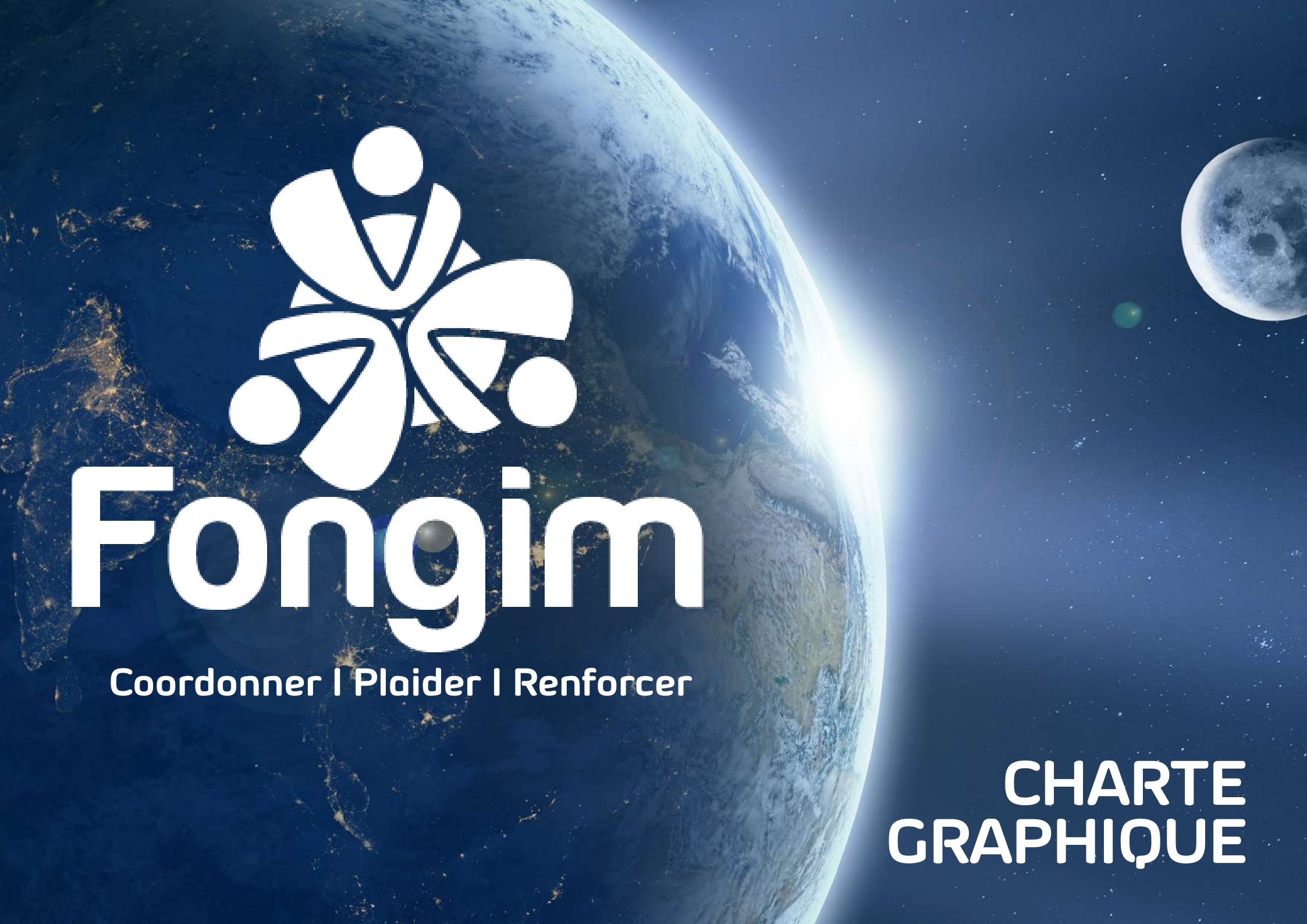


CHARTE GRAPHIQUE

LA CHARTE GRAPHIQUE ET LES STRATÉGIES D'ENTREPRISE

LA CHARTE GRAPHIQUE : Définition

L"ENSEMBLE DES ÉLÉMENTS DÉFINISSANT L'IDENTITÉ VISUELLE D'UNE ENTREPRISE OU D'UNE INSTITUTION, RASSEMBLÉS DANS UN LIVRET, CONSTITUE LA CHARTE GRAPHIQUE.

CE DOCUMENT LISTE LES NORMES RELATIVES AU LOGOTYPE ET SES DÉCLINAISONS, AUX CARACTÈRES TYPOGRAPHIQUES, AUX CODES COULEURS, AUX DIFFÉRENTES ANNONCES PUBLICITAIRES. LA CHARTE GRAPHIQUE A POUR BUT D'ASSEOIR L'IDENTITÉ DE L'ENTREPRISE OU DE L'INSTITUTION EN INSTALLANT UNE COHÉRENCE DANS SES RÉALISATIONS.

AU SERVICE DES STRATÉGIE DE COMMUNICATION DE LA MARQUE

L'IDENTITÉ VISUELLE DÉFINIE PAR LA CHARTE GRAPHIQUE PERMET DE RECONNAÎTRE DU PREMIER COUP D'OEIL UN PROJET, UNE MARQUE, UNE ORGANISATION OU UNE ENTREPRISE. LA CHARTE GRAPHIQUE SERT À IDENTIFIER FACILEMENT L'ÉMETTEUR DU MESSAGE, ET À SE REPÉRER VISUELLEMENT DANS LES DIFFÉRENTES RÉALISATIONS GRAPHIQUES : PRODUCTIONS ÉDITORIALES, PACKAGING, LOGOS, SITE WEB...

GRÂCE À SA CHARTE, L'ENTREPRISE CONSTRUIT SON IMAGE ET RENFORCE SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

SOMMAIRE

LOGOTYPE & ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

LE LOGOTYPE
LES VARIATIONS
LA ZONE DE PROTECTION
LES RÉFÉRENCES COULEURS
LES INTERDITS
iCONS

L'UNIVERS DE MARQUE

LA SIGNATURE INSTITUTIONNELLE
LA TYPOGRAPHIE

LA PAPETERIE ET LA BUREAUTIQUE

Le niveau institutionnel et Services (formats A4) • Le niveau Composantes et Unités de Recherche (formats A • Les formats A5 • Les formats 100 x 210mm • Les formats 140 x 300mm • La chemise, rapport ou dossier de présentation • Les pages internes • L'affiche (formats A3)

LA PAPETERIE ET LA BUREAUTIQUE

L'EN-TÊTE ET LE PIED DE LETTRE
LA CARTE DE VISITE
LA SIGNATURE MAIL

LES OBJETS PROMOTIONNELS

EXEMPLES D'OBJETS PROMOTIONNELS

LE BRANDING SUR VÉHICULE

LEXIQUE

Fongim

LE LOGOTYPE ET LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES



LE LOGOTYPE
LES VARIATIONS
LA ZONE DE PROTECTION
LES RÉFÉRENCES COULEURS
LES INTERDITS
ICONS

Fongim

Coordonner I Plaider I Renforcer

LOGOTYPE

UN LOGO, POURQUOI ?

LE LOGO EST LE GRAPHISME QUI REPRÉSENTE LA MARQUE, LA SOCIÉTÉ, IL EST UN SYMBOLE.

LE LOGO EST AUSSI UN MOYEN D'IDENTIFICATION ET DE COMMUNICATION INDISPENSABLE À TOUTE ENTREPRISE.

EN EFFET, C'EST UN ÉLÉMENT DE LA COMMUNICATION VISUELLE MODERNE TRÈS IMPORTANT ET QUI PERMET DE SE DÉMARQUER DE LA CONCURRENCE.









TAILLE MINIMUM AUTORISÉE :
HAUTEUR 1 cm

TOUT USAGE DU LOGO ET DES DOCUMENTS D'EXÉCUTION SONT SOUMIS À VALIDATION AVANT PUBLICATION

Fongim

LOGOTYPE

LES VARIATIONS DU LOGO

SANS FOND

LA VERSION DU LOGO SANS FOND S'UTILISE EN COULEUR, EN NIVEAUX DE GRIS OU EN NOIR & BLANC.

AVEC FOND

S'UTILISE UNIQUEMENT DANS SA VERSION COULEUR AVEC LE FOND DE FORME ROND ET DE COULEUR DÉFINIE ICI.











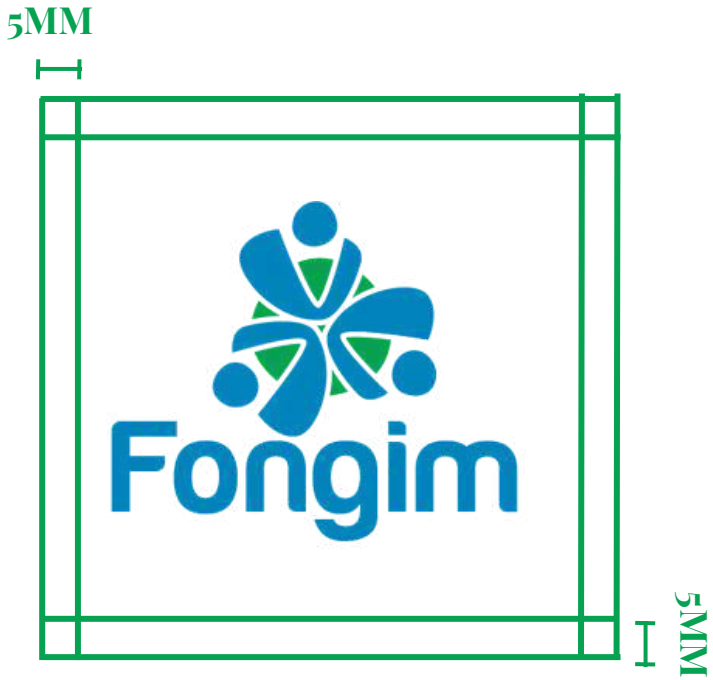
TOUT USAGE DU LOGO ET DES DOCUMENTS D'EXÉCUTION SONT SOUMIS À VALIDATION AVANT PUBLICATION

Fongim

LOGOTYPE
LA ZONE DE PROTECTION

POUR UNE VISIBILITÉ OPTIMALE ET ÉVITER TOUTE PERTURBATION DE LECTURE, UNE ZONE DE PROTECTION OBLIGATOIRE EST DÉFINIE AUTOUR DU LOGO.

CETTE ZONE EST DÉTERMINÉE PAR UN ESPACE ÉQUIVALENT À UNE LARGEUR ET UNE HAUTEUR DE 1 MM DE PART ET D'AUTRE DU LOGO..



TOUT USAGE DU LOGO ET DES DOCUMENTS D'EXÉCUTION SONT SOUMIS À VALIDATION AVANT PUBLICATION

Fongim

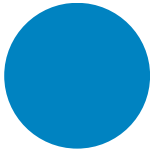
LOGOTYPE
LES RÉFÉRENCES COULEURS

COULEURS

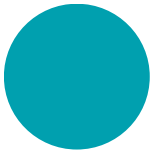
LA VERSION DU LOGO EN COULEUR DROIT ÊTRE UTILISÉE EN PRIORITÉ.

COULEURS AVEC FOND

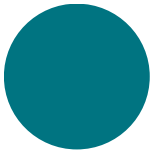
LA VERSION COULEURS AVEC FOND S'UTILISE PRINCIPALEMENT SUR DES SUPPORTS GRAPHIQUES COMPLEXES ET//OOU MULTICOLORES.



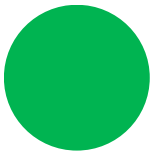
RVB	CMJN	WEB
R : 0 V : 131 B : 193	C : 100 M : 23 J : 12 N : 3	#0083C1



RVB	CMJN	WEB
R : 0 V : 160 B : 175	C : 100 M : 0 J : 35 N : 0	#00A0AF



RVB	CMJN	WEB
R : 0 V : 116 B : 129	C : 95 M : 28 J : 41 N : 16	#007481



RVB	CMJN	WEB
R : 0 V : 180 B : 81	C : 86 M : 0 J : 87 N : 0	#00B451

Fongim

LOGOTYPE
LES INTERDITS

NON !









NON !



NON !

MOINS DE 1 CM DE HAUTEUR

NON !





RÈGLES

AFIN DE RESPECTER L'IDENTITÉ VISUELLE DU FONGIM TOUTE CRÉATION "ARBITRAIRE" OU MODIFICATION DU LOGO ET DU PRINCIPE D'ENDOSSEMENT, SERAIT UNE SOURCE DE FAIBLESSE ET UNE ALTÉRATION DE NOTRE IMAGE.

IL EST DONC STRICTEMENT INDISPENSABLE D'EN RESPECTER TOUTES LES RÈGLES D'APPLICATION SANS TRAHIR LA CONCEPTION DÉFINIE.

EN CAS D'HÉSITATION, MERCI DE CONSULTER LE RESPONSABLE COMMUNICATION DE L'ENTREPRISE.

Fongim

LOGOTYPE
ICONS

PLAIDOYER



COMMUNICATION



FORMATION



REPRESENTATION



LOGOTYPE
ICONS

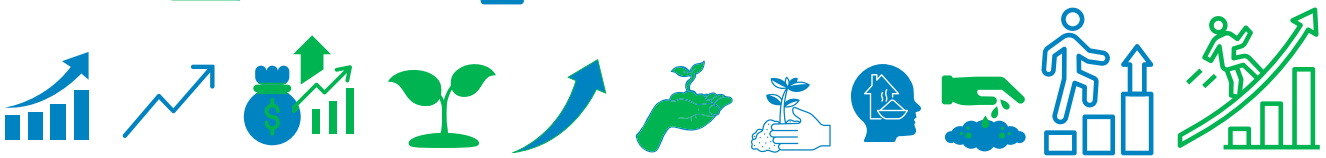
COORDINATION



L'ECHANGE D'EXPERIENCE



AMELIORATION
CONSTRUIRE



AGRICULTURE
ALIMENTATION



SANTE
EDUCATION



OUTILS



L'UNIVERS DE LA MARQUE

LA SIGNATURE INSTITUTIONNELLE
LA TYPOGRAPHIE



Fongim

Coordonner I Plaider I Renforcer

L'UNIVERS DE LA MARQUE

LA SIGNATURE INSTITUTIONELLE

L´AJOUT D´UNE SIGNATURE INSTITUTIONNELLE, EN L´OCCURRENCE TROIS MOTS :

COORDONNER I PLAIDER I RENFORCER

SUR CERTAINS SUPPORTS DE COMMUNICATION PERMET DE DONNER DAVANTAGE DE SENS À VOTRE MARQUE.

EN INTERNE, AU SEIN DE VOTRE COMMUNAUTÉ, CETTE SIGNATURE INSTITUTIONNELLE FÉDÈRE VOS ACTIONS ET VOS OBJECTIFS. EN EXTERNE, ELLE PERMET DE MIEUX VOUS DIFFÉRENCIER DE VOTRE ENVIRONNNEMENT.

HAUTEUR DU CARTOUCHE

LA HAUTEUR DE LA SIGNATURE DANS UN CARTOUCHE NE PEUT DÉPASSER CELLE DE LA DÉNOMINATION INSCRITE DANS LE LOGO.

SIGNATURE HORIZONTALE :

COORDONNER I PLAIDER I RENFORCER

SIGNATURE HORIZONTALE DANS UN CARTOUCHE :

COORDONNER I PLAIDER I RENFORCER

COORDONNER I PLAIDER I RENFORCER

Fongim

L'UNIVERS DE LA MARQUE

LA TYPOGRAPHIE

HARABARA MAIS DEMO
AZERTYUIOPQSDFGHJKLMWXCVBN
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ,.:!?/ÙÉÈ()

BYOM BOLD
AZERTYUIOPQSDFGHJKLMWXCVBN
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ,.:!?/ÙÉÈ()

CENTURY GOTHIC PANEUROP REGULAR
AZERTYUIOPQSDFGHJKLMWXCVBN
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz,.:!?/ùéè()
0123456789

À NOTER : IL EST CONSEILLÉ DE CONTACTER LE SERVICE COMMUNICATION DE BE COMMUNICATION SI L'UNE DES POLICES N'EST PAS INSTALLÉE SUR LE POSTE DE TRAVAIL.

LA PAPETERIE ET LA BUREAUTIQUE

L'EN-TÊTE ET LE PIED DE LETTRE
LA CARTE DE VISITE
LA SIGNATURE MAIL



Fongim

Coordonner I Plaider I Renforcer

LA PAPETERIE ET LA BUREAUTIQUE

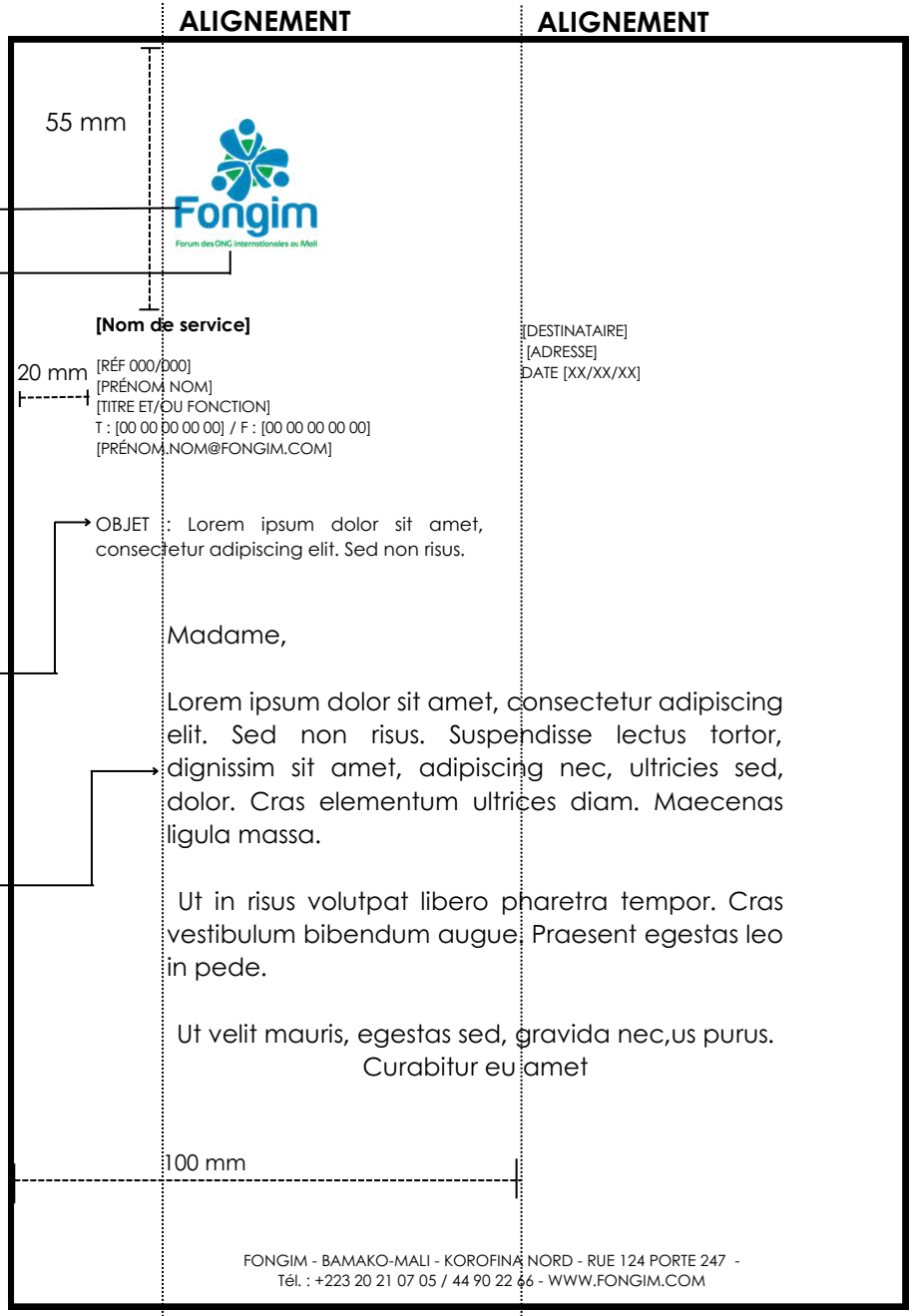
L'EN-TÊTE ET LE PIED DE LETTRE

MISE EN PAGE

TYPO LOGO HARABARA MAIS

SLOGAN BYOM

TÊTE DE LETTRE SERVICES
FORMAT A4 (210MM X 297MM).
LE LOGOTYPE EST SITUÉ EN HAUT À GAUCHE.



Typo century gothic paneurop regular 8 PT interligné 12 pt

Typo century gothic paneurop regular 10 PT interligné 14 pt

LA PAPETERIE ET LA BUREAUTIQUE

CARTE DE VISITE

Format 85mm x 54mm Le logotype est situé en haut à gauche.

Fongim
Forum des ONG internationales au Mali

MAHAMADOU SYLLA
Coordinateur de gestion de l'information

+223 78308902 - 78297761
mahamadou.sylla@nrc.no
Korofina nord - rue 124
porte 247 Bko
www.fongimmali.com

TYPO Byom 7 pt
interligné 7 pt

TYPO Century gothic
paneurop 6 pt interligné 7 pt

TYPO Century gothic
paneurop 6 pt interligné 7 pt

Fongim
Forum des ONG internationales au Mali

www.fongimmali.com



LA PAPETERIE ET LA BUREAUTIQUE

CARTE DE CORRESPONDANCE

cartes de correspondance
Format 210mm x 100mm. le logotype en haut à gauche.





TYPO Century gothic
paneurop 8 pt interligné 9 pt

TYPO Century gothic
paneurop 7.5 pt interligné 8 pt

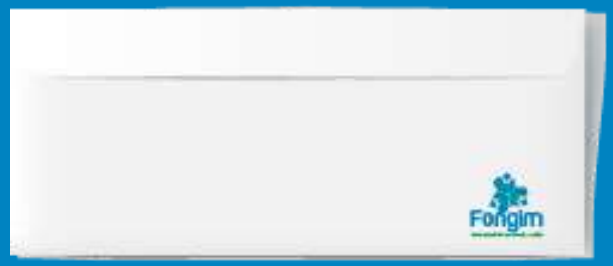
LA PAPETERIE ET LA BUREAUTIQUE

ENVELOPPE

LOGO DEUX FACES
AVANT : A DROITE
ARRIERE : A GAUCHE









LA PAPETERIE ET LA BUREAUTIQUE
COMMUNIQUE DE PRESSE

TYPO LOGO HARABARA MAIS

SLOGAN BYOM

Ce modèle de document Word ne nécessite aucun papier pré-imprimé. Ce modèle prêt à l'emploi vous permet de saisir directement votre texte.



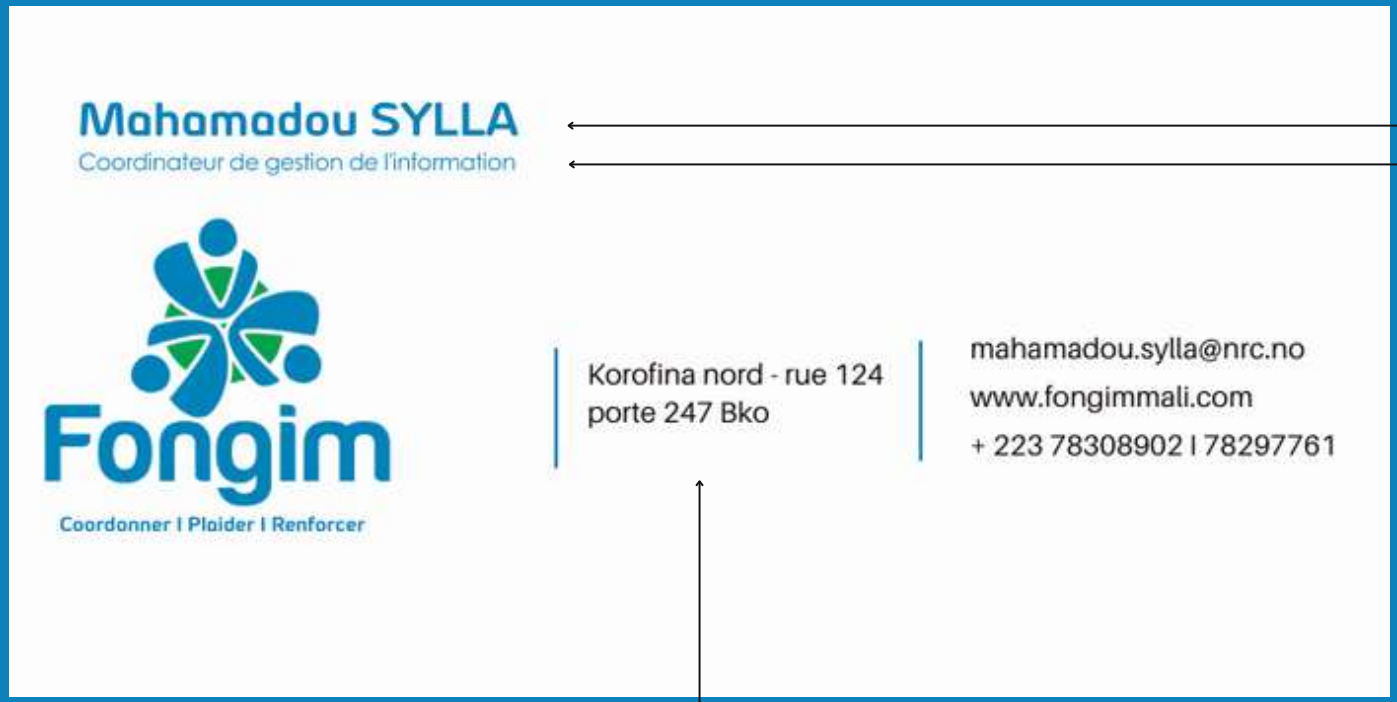
Typo century gothic paneurop regular 11 PT interligné 14 pt

