500 ANS
DE LA RÉFORME

500 ans de la Réforme
Guide d'utilisation pour le label du jubilé

Conception de moyens de communication de la Fédération des Églises protestantes de Suisse: directives et exemples

État : septembre 2016

Table des matières

Structure du présent guide

Le présent document contient les directives pour une utilisation adéquate du label du jubilé de la Réforme. Les exemples cités illustrent les nombreuses possibilités qu'il offre pour concevoir des moyens de communication attrayants.
Le chapitre « Éléments de base » (dès la page 4) donne une vue d'ensemble des éléments visuels qui constituent le label du jubilé et présente les règles élémentaires d'utilisation.

Le graphisme des vecteurs de communication relatifs aux festivités du jubilé s'aligne impérativement sur celui de la marque figurative ; tous les éléments visuels constitutifs sont utilisés. Les exemples et les directives y relatives figurent aux pages 11 et suivantes.

Le label du jubilé s'utilise aussi de manière autonome, sur des vecteurs de communication qui véhiculent des contenus autres que celui du jubilé de la Réforme. Une telle utilisation permet de rappeler la commémoration sur un nombre maximal de moyens et de vecteurs de communication. Les exemples et les directives relatifs à ces cas de figure apparaissent aux pages 25 et suivantes.

Introduction

- Une conception visuelle commune pour une commémoration commune Page 2
- L'identité visuelle des commémorations : tour d'horizon Page 3

Les éléments de base

- Le logo du jubilé Page 5
- Ajouter un slogan Page 7
- La marque figurative « R » Page 9
- Le nuancier de couleurs Page 10
- Les polices de caractère Page 11
- Le réservoir d'images Page 12

La conception de moyens de communication à l'aide du graphisme du jubilé

Imprimés

- Papier à lettres, dossier Page 14
- Cartes, autocollants, enveloppes Page 15
- Matériel de correspondance des Églises cantonales Page 16
- Brochures Page 17
- Affiches Page 18
- Invitations Page 19

Supports numériques

- Site internet Page 20
- Bannière dynamique Page 21
- Bannière statique Page 22
- Applications mobiles Page 23

Versions en 3 D

- La lettre-objet Page 24
- Cadeaux promotionnels Page 25

L'utilisation du logo du jubilé sur des supports de communication tiers

- Utilisation dans les médias papier Page 27
- Utilisation dans les médias numériques Page 28

Introduction

Une conception visuelle commune pour une commémoration commune

Dès 2017, la Réforme sera commémorée pour la 500e fois en Suisse. Suivant un calendrier qui s'aligne sur les événements historiques, cette commémoration donnera lieu à de nombreuses manifestations et festivités sur plusieurs années dans les différents cantons concernés, ainsi qu'à des publications et à des activités de communication.

En créant une marque figurative générique, nous entendons donner à cette commémoration un visage à la fois fort et sympathique, avec un excellent effet de reconnaissance. Les idées qui ont inspiré cette marque : la Réforme est un processus vivant, aux facettes multiples. Elle est bien davantage qu'un événement historique. C'est ce visage que nous voulons donner à nos commémorations.

Un « R » bien visible et percutant est au centre de cette présentation. Ce « R » distille les thématiques et aspects qui incarnent la Réforme, pour en faire un signe vivant : le « R » a une forme de base définie, mais suivant le contexte où il apparaît, il peut être varié à l'infini à l'aide de contenus, d'images, d'illustrations, de textes et de couleurs. Le message ? Notre politique de communication est aussi diversifiée que nos Églises, mais pour cette commémoration commune, nous adhérons à un repère visuel commun.

Contact, maquettes, documents à télécharger

Avez-vous des questions ou des remarques à propos de la conception visuelle liée aux festivités de commémoration ? Avez-vous besoin de maquettes ou de données relatives au logo ? Veuillez vous adresser à :

Communication
Fédération des Églises protestantes de Suisse
Sulgenauweg 26
CH-3000Berne 23
T +41(0)313702525
F +41(0)313702580
info@feps.ch
www.feps.ch

L'identité visuelle des commémorations : tour d'horizon

Vivante et multiple

Un « R » expressif et déterminé forme le point de départ de l'identité visuelle des commémorations.

Les contours du « R » sont déterminés ; il peut être utilisé comme logo indépendant ; sa surface peut être modifiée selon les besoins, à l'aide d'images, d'illustrations, de textes, de couleurs, etc.

Le « R » n'a donc pas de texture fixe ; flexible, il réagit aux besoins spécifiques des différents contextes.

Un « R » expressif ainsi qu'une nuance de vert bien visible forment les éléments de base de cette identité visuelle.

Contrairement à la marque graphique « R » autonome, aux contenus flexibles, le contenu du logo du jubilé et celui des 26 logos cantonaux est lié à une forme unique.

500 ANS
DE LA RÉFORME

Le logo du jubilé

Un « R » expressif ainsi qu'une nuance de vert bien visible forment les éléments de base de cette identité visuelle.

