



2021
DIRECTIVES
IMAGE DE MARQUE

**Nous croyons en
l'alimentation des véhicules électriques.**

Table des matières



STRATÉGIE DE MARQUE

- 1 Mission
- 2 ADN de marque
- 3 Raison d'être
- 4 Personnalité
- 5 Valeurs
- 6 Tonalité

ÉLÉMENTS DU DESIGN

- 1 Logo
- 2 Couleurs
- 3 Iconographie
- 4 Typographie
- 5 Schéma

DIRECTION ARTISTIQUE

- 1 Photographie
- 2 Réseaux Sociaux
- 3 Site Web
- 4 Style de présentation

STRATEGIE DE MARQUE

- 1 Mission
- 2 ADN de marque
- 3 Raison d'être
- 4 Personnalité
- 5 Valeurs
- 6 Tonalité

Stratégie de marque

1 Mission

Nous rendons tous les véhicules électriques plus **accessibles et plus **attractifs** grâce à la démocratisation des technologies.**

Stratégie de marque

2 ADN de marque

INNOVATION	PERFORMANCE ET QUALITÉ	EXPÉRIENCE UTILISATEUR AMPLIFIÉE	EXPERTISE & COLLABORATION
Augmentation de la valeur des véhicules électriques • Concrétisation des idées qui auront un impact significatif • Choix des meilleures technologies • Amélioration en continue Refus du statu quo • Réflexion sur la source des problèmes pour amener un vrai progrès global • Malgré les embûches et les contraintes, oser proposer des solutions non-traditionnelles • Centré sur le client Responsabilité environnementale Optimisation des ressources utilisées Valeurs XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX Intégrité, respect de l'environnement, excellence, transparence.	Solution efficace, fiable et flexible • Fonctionnalités personnalisables facilement et rapidement par le client selon ses besoins • Une technologie de pointe alimentée par GANFETS • Au choix : 30 % de réduction des coûts ou 30 % d'augmentation de l'autonomie • 30 % de gain d'espace grâce à un design alimenté par les GaNs • Diminution des contraintes mécaniques (s'intègre à tous les types de batteries et petits moteurs, à l'endroit désiré) • Qualité supérieure des matériaux utilisés et connaissance de la provenance Personnalité XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX Passionnée, perfectionniste, efficace, visionnaire, honnête, persévérante, audacieuse	Sécuritaire pour l'utilisateur • Aucun danger de surchauffer le contrôleur moteur par conséquent la batterie et le moteur du véhicule L'expérience utilisateur amplifié • Contrôleur moteur intelligent avec algorithme d'apprentissage évolutif • Transition douce entre les changements de puissance • Autonomie prolongée • Puissance sur demande optimisée (ex. sur une pente) • Diminution du risque de bris et des frais d'entretien Promesse Unique XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX Offrir le contrôleur moteur qui répond au besoin des véhicules électriques urbain le plus performant au monde avec le maximum d'efficience!	Agilité et expertise • Équipe d'ingénieurs et d'experts au savoir complémentaire • Rapidité d'action et disponibilité • Diversité de profils provenant des 4 coins du monde Collaboration • Travailler ensemble afin d'offrir la meilleure solution accessible à tous • Viser le développement de relation à long terme Intégrité et transparence • Offrir une solution à juste prix sans compromis sur la qualité

