

CHARTRE GRAPHIQUE

82^{ème} Board Meeting | Paris

2022



La présente charte graphique est un guide pratique qui détaille notre identité visuelle, notre approche de la communication et nos choix en matière de mise en page et de style afin de créer des supports de communication efficaces et homogènes.

► Les outils de communication présentés ici sont accessibles à l'adresse :
www.fage.org/evenements/82-bm-esu/outils

I SOMMAIRE

Introduction	6
Présentation	7
Nos principes directeurs	8
Notre identité visuelle	10
Notre logo	11
Notre baseline	14
Co-marquage	15
Nos polices de caractères	17
Notre palette de couleurs	18
En pratique	20
Papeterie	21
Présentation	22
Photos	23
Supports PLV	24
Articles publicitaires	25



Présentation
Nos principes directeurs

INTRODUCTION

I PRÉSENTATION

Le Board Meeting - European Student's Union (ESU)

Le Board Meeting est l'**organe directeur suprême** de l'ESU où les **45 syndicats membres** sont représentés. Ces réunions sont organisées **tous les six mois** afin de façonner les politiques et le travail de l'ESU. Le Board Meeting convient entre autres de son plan de travail, de ses déclarations, de ses motions externes et de ses documents politiques. Plus important encore, **il élit les membres du Comité exécutif** qui s'occupent du travail quotidien de l'ESU et mettent en œuvre les décisions et politiques convenues. Chaque pays dispose de deux voix lors de ces réunions.

La Fédération des Associations Générales Étudiantes (FAGE)

La Fédération des associations générales étudiantes est la **première organisation étudiante de France**. **Fondée en 1989**, elle assure son fonctionnement sur la démocratie participative et regroupe près de **2000 associations et syndicats**, soit environ **300 000 étudiants**.

La FAGE a pour but de **garantir l'égalité des chances** de réussite dans le système éducatif. C'est pourquoi elle agit pour **l'amélioration constante des conditions de vie et d'études des jeunes** en déployant des activités dans le champ de la **représentation et de la défense des droits**. En gérant des services et des œuvres répondant aux besoins sociaux, elle est également actrice de l'innovation sociale.

I NOS PRINCIPES DIRECTEURS

Clarté

Notre communication et les messages que l'on transmet sont clairs. Nous faisons transparaître nos idées et nos valeurs de manière explicite. Le jargon, les répétitions ou les acronymes sont proscrits.

Concision

Notre message est compréhensible grâce à des phrases courtes et des images fortes. Notre communication repose sur des messages brefs, efficaces en allant droit au but.

Concret

Il est important de présenter des données factuelles, toutefois ce sont des individus qui sont au cœur de notre action. Notre communication repose sur des exemples concrets et des témoignages pour placer l'humain au centre.

Cohérence

Faire preuve de cohérence aide notre public à mieux comprendre nos messages. Ceux-ci sont choisis avec logique en suivant un même fil directeur.

Complet

Notre action est globale et notre communication l'est également. Elle couvre l'ensemble de nos domaines d'expertise en portant des messages positifs et solides qui reflètent nos valeurs et l'engagement de nos équipes bénévoles.

NOTRE IDENTITÉ VISUELLE

Notre logo

Notre baseline

Co-marquage

Nos polices de caractères

Notre palette de couleurs

Nos photos



I NOTRE LOGO

Notre logo incarne nos valeurs profondément européennes en liant la France à l'UE.

Son design, moderne et clair, met en avant la transparence et notre modèle démocratique qui sont au cœur de notre politique.

Le logo est immuable et ne doit pas être modifié.

Les couleurs

Il existe 4 versions du logo :

- La version colorée à utiliser en priorité sur les supports de communication. Avec la **baseline** qui peut être noire ou blanche.
- La version monochrome blanche, utilisée sur les outils de communication dont le fond est foncé ou très coloré et la version monochrome noire.



VERSION MONOCHROME



I NOTRE LOGO

La zone d'exclusion

Quand il est accolé à un autre logo ou à un autre élément, le logo doit être entouré d'une zone d'exclusion. Cette zone correspondant à la largeur de la mention « PARIS » dans la **baseline** du logo.