GENÈVE
500 ANS
DE LA RÉFORME

NEUCHÂTEL
500 ANS
DE LA RÉFORME

VAUD
500 ANS
DE LA RÉFORME

Les logos du jubilé des Églises cantonales.

Chaque Église cantonale décline cette identité visuelle à sa guise.

La marque graphique « R »

Le caractère vivant de l'identité visuelle est confirmé par ce « R » dynamique, qui offre de multiples variantes et qui s'utilise dans différents médias.

RACINE
CULTURE
ALLÉGRESSE

Typographie et couleurs

Le mélange de polices choisi, où la Klavika représente la détermination et la Georgia une bonne lisibilité, symbolise la modernité ; il est facile à combiner. Associée à la couleur verte lumineuse et à une vaste palette d'accents, cette identité visuelle répond aux besoins des médias les plus divers.

Elements de base

Le logo du jubilé
et ses versions

Moderne, clair et expressif

Combinant marque figurative et texte, le logo du jubilé est à la fois moderne et clair ; sa lisibilité est assurée même en très haute résolution.

Données relatives au logo

Les données relatives au logo sont disponibles auprès de info@sek.ch pour toutes les versions citées ci-contre, CMYK comme RGB :

– ai (données vectorielles)
– eps (données vectorielles)
– jpg (fichier images)
– png (fichier images)

Les versions linguistiques

– Le logo du jubilé est disponible en français et en allemand.
– Pour des contextes particuliers, il existe par ailleurs une version bilingue, combinant les deux langues.

Version allemande

Version française

Version bilingue

Les versions graphiques

– Le « R » de couleur verte forme toujours la base du logo du jubilé.
– À titre exceptionnel (contexte, manque de place), le texte peut être placé au-dessous du logo.
– Dans le cas d'applications spécifiques (Internet, cadeaux promotionnels, etc.), des versions plus diversifiées sont admissibles.

Version de base

Version spéciale avec complément de texte (utilisation à titre exceptionnel uniquement)

Version spéciale individualisée (admise à titre exceptionnel, p. ex. sur internet, et uniquement après accord de SEK-FEPS).

Le nuancier couleurs

– Le nuancier du logo du jubilé comprend la couleur verte et le noir.
– Le recours à la version négative ou à une version texturée est également possible.

Version de base en quadrichromie

Version en noir-blanc

Version en négatif (p. ex. comme fond d'image)

Le logo du jubilé :
les principes d'utilisation

Un effet spectaculaire grâce à une délimitation suffisante

Pour déployer pleinement son effet, l'application du logo du jubilé est soumise à deux règles fondamentales: le respect d'un périmètre de délimitation et une taille minimale.

Données relatives au logo

Les données relatives au logo sont disponibles auprès de info@sek.ch. Elles comprennent un périmètre de délimitation et peuvent être placées sans modification sur le support de communication souhaité. Les données sont disponibles aux formats suivants :

– ai (données vectorielles)
– eps (données vectorielles)
– jpg (fichier images)
– png (fichier images)

Un périmètre de délimitation

– Aucun élément visuel tiers (texte, graphique) ne doit empiéter sur le périmètre de délimitation autour du logo.
- Le logo ne doit pas être placé plus près du format franc-bord que ne le permet le périmètre de délimi tation.
– Le périmètre de délimitation correspond à la moitié de la hauteur de la marque figurative « R » (resp. la moitié de la largeur Y dans le cas de la version spéciale avec texte placé sous le logo).

Version standard, texte à côté du logo

Version spéciale, texte sous le logo

Une taille minimale

– Le respect d'une taille minimale du logo est indispensable afin d'assurer sa lisibilité.

Version standard, texte à côté du logo
(largeur minimale : 20mm)

(Hauteur minimale :20 mm)

Utilisations inadmissibles

– Ni la forme, ni la couleur du logo du jubilé ne peuvent être modifiés.
– Placé sur fond de couleur, la lisibilité du logo doit néanmoins être garantie.
- Les versions individualisées doivent impérative ment figurer sur un fond monochrome suffisamment contrasté.

Contraste insuffisant

Image agitée

Image agitée

Ajouter un slogan

La marque du Jubilée avec son slogan

Agrémenté d'un contenu

Selon ce qui est souhaité, le logo du Jubilé ainsi que les logos des Eglises cantonales peuvent être complétés d'un slogan. L'ajout d'un slogan doit toutefois bien se démarquer du reste de l'image de marque (image et texte), de façon à éviter tout risque de confusion entre le logo et le slogan. Pour cette raison, seuls les Ref500 jaune orangé ou anthracite sont utilisés.

Information sur les données du logo avec slogan
Les données du logo sont disposées à l'intérieur de la zone protégée et peuvent de la sorte être positionnées directement dans le medium à créer. Les données du logo peuvent être demandées par e-mail à info@sek.ch. Elles sont disponibles dans les formats suivants :
– ai (vectoriel)
– eps (vectoriel)
– jpg (matriciel)

Format spécial bilingue

À n'utiliser qu'avec l'approbation de la FEPS.

