

MANUEL DU CORPORATE DESIGN

AGEF

INTRODUCTION

UNE IDENTITÉ RECONNAISSABLE PARMI MILLE

Le présent document (manuel) régit le nouvel habillage visuel de l'AGEF. Il décrit les principes fondamentaux et les éléments constitutifs de l'identité visuelle (Corporate Design, CD) de notre institution.

Vous y trouverez notamment une présentation du logotype et des polices de caractères à utiliser selon le niveau de communication, ainsi que des explications sur le choix et l'utilisation des couleurs, mais aussi sur la mise en page du matériel de correspondance.

L'identité institutionnelle (Corporate Identity) d'une entreprise est basée sur ses capacités, ses valeurs, ses objectifs et sa culture. Elle est le résultat d'un processus de réflexion intensif destiné à répondre aux questions suivantes : Qui sommes-nous ? Quel est notre but ? Quelle est la cible de notre action ? Qu'est-ce qui nous différencie des autres ?

La mise en place d'une identité institutionnelle unifiée est un processus au long cours, dont la réussite ne peut être assurée que par une cohérence stricte et durable dans tous les domaines.

Le présent manuel de Corporate Design comprend des directives relatives à l'habillage visuel, qui doivent impérativement être observées. Il est destiné à servir d'aide à la mise en œuvre de l'identité institutionnelle.

Les consignes contenues dans le présent document ne sont pas rigides, mais laissent une marge de manœuvre pour des solutions individuelles, ponctuelles ou spécifiques à un groupe cible. Elles servent d'instrument d'orientation, dont les règles et les exemples illustrent comment un concept réfléchi peut permettre de forger une identité visuelle à partir d'éléments existants.

ELEMENTS FONDAMENTAUX

LOGOTYPE DE L'AGEF

Le logotype de l'AGEF, renouvelé en 2023, se présente désormais sans dénomination de l'association. Il est utilisé en noir sur fond clair ou en blanc sur fond foncé, en nuances de gris ou en couleurs d'accentuation (voir plus bas). Le logo peut être orienté sur le côté gauche à la verticale pour diverses utilisations.



Le logo peut s'utiliser de façon verticale



Les couleurs d'accentuation peuvent être utilisées



L'utilisation d'autres couleurs sont interdites



L'utilisation d'un faible contraste est interdite



L'utilisation de l'ancienne version est interdite

Lors de l'utilisation du logo sur un support avec fond, par exemple une image de profil, il convient de prêter une attention particulière au contraste, mais aussi à l'espacement autour du logotype ;



Un espace suffisant est ici appliqué autour du logo



Un espace insuffisant est ici appliqué autour du logo

De manière générale, et ce dans le but de renforcer la marque « AGEF » en multilingue, la signature de l'association n'est plus utilisée.



Le logo de l'AGEF s'utilise de cette manière sans signature



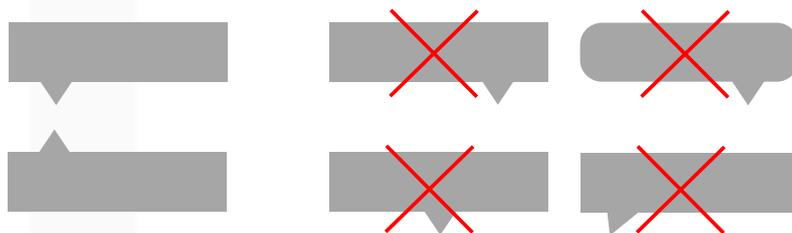
Association générale des étudiant-es
de l'Université de Fribourg
Allgemeine Studierendenschaft
Universität Freiburg

PARENTHÈSE INVERSÉE

Issue du logotype de l'AGEF, la parenthèse inversée est un élément de design qui se retrouve sur la plupart des supports. L'utilisation principale se fait :

- En pied de page de tous les documents ;
- Lors d'info-bulles, de titres en exergue ou d'encadrés de texte

Elle est composée de manière générale d'un quadrilatère et d'un triangle isocèle placé sur le côté gauche. Pour des raisons esthétiques, le placement sur le côté droit peut exceptionnellement être autorisé.