Typo century gothic paneurop regular 8 PT interligné 9 pt

Typo century gothic paneurop regular 9 PT interligné 10 pt

LA PAPETERIE ET LA BUREAUTIQUE

SIGNATURE MAIL



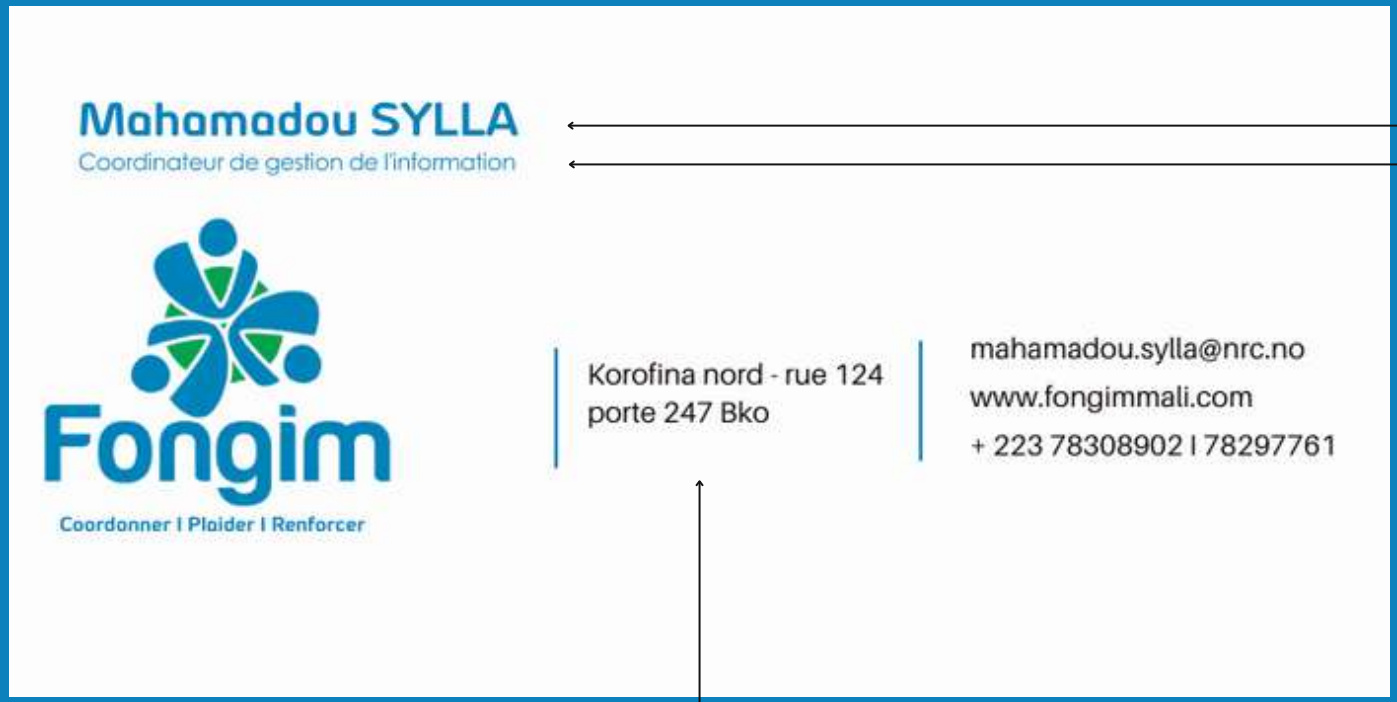
TYPO Byom 12 pt interligné 9 pt

TYPO Century gothic paneurop 6 pt interligné 7 pt

TYPO Century gothic paneurop 6 pt interligné 7 pt

LA PAPETERIE ET LA BUREAUTIQUE

SIGNATURE MAIL



TYPO Byom 12 pt interligné 9 pt

TYPO Century gothic paneurop 6 pt interligné 7 pt

TYPO Century gothic paneurop 6 pt interligné 7 pt

LA PAPETERIE ET LA BUREAUTIQUE

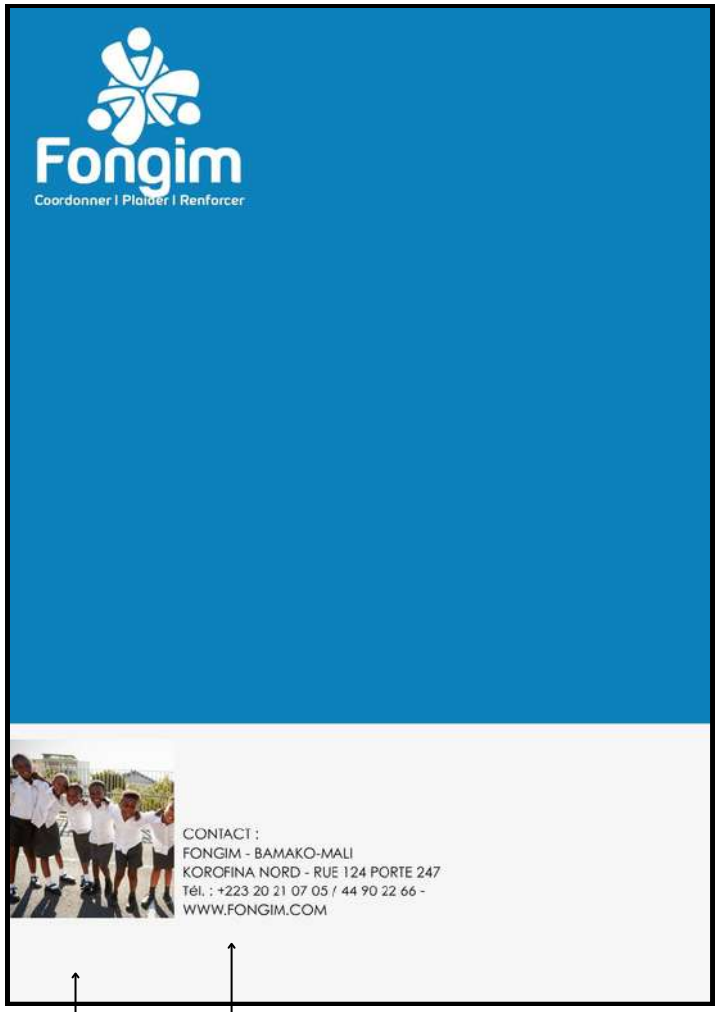
RAPPORT ANNUEL

LA CHEMISE, RAPPORT OU DOSSIER PRÉSENTATIO

Le titre du document est situé dans un rectangle bleu, et au-dessus le logo du Fongim en reserve. Pour le dos ou la 4ème de couverture, le logo est placé au en haut en gauche, en bas à gauche une photo et les coordonnées du Fongim.