Stratégie de marque

3 Pourquoi - Notre raison d'être

Pourquoi de nos solutions

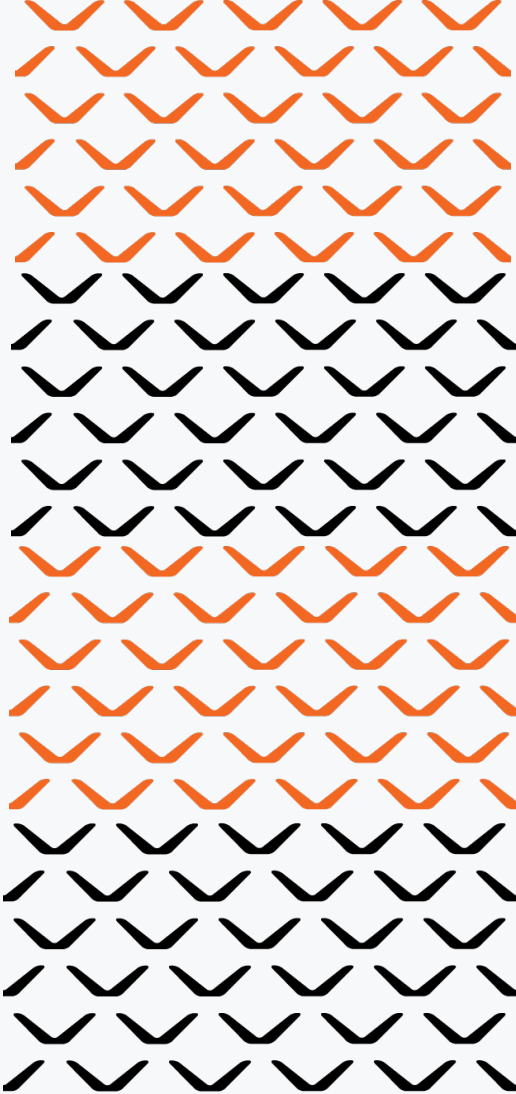
Allez plus loin avec moins d'anxiété de portée, plus de puissance, moins de surchauffe, moins d'effort et plus de liberté!

Pourquoi de notre personnalité

Croire en une société progressiste et responsable où la diversité, les actions responsables, la collaboration et la passion font partie de l'avenir.

Pourquoi de la compagnie

Chez FTEX, nous croyons en une société économe en énergie ! Ensemble, nous contribuons en offrant des solutions améliorées pour la gestion de l'énergie. Nos solutions de contrôleurs de moteurs pour petits véhicules électriques répondent au besoin d'une voie plus verte pour le transport personnel, la logistique et les loisirs.



Stratégie de marque

4 Personnalité

Audacieux Efficient
Visionnaire Persévérant



Stratégie de marque

5 Valeurs

Intégrité.

Diversité.

Respect de l'environnement.

Sécurité.

Excellence.

Transparence.

Centrée sur le client.

Stratégie de marque

6 Tonalité

Audacieux

Remettre en question le statu quo en faisant preuve d'audace et d'intrigue dans nos projets.

Accessible

Accueil des interactions et service à la clientèle.

Honnête

Pas de conneries, pas de mensonges.

Utile

Répondre aux questions techniques, rediriger vers la bonne personne, être là pour s'entraider.

Professionnel

Avec une pointe d'humour lorsque l'occasion se présente.

Passionné

Animés par la vision d'une société meilleure et réaliste.

Inspirer

Soutenir le progrès et promouvoir les bonnes pratiques commerciales et le développement personnel et attentif.



ÉLÉMENTS DU DESIGN

- 1 Logo
- 2 Couleurs
- 3 Iconographie
- 4 Typographie
- 5 Schéma

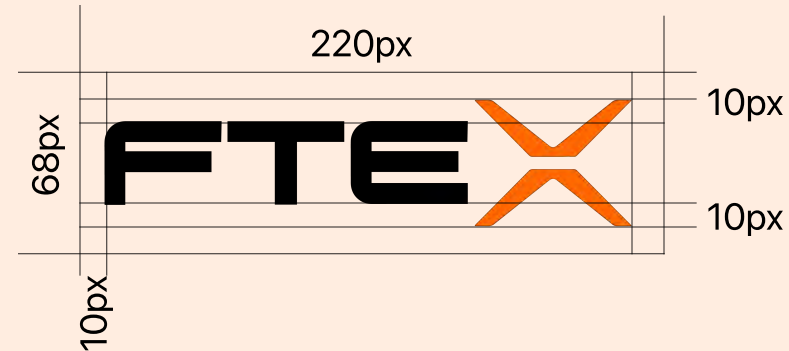
Éléments du design

1 Logo

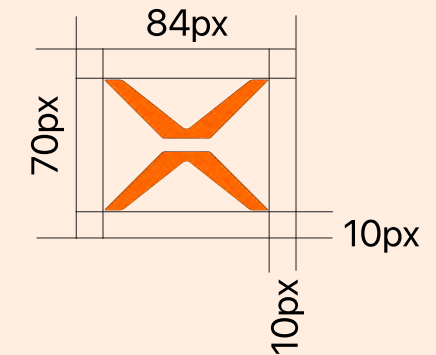
Notre logo est composé des lettres majuscules "F", "T", "E" et "X", qui forment ensemble notre nom de marque "FTEX".