Transparence

Notre logo n'a pas de couleur de fond déterminée. La zone qui l'entoure est transparente ce qui permet de le placer sur différentes couleurs y compris des photos, sans encadrement.

Taille du logo

Le logo doit rester lisible. Quand il est inférieur à 10 cm (ou 600 pixels), la **version horizontale** est à privilégier.



I NOTRE LOGO

La version horizontale

Lorsque la taille du logo n'est pas suffisante pour permettre une bonne visibilité de la **baseline**, la version horizontale est à privilégier. Cette version se décline également dans les 4 versions : les 2 versions colorées, la version blanche ou noire.

Cette version horizontale, respecte les mêmes règles que celles présentées précédemment pour la version verticale.

La zone d'exclusion de cette version correspond à la hauteur du « P » de PARIS.



VERSION MONOCHROME



I NOTRE BASELINE

La baseline vient compléter notre logo, **elle en est indissociable**. Elle précise l'événement mais aussi le lieu, Paris, où nous sommes fière d'accueillir ce Board Meeting.

Les couleurs

La baseline existe en 2 versions, une blanche et une noire selon le fond sur lequel elle est apposée.

Typographie

La partie de gauche utilise « **Avenir Next LT Pro** » en majuscule pour « BOARD MEETING » et en minuscule pour « European Students' Union ». La partie de droite utilise « **LEMONT MILK** ».

Élément graphique

La baseline est séparée par un trait verticale que l'on retrouve dans notre mise en page pour accentuer certaines parties.



CO-MARQUAGE

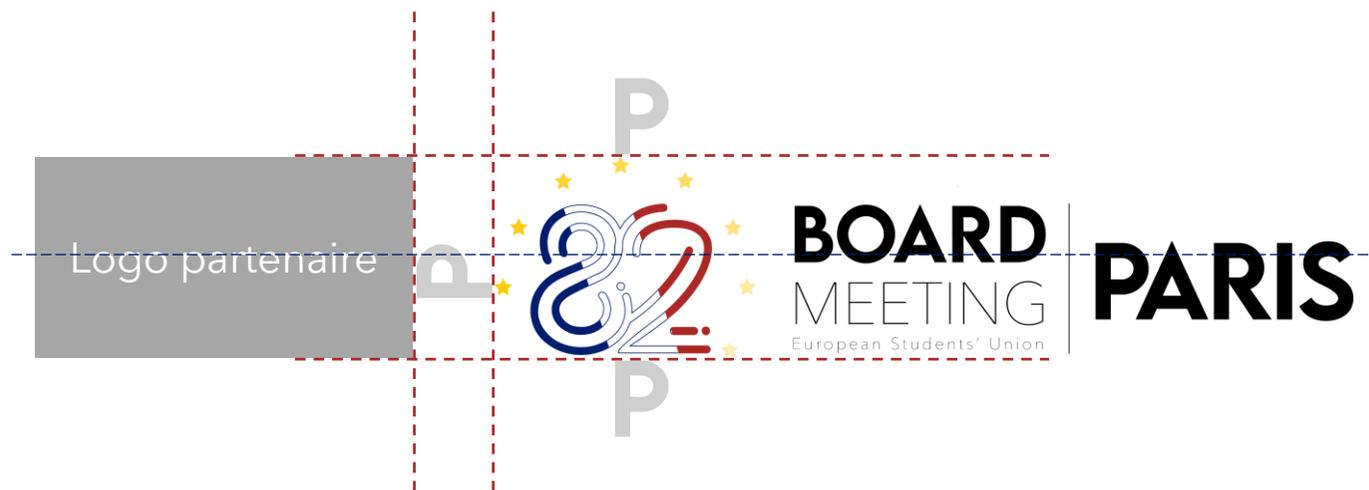
Lorsque notre logo est accompagné d'autres logos, il faut prévoir la zone d'exclusion et faire attention à leur taille et disposition.

La zone d'exclusion

Les logos doivent apparaître en dehors de cette zone en respectant les indications précédentes.