Au milieu un rectangle bleu dominant la page.





Titre du document

Photo 4ème de couverture

Informations du Fongim

LA PAPETERIE ET LA BUREAUTIQUE
RAPPORT ANNUEL

LES PAGES INTERIEURES



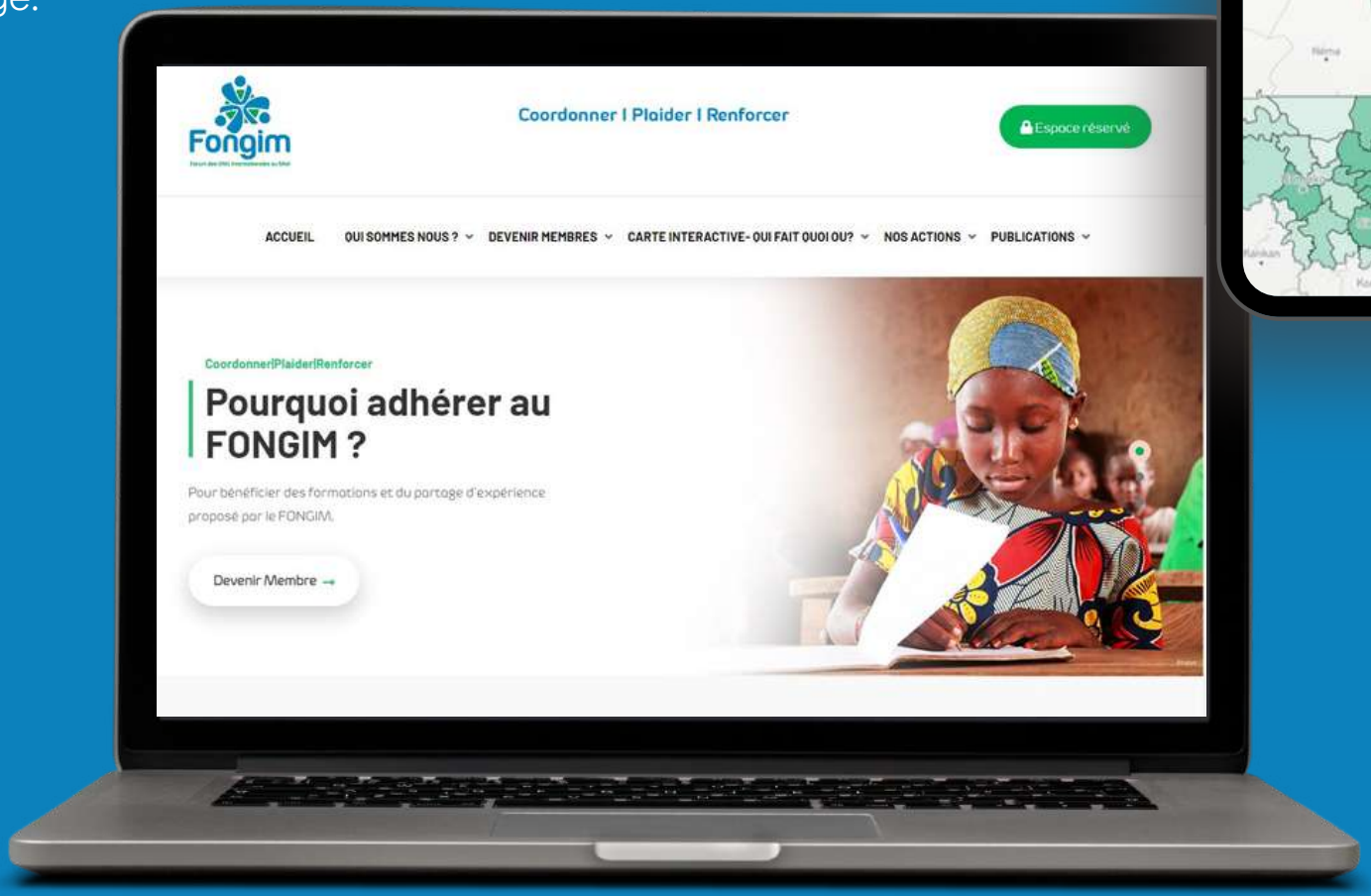


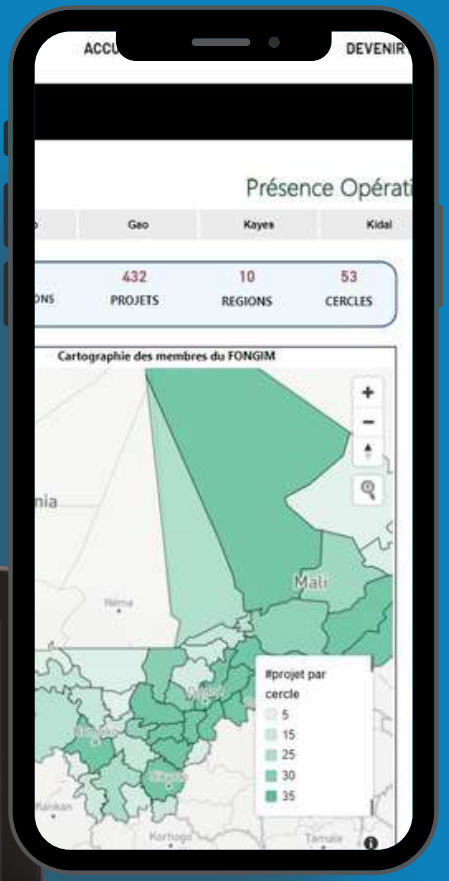


LA PAPETERIE ET LA BUREAUTIQUE
SUPPORTS MULTIMEDIA

SITE WEB INSTITUTIONNEL :
logo du Fongim s'inscrit en haut à gauche, la signature institutionnelle, au milieu en bleu.

Les menus déroulants verticaux structurent horizontalement le haut de page. Un visuel thématique principal grand format occupe la partie droite du site. Qu'il soit photographique ou en aplat, on privilégiera l'utilisation d'un dégrader sur la photo de présentation de la page.





LES OBJETS PROMOTIONNELS



AGENDAS
STYLOS
T-SHIRTS

Fongim

Coordonner I Plaider I Renforcer

LES OBJETS PROMOTIONNELS
AGENDA

AGENDAS

LORS D'ÉVÉNEMENTS PARTICULIERS VOUS ÊTES AMENÉS À RÉALISER DES OBJETS PROMOTIONNELS, SUPPORTS DE COMMUNICATION DE VOTRE IDENTITÉ.

LES EXEMPLES CI-CONTRE PERMETTENT DE VISUALISER LA MISE EN PLACE DU LOGO EN FONCTION DU TYPE DE SUPPORT



Fongim

LES OBJETS PROMOTIONNELS
STYLO

STYLO

LORS D'ÉVÉNEMENTS PARTICULIERS VOUS ÊTES AMENÉS À RÉALISER DES OBJETS PROMOTIONNELS, SUPPORTS DE COMMUNICATION DE VOTRE IDENTITÉ.

LES EXEMPLES CI-CONTRE PERMETTENT DE VISUALISER LA MISE EN PLACE DU LOGO EN FONCTION DU TYPE DE SUPPORT



Fongim

LES OBJETS PROMOTIONNELS
TEE-SHIRT

TEE-SHIRT

LORS D'ÉVÉNEMENTS PARTICULIERS VOUS ÊTES AMENÉS À RÉALISER DES OBJETS PROMOTIONNELS, SUPPORTS DE COMMUNICATION DE VOTRE IDENTITÉ.

LES EXEMPLES CI-CONTRE PERMETTENT DE VISUALISER LA MISE EN PLACE DU LOGO EN FONCTION DU TYPE DE SUPPORT











Fongim

BRANDING

LES VEHICULES



Fongim

Coordonner I Plaider I Renforcer

LES OBJETS PROMOTIONNELS
BRANDING

BRANDING

ACTUELLEMENT LE BRANDING DES MOYENS DE TRANSPORT EST UNE FORME INNOVATRICE ET MODERNE DE LA PUBLICITÉ MOBILE DE VOTRE BUSINESS.

AINSI LA PUBLICITÉ AUTOMOBILE EST DEVENUE PARTIE INTÉGRANTE DE LA STRATÉGIE DES SOCIÉTÉS DANS L'IMPOSITION DE LEUR PROPRE MARQUE COMMERCIALE.

LE BRANDING DES VÉHICULES PEUT ÊTRE PARTIEL OU ENTIER SELON VOS PRÉFÉRENCES.





Fongim

LEXIQUE UNIVERSEL

APLAT
Surface, plage de couleur uniforme, dans une impression.

ACRONYME
Sigle qui se prononce comme un mot, sans qu'il soit nécessaire d'épeler chaque lettre. Exemple : FNAC, UNESCO...

BAS DE CASSE
Lettre minuscule.

BENDAY
Nom usuellement donné à une valeur de couleur exprimée par des pourcentages de trame.

BICHROMIE
Image tramée imprimée en deux couleurs de base.

BLOC-MARQUE
Ensemble solidaire constitué du (ou des) logo(s) et du (ou des) nom(s) de la marque représentant l'émetteur du support de communication. Dans le cas de l'UPEM, le logo (sigle et dénomination) constitue un bloc–marque, mais également tous les principes d'endossement de la marque UPEM avec les Composantes et Unités de Recherche.

BON À COMPOSER
Accord sur les textes.

BON À GRAVER
Accord pour la gravure.

BON À TIRER
Accord pour l'impression.

CALIBRAGE
Action de calibrer un texte, c'est-à-dire d'évaluer son encombrement par rapport à la taille et au style du caractère utilisé et à la place disponible.

CAPITALE
Lettre majuscule.

CARACTÈRE
Chacune des lettres ou tout un alphabet dessiné d'une façon spécifique, dans un style particulier.

CHARTE GRAPHIQUE
Document récapitulant les règles de construction du logotype et des principes de sa déclinaison dans les cas les plus usuels.

COMPOSITION
Assemblage mécanique (à la main, ou sur machine) ou électronique (photocomposition ou PAO) de tous les signes constituant un texte pour l'impression.

CORPS
Taille d'un caractère (souvent mesurée par rapport à la capitale).

COUCHÉ
Se dit d'un papier très lisse amélioré par une opération de couchage et destiné aux impressions fines.

COUPE
Papier excédentaire, imprimé ou non, éliminé au moment du massicotage d'un imprimé à son format définitif.

CROMALIN
Document en couleur, sur support spécial, qui permet de vérifier la qualité de la photogravure.

CTP (Computer To Plate)
Procédé de copie directe du fichier numérique sur les plaques d'impression, après mise en imposition.

DEMI-TEINTE
Par opposition au noir et blanc pur, se dit d'une image photographique qui comporte différentes valeurs de gris.

DÉTOURAGE
Action de détourer, c'est-à-dire de séparer un élément du reste d'une image pour le réutiliser sur un fond neutre. Le détourage peut être manuel ou électronique.

DOCUMENT D'EXÉCUTION
Document technique très précis, qui sert de base pour réaliser la photogravure. Il doit être extrêmement soigné et contenir toutes les informations nécessaires au photograveur.

DUPLICATA
Copie ou double d'une diapo, d'un ektachrome.

ENCART
Feuille ou cahier insérés entre les feuillets d'un livre ou d'une revue.

ENDOSSEMENT
Principe graphique permettant de montrer l'appartenance d'une structure (filiale, département, composante...) à une collectivité, une communauté ou à une marque.

ÉPREUVE
Essai d'impression sur le papier choisi effectué par le graveur sur une machine spéciale.

FAÇONNAGE
Étape regroupant toutes les opérations qui suivent l'impression : pliage, encartage, collage, agrafage, massicotage...

FER À DROITE - FER À GAUCHE
Par référence à la typographie traditionnelle, on a conservé le terme « fer à droite » ou « fer à gauche » pour indiquer au compositeur que le texte doit s'aligner sur la marge de droite ou sur celle de gauche. Il existe trois autres modes d'organisation d'un texte : centré, justifié ou en habillage.

FILET
Trait fin qui sert d'ornement ou qui permet d'améliorer la lisibilité d'un logo dans certains cas. Souvent utilisé comme élément signalétique d'un logo.

FILETS TECHNIQUES
On appelle ainsi les filets (fins) présents sur le document d'exécution, pour servir de repères au photograveur, mais qui ne doivent pas apparaître sur le document final.

FOND PERDU
On dit d'une impression qu'elle est à fond perdu lorsque l'image imprimée est limitée par les seuls bords extérieurs de la page, sans marge blanche.