Le "X" n'est pas seulement la toute dernière lettre de notre marque "FTEX", mais aussi un emblème qui peut être utilisé indépendamment dans certaines circonstances, comme l'image de profil. L'emblème ne doit pas être dans d'autres couleurs que l'orange #ff6700.

Exemple de logo de 220px de large
(fond clair)



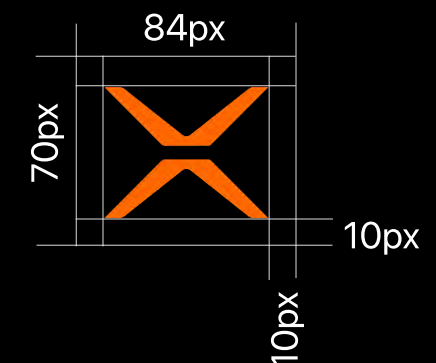
Exemple d'emblème de 84px de large
(fond clair)



Exemple de logo de 220px de large
(fond sombre)

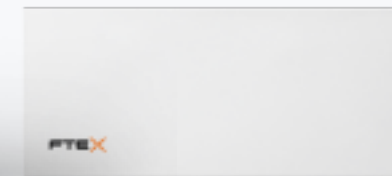


84px wide emblem example
(dark background) (fond sombre)



Éléments du design

1 Logo

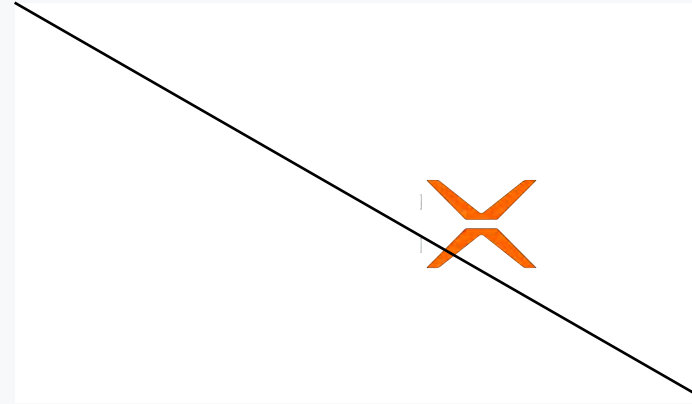


Éléments du design

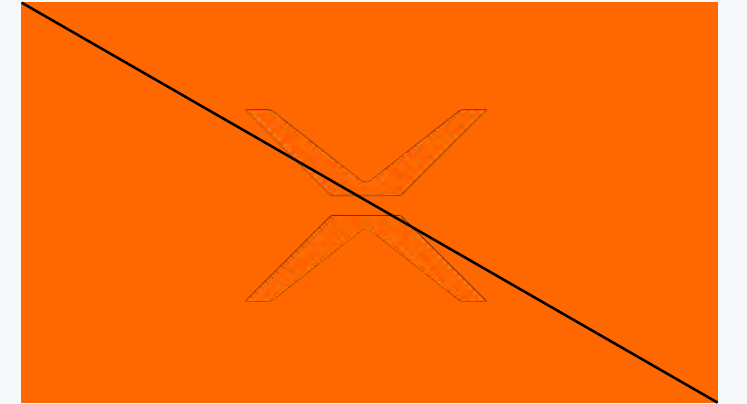
1 Logo



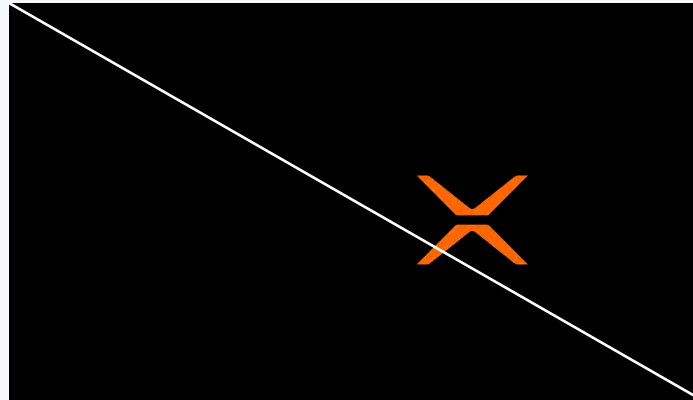
N'utilisez pas de photos trop distrayantes