Partenariats

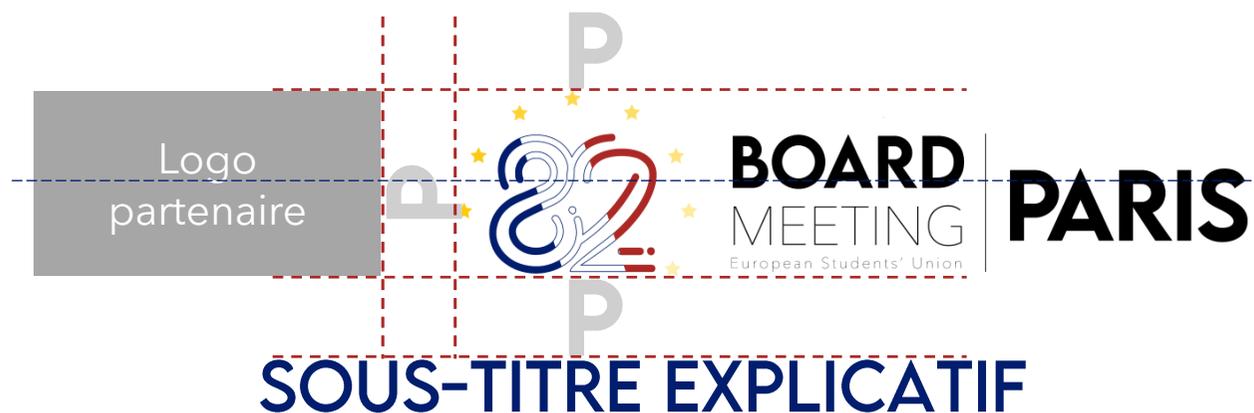
Lors des partenariats avec d'autres marques, nous donnons à chaque logo un poids égal. Dans la plupart des cas, les logos partenaires doivent s'aligner sur la hauteur du nôtre. Il se peut qu'un logo exige plus d'espace pour avoir le même impact. Il faut toutefois éviter que celui-ci ne dépasse le nôtre.



CO-MARQUAGE

Sous-titre explicatif

Vous pouvez également inclure du texte en dessous des deux logos pour mettre l'accent sur le partenariat. La taille de caractère ne doit pas dominer les logos.



Partenariats multiples

Vous pouvez accoler plusieurs logos au nôtre, dans ce cas veillez à bien respecter l'ordre alphabétique.



I NOS POLICES DE CARACTÈRES

Nous avons fait le choix de polices de caractères originales, équilibrées, aux contours nets et au look moderne, elles sont faciles à lire qu'il s'agisse de grands ou de petits caractères.

LEMON MILK

Nous l'utilisons pour les titres, intitulés et textes structurels, en majuscules uniquement. Nous l'utilisons également pour les chiffres et données numériques à mettre en valeur.

Avenir Next LT Pro

Il s'agit de notre police de caractères secondaire utilisée pour le corps des textes. Nous utilisons ses variants, Light et Demi pour les descriptifs et les paragraphes de texte ainsi que les sous-titres.

LEMON MILK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,;:?!€\$£%&@) 0123456789

Avenir Next LT Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
(.,;:?!€\$£%&@) 0123456789

Avenir Next LT Pro Demi

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
(.,;:?!€\$£%&@) 0123456789

Avenir Next LT Pro Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
(.,;:?!€\$£%&@) 0123456789

► Les fichiers des polices de caractères sont disponibles dans notre boîte à outils de communication à l'adresse : www.fage.org/evenements/82-bm-esu/outils

I NOTRE PALETTE DE COULEURS

Nos couleurs sont sobres mais pleines d'assurance pour suggérer le dynamisme.

Couleurs principales

Nos couleurs rappellent celles du drapeau français et européen. Elles peuvent être utilisées pour des textes, des éléments graphiques, des encadrés ou utilisées en couleur de fond comme aplat.

Couleur d'accentuation

Elle permet de mettre en valeur des éléments d'intérêt particulier dans une composition. Elle peut être utilisée pour souligner des informations importantes telles que les coordonnées de contact ou pour appeler à l'action mais aussi pour des schémas ou des pictogrammes. Ne l'utilisez jamais comme arrière-plan ou comme bloc de couleur à grande échelle.