FONTE
Les caractères typographiques sont réunis en familles (romain, à empattements, fantaisie, etc.) puis en polices (Garamond, Times, Caravelle, Helvetica...) puis en fontes (gras, corps 10, italique, corps 24...). Ce terme vient du fait que les premières fontes de caractères étaient faites d'un alliage de plomb et d'antimoine fondu afin de reproduire plusieurs caractères identiques à partir d'un moule unique. Aujourd'hui, on parle également de fonte pour les ensembles de caractères utilisés en informatique (Internet, présentation...) ou en imprimerie.

IDENTITÉ VISUELLE
Parmi les différents moyens de représentation d'une image de marque, les principaux sont ceux liés à la visualisation de la marque par un logo et la définition d'un univers de marque. L'identification visuelle s'effectue à travers un logotype et l'univers de marque.

IMAGE INSTITUTIONNELLE
Image que construit pour son ou ses publics une organisation ou une entreprise au moyen :
- d'un système d'identification visuelle,
- d'un registre de récits institutionnels dont l'ensemble forme la communication institutionnelle,
- de médias appropriés à la transmission de ces récits, notamment le plan d'action de relations publiques.

IMPOSITION
Opération qui consiste, pour l'imprimeur, à bien disposer les pages d'un document de façon à ce que, une fois les cahiers de l'ouvrage façonnés, les pages se suivent dans le bon ordre.

Fongim

LEXIQUE UNIVERSEL

INTERLIGNAGE
Espace entre les lignes.

JUSTIFICATION
Dimension définissant la largeur d'un texte ou d'une ligne d'un texte.

LABEL/MARQUE DE QUALITÉ
Catégorie particulière de marques signatures institutionnelles venant renforcer l'identification de la marque de l'entreprise ou du produit, sous certaines conditions techniques ou marketing.
Un label peut être commun à plusieurs marques.

LOGOTYPE/LOGO
Système de représentation et d'identification de la marque, le logo comprend :
• une typographie spécifique,
• éventuellement un symbole iconographique,
• un principe de liaison entre le symbole et la typographie,
• éventuellement un signal ou des signaux visuels (trait, barre, point, tiret, accent, etc.),
• une mise en place typographique (filet, cartouche, aplat de couleur, etc.),
• un système de couleurs, pour l'ensemble des éléments identifiables,
• un principe de modification des couleurs en fonction des supports possibles,
• un principe de combinaison des différents éléments en fonction des utilisations.
• éventuellement, une signature institutionnelle (slogan, base-line, phrase-vocation...).

MAQUETTE
Document, dessiné ou réalisé par collages, préfigurant l'imprimé définitif, et permettant de juger l'efficacité ou la justesse des éléments : couleurs, mise en page...

MISE EN PAGE
Art d'organiser les textes et les images entre eux et dans une surface donnée.

MONTAGE
Mise en page de tous les éléments du document d'exécution.

MOT-IMAGE
Un accident visuel interpelle le lecteur la première fois qu'il découvre le logotype et l'oblige à marquer un temps de réflexion. Dès la deuxième ou la troisième lecture, cet accident visuel, formant un mot-image, reste " imprégné " dans la mémoire visuelle du lecteur.
Le processus de reconnaissance et de mémorisation de la marque devient alors un réflexe visuel instantané.

NUANCIER
Outil permettant un choix facile et réaliste des couleurs, par rapport aux techniques d'impression et des supports.

OFFSET
Procédé d'impression très répandu aujourd'hui utilisant le principe de la répulsion eau/encre d'imprimerie et un cylindre intermédiaire entre la forme imprimante et le papier.

PANTONE
Fabricant de couleurs d'imprimerie normalisées, possédant un nuancier qui sert de référence.

PAO
Publication assistée par ordinateur.

PHOTOGRAVURE
Réalisation, à partir du document d'exécution, des différents films (ou typons), séparant les couleurs dont aura besoin l'imprimeur pour exposer ses plaques à la lumière.

QUADRICHROMIE
Reproduction d'un document original couleurs par l'intermédiaire de couleurs primaires qui, tramées et juxtaposées, imitent les couleurs originales.
Les couleurs primaires pour l'imprimerie sont : le cyan (bleu), le magenta (rouge), et le jaune, renforcées par le noir.

RÉSERVE
Partie non imprimée. Seule façon, par exemple en offset, d'obtenir du blanc.

ROUGH/ESQUISSE
Croquis rapide en couleurs, qui préfigure les grandes lignes de l'imprimé définitif.

SÉLECTION
Définition, pour chaque couleur d'une image, des pourcentages de couleurs primaires nécessaires à sa reconstitution.

SIGLE
Cas particulier de nom de marque composé par des lettres initiales de plusieurs mots. Exemple : SNCF, EDF...

SIGNALÉTIQUE
Ensemble de moyens de signalisation à la disposition d'une entreprise ou d'une organisation pouvant être des supports de la représentation de l'image de marque.
On distingue usuellement :
• la signalétique d'orientation,
• la signalétique d'information,
• la signalétique évènementielle.

SIMILI
Mot employé en photogravure pour désigner une image tramée en une couleur (en général le noir).

SYMBOLE ICONOGRAPHIQUE
Dessin qui, bien qu'ayant sa propre signification, fait partie intégrante du logo. Détaché du reste du logo, le symbole iconographique peut signifier, de façon associée, la totalité du logo, donc la marque elle-même, à la manière d'un emblème.

SYSTÈME D'IDENTIFICATION VISUELLE/UNIVERS DE MARQUE
Ensemble des supports réels et potentiels de tout ou partie du logo de la marque.
L'univers de marque comprend usuellement :
• les documents d'édition : papeterie administrative et commerciale, brochures...,
• la signalétique : enseignes, panneaux, éléments d'architecture...,
• les systèmes physiques d'identification : marquage des véhicules, uniformes, architecture intérieure, objets promotionnels...,
• le packaging et les systèmes d'identification des produits : emballages, décors des contenants, labels, étiquettes...,
• les systèmes d'identification visuelle sur d'autres supports de communication : films, vidéo, pages-écrans...

TRAIT
Se dit d'une image en noir et blanc purs, sans valeurs de gris ni trames.

TYPOGRAPHIE d'accompagnement
Manière de typographier les textes qui accompagnent le logo.

TYPOGRAPHIE D'UN LOGO
Graphisme des lettres d'un nom. La typographie d'un logo peut être choisie parmi les alphabets existants ou bien faire l'objet, pour tout ou partie, d'un graphisme original et spécifique.

TYPON
Nom donné au film de gravure nécessaire à l'insolation d'une plaque offset.



Création de la charte graphique
BE COMMMUNICATION
L'agence est à votre disposition pour toute demande d'information
Bamako - Mali
+223 78 78 52 97 I +223 44 44 43 57