

uniFrance

charte
graphique

6 mars 2006

Préface

Le présent manuel est destiné à tous les collaborateurs d'**uniFrance**.
Il présente le logotype, l'environnement dans lequel il doit évoluer,
tous les paramètres qui vont constituer l'identité visuelle d'**uniFrance**.
Il est aussi destiné à tous les prestataires qui, dans leur mission,
ont à mettre en œuvre l'image d'**uniFrance**, à reproduire et à imprimer son logo.

Le logotype

Cette partie du manuel décrit le système de déclinaison du logotype
et donne toutes les informations permettant de le reproduire et de l'utiliser
en préservant son intégrité. Le logo ne doit jamais être redessiné.
Il est impératif d'utiliser les fichiers mis à la disposition des utilisateurs.

La papeterie

Les papiers à lettre et tous les éléments de la papeterie sont imprimés
selon un modèle commun : la disposition du logo, l'organisation de tous les textes
et mentions, doivent respecter précisément les cotes indiquées.
Cette normalisation participe à l'harmonie générale de l'image.

Les typographies

Cette partie du manuel présente les typographies préconisées
pour la communication, interne et externe.
Sont décrites aussi les règles d'utilisation de ces typographies.
Le respect de ces instructions assure la nécessaire homogénéité de l'image.

Les modèles d'utilisation

Les courriers, télécopie et les documents divers sont normalisés
et tous les collaborateurs utilisent les mêmes modèles.
Cette unité de présentation permet de créer chez les correspondants
un réflexe de reconnaissance immédiate.

L'ensemble de ces paramètres, logotype, supports, typographies,
mises en page, constitue la nouvelle identité graphique d'**uniFrance**.
La rigueur de cette identité doit confirmer l'image d'**uniFrance**
auprès de ses interlocuteurs.

Ce programme d'identification visuelle élaboré avec et pour **uniFrance**
afin de répondre à ses besoins en matière de communication
ne peut être efficace que si sa mise en œuvre est rigoureuse.
Et ceci est l'œuvre de chacun...

Etienne Robial

Sommaire

1 Le logotype uniFrance

- 1-1 Logotype et tracé régulateur
- 1-2 Spécificités du logotype
- 1-3 Normes de reproduction du logotype
- 1-4 Gabarits des documents A4
- 1-5 Positionnement et utilisation du logotype

2 La papeterie

- 2-1 Papier à lettre
- 2-2 Carte de visite
- 2-3 Carte de correspondance A5
- 2-4 Etiquette

3 Les typographies

- 3-1 Typographies
- 3-2 Bodoni
- 3-3 Helvetica
- 3-4 Quelques règles pour la composition et la mise en page des documents
Prescriptions typographiques

4 Les modèles d'utilisation

- 4-1 Modèle de lettre

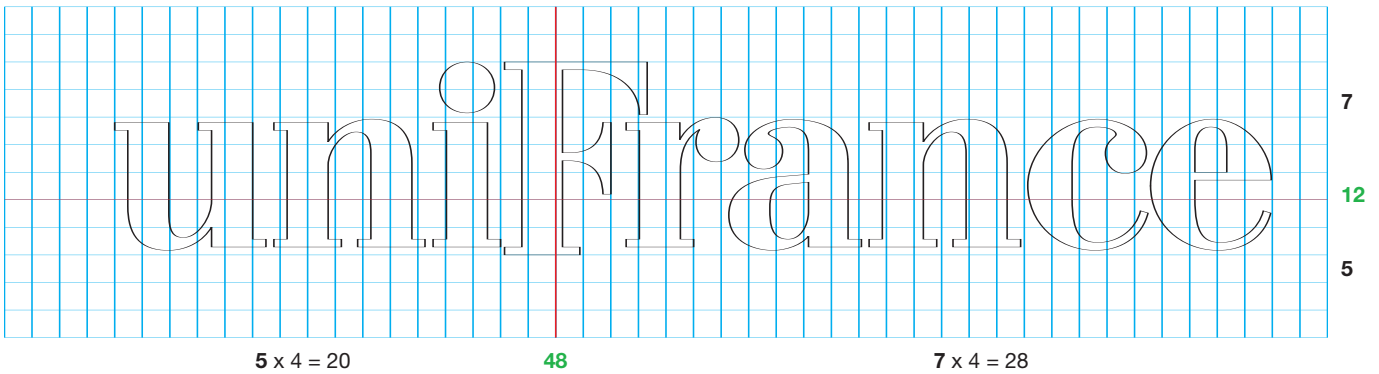
Dessins du logotype et tracé régulateur

Logotype - version 1

Filet technique



Tracé régulateur - 4/1



Logotype - version 2

Filet technique



Spécificités du logotype

Version 1



uniFrance

Version 2



uniFrance

Traitement “typo” au trait

Usages particuliers : marquage, sablage, fax...

Jamais en Outline.



uniFrance

~~uniFrance~~



Normes de reproduction du logotype

Positions du logotype

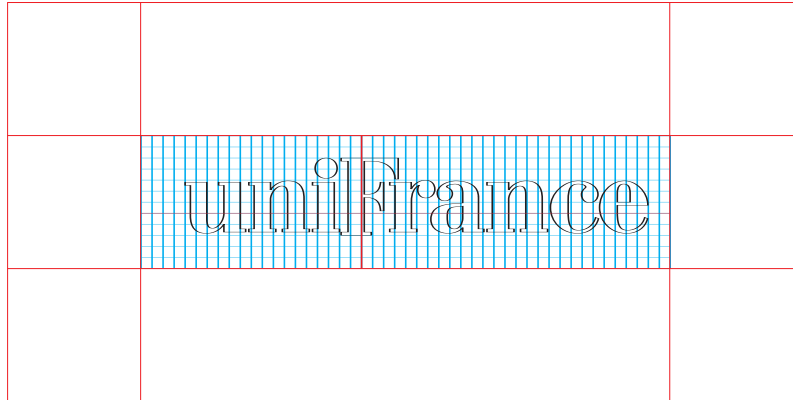
Le logotype ne doit jamais être positionné en biais.

Taille du logotype

Il n'y a pas de limite d'agrandissement du logotype.
Il ne pourra être réduit en dessous de 36 mm.



Zone d'encombrement et de protection



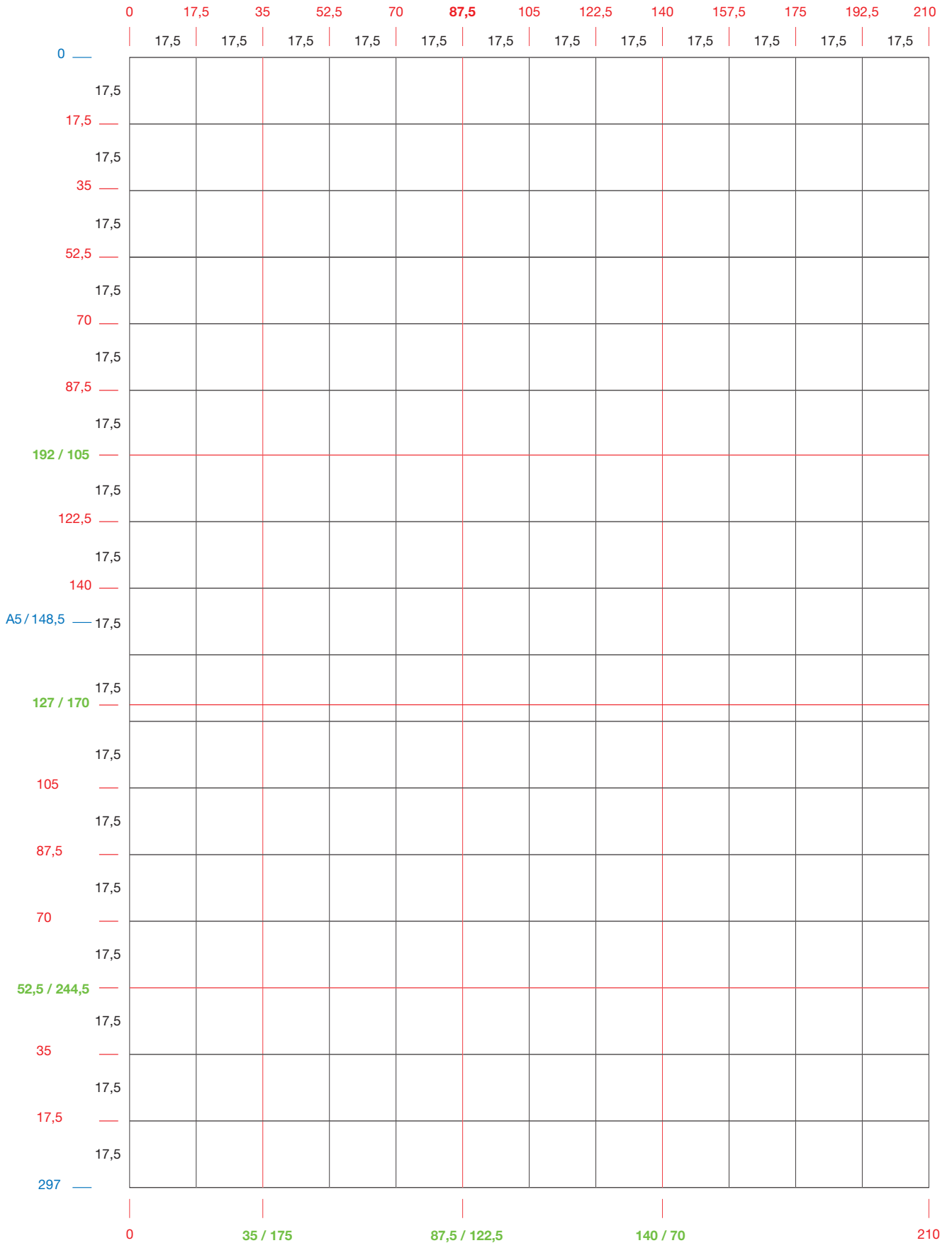
Traitement du logotype

Bleu PMS 285 (ton direct)

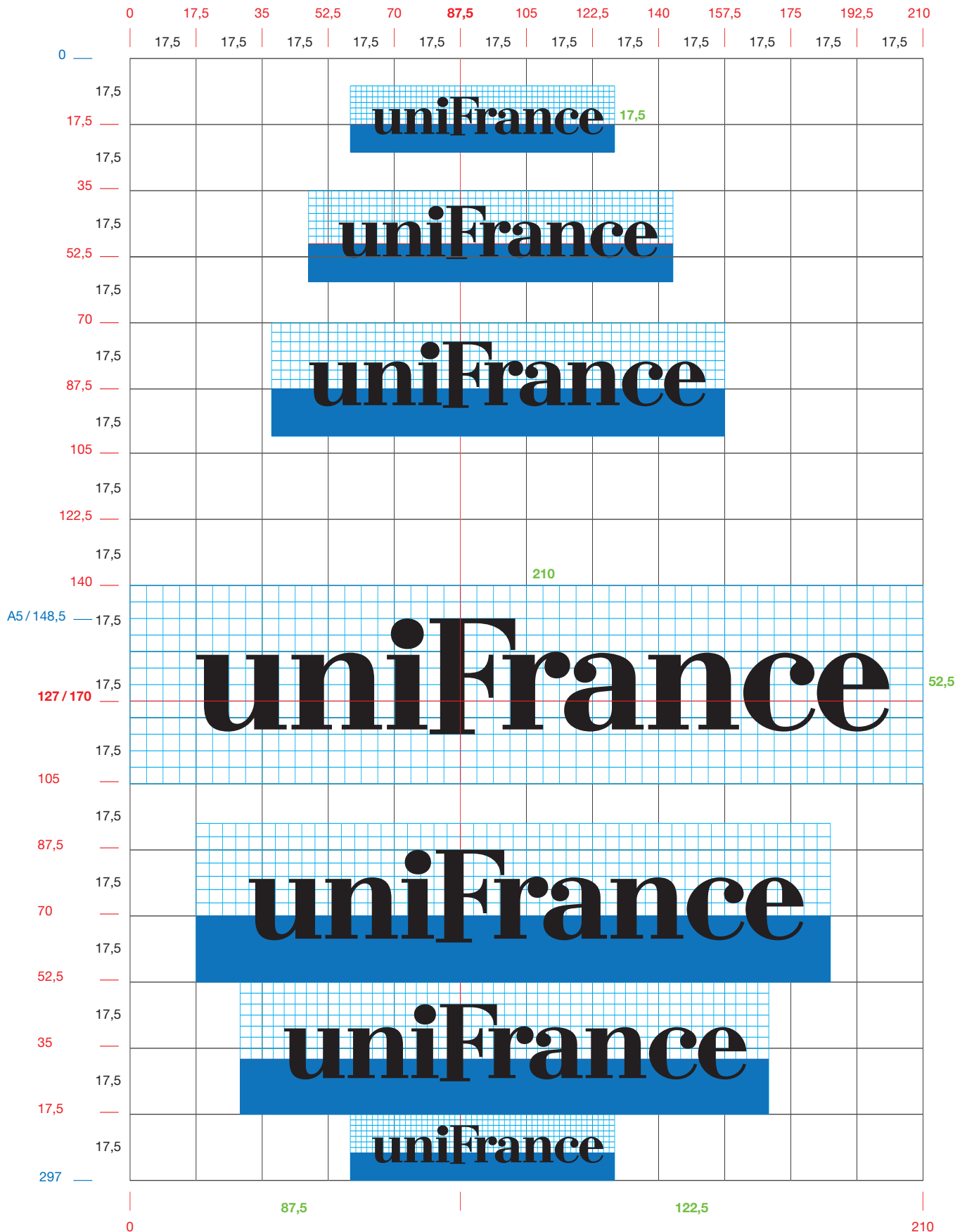
Cyan 85% Magenta 50% Jaune 0% Noir 0% (équivalence quadri)

