

Charte graphique 2016



1. Les éléments constitutifs Présentation. 04 Le logotype 1.4 Le bloc marque institutionnel 1.6 1.7 Le bloc marque signature Le bloc marque pays 2. Le système graphique

2.2Le symbole institutionnel222.3Les pictos « disciplines »232.4Les codes formels du système242.5La construction des pictos252.6La carte du monde26

3. Les applications

	La papeterie	
3.1	→ la tête de lettre	28
3.2	→ la carte de visite	29
3.3	→ la carte de correspondance	31
	La communication institutionnelle	
3.4	→ le communiqué de presse	32
3.5	→ l'invitation	33
3.6	→ l'annonce presse	34
3.7	→ la plaquette institutionnelle	35
	La communication événementielle	
3.8	→ les affiches	36
	La signalétique	
3.9	→ le kakémono	40
	Le multimédia	
3.10	→ le DVD	41
3.11	→ la favicon	
3.12	→ la signature de courriel	43
3.13	→ son & vidéo	44
	Les objets promotionnels	
3.14	→ le mug	45
3.15	→ les autres obiets.	46

1.1 /// Présentation

Afin d'assurer une meilleure lisibilité et visibilité à l'action culturelle extérieure de la France, il existe une marque unique, l'Institut français, pour l'ensemble des centres culturels et Instituts français dans le monde.

La charte graphique présente les principes d'application de l'identité visuelle de l'Institut français à travers le monde.

Le respect de ces règles d'usage permettra de donner plus de visibilité et de cohérence à l'action culturelle de la France dans le monde menée par l'ensemble du réseau.

USAGE DANS LES TEXTES

L'Institut français s'écrit ainsi : Institut français. Avec une lettre capitale (majuscule) à « Institut », et une lettre en bas de casse (minuscule) à « français », conformément à l'usage de la langue française et du Code typographique. Contrairement au logotype, la composition en lettres capitales n'est pas admise, sauf lorsque l'ensemble du texte dans lequel figure « Institut français » est en lettres capitales.

1.2 /// Le logotype → présentation

Présentation

Un logotype qui fait autorité pour poser une marque et installer l'Institut français dans le monde.

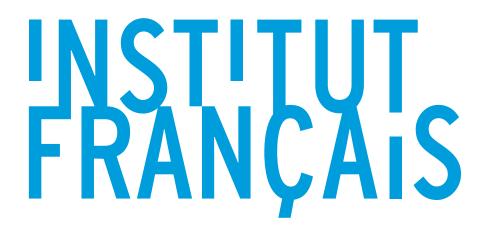
La modernité minimaliste du logotype est là pour affirmer que l'Institut français existe depuis toujours, à travers un réseau présent partout dans le monde.

Le logotype ne s'écrit pas et ne s'imite pas. Il s'agit d'une image originale et non modifiable, qu'il convient d'utiliser en respectant la charte graphique qui l'accompagne.

Important

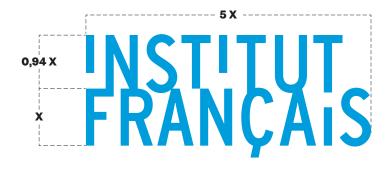
Le logotype Institut français est destiné à remplacer les précédentes marques employées (Centre culturel français, Maison, etc.), et sera utilisé en marque unique et de manière identique dans le monde entier pour ce qui concerne la signalétique. En revanche, tous les Instituts français ont la possibilité de faire figurer leur pays ou leur ville de rattachement au-dessous du logotype pour des opérations de communication (affiches, programmes, événements, publications).

Les supports qui permettent également une déclinaison locale, au niveau des villes, des régions ou des pays, sont les éléments de papeterie.



1.3 /// Le logotype → principe de construction & règles d'utilisation

La construction du logotype Institut français est présentée ci-contre. La largeur du logo correspond à 5 fois la hauteur de la lettre «F».

Il est composé d'une seule couleur, le Pantone® Process Blue C. 

Une zone de protection a été définie afin de ne pas avoir d'éléments (texte ou visuel) qui puisse gêner la lecture.

Cette zone correspond à la hauteur de la lettre «F». Elle doit être strictement respectée.

La taille minimale du logotype est de 10 mm en impression et de 60 pixels sur écran, il est interdit d'utiliser une taille plus petite afin de garder une lisibilité optimale. 

Taille mini : 10 mm / 60 pixels

1.4 /// Le logotype → les couleurs

Le logotype doit être utilisé en priorité en Pantone® Process Blue C (ou équivalent CMJN / RVB / Web).

Il peut également être utilisé en noir ou en réserve blanche lorsque le support l'oblige.

Toutes les correspondances couleurs sont présentées ci-contre.



PANTONE® PROCESS BLUE C CMJN: C 100 M 8 J 0 N 5 RVB: R 000 V 138 B 201 WEB: # 008AC9



PANTONE® PROCESS BLACK CMJN: C 0 M 0 J 0 N 100 RVB: R 000 V 000 B 000 WEB: # 000000

INSTITUT FRANÇAIS

CMJN: C 0 M 0 J 0 N 0 **RVB**: R 255 V 255 B 255

WEB: # FFFFFF

1.5 /// Le bloc marque institutionnel → présentation

Le bloc marque institutionnel est composé du logotype Institut français et d'un cartouche bleu Pantone® Process Blue C.

Ce bloc marque est à utiliser en priorité sur toutes nos publications. Le cartouche permet en effet une reconnaissance immédiate et facilite la lecture du logotype.

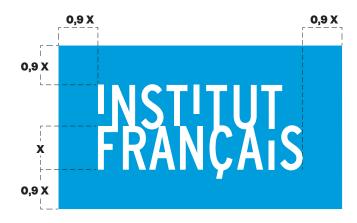
Le positionnement de ce dernier dans le cartouche est normé et ne peut en aucun cas être modifié.