Le logo du Jubilée orange et anthracite

Le choix d'utiliser le logo du Jubilée avec ou sans slogan est laissé à la discrétion de l'émetteur du moyen de communication correspondant. Toutefois, il est préférable de renoncer à ajouter le slogan aux médias qui contiennent déjà beaucoup d'informations.

Les logos cantonaux orange et anthracite

Les logos cantonaux du Jubilée sont élaborés dans leur langue respective et peuvent être utilisés de manière ludique.

Ajouter un slogan en tant que Keyvisual

Slogan avec le Jubilée de la Réforme pour émetteur

Un émetteur explicite pour un énoncé marquant

Dans le cas où le slogan du Jubilée doit être mis davantage en avant, il existe deux possibilités (a / b) de donner une importance différente à l'émetteur (logo) et à l'énoncé (slogan), respectivement. La taille et l'emplacement, tout comme la structure du slogan en tant que keyvisual dans des sens de lecture différents, peuvent varier en fonction du médium et du contenu.

Informations sur le slogan en tant que keyvisual

Le slogan a été élaboré en allemand, français, italien, romanche et anglais sans le logo du Jubilée en tant qu'émetteur. Les keyvisuals correspondants peuvent être demandés par e-mail à info@sek.ch. Les données sont disponibles dans les formats suivants :

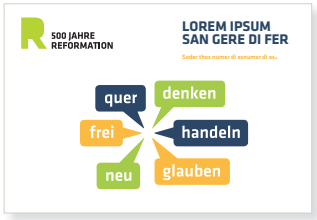
- **ai (vectoriel)**
- **eps (vectoriel)**
- **jpg (matriciel)**
- **png (matriciel)**

a) L'émetteur doit ressortir aussi clairement que possible.

Le logo du Jubilée est placé au-dessus du slogan en haut à gauche ou centré.

Affiche A3

Flyer A5 portrait et paysage



b) Le slogan est placé en évidence au premier plan

Le logo du Jubilée est discrètement disposé en tant qu'émetteur en bas à droite.

Affiche A3

Flyer A5 portrait et paysage

La marque figurative « R »

Une marque animée et plurielle

La marque figurative « R » réserve de nombreuses possibilités pour une approche ludique de l'identité visuelle du jubilé de la Réforme.

Utilisé seul et dans sa version de base non individualisée, ce « R » constitue une image à part entière, qui se passe de tout complément verbal.

Pour que la marque déploie tout son effet et qu'elle ne perde pas de sa force, il doit être suffisamment grand et il nécessite un périmètre de délimitation assez vaste sur le support auquel elle est destinée.

Le réservoir d'images

Un réservoir d'images traitées a été constitué. Une sélection d'images disponibles est présentée à la page 10 ; il suffit de s'adresser à info@sek.ch pour obtenir une sélection d'images éprouvées en indiquant leur numéro.

Les données sont disponibles aux formats suivants:

- tiff

- jpg

- png

Les versions individualisées

- La marque figurative « R » offre une palette d'options de remplissage de ses contours; elle a pour vocation de soutenir visuellement l'image de vitalité et de pluralité qui caractérise l'Église réformée et elle est destinée à toutes les activités de la FEPS.
- Les modes de remplissage sont libres; le « R » se passe de tout complément verbal.

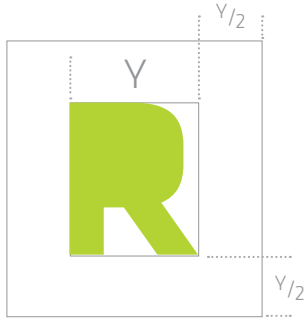
Exemples de remplissages avec des images

Exemples d'applications graphiques

Exemples d'applications monochromes

Le périmètre de délimitation du « R »

- Aucun élément visuel tiers (texte, graphique) ne doit empiéter sur le périmètre de délimitation qui entoure le logo.
- Le logo ne doit pas être placé plus près du format franc-bord que ne le permet le périmètre de délimitation.



Intégration dans un texte

- La marque figurative peut s'intégrer dans un texte (police de caractères : Klavika Bold).
- La taille de la marque figurative s'adapte à celle des caractères.

Principes d'utilisation

- La marque figurative est utilisée à des fins d'illustration ; il convient de lui accorder une place généreuse sur le support auquel elle est destinée.
- En cas de recours à des images, il s'agit d'utiliser un découpage adéquat.
- La forme de la marque figurative ne doit en aucun cas être modifiée.
- Les applications ci-dessous sont inadmissibles :

Fond agité, images superposées

Découpage inadéquat, contraste insuffisant

Police de caractères erronée de la marque figurative

Le nuancier de couleurs

C'est l'effet qui compte

La nuance vert vif choisie pour la commémoration est synonyme de joie, de modernité et d'esprit d'ouverture. Son effet est optimal lorsqu'elle apparaît sur une vaste plage de fond blanche, complété par un ton de gris chaud.