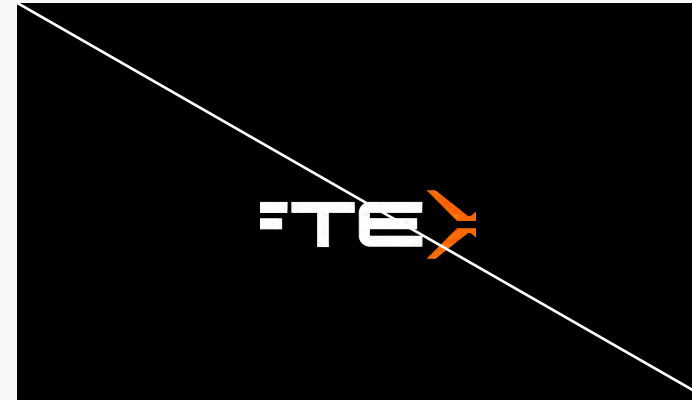
N'utilisez pas de logo blanc sur un fond clair



Ne pas utiliser d'emblème sur un fond orangé



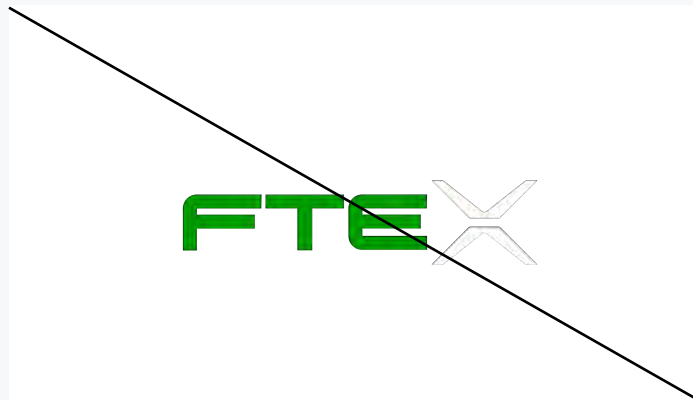
N'utilisez pas de logo noir sur un fond sombre



Ne recadrez pas le logo



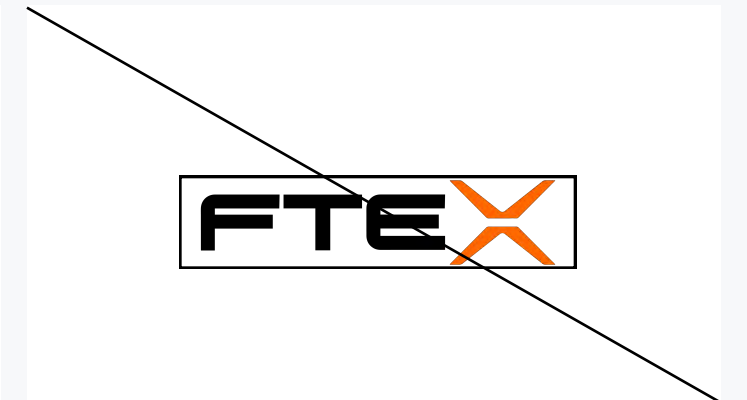
Ne faites pas pivoter ou retourner le logo.



Ne le recolorez pas (sauf pour le noir et blanc).



N'utilisez pas d'effets



N'utilisez pas de traits ou de cadres

Ce sont des exemples d'utilisations abusives du logo et de l'emblème.

Stratégie de marque

2 Couleurs

Couleurs de base

Nous utilisons l'orange #ff6700
comme couleur d'accentuation.

Orange #ff6700	Noir #000000	Blanc #ffffff
	Noir 65%	Bleu Alice #7f8fa

Stratégie de marque

2 Couleurs

Couleurs secondaires

Les couleurs secondaires sont :
vert #6fd673, jaune #fff172 et
rouge #fa4949.