Principale C: 100 M: 74 Y: 0 K: 57 R: 0 G: 29 B: 110 Pantone 2758C Hex 001D6E	Principale C: 0 M: 77 Y: 78 K: 33 R: 171 G: 40 B: 37 Pantone 2350C Hex AB2825				
80%	60%	40%	80%	60%	40%
		20%			20%

Accentuation C: 0 M: 20 Y: 100 K: 0 R: 255 G: 204 B: 0 Pantone 7548C Hex FFCC00		

C: 0 M: 0 Y: 0 K: 88 R: 30 G: 30 B: 30 Pantone 276C Hex 1E1E1E

À L'IMPRESSION

Pour la production d'articles publicitaires, il est préférable d'utiliser la valeur Pantone (PMS). En ce qui concerne le reste du matériel imprimé comme les publications, les bulletins, les rapports, les cartes de visite ou autres articles de correspondance, il est recommandé de privilégier le codage CMYK

À L'ÉCRAN/ USAGE DIGITAL

Les codes RGB et HEX sont d'usage pour les réalisations digitales ou d'usage à l'écran : le site web, les réseaux sociaux, les vidéos et applications pour smartphone par exemple.

EN PRATIQUE

Papeterie

Présentation

Photos

Supports PLV

Articles publicitaires



I PAPETERIE

– Modèle de dossier



– Modèle de badge



– Modèle de cavalier

PRÉSENTATION



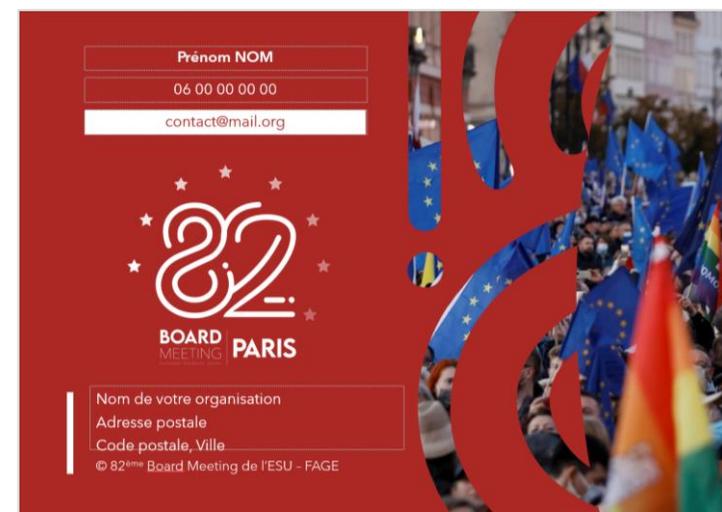
– Modèle de PPT : Titre



– Modèle de PPT : Section



– Modèle de PPT : Contenu



– Modèle de PPT : Conclusion

I PHOTOS

En pratique

La photographie joue un rôle important dans notre identité visuelle. Il est donc essentiel de l'utiliser à bon escient en respectant quelques considérations éthiques.

Chaque photo doit s'accompagner d'une légende précise, rédigée dans un style homogène : « – titre, lieu, année » et placée dans le coin inférieur gauche sous la photo.

Utilisez des images de bonne qualité. Pour un usage internet, les photos doivent être d'au moins 72 dpi. Pour l'impression, elles doivent être d'au moins 300 dpi.

Vous pouvez utiliser le symbole sous forme d'aperçu de l'image, tant que le sens de l'image reste clair.



– Congrès FAGE, Paris, 2021



SUPPORTS PLV



– Modèle de Photocall



– Modèle de Roll up



– Modèle de mange-debout

I ARTICLES PUBLICITAIRES



– Modèles de tasses



– Modèles de masque



– Modèles de clé USB



– Modèles de carnet



– Modèle de sac en toile



© FAGE 2022

Fédération des Associations
Générales Étudiantes - FAGE

79, rue Périer

92120, Montrouge