IDENTIFICATION DE L'ÉMETTEUR

Une identification homogène de l'émetteur a été définie pour l'AGEF. Elle est imposée à tous les organes centraux de l'AGEF, à savoir : **Comité exécutif**, **Secrétariat général**, **Conseil Estudiantin**, ainsi que les Commissions.

L'identification figure en pied de page avec le nom de l'organe, suivi du dicastère et de l'adresse e-mail générale, selon le schéma suivant :

Comité exécutif
Présidence politique
agef-presidence@unifr.ch

Conseil Estudiantin
Co-présidence
ce-sr@unifr.ch

Conseil Estudiantin
GPK
gpk@unifr.ch

Dans le matériel de correspondance, y compris les documents nécessitant un contact ultérieur avec l'émetteur, une colonne d'identification basée sur la systématique de l'Université de Fribourg se tient sur la gauche avec les informations détaillées de l'émetteur selon les exemples ci-dessous :

AGEF
Organe
Nom
Fonction
Adresse / Bureau
Lieu

T +41 26 300 73 10
agef@unifr.ch
www.unifr.ch/agef

AGEF
Comité exécutif
John Appelseed
Resp. politique nationale
Bv. Pérolles 90 / F020
1700 Fribourg

T +41 26 300 73 10
agef@unifr.ch
www.unifr.ch/agef

AGEF
Conseil Estudiantin
John Appelseed
Co-président
Bv. Pérolles 90 / F020
1700 Fribourg

T +41 26 300 73 10
ce-sr@unifr.ch
www.unifr.ch/agef

POLICES DE CARACTÈRE

La police de caractères « maison » de l'AGEF, présente dans le logotype, a été spécialement adaptée pour notre institution. Pour lui faire echo, deux polices sont autorisées sur les publications de l'AGEF :

Arial	pour les corps de texte (11pt) pour les titres H3 (12pt bold)
Gilroy	pour les titres H1 (22pt maj) pour les titres H2 (18pt maj)

Cela donne la hiérarchie suivante :

TITRE 1

SOUS-TITRE 2

Sous-titre 3

Corps de texte

Notes

Une interligne de 1,5 est obligatoire au sein de tous les types de corps de texte, ainsi qu'entre les corps de texte entre eux.

N.B : pour les documents destinés à impression, l'AGEF par le biais d'EquOpp recommandent une police de caractère de 12.

Arial respecte ainsi la systématique de l'Université de Fribourg, tandis que Gilroy reflète avec une grande fidélité la police du logo de l'AGEF. Pour les versions de Word qui en sont dépourvues, Gilroy peut être téléchargée depuis le Switch Drive de l'AGEF. Un know how à ce sujet est par ailleurs disponible.

D'autres polices peuvent être utilisées avec circonspection.

PALETTE DE COULEURS

L'AGEF dispose d'une palette de couleurs qui doit impérativement être utilisée. La palette de couleurs est un tout sensible et harmonieux. Aucune adaptation de couleur spécifique ne peut être effectuée de façon unilatérale par un organe.

Couleur principale :

Conformément aux armoiries du canton de Fribourg, le noir et le blanc sont les couleurs principales de l'AGEF. Les nuances de gris sont autorisées, en particulier l'anthracite et le gris clair ci-dessous.

L'AGEF se dote également de couleurs franches identifiant directement ses organes.

Couleurs secondaires :

Deux couleurs secondaires complètent les couleurs principales. Elles sont principalement destinées au niveau de la communication dans les supports visuels, mais peuvent aussi être utilisées ailleurs. Les couleurs secondaires ne peuvent pas être éclaircies ou obscurcies par rasterisation, sauf en cas de contraste faible.



Noir
RGB: 0/0/0
HXD: #0000000

Anthracite
RGB: 0/0/0
HXD: #0000000

Gris clair
RGB: 0/0/0
HXD: #0000000



Mauve
RGB: 167/108/255
HXD: #a76cff

Lime
RGB: 170/255/55
HXD: #aaff05

Vert (GPK)
RGB: 158/254/56
HXD: #9efe38

Menthe (CE)
RGB : 38/246/209
HXD : #26f6d1

Lila (EquOpp)
RGB : 117/38/246
HXD : #7526f6

Jaune (UniKult)
RGB : 254/193/27
HXD : #fec11b

Rouge (UniPoko)
RGB : 247/38/38
HXD : #f72626



N.B : les impressions de documents se font systématiquement en couleur (4/4). Les impressions en niveau de gris ne sont pas autorisées.