Vert

#6fd673

Jaune

#fff172

Rouge

#fa4949

Éléments du design

3 Iconographie

Il s'agit d'exemples de l'ensemble d'icônes, dont les parties sont toujours mises en évidence par la couleur d'accentuation.



Éléments du design

4 Typographie

Police de caractères primaire

Le caractère principal est le Manrope, qui est un sans-serif géométrique semi-condensé.

Download:

https://fonts.google.com/specimen/Manrope?preview.text_type=custom

Police de caractères secondaire

SF Pro Display offre une voix typographique cohérente, lisible et conviviale.

Download:

<https://developer.apple.com/fonts/>

*La taille de la police la plus grande ne doit pas dépasser 80px sur le bureau et 28px sur les appareils mobiles. La taille de la police ne doit pas être inférieure à 10px sur le bureau et à 8px sur les appareils mobiles.

Manrope

Manrope

Manrope

Manrope

Manrope

Manrope

SF Pro Display

SF Pro Display

SF Pro Display

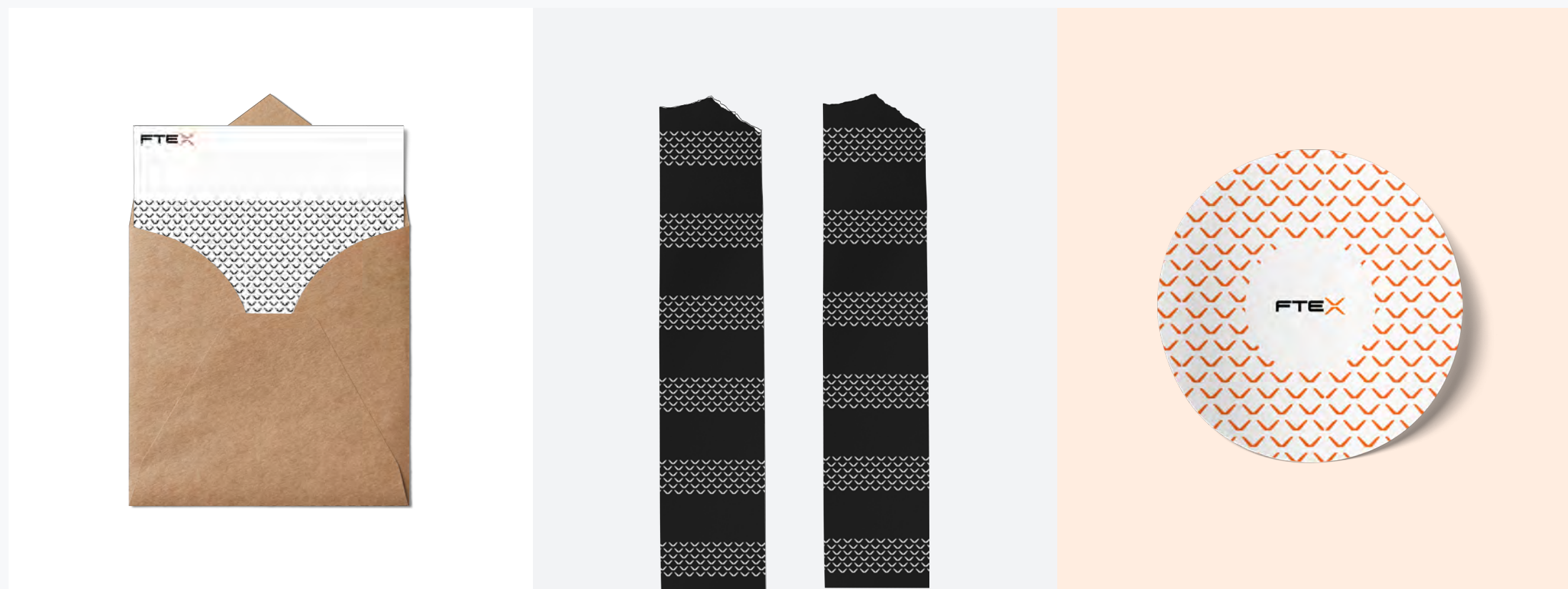
Éléments du design

5 Schéma



Le motif est composé d'unités de l'emblème FTEX. Le motif se compose de 3 versions : le noir, le blanc et l'orange.