Les règles de construction et d'utilisation sont décrites dans les pages suivantes.

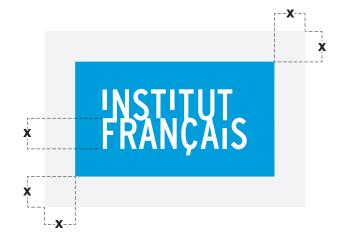


1.6 /// Le bloc marque institutionnel → principe de construction & règles d'utilisation

La construction du bloc marque institutionnel est présentée ci-contre. L'espace entourant le logotype correspond à 0,9 fois la hauteur de la lettre «F».

Il est composé d'un cartouche en bleu Pantone® Process Blue C, et du logotype en réserve blanche. 

Une zone de protection a été définie afin de ne pas avoir d'éléments (texte ou visuel) qui puisse gêner la lecture du bloc marque. Cette zone correspond à la hauteur de la lettre «F». Elle doit être strictement respectée.

La taille minimale du bloc marque est de 14 mm pour l'impression et de 85 pixels pour l'écran, il est interdit d'utiliser une taille plus petite afin de garder une lisibilité optimale. 

Taille mini :
14 mm / 85 pixels
INSTITUT
FRANÇAIS

1.7 /// Le bloc marque institutionnel → les couleurs

Le bloc marque institutionnel doit être utilisé en priorité en Pantone® Process Blue C (ou équivalent CMJN / RVB / Web) avec logotype blanc ou en inversion (selon le fond sur lequel il est appliqué).

Il peut également être utilisé en noir logotype blanc ou en inversion lorsque le support l'oblige.

Toutes les correspondances couleurs sont présentées ci-contre.



PANTONE® PROCESS BLUE C CMJN: C 100 M 8 J 0 N 5 RVB: R 000 V 138 B 201 WEB: # 008AC9



PANTONE® PROCESS BLACK CMJN: C 0 M 0 J 0 N 100 RVB: R 000 V 000 B 000 WEB: # 000000



PANTONE® PROCESS BLUE C CMJN: C 100 M 8 J 0 N 5 RVB: R 000 V 138 B 201 WEB: # 008AC9



PANTONE® PROCESS BLACK CMJN: C 0 M 0 J 0 N 100 RVB: R 000 V 000 B 000 WEB: # 000000

1.8 /// Le bloc marque signature → présentation et principe de construction

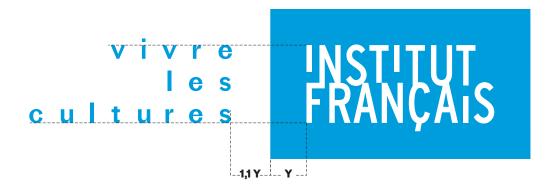
Le bloc marque signature est composé de la signature « vivre les cultures » et du bloc marque institutionnel et elle se positionne à la gauche de celui-ci.

Elle est en bleu Pantone® Process Blue C et s'écrit en ProtoGrotesk Regular.

Le positionnement de celle-ci par rapport au cartouche est décrit ci-contre.



Principe de construction



1.9 /// Le bloc marque pays → présentation et principe de construction

Pour les Instituts présents à l'étranger il est possible d'ajouter la mention du pays, celui-ci s'inscrit sous le logotype en typographie ProtoGrotesk light et peut s'écrire sur une ou deux lignes maximum.

Le positionnement du logotype dans le cartouche étant légèrement différent du bloc marque institutionnel, de nouvelles règles de construction et de positionnement ont été réalisées. Elles incluent également le positionnement du nom du pays.

Lorsqu'un projet est soutenu à la fois par l'Institut français et par l'Institut français local, le logotype unique et générique prévaut.













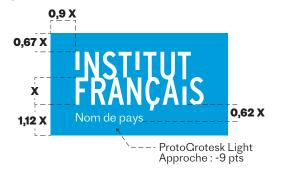


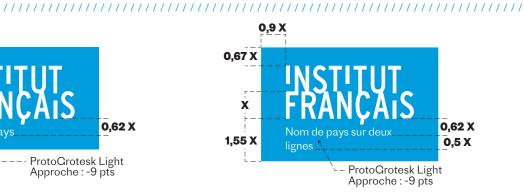




→ exception pays sur 2 lignes

Principe de construction





1.10 /// Le bloc marque pays → sur fond de couleur

Le bloc marque pays peut s'utiliser en inversion (cartouche blanc et logotype et nom du pays Pantone® Process Blue C ou équivalent) lorsqu'il est appliqué sur un fond bleu ou un fond foncé.

Le bloc marque pays peut également être utilisé avec la signature. Le positionnement est décrit ci-contre.





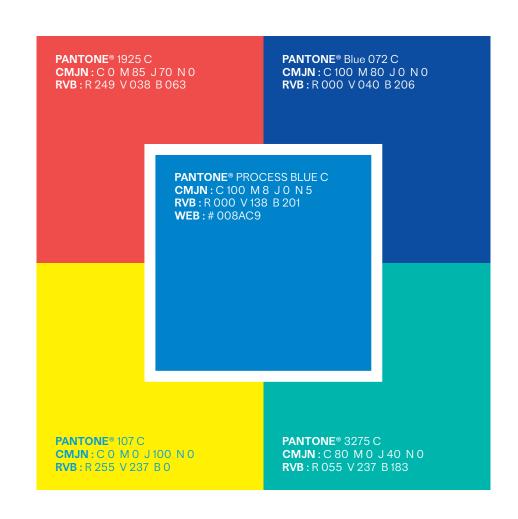


1.11 /// Les couleurs d'accompagnement

Quatre couleurs d'accompagnement ont été sélectionnées pour animer les supports de communication des Instituts français.