Noir avec soutien de bleu (40 ou 60%)

Gabarit des documents A4 d'uniFrance (71%)



Positionnement et utilisation du logotype



Papier à lettre uniFrance (tête)

17,5	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

uniFrance
4, villa Bosquet 75007 Paris

Cotes et placements pour papier à lettre - Format 210/297mm (tel)

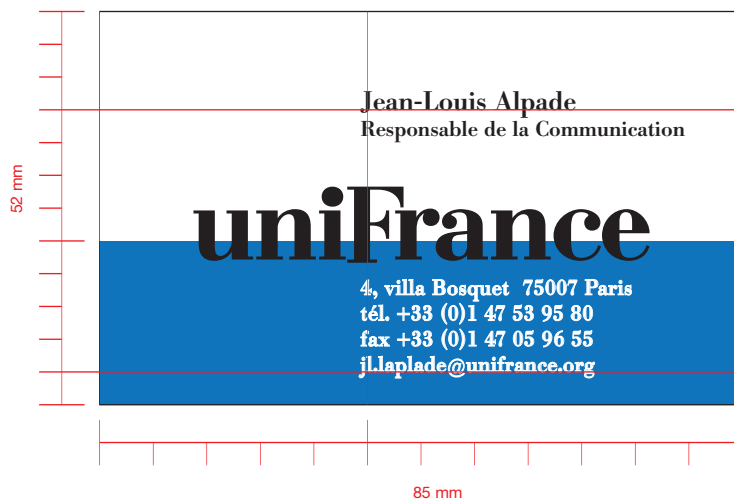
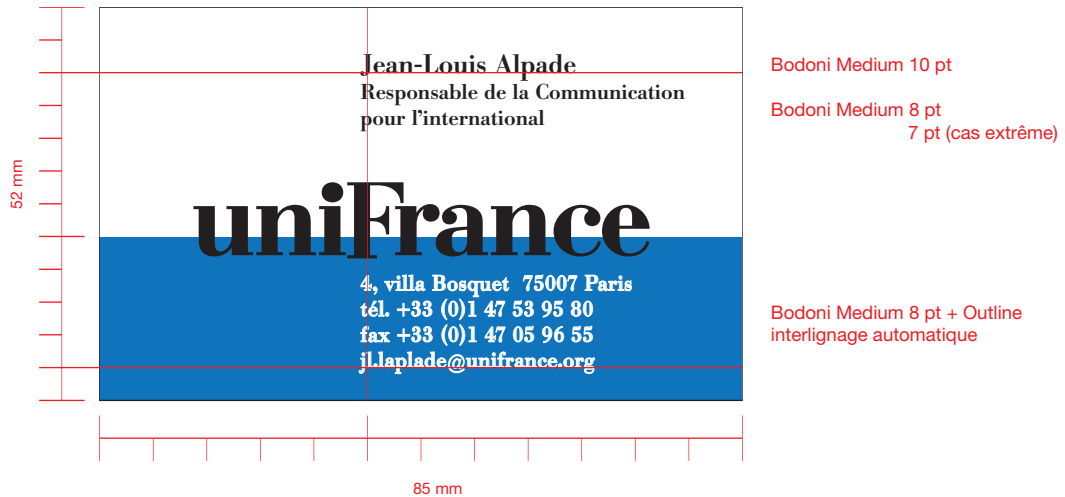
Papier à lettre uniFrance (pied)