En tant qu'élément de design important, il peut être utilisé dans le matériel de marque de FTEX.



DIRECTION ARTISTIQUE

- 1 Photographie
- 2 Réseaux Sociaux
- 3 Site Web
- 4 Style de présentation

DIRECTION ARTISTIQUE

1 Photographie - Valeurs

Respect de l'environnement



Centré sur le client



Intégrité



Sécurité



Excellence



Transparence



Diversité



Nous adoptons une photographie qui est liée à nos valeurs fondamentales : Respect de l'environnement, Intégrité, Orientation client, Sécurité, Excellence, Transparence et Diversité.

Direction artistique

2 Réseaux Sociaux

Couverture de la page Twitter



Couverture de la chaîne YouTube



Couverture de la page Facebook



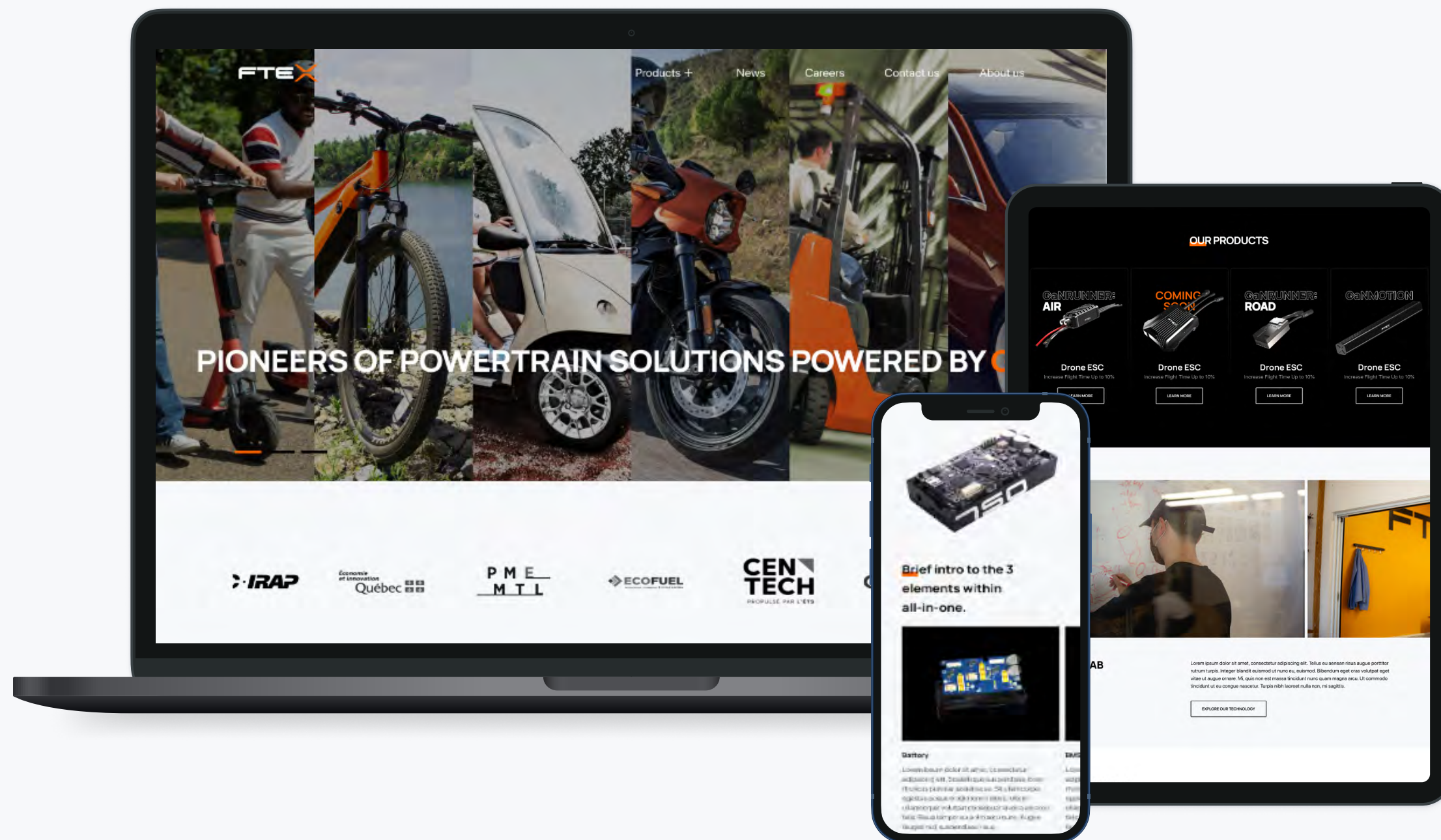
Couverture de la page LinkedIn



Les couvertures des médias sociaux servent de panneaux d'affichage de la personnalité et de la vision de FTEX. Elles informent également les gens sur les marchés des VE que FTEX cible.

Direction artistique

3 Site Webs



Veuillez consulter notre site web :

<https://ftex.ca/>

Direction artistique

4 Style de présentation

Pour rendre plus efficace le travail sur les diapositives, FTEX a constitué une banque de diapositives où l'on peut trouver des modèles de diapositives de toutes sortes. Pour une meilleure accessibilité, nous fournissons des versions anglaise et française.

Version anglaise



Pioneers of powertrain solutions powered by **GaN**.



CUTTING THE LARGEST EXPENSE

BIRD

Dockless e-scooters ride share implementations are booming around the world, however, the cost of picking up and charging these fleets represents that single largest cost of operations.

40,000 Scooters averaging 5 rides per day

Without FTEX	With FTEX
Charging cost/ride: \$0.86	Charging cost/ride: \$0.70 20% ↓
Daily charging cost of fleet: 172K	Daily charging cost of fleet: 140K

32k in saving per day, 11.6 million per year



Version française



Pionniers des solutions de groupe motopropulseur alimentées par des **GaN**.



RÉDUIRE LES DÉPENSES LES PLUS IMPORTANTES

BIRD

Les mises en œuvre de systèmes de covoiturage sans chauffeur sont en plein essor dans le monde entier, mais le coût du ramassage et de la recharge de ces flottes représente le coût le plus important des opérations.

40 000 scooters avec une moyenne de 5 trajets par jour

Sans FTEX	With FTEX
Coût de la charge par trajet : 0.86\$	Charging cost/ride: 0.70\$ 20% ↓
Coût de charge quotidien de la flotte : 172K	Coût de charge quotidien de la flotte : 140K

32 000 euros d'économies par jour, 11.6 millions par an.



2022 - GAN AI CONTROL UNIT

Q1 2022 Q2 2022

Prototypes Delivery Certification Manufacturing Delivery to OEMs

AiCU

First ever dynamic drive

AI control algorithms for maximum efficiency.

Flexible powertrain design, works best with lower voltage batteries.

Extend motor and battery life, especially in very hot or very cold conditions.

Up to 30% more range than legacy controllers - or smaller batteries.

Up to 30% more power than legacy controllers - or smaller motors.



2022 - Unité de contrôle de l'IA en GaN

Q1 2022 Q2 2022

Livraison des prototypes Certification Fabrication Livraison aux OEMs

AiCU

Première version du Dynamic Drive

Algorithmes de contrôle AI pour une efficacité maximale.

Conception flexible du groupe motopropulseur, fonctionne mieux avec les batteries à faible tension.

Prolonge la durée de vie du moteur et de la batterie, en particulier dans des conditions très chaudes ou très froides.

Jusqu'à 30 % d'autonomie en plus par rapport aux anciens contrôleurs - ou des batteries plus petites.

Jusqu'à 30 % de puissance en plus par rapport aux contrôleurs existants - ou des moteurs plus petits.





Ramee Mossa +1514 464 3839

Silvana Huaman +1514 466 3839

Alex Cosneau +1514 497 3839

LET'S WORK TOGETHER!



Ramee Mossa +1514 464 3839

Silvana Huaman +1514 466 3839

Alex Cosneau +1514 497 3839

TRAVAILLONS ENSEMBLE !



EFFICACITÉ MAXIMALE