Ces couleurs ont été choisies pour pouvoir s'associer facilement avec la couleur institutionnelle Pantone® Process Blue C.

Il est recommandé d'utiliser en priorité les couleurs complémentaires présentées sur cette page.



1.12 /// L'utilisation sur fonds de couleurs

Le logotype et le bloc marque s'inscrivent prioritairement sur un fond blanc ou sur le fond bleu institutionnel.

Néanmoins si le support l'oblige on peut appliquer le logotype ou le bloc marque sur fond coloré ou sur une photo.

Il conviendra de bien vérifier la lisibilité en utilisant soit la version bleu Pantone® Process Blue C soit la version en réserve blanche.



Exemple d'application du bloc marque signature sur fond Pantone® 1925 C et Pantone® Blue 072 C

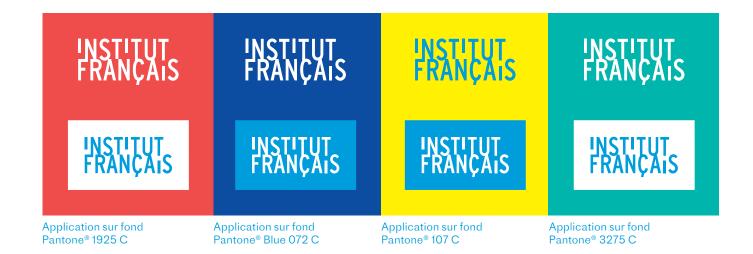
Utilisation sur couleurs institutionnelles et d'accompagnement







Application sur fond bleu Pantone® Process blue C



1.13 /// La typographie d'accompagnement principale

La typographie d'accompagnement principale est la ProtoGrotesk, elle est utilisable dans les graisses suivantes:

- Extra light
- Light
- Regular
- Bold

Elle doit être utilisée sur tous nos supports de communication print (affiches, plaquettes, etc) et sur tous nos supports institutionnels (carte de visite, invitation, etc).

ABCDEFCHIJ KLMNOPQRS TUVWXYZ 0123456789 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz àéèæœöôùïñ.,;:'/?!&(){}«»°-*#@

1.14 /// La typographie d'accompagnement secondaire

La typographie Roboto doit être utilisée lorsque la typographie ProtoGrotesk n'est pas disponible.

Elle s'utilise selon les mêmes recommandations que la ProtoGrotesk et est utilisable dans les graisses suivantes :

- Thin
- Light
- Regular
- Black

Cette typographie est libre de droits.

ABCDEFGHIJ KLMNOPQRS TUVWXYZ 0123456789 abcdefghijklmnopgrstuvwxyz àéèæœöôùiñ.,;:'/?!&(){}«»°-*#@

1.15 /// La typographie d'accompagnement bureautique

Helvetica

Pour les supports bureautique (signature de courriel, Powerpoint®, etc) la typographie Helvetica a été sélectionnée.

Elle peut être utilisée dans les graisses :

- Light
- Regular
- Bold

Cette typographie est disponible sur tous les postes de travail (PC, Mac).

ABCDEFGHIJ KLMNOPQRS TUVWXYZ 0123456789 abcdefghijklmnopgrstuvwxyz àéèæœöôùïñ.,;:'/?!&(){}«»°-*#@

1.16 /// Les interdits

Une série d'interdits est présentée ci-contre. Cette liste est non-exhaustive.



Ne pas changer la couleur du cartouche



Ne pas déformer ou modifier le bloc marque



Ne pas changer la forme du cartouche



Ne pas rajouter d'éléments dans le bloc marque



Ne pas changer la typographie



Ne pas écrire les noms des pays sur 3 lignes ou plus

2.1 /// La base du système

Le système graphique de l'Institut français est basé sur l'utilisation des trois "i" du logotype.

La particularité graphique de ces lettres permet de les isoler et d'en faire un symbole graphique reconnaissable facilement et très modulable.

Les pages suivantes montrent les différents usages de ce système ainsi que les possibilités et obligations offertes par ce dernier.

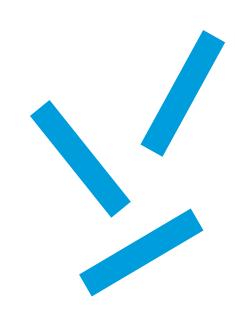


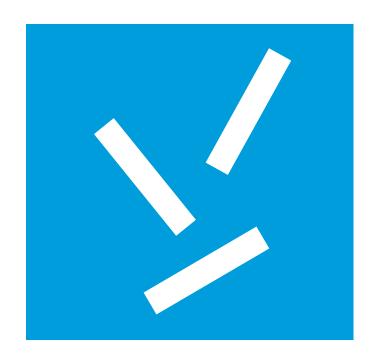
2.2 /// Le symbole institutionnel

Le symbole institutionnel a été créé pour illustrer nos supports de communication (imprimés & numérique) tels que le communiqué de presse, le carton d'invitation, la plaquette institutionnelle, etc.

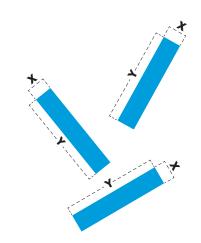
Le principe de construction est décrit ci-contre.

Ce symbole est disponible en version haute définition.





Principe de construction

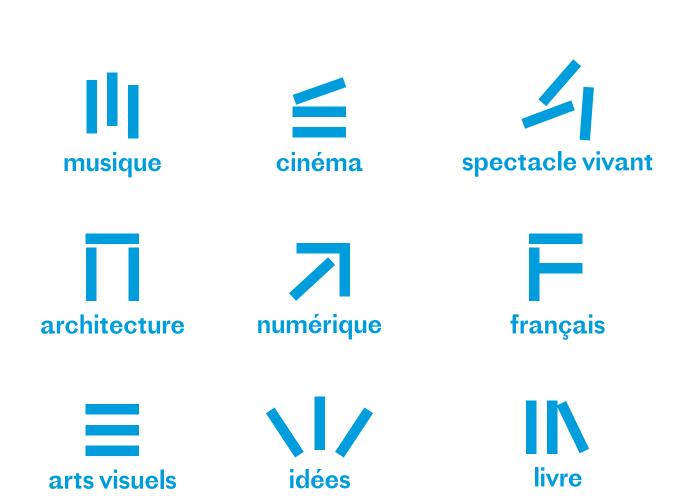


2.3 /// Les pictos « disciplines »

Ci-contre sont représentés les pictogrammes « disciplines » de l'Institut français créés à partir du système graphique des 3 "i" issus du logotype.

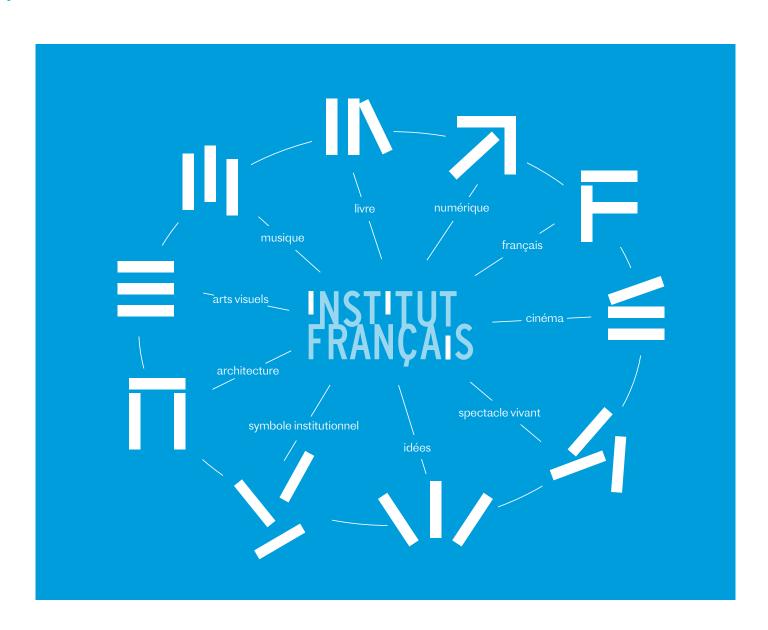
Neuf pictogrammes « disciplines » ont ainsi été imaginés pour illustrer nos supports de communication.

Les pictogrammes ne peuvent être modifiés. Les recommandations et contraintes d'utilisation sont les mêmes que pour le logotype / bloc marque institutionnel.



2.4 /// Les codes formels du système

Ci-contre une représentation graphique de l'univers visuel de l'Institut français montrant précisément l'association graphique entre les pictogrammes et le logotype.

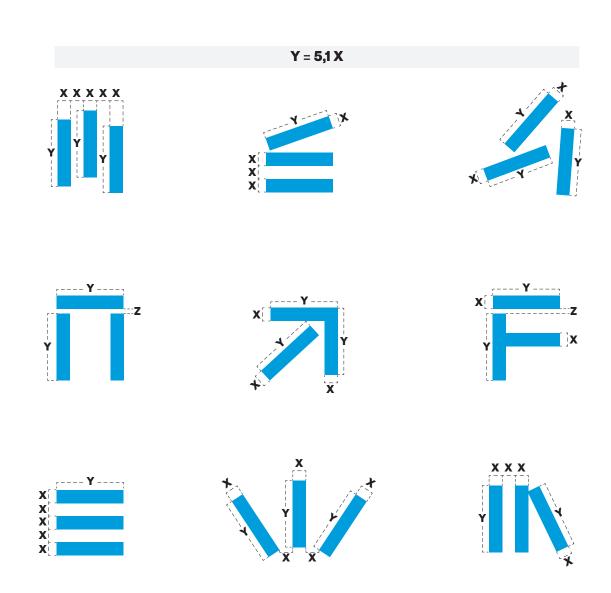


2.5 /// La construction des pictos

La construction des pictogrammes est présentée ci-contre.

Toutes les barres bleues sont de dimensions identiques (largeur et longueur).

Ces pictogrammes sont disponibles en version haute définition.



2.6 /// La carte du monde

Cette carte est une illustration qui permet de valoriser la présence et les actions internationales de l'Institut français.

Son traité original s'est construit à partir des trois bandes base du système graphique.

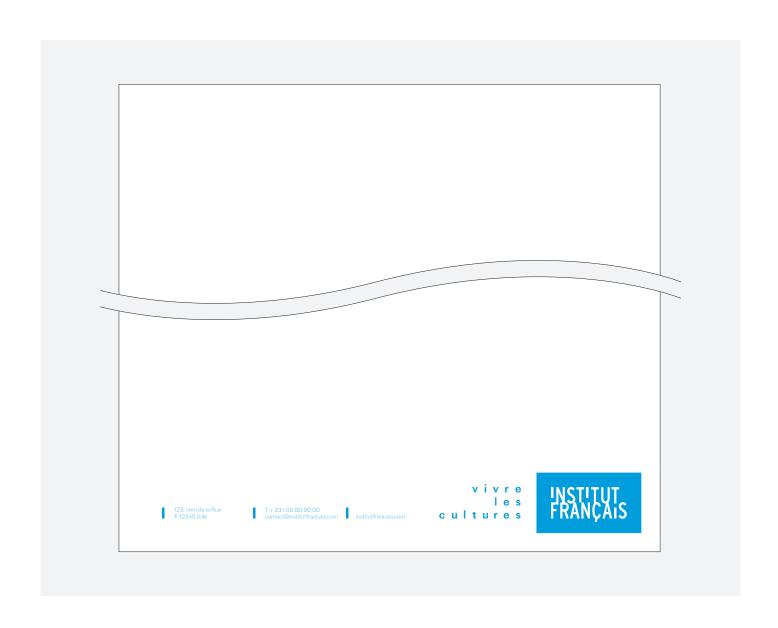
Cette carte est disponible en version haute définition.



3.1 /// La papeterie → la tête de lettre

La tête de lettre est d'un format A4 (297x210 mm) et est imprimée en une couleur Pantone® (Process Blue C).

Elle est disponible en version haute définition.



3.2 /// La papeterie → la carte de visite

La carte de visite est d'un format de 85x55 mm et est imprimée en une couleur Pantone® (Process Blue C).

Il existe 2 versions de la carte de visite, une imprimée recto/verso et l'autre uniquement recto.

Sur la version recto/verso le bloc marque est présent sur le verso et les coordonnées sur le recto alors que sur l'autre version de la carte de visite le bloc marque et les coordonnées sont présents sur une seule face.

Ces deux cartes de visite sont disponibles en version haute définition.



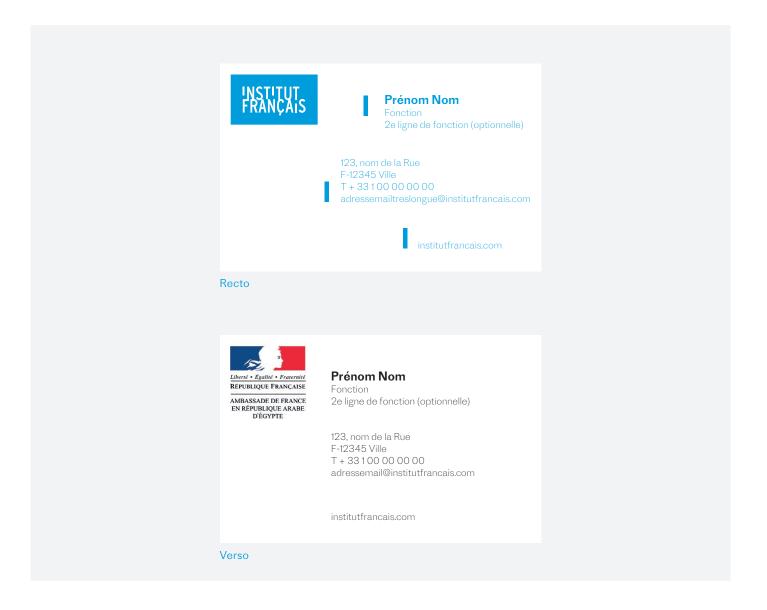
3.2 /// La papeterie → la carte de visite

Dans le cas des personnes travaillant pour une ambassade et pour l'Institut français à l'étranger une carte de visite spéciale a été conçue.

Elle est imprimée recto/verso en une couleur Pantone® (Process Blue C).

Le recto de la carte présente l'Institut français tandis que le verso présente l'ambassade.

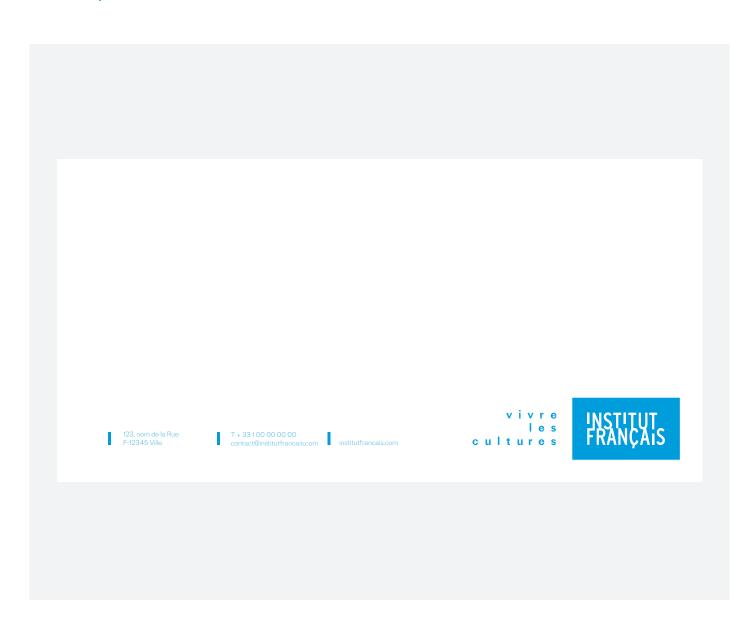
Cette carte de visite est disponible en version haute définition.



3.3 /// La papeterie → la carte de correspondance

La carte de correspondance est d'un format de 210x105 mm et est imprimée en une couleur Pantone® (Process Blue C).

Elle est disponible en version haute définition.



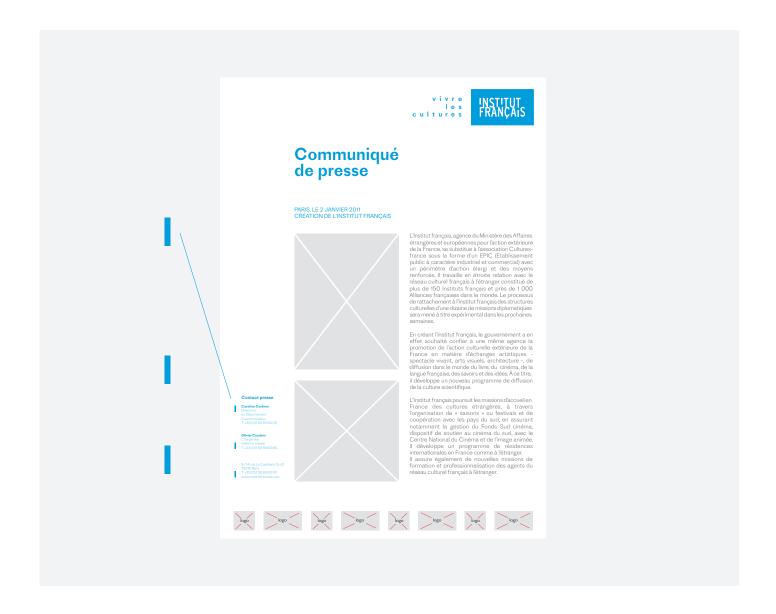
3.4 /// La communication institutionnelle → le communiqué de presse

Il existe 2 types de communiqués de presse, une version 1 colonne comprenant uniquement du texte et une version 2 colonnes permettant d'inclure des visuels.

Sur ces documents il est impératif d'utiliser le bloc marque signature auquel peut s'adjoindre des logotypes partenaires.

Ci-contre est présenté un principe de mise en page possible, avec visuels.

lls sont disponibles en version haute définition.



3.5 /// La communication institutionnelle → l'invitation

Le carton d'invitation est d'un format 148x105 mm et est imprimé en une couleur Pantone® (Process Blue C).

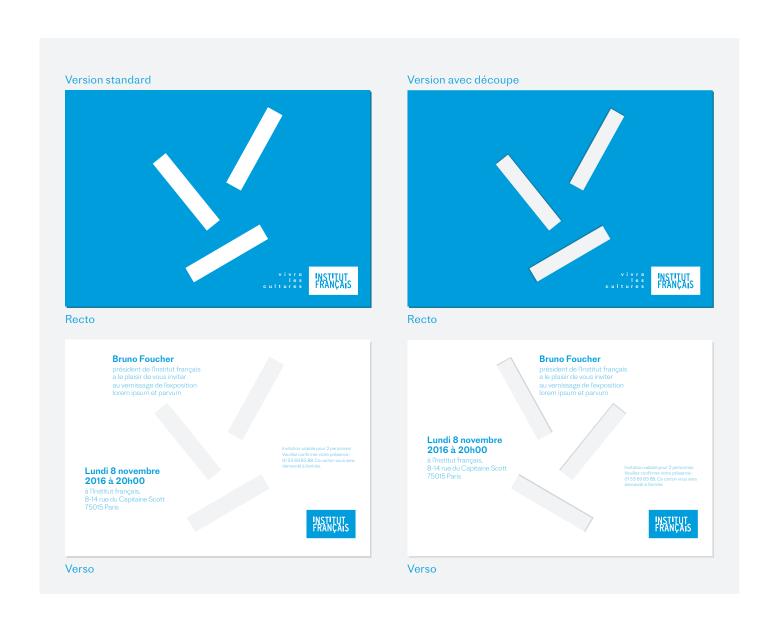
Il existe 2 versions:

 version standard imprimée recto/verso et imprimée en bleue. Le recto contient le bloc marque signature en inversion et le symbole institutionnel en blanc

Le verso reprend également le symbole institutionnel en noir 5%, le bloc marque institutionnel en bas à droite ainsi que les textes écrits en bleu.

 version avec découpe imprimée recto/ verso et imprimée en bleue. Elle contient une découpe qui reprend le symbole institutionnel.

Le recto est bleu avec le bloc marque signature en bas à droite en inversion. Le verso reprend le bloc marque institutionnel en bas à droite ainsi que les textes écrits en bleu.



3.6 /// La communication institutionnelle → l'annonce presse

L'annonce presse est toujours composée d'un visuel (photo ou graphique) sur lequel s'inscrit un titre, du texte courant et le pictogramme de la discipline concernée ou le symbole institutionnel, choisi en fonction de la composition visuelle. Les couleurs utilisées pour les textes et les pictos sont issues des palettes institutionnelle et d'accompagnement.

Le bloc marque signature se positionne en bas à droite accompagné des logotypes partenaires et toujours sur fond blanc.

Un cadre blanc entoure la création afin de structurer et optimiser la lisibilité des éléments.

Le positionnement des titres et textes est laissé libre mais ils doivent s'inscrire sur le visuel en typographie ProtoGrotesk.



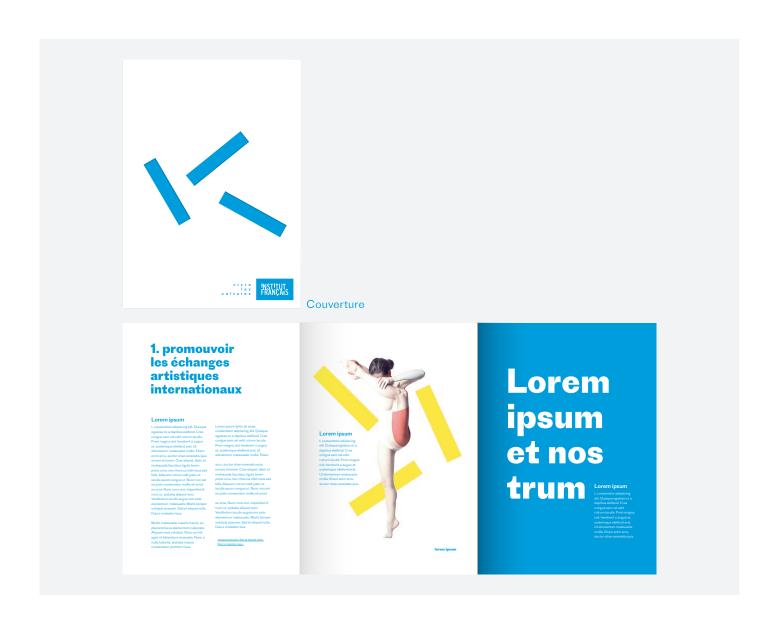


3.7 /// La communication institutionnelle → la plaquette institutionnelle

Un principe de plaquette institutionnelle est présenté ci-contre, elle est d'un format A5. Il convient de ne pas surcharger les pages d'informations et de mettre en avant les visuels et pictogrammes.