Les couleurs secondaires sont destinées à mettre des accents et s'associent avec bonheur au nuancier de l'identité visuelle du jubilé, permettant à chaque support une marge de créativité maximale.

Remarque au sujet de la conversion de couleurs Pantone dans les nuanciers CMYK et RVB

Il n'existe pas de valeurs fixes pour les divers nuanciers. Les valeurs indiquées ici sont le résultat d'une évaluation manuelle des couleurs. Les valeurs de couleurs ont été établies en comparant et les imprimés et les écrans. L'évaluation a également tenu compte des variations de couleurs selon les divers procédés d'impression (numérique, offset), les différences d'impression (deux couleurs au lieu de quatre, trame AM ou FM), les périphériques de sortie (numérique, écran, ordinateur, tablette) et les types de présentation RVB (LCD, LED, Retina) sur des écrans calibrés et non calibrés, ainsi que des situations d'utilisation (intérieur, lumière du jour). Cette évaluation aboutit à une définition de conception et de référence la plus adéquate possible.

Les couleurs primaires

- Le ton de vert choisi pour la commémoration est vif, positif, éclatant et se distingue bien des couleurs des écussons cantonaux.
- Ce vert est la couleur-phare de l'identité visuelle de la Réforme ; il est exclu de tramage.
- Le gris complémentaire permet d'effectuer des structures graphiques ou typographiques sans entrer en concurrence avec le ton de vert principal.

Le vert du jubilé

CMYK	35 / 0 / 100 / 0
Pantone	Pantone 390
RGB	190 / 210 / 20

Le gris du jubilé

CMYK	0 / 0 / 10 / 20
Pantone	Pantone Warm Grey 3
RGB	240 / 230 / 220

Les couleurs secondaires

- Pour assurer des variantes en quantités suffisantes, nous proposons une palette de couleurs supplémentaires, aux teintes chaudes.
- Ces nuances peuvent être accentuées; l'apparence générale de l'identité visuelle ne doit toutefois jamais être compromise.
- Les couleurs secondaires ne sont pas texturées.

Bordeaux

CMYK	30 / 90 / 100 / 30
Pantone	Pantone XYZ
RGB	115 / 30 / 20

Brun

CMYK	15 / 75 / 95 / 0
Pantone	Pantone XYZ
RGB	200 / 75 / 30

Jaune chaud

CMYK	0 / 25 / 90 / 0
Pantone	Pantone XYZ
RGB	250 / 180 / 25

Bleu marine

CMYK	90 / 75 / 40 / 20
Pantone	Pantone XYZ
RGB	35 / 55 / 85

Bleu clair

CMYK	70 / 35 / 30 / 0
Pantone	Pantone XYZ
RGB	75 / 125 / 145

Olive

CMYK	50 / 0 / 30 / 0
Pantone	Pantone XYZ
RGB	115 / 175 / 165

Le nuancier confère

- À la commémorationune identité visuelle aérée, lumineuse et positive.
- Aux couleurs une place en vue sur fond de blanc généreux.
- Un effet général qui doit réapparaître sur tous les supports.

Les polices de caractères

Clarté et détermination

Empruntant à la fois à la Klavika, moderne et percutante, et à la Georgia, bien lisible et plus traditionnelle, le mélange de caractèressoutient de manière optimale une identité visuelle pleine de fraîcheur et offre une liberté d'application maximale sur tous les supports.

La police de caractères du jubilé

- La Klavika est la police de caractères de base de l'identité visuelle du jubilé. Elle est utilisée pour les messages clés, les mises en évidence et les titres.
- Pour les messages clés, la Klavika est utilisée en capitales.
- La Klavika est utilisée par défaut dans les médiaset s'utilise dans tous les éléments de textes.

Messages clés, titres :

- Klavika Bold Versal

ABCDEFGHIKLM NOPQR STUVWXYZ 0123456789 ,;.:-_@–£€$

Mises en évidence et textes :

- Klavika Bold et Light

AaBbCcDdEeFfGgHhIiK kLlMmN nOoPpQqRrSsTt UuVvWwXxYyZz 0123456789 ,;.:-_@–£€$

AaBbCcDdEeFfGgHhIiK kLlMmN nOoPpQqRrSsTt UuVvWwXxYyZz 0123456789 ,;.:-_@–£€$

La police de caractères des textes

- L'écriture Georgia, alliant des éléments baroques et antiques, se distingue par une lisibilité optimale aussi bien sur papier que sur écran.
- Elle est utilisée avec retenue, pour compléter la Klavika.