SYSTEMATIQUE DE MISE EN PAGE

MISE EN PAGE DE BASE

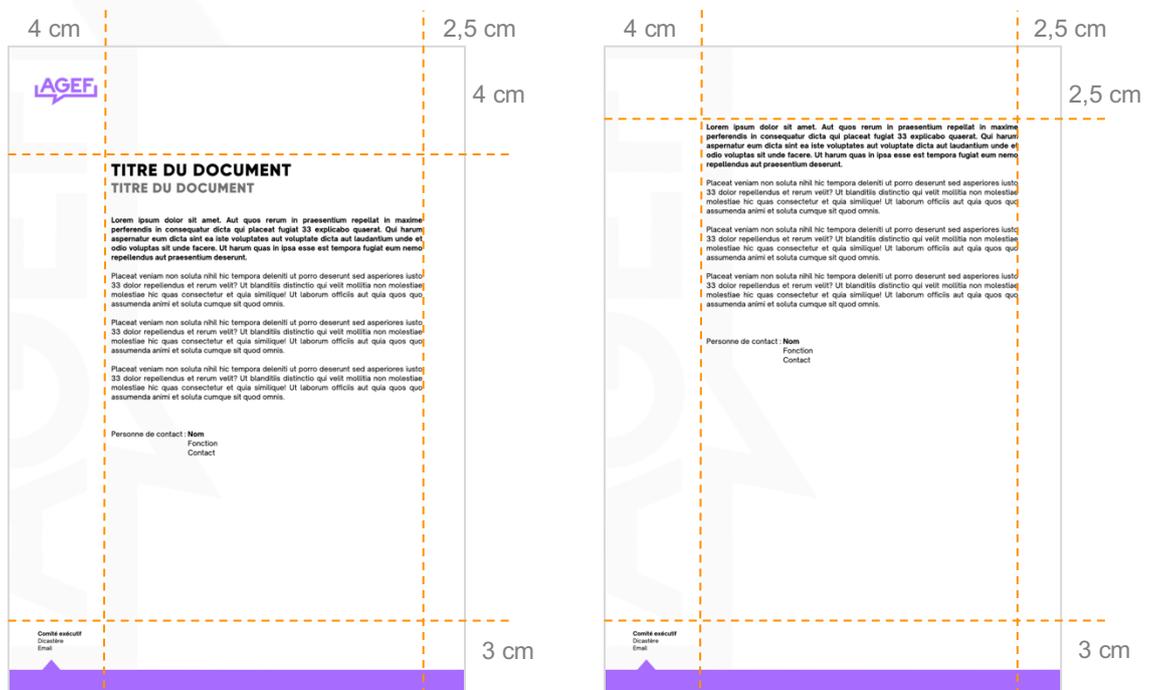
Les pages de documents généraux et de titre des publications de l'AGEF sont agencées suivant une systématique de mise en page de base contraignante. Il existe ainsi quatre types de mise en page :

Document simple :

Le Document simple est la forme la plus basique de document qui ne comprend essentiellement que du texte. Ce format est idéal pour la plupart des documents internes à l'AGEF, tels que mémos, know hows, etc.