La couverture présente toujours le bloc marque signature ainsi que le symbole institutionnel.

La plaquette présentée ci-contre est uniquement à titre d'exemple.



3.8 /// La communication événementielle → les affiches

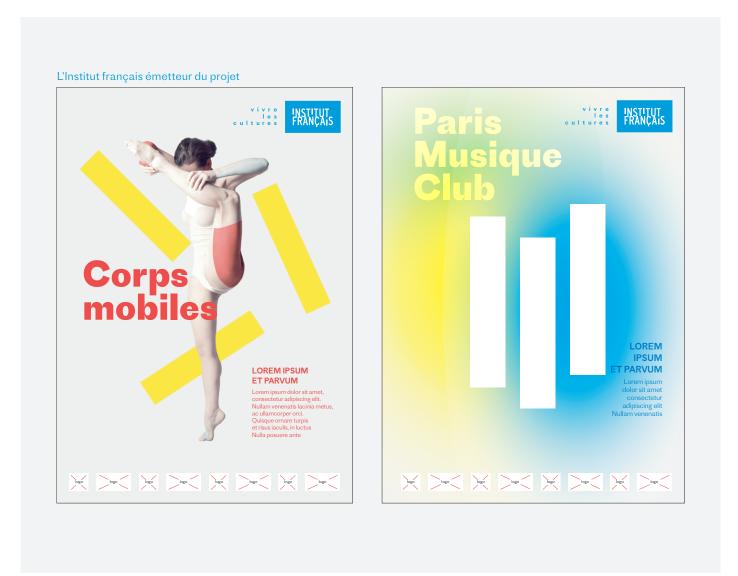
Les affiches de l'Institut français sont toujours composées d'un visuel, d'un pictogramme, d'un titre et de textes ainsi que du bloc marque institutionnel (ou signature selon la destination de l'affiche) ainsi que des logotypes partenaires.

Il existe 3 types d'affiches, celles où l'Institut français est émetteur du projet, où l'Institut français est co-organisateur et enfin où l'Institut français est partenaire.

L'Institut français émetteur du projet :

Les affiches où l'Institut français est émetteur utilisent le bloc marque signature, qui est isolé afin de ne pas être perturbé par les autres logotypes. Il vient se positionner en haut à droite de l'affiche et est d'une taille 50% supérieure aux autres logos partenaires. Ces derniers se positionnent en bas de l'affiche.

Ci-contre deux exemples d'affiches où l'Institut français est émetteur.



3.8 /// La communication événementielle → les affiches

L'Institut français co-organisateur :

Les affiches où l'Institut français est co-organisateur utilisent le bloc marque institutionnel qui se positionne en bas à droite et qui est d'une taille 50% supérieure aux autres logos partenaires.

Ci-contre deux exemples d'affiches où l'Institut français est co-organisateur.





3.8 /// La communication événementielle → les affiches

L'Institut français partenaire :

Les affiches où l'Institut français est partenaire utilisent le bloc marque institutionnel positionné de préférence en bas à droite et de taille équivalente aux autres logotypes partenaires.

Ci-contre deux exemples d'affiches où l'Institut français est partenaire.



3.8 /// La communication événementielle → les affiches

L'Institut français partenaire :

Ci-contre un autre exemple d'affiche pour l'Institut français partenaire. Cette application avec les couleurs du drapeau français peut être adaptée en fonction de l'événement.

À utiliser de manière ponctuelle.



3.9 /// La signalétique → le kakémono

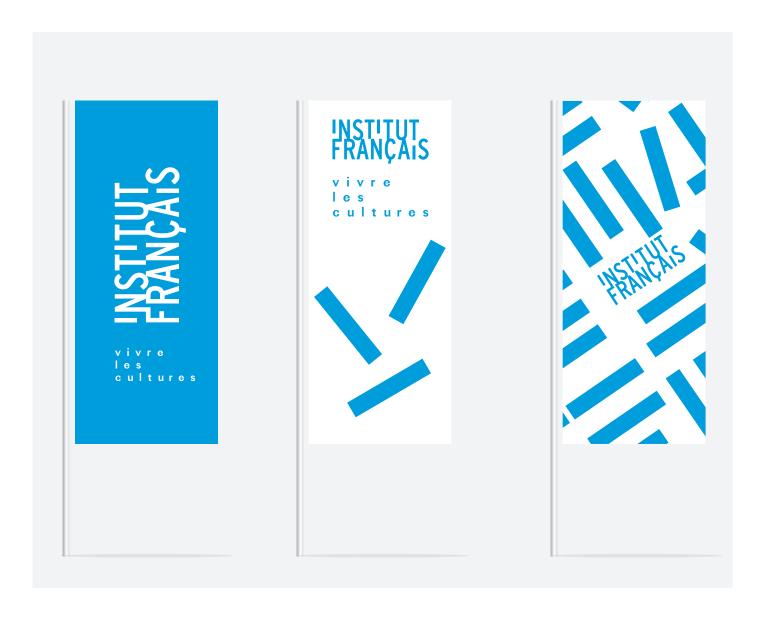
Le kakémono existe en 3 versions et est toujours imprimé en une couleur, le Pantone® Process Blue C.