Textes courants longs :

- Georgia Bold et Roman

AaBbCcDdEeFfGgHhIiK kLlMmNnOoPpQqRrSs TtU uVvWwXxYyZz 0123456789 ,;.:-_@–£$

AaBbCcDdEeFfGgHhIiK kLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVv WwXxYyZz 0123456789 ,;.:-_@–£$

Les polices système

- Des polices de rechange peuvent être utilisées pour les produits numériques compte tenu des systèmes respectifs.
- La Klavika reste la police par défaut (Webfont).

Messages clés et titres numériques :

- Klavika Bold Versal

ABCDEFGHIKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789 ,;.:-_@–£€$

Polices de rechange :

- Verdana Bold et Roman

ABCDEFGHIKLMNOPQRSTUV WXYZ 0123456789 ,;.:-_@–£€$

Textes courants numériques :

- Georgia Bold et Roman

AaBbCcDdEeFfGgHhIiK kLlMmNnOoPp QqRrS sTtU uVvW wXxYyZz

AaBbCcDdEeFfGgHhIiK kLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvW wXxYyZz

Le réservoir d'images

Haut en couleurs et positif

L'imagerie de l'identité visuelle a pour vocation de renforcer la dimension plurielle de cette identité.

Le contenu des images s'inspire de la thématique à communiquer. Si aucun contenu iconographique ne peut être défini, on pourra communiquer une ambiance qui évoque les qualités suivantes : **positif, pluriel, avenant**.

Le réservoir d'images
Le réservoir d'images est continuellement réalimenté. Il suffit de s'adresser à info@sek.ch pour obtenir une sélection d'images éprouvées en indiquant leur numéro.
Les données sont disponibles aux formats suivants:
- tiff
- jpg
- png

La marque figurative« R »

- Le choix de l'image dépend du support utilisé.
- La version individualisée du « R » doit si possible figurer sur fond neutre (blanc), jamais sur un fond insuffisamment contrasté ou imagé.

R-001

R-002

R-003

R-004

R-005

R-006

R-007

R-008

R-009

R-010

R-011

R-012

R-013

R-014

R-015

Images sur internet

- Les images internet sont des génériques ; elles peuvent être utilisées à volonté.
- Les contenus des images s'inspirent de l'ambiance générale de l'identité visuelle de la commémoration (positive, plurielle, avenante).

W-001

W-002

W-003

W-004

W-005

W-006

W-007

W-008

W-009

W-010

W-011

W-012

La conception de moyens de communication à l’aide du graphisme du jubilé

Imprimés
Papier à lettres, dossier documentaire

C'est la première impression qui compte

Les imprimés destinés à la correspondance, imprimés en bichromie, sont produits et administrés centralement, afin de garantir la permanence du niveau de qualité de l'image de marque sur tous les canaux de diffusion et afin de minimiser les coûts.

Formulaires préimprimés

Des documents préimprimés en quantités variables peuvent être commandés sur info@sek.ch.

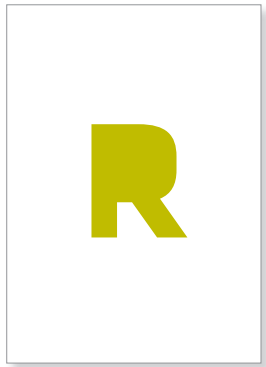
Papier à lettres

- L'emplacement du logo et des blocs de textes se conforment aux modèles Word utilisés par la FEPS.
- Les blocs d'adresses sont harmonisés pour assurer une image homogène. Exceptions, dues aux exigences postales : adresses autocollantes, enveloppes C5.

Dossier documentaire

- Dans la diffusion de l'identité visuelle, la marque figurative occupe une place centrale.
- Le message - une pluralité vivante - peut être renforcé en présentant une multitude de variantes du « R » à l'intérieur du dossier.

Recto



Verso

Intérieur du dossier

Imprimés
Cartes, autocollants, enveloppes

C'est la première impression qui compte

Les imprimés destinés à la correspondance, imprimés en bichromie, sont produits et administrés centralement afin de garantir la permanence du niveau de qualité de l'image de marque sur tous les canaux de diffusion et afin de minimiser les coûts.

Documents préimprimés

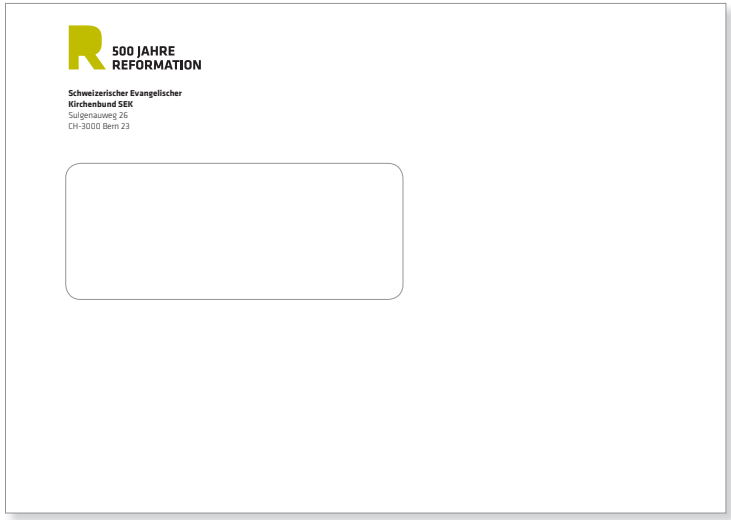
Des documents préimprimés en quantités variables peuvent être commandés sur info@sek.ch.