De manière générale, le document simple comporte une zone de texte centrale avec des bordures qui restent vierges. Les éléments stylistiques tels que filigranes, logos, ainsi que l'émetteur en pied de page figurent en pied de page. Les tailles de texte sont standard. :

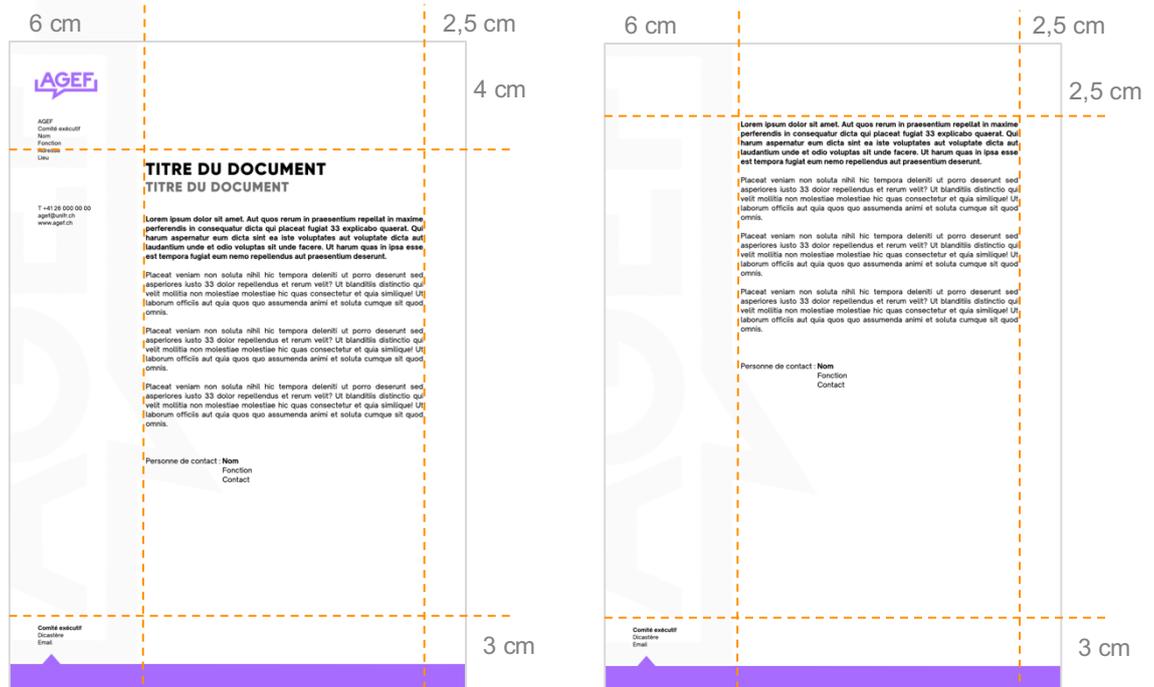
N.B. : si le document comporte plusieurs pages, les pages 2 et suivantes ne présentent pas le logo.



Document contact :

Le Document contact est une forme évoluée du document simple, avec pour différence essentielle une colonne avec les données de l'émetteur. Par conséquent, les marges diffèrent. Les tailles de police de l'émetteur sont les suivantes :

Emetteur : Arial 9pt

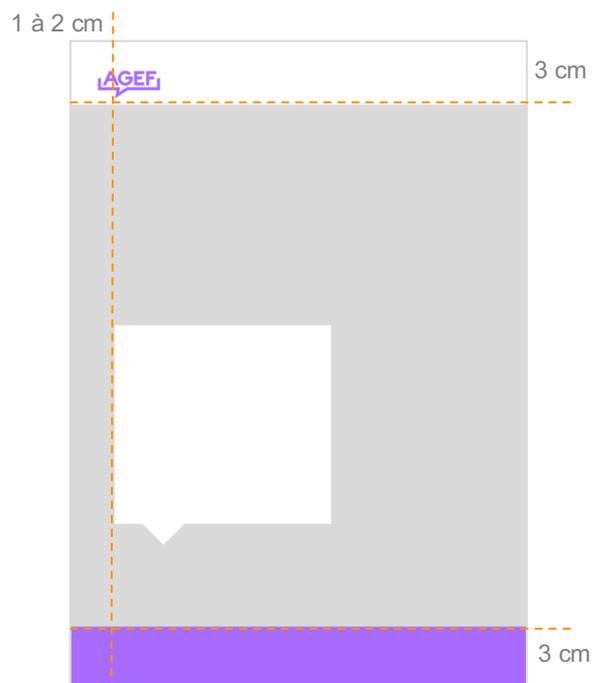


Page de garde avec photo

Un document comportant plusieurs pages peut comporter une page de garde avec photo. Dans ce cas, elle suit la systématique suivante :

Titre encadré : Product Sans 32pt

N.B : d'autres styles de page de garde sans image peuvent être appliqués, par exemple un fond totalement blanc, gris, mauve ou lime, avec les écritures conformes à la systématique relative aux titres et aux sous-titres.



Les pages suivantes reprennent la systématique du Document simple (page 2 et suivantes).

N.B : l'espace gris est prévu pour y insérer une image. De plus, sur un format A5, l'on peut faire l'impasse sur la bande de couleur en pied de page pour profiter d'une image plus grande.

MATÉRIEL DE CORRESPONDANCE

Le papier à lettre de l'AGEF suit la même systématique que le Document contact. Ce type de courrier est utilisé à la fois en interne et en externe. En cas de besoin, des informations de la colonne contact peuvent être éliminées, mais cela ne change en aucun cas les dimensions des marges.

N.B : les éventuelles pages suivantes reprennent la même systématique que les pages 2 et suivantes du Document contact.



MODÈLES DE PRÉSENTATIONS POWER POINT

Le modèle unique de présentation PowerPoint comporte des pages de base dont l'agencement laisse une grande autonomie à la création de contenu. Il convient simplement de respecter de respecter les éléments fondamentaux, à savoir les couleurs, les polices et la parenthèse inversée.

N.B : il est possible, dans certains cas, d'utiliser un powerpoint entièrement blanc ou noir. Dans ce cas, il convient de prêter une attention particulière aux couleurs d'accentuation et aux polices utilisées qui doivent correspondre à l'identité visuelle décrite dans le présent document.



Cet exemple ne reprend pas le modèle officiel mais est tout à fait conforme à l'identité visuelle.



Cet exemple ne reprend pas le modèle officiel et n'est pas conforme à l'identité visuelle.

SUPPORTS DE COMMUNICATION

PUBLICATIONS SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Posts Instagram et Facebook

Les publications sur les réseaux sociaux de l'AGEF suivent une systématique contraignante basée sur un ensemble de templates pré-remplis. Aucun autre design n'est autorisé par principe. Des dérogations peuvent être accordées par la PRCI. L'utilisation des templates définis par celle-ci est obligatoire.

Guide des tailles : Post Instagram : 1080 x 1350 px
 Post Facebook : 940 x 788 px
 Logo : 500 x 500 px

Les publications de tout type sur Instagram requièrent une « safe zone » en haut et en bas dans laquelle aucun texte ne doit apparaître, sans quoi il sera soit coupé sur la grille de profil.



Stories et Reels

Les Stories et les Reels sont un excellent moyen d'augmenter la couverture de la page. En plus de prêter attention aux éléments visuels fondamentaux, il convient de prêter attention aux points suivants :

- Privilégier des vidéos et des photos de qualité
- Privilégier un texte succinct, élégant et discret
- Pour les annonces texte : privilégier le modèle sur Canva
- Attention aux « Safe zones »

Guide des tailles :

Story : 1080 x 1920 px

Reel : 1080 x 1920 px



Trop d'éléments,
pas assez visible



Clair, texte
essentiel, visible

N.B : Sauf événements unilingues, il convient de rédiger les descriptions en français et en allemand. Attention, aucun lien ne doit figurer en description.

N.B : lors de la publication de Reels, il ne faut pas oublier l'image de couverture qui apparaîtra sur la grille de profil ; c'est cette image en particulier qui doit être la plus cohérente au reste du feed.

AFFICHES ET FLYERS

Les affiches et les flyers publicitaires sont les supports de communication les plus libres tant ils diffèrent selon le type de promotion à effectuer. D'une manière générale, l'on portera une attention particulière sur les couleurs les polices.

Ici, quelques exemples variés qui respectent la charte graphique :



Plus de dispositions relatives à l'identité visuelle de l'AGEF et de ses organes sont explicitées dans le Règlement d'application de l'identité visuelle (RIV – RS340)

Plus d'informations auprès du/de la Responsable Communication du Comité de l'AGEF (agef-communication@unifr.ch)