du PMS.

On dit entrepreneurs ambitieux, avec une spécialité en immobilier locatif.