17,5 | 17,5 | 17,5 | 17,5 | 17,5 | 17,5 | 17,5 | 17,5

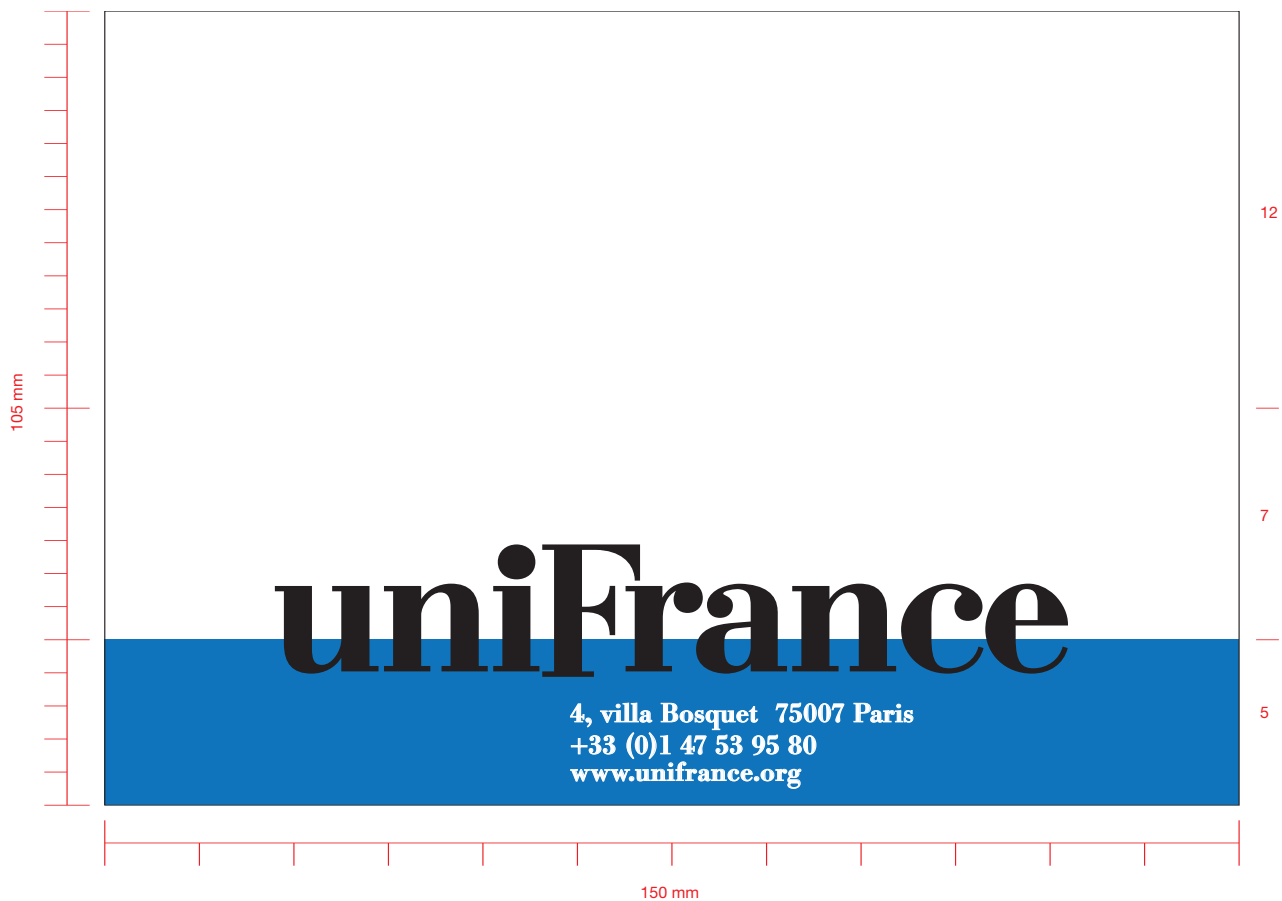
tél. +33 (0)1 47 53 95 80
fax +33 (0)1 47 05 96 55
www.unifrance.org
SIRET 784359069 00043
NAF 752A TVA FR 03784359069