Il existe:

- une version fond bleu avec une composition spéciale du bloc marque signature,
- une version avec uniquement le bloc marque signature et le symbole institutionnel,
- une version avec le logotype et une trame composée de plusieurs pictogrammes (voir trame page 44).

Elles sont illustrées ci-contre.

Ces kakémonos sont disponibles en version haute définition.



3.10 /// Le multimédia → le DVD

Ci-contre est présenté le principe graphique de la jaquette du boîtier DVD ainsi que le marquage du disque.



3.11 /// Le multimédia → la favicon

La favicon est présente sur l'icône de l'application de smartphone et la barre d'adresse lorsque l'on visite le site.

Elle est d'un fond bleu RVB (voir page 07 pour les références couleurs) sur lequel s'inscrit en blanc une composition inspirée du logotype qui forme les initiales "I" et "F".

Cette composition a uniquement été créée pour la favicon et ne doit en aucun cas être utilisée ailleurs.

Elle est disponible en version haute définition.







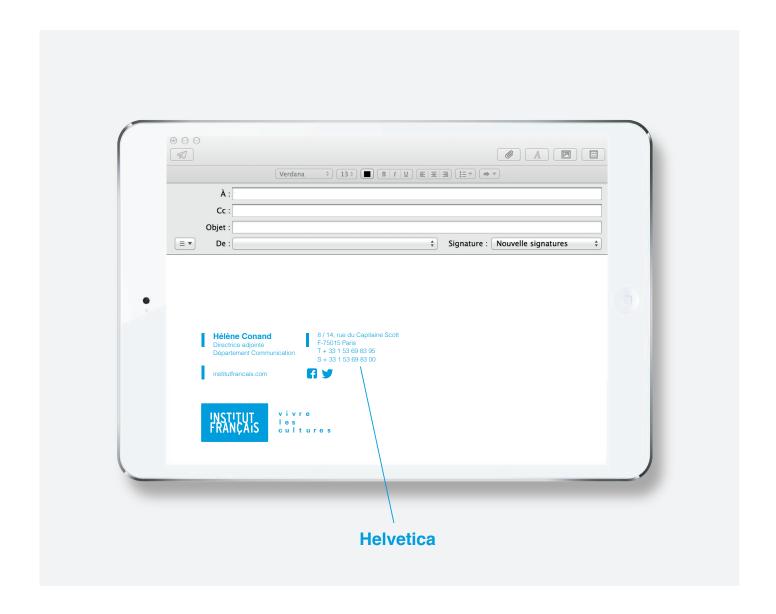
3.12 /// Le multimédia → la signature de courriel

La signature de courriel est composée d'un bloc marque signature bleu spécifique ainsi que des coordonnées de l'expéditeur. Sont présentes également 2 icônes, Facebook et Twitter, permettant un accès rapide à nos réseaux sociaux.

Le bloc marque signature avec cette structure (signature à droite du bloc marque institutionnel) est une utilisation exceptionnelle et unique à la signature de courriel. Cette structure ne doit pas être utilisée sur d'autres supports.

La typographie à utiliser est l'Helvetica.

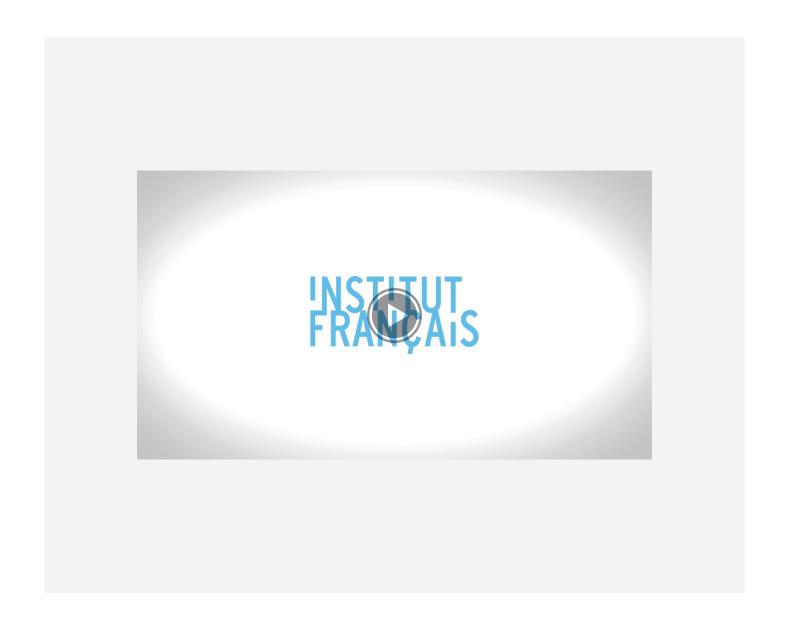
Elle est disponible en version haute définition.



3.13 /// Le multimédia → son & vidéo

Une animation vidéo a été créée pour promouvoir notre nouvelle identité ainsi que le système graphique.

Cette animation peut être utilisée pour présenter l'Institut français lors d'événements, pour présenter la nouvelle identité sur le site, dans des reportages vidéos, etc.



3.14 /// Les objets promotionnels → le mug

Pour personnaliser et animer le mug, une trame composée de plusieurs pictogrammes de disciplines a été créée.

Cette trame et le mug sont présentés ci-contre.

Le fichier de la trame est disponible en version haute définition.





3.15 /// Les objets promotionnels → les autres objets

D'autres objets promotionnels ont été créés afin de faire vivre notre identité en dehors des supports imprimés.

Deux exemples de marquages sont présentés ci-contre.





