

#### 4. LES ERREURS A NE PAS COMMETTRE

- **Avoir une charte trop ou pas assez rigide**

En effet autant il est indispensable de respecter la charte graphique selon le support, autant il faut avoir de la souplesse pour adapter la charte aux contraintes des supports.

- **Ne pas demander à ses salariés d'appliquer la charte**

La charte doit se retrouver aux niveaux des documents officiels, par exemple une signature d'email type pour tous les collaborateurs.

- **Ne jetez pas votre ancienne charte graphique quand vous la faites évoluer**

En effet cela fait une rupture souvent trop forte avec l'ancienne culture d'entreprise ou philosophie. Faites plutôt une évolution (si nécessaire en plusieurs temps), qu'une révolution !

- **Suivre les modes**

Il y a des modes dans le design, l'intérêt est d'avoir une charte au goût du jour... mais l'inconvénient c'est qu'elle sera aussi très vite dépassée ! Donc si vous voulez changer votre charte graphique, faites-le dans le cadre d'une évolution de votre club ce qui vous permettra de lui donner une forme.

- **Chercher à avoir une charte graphique low cost**

Une bonne charte graphique va vous démarquer, et donner corps à la philosophie de votre club. Donc évitez de choisir un logo « clés en main ».

- **Ne pas penser aux différents supports de votre charte graphique**

Soyez clair sur l'endroit où sera déployée la charte pour avoir des éléments utilisables sur tous les supports.

**Comité Régional Rhône-Alpes  
de Gymnastique**

10, avenue Viviani 69200 VENISSIEUX  
04.78.00.88.85 - contact@rhonealpes-ffgym.com  
rhonealpes-ffgym.com

4



## LA MALLETTE DU DIRIGEANT

FICHE FORMATION N°9 – MAI 2017

### UNE CHARTE GRAPHIQUE, QUEL INTERET ?

La charte graphique est un ensemble de normes et de règles sur la communication du club. Elle est principalement graphique (codes couleurs, polices de caractères, formes, photos, vidéos...), mais cela peut être aussi le « ton » (c'est-à-dire la manière d'écrire ses textes...). Ces règles doivent s'appliquer à l'ensemble des supports de communication afin d'avoir une cohérence et de savoir immédiatement qui est à l'origine de la communication.



### QUELS SONT LES OBJECTIFS DE LA CHARTE GRAPHIQUE ?

- **Création d'une identité visuelle commune** : cette identité permet de reconnaître la structure à travers les outils qu'elle produit. Cette identité est partagée par tous les acteurs internes de la structure.
- **Renforcement de l'image de la structure** : La charte graphique permet de dégager une image de la structure et renvoie à l'ADN, aux valeurs fondatrices de la structure.
- **Rendre la structure plus lisible** : et ainsi améliorer sa notoriété.

1

## 1. LE LOGO

Un bon logo est un logo efficace ! C'est une identité visuelle qu'on comprend et qu'on retient. Il doit réunir les qualités suivantes :

- **La simplicité** : Le logo doit garder uniquement ce qui est signifiant. Il faut ôter tout le graphisme parasite limitant la lisibilité et le message que l'on veut faire passer.
- **La clarté** : Le logo doit être immédiatement compris et clairement identifié à l'association.
- **La modernité** : Le logo doit appartenir à son époque. Il ne doit être ni trop désuet, ni trop avant-gardiste. Il doit résister à l'usure du temps tout en restant en avance sur son temps. Vous devez donc le préserver des modes car celles-ci sont éphémères.
- **La personnalité** : Le logo est unique, il doit faire preuve de personnalité en se distinguant des autres mais tout en respectant les codes graphiques de son territoire. Il doit être original.
- **La facilité d'utilisation** : Il doit être facilement utilisable. Pour cela, il faut le décliner avec une version couleur et une version monochrome. Il doit pouvoir être appliqué sur des supports de tous types : surfaces planes et en volume, médias électroniques (image vidéo, site internet...).

### LA ZONE DE PROTECTION

Pour chaque logo, une zone de protection est imposée. Celle-ci permet de protéger le logo et de maintenir une zone blanche autour de lui. Cette zone doit être respectée par tous les utilisateurs. Elle permet également de maintenir sa lisibilité.

## 2. L'IMPORTANCE DES COULEURS

Toutes les couleurs ont un sens, il est donc essentiel de réfléchir aux valeurs que vous allez faire passer :

- **Rouge** : l'énergie, le pouvoir, la passion, l'amour...
- **Orange** : la joie, l'enthousiasme, l'attraction, le succès...
- **Jaune** : la stimulation, l'attention... mais parfois aussi le low-cost via les packagings en magasin.
- **Vert** : le rafraîchissement, le prestige, la nature, le calme, la sérénité...
- **Bleu** : la confiance, le calme, la sérénité, la sécurité...
- **Violet** : la spiritualité, la cérémonie, le mystère, la royauté...
- **Noir** : le mystère, la soumission, le danger...
- **Blanc** : la pureté, l'innocence, la neutralité, l'impartialité...



## 3. LA POLICE DE CARACTERE

Le choix de la typographie est une composante forte de l'univers graphique de l'association. Les polices de caractères utilisées dans les documents doivent être peu nombreuses (en général deux) et être différentes de la police éventuellement utilisée pour le nom de l'association dans le logo.