17,5 | 17,5 | 17,5 | 17,5 | 17,5 | 17,5 | 17,5 | 17,5 | 17,5 | 17,5 | 17,5

Carte de visite



Carte de correspondance A6



Carte de correspondance A6

uniFrance

4, villa Bosquet 75007 Paris
+33 (0)1 47 53 95 80
www.unifrance.org

Typographies

Les caractères **Bodoni** et **Helvetica** sont les deux typographies qui ont été retenues pour l'ensemble des publications et des documents de communication d'**uniFrance**.

Le **Bodoni** a été choisi pour ses qualités **identitaires**.

L'**Helvetica** a été choisi pour ses qualités de **lisibilité**, d'**efficacité** et de **commodité**.

La lisibilité est la qualité première de l'**Helvetica lorsqu'il est exploité en bas de casse**. Il est aussi lisible en titre qu'en labeur. C'est un caractère simple, sans empattement, moderne mais "hors mode", il bénéficie d'un large éventail de graisses très indiquées pour transmettre un message précis, une information claire et hiérarchisée (Bold, Medium, Roman, Light).

C'est un caractère courant, présent chez tous les compositeurs, imprimeurs, dans tous les logiciels de micro-informatique (où il est parfois proposé sous les appellations Haas, Arial, Geneva ou Swiss), dans tous les générateurs d'écriture.

L'emploi de ces deux caractères, de manière rigoureusement systématique, associé à d'autres paramètres (logotype, support, couleurs noir/blanc/bleu, mise en page) assure la cohérence et permet l'identification immédiate de tous les documents édités par **uniFrance**.

Bodoni (pour les titres et les intitulés)

A B C D E F G H I
J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
a b c d e f g h i
j k l m n o p q r
s t u v w x y z

Berthold Bodoni **Medium** Romain corps 36

Comment reconnaître le Bodoni Berthold



Bodoni **Berthold** Medium



Bodoni **Bauer** Bold



Bodoni **ITC** Bold

Helvetica (pour les textes courants)

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

Helvetica **Bold** corps 24

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

Helvetica **Medium** corps 24

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

Helvetica **Roman** corps 24

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

Helvetica **Light** corps 24

Quelques règles pour la composition et la mise en page des documents

Dans un texte composé et mis en page, on convient que le mot **uniFrance** s'écrit ainsi, avec un "F" en capitale, un "u" en bas de casse, et dans la graisse supérieure.

En tête de phrase le "U" est en capitale.

En revanche dans un texte de labour ou courant, Unifrance s'écrit ainsi, avec le "U" initial en majuscule et le "f" en minuscule.

L'ensemble des textes d'**uniFrance** sont toujours composés en **bas de casse** (minuscules), jamais tout en capitales (majuscules), à l'exception des sigles composés d'initiales tels CNC, SACD, ARP, etc.

Seule la première lettre des noms propres doit être en capitale.

Texte courant

Les paragraphes sont distingués par un retour à la ligne ou par une ligne de blanc entre eux.

Jamais de phrases ou de mots soulignés.

Pour attirer l'attention sur un mot ou un groupe de mots dans une phrase, passer dans la graisse supérieure.

Titres et sous-titres

Hierarchisation des titres grâce au corps et à la graisse.

Les titres sont alignés à gauche.

Jamais de ligne de blanc après un sous-titre.

Jamais de titres soulignés, encadrés ou grisés.

Tableaux

Proscrire les filets, les lignes verticales sont obtenues optiquement par l'alignement des textes ou des chiffres.

Exemple

	2002	2003	2004	2005
Fournisseurs	542,2	755,0	2 358,2	3 808,4
Personnel	55,3	90,4	314,0	1 052,0
Impôts et taxes	15,0	20,5	92,4	112,1
Total	612,5	965,9	2 764,6	4 972,5

Prescriptions typographiques

Noms propres

Prénom et nom en bas de casse (minuscules)

Jean-Louis Alpade

Adresses postales

4, villa Bosquet 75007 Paris

Téléphones

01 47 53 95 80 (un espace et pas de point entre les paires de chiffres)

Sur un document destiné à l'étranger :

+33 (0)1 47 53 95 80

Dates

25-28 novembre 2005 (date en entier),

25-28/11/05 (date abrégée)

Euros

25 €, 250,50 €, 250 000 € (un espace entre le chiffre et le signe €, un espace et pas de point entre les milliers, une virgule non suivie d'un espacement pour les centimes)

En France, euro prend la marque du pluriel : 1 euro, 2 euros

Numérotation

No.00 (N cap, o bdc, . point, chiffre sans espace),

exemples : No.1, No.2...

Nom du destinataire
Nom de la société
Adresse
sur 3, 4, 5 lignes (s'il y a lieu)

Paris, le (date complète) (après 2 lignes de blanc)

Référence
ou objet (sur 2 lignes s'il y a lieu)

Cher Monsieur,

Début de lettre (après 1 ligne de blanc). Le caractère choisi est l'Helvetica, jamais en gras, toujours en corps 11. La première ligne commence à 52,5 mm du bord haut de la page, la dernière ligne ne peut se trouver plus bas qu'à 42 mm du bas de la page. La marge de gauche est de 35 mm, la marge de droite est de 17,5 mm.

Le bloc destinataire, le lieu ainsi que le bloc signataire sont placés à 87,5 mm. Les références et l'objet sont placées à 35 mm.

Les paragraphes sont distingués par un retour à la ligne ou une ligne de blanc entre eux.

Le nom du signataire est précédé de 4 lignes de blanc pour la signature manuelle.

Le respect de ces quelques règles est essentiel pour la clarté, l'efficacité et la cohérence qui doivent caractériser la communication de uniFrance.

Jean-Louis Alpade (tout en minuscules)

Nom du destinataire
Nom de la société
Adresse
sur 3, 4, 5 lignes

Paris, le

Référence
ou objet

Cher Monsieur,

Début de lettre (après 1 ligne de blanc). Le caractère choisi est l'Helvetica, jamais en gras, toujours en corps 11. La première ligne commence à 52,5 mm du bord haut de la page, la dernière ligne ne peut se trouver plus bas qu'à 42 mm du bas de la page. La marge de gauche est de 35 mm, la marge de droite est de 17,5 mm.

Le bloc destinataire, le lieu ainsi que le bloc signataire sont placés à 87,5 mm. Les références et l'objet sont placées à 35 mm.

Les paragraphes sont distingués par un retour à la ligne ou une ligne de blanc entre eux.

Le nom du signataire est précédé de 4 lignes de blanc pour la signature manuelle.

Le respect de ces quelques règles est essentiel pour la clarté, l'efficacité et la cohérence qui doivent caractériser la communication de uniFrance.

Jean-Louis Alpade

à sortir sur tête imprimée

Le logotype d'**uniFrance** a été créé par **Etienne Robial** en octobre 2005.
La charte graphique a été élaborée en février 2006,
par **On/Off Productions** avec **Stéphanie Dupont** et **Maxime Barbier**.
Pour tous renseignements complémentaires,
merci de contacter **uniFrance** :
Isabelle Simone, chargée des nouvelles technologies et du suivi de fabrication.
01 47 53 27 24
isabelle.simone@unifrance.org