Carte (petit format)

Carte (grand format)

Autocollants

Couvert C5



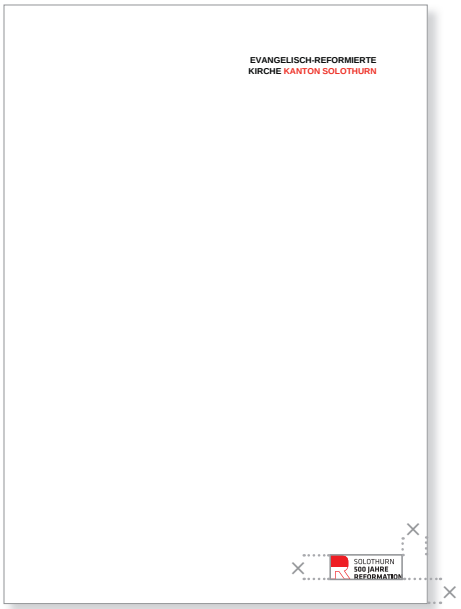
Imprimés
Matériel de correspondance des Églises cantonales

C'est la première impression qui compte

Les imprimés destinés à la correspondance des Églises cantonales peuvent être agrémentés du logo du jubilé propre au canton correspondant.

- En règle générale, le logo cantonal est placé en bas à droite de tous les imprimés destinés à la correspondance (exemple A).
- Si cet espace est déjà occupé par l'identité visuelle de l'Église, le logo est placé en bas à gauche de la page (exemple B).
- Sur les enveloppes, le logo est placé au verso, en bas à droite.

Papier à lettres



Exemple A

Exemple B

Sur tous les imprimés destinés à la correspondance, la hauteur du logo est de 12 mm, ce qui correspond aussi à la distance entre le logo et les bords de la page.

Enveloppe C5

Carte A5

Imprimés
Brochures

Avenantes et plurielles

Les brochures véhiculent elles aussi l'image d'une identité visuelle animée.

Alors que le choix des images et l'emplacement du texte sont libres, la trame d'impression est donnée pour les éléments clés (logos, pagination), toujours dans le but d'assurer une identité visuelle commune unique.

La page de couverture

- L'emplacement des logos du jubilé et de la FEPS sont dictés par une trame fixe.
- L'illustration, les polices d'imprimerie et les informations tierces sont libres.

X = hauteur de la marque figurative « R ».

Taille des logos, espaces
selon formats DIN (valeurs indicatives)
A3: hauteur du logo 30 mm, distance X 30 mm
A4: largeur du logo 20 mm, distance X 20 mm
A5: largeur du logo 14 mm, distance X 14 mm

Exemple d'utilisation adéquate de Georgia dans un texte

- En alliant emplacement fixes et liberté de conception, une pluralité maximale est garantie sans mettre en péril l'identité visuelle commune.

Pages de couverture: variantes

Contenu

Imprimés
Affiches

Interpeller et informer

Les affiches aux différents formats (F4, A3, A4) tiennent compte de manière optimale des différents besoins de communication, qu'il s'agisse de manifestations ponctuelles ou de cycles.

La FEPS propose des graphismes axés essentiellement sur l'identité visuelle (le « R » occupe une place centrale) ou avec un fond d'image.

Modèles pour affiches

Il suffit d'adresser un courriel à info@sek.ch pour commander l'un des modèles graphiques ci-contre.

Affiches F4

– L'image – intégrée au « R » ou comme fond de page - est le vecteur de communication central. Le choix de cette image et son emplacement sont donc des démarches essentielles.

Affiche F4; la marque figurative « R » est au centre

Affiche F4 : fond d'image

Affichettes A3

– Les affichettes véhiculent souvent plusieures informations; les textes nécessitent davantage de place si l'on veut conserver la lisibilité des messages clés.

– L'image demeure le vecteur de communication primordial d'une manifestation.

Conceptions graphiques d'affichettes A3/A4 pour séries de manifestations

Conceptions graphiques d'affichettes A3/A4 pour manifestations ponctuelles

Imprimés
Invitations

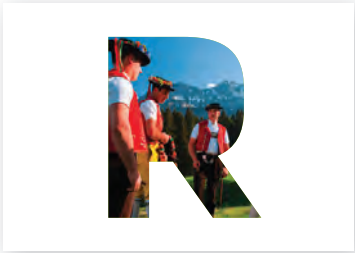
Avenant et sympathique

Le recours au format couché (paysage) accentue la dramaturgie de l'invitation (élément accrocheur, invitation, programme, informations).

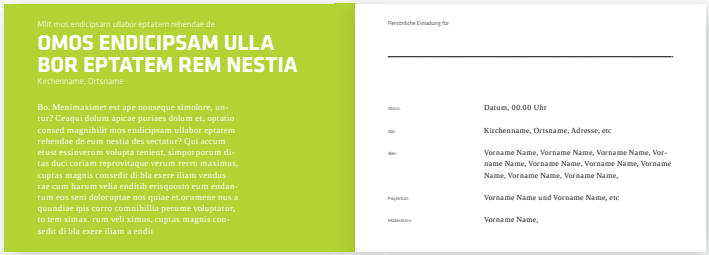
Les deux conceptions graphiques ci-contre répondent aux besoins des manifestations respectives.

Invitation autour de la marque figurative «R»

Recto



Pages internes avec l'invitation personnalisée

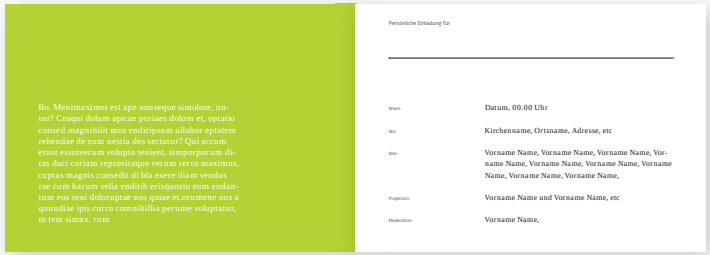


Verso

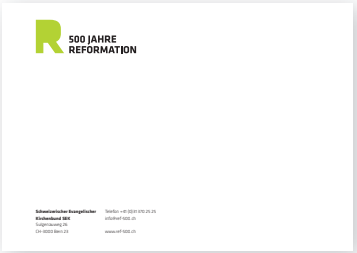
Invitation autour de la marque figurative «R»

Recto

Pages internes avec l'invitation personnalisée



Verso



Supports de communication numériques
Site internet

Information et interaction

Les images du réservoir (p. 10) sont conçues pour servir de fond et pour souligner une identité visuelle vivante.

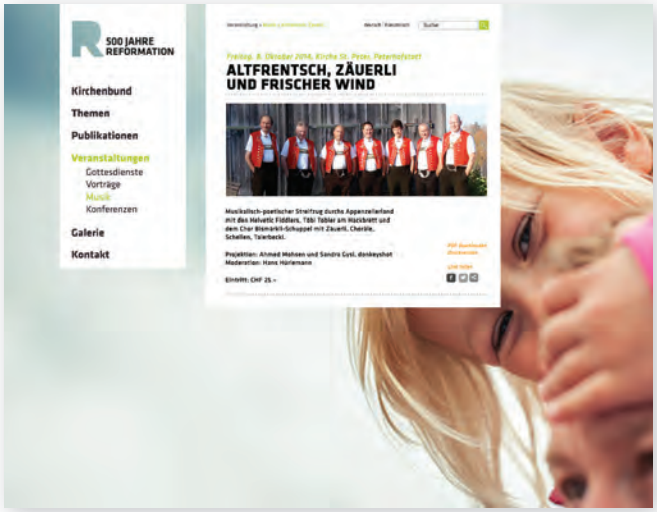
Une séparation claire du niveau de navigation facilite l'orientation sur le site.

En modifiant la taille du navigateur, le masque du logo est réinterprété continuellement à l'aide de l'image de fond, ce qui soutient optiquement la pluralité de l'identité visuelle.

Page d'accueil

Page de présentation

Page d'informations détaillées



Galerie

Supports de communication numériques
Bannière dynamiques

Dynamique et percutant

Une bannière animée raconte une histoire et peut agréablement attirer l'attention.

Les bannières animées sont utilisées chaque fois que c'est possible pour faire connaître les manifestations de commémoration. En principe, toute animation devrait se terminer par un « appel à agir » (lien pour approfondir).

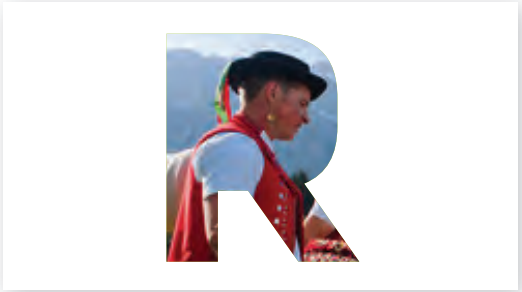
La bannière concerne une seule manifestation et le lien renvoie soit au site du jubilé, soit à l'église correspondante.

Modèles de bannières

Les modèles des exemples ci-contre sont disponibles auprès de info@sek.ch.

Storyboard A, marque figurative « R » dynamique

L'image se déroule sous le masque du « R ».



Le texte percutant s'affiche avec force.

Le logo s'affiche, de même que le texte invitant l'internaute à agir.

Storyboard B, fond intégral

Affichage de l'image d'ambiance et du texte relatif à la manifestation.

La marque figurative du « R » met en dévidence un détail intéressant.

Le logo surgit, tout comme letexte invitant l'internaute à agir.

Supports de communication numériques
Bannière statique

Faire de l'effet avec une image unique

S'il n'est pas possible de travailler avec une bannière animée, des images statiques permettent elles aussi d'attirer efficacement l'attention.

L'image est le vecteur de communication essentiel ; il convient de la choisir avec le soin qui lui est dû.

Les formats peuvent être adaptés en fonction des formats ci-contre (Rectangle et Wide Sky).

Modèles de bannières

Les modèles des exemples ci-contre sont disponibles auprès de info@sek.ch.

Bannière qui affiche la marque figurative « R »

Rectangle 300 px X 250 px

Wide Sky 300 px X 600 px

Bannière qui affiche la marque

Rectangle 300 px X 250 px

Wide Sky 300 px X 600 px

Supports de communication numériques
Applications mobiles

Pour une présence interactive du jubilé

L'application sert à favoriser et à renforcer la participation au sein d'une communauté.

En l'occurrence, l'application permet aux membres de l'Église protestante et aux autres personnes intéressées d'interpréter à leur manière la notion de « Réforme » à l'occasion du jubilé. Chacune et chacun est invité à compléter le « R » à sa manière, selon sa vision de la Réforme et de l'Église protestante.

L'application générera un réservoir d'images virtuelles personnelles. Les « R » ainsi collectionnés seront utilisés dans différentes contextes, donnant ainsi l'occasion de vivre de près l'idée de la Réforme.

Esquisse de présentation d'une application

Icon pour iOS et Android

Versions 3D :
la lettre-objet

Montrer la direction et informer

La version en trois dimensions de la marque figurative « R » sert aussi bien à indiquer une orientation (effet à distance), qu'à véhiculer une information (taille 1) et à servir de présence physique dans l'espace.

Cette lettre-objet existe en trois tailles; elle se commande pour des manifestations.

La face-titre du « R » permet des interprétations individuelles; sur demande, ces revêtements peuvent être collés avant la livraison.

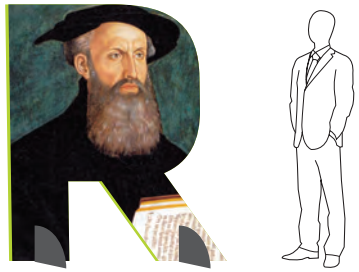
Versions en 3 D
La FEPS dispose d'un stock de lettres-objets qui peuvent être commandées d'entente sur info@sek.ch.
Les livraisons et les images fournies sont facturées à l'institution commanditaire.

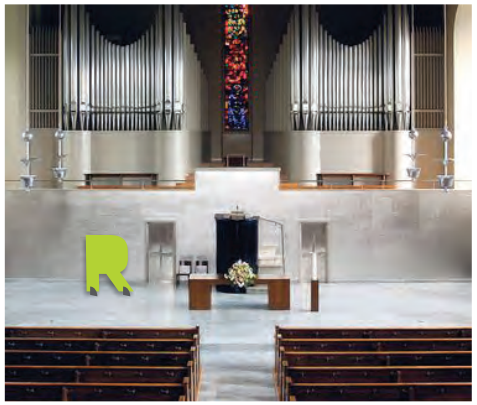
Taille 1 (hauteur: env. 220 cm)

- Le « R » comme objet en trois dimensions à placer en plein air : parvis d'Églises, surfaces libres, etc.
- Version extérieure individualisée (image, panneaux d'information, etc.)

Taille 2 (hauteur: env. 180 cm)

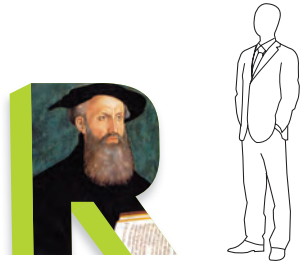
- Le « R » comme objet à appuyer, aux contours découpés ; destination : locaux abrités (églises, maisons de paroisse, etc.)
- Face aménageable individuellement

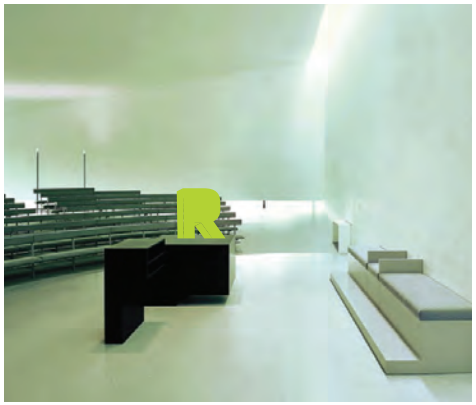




Taille 3 (hauteur: env. 100 cm)

- Le « R » comme objet en trois dimensions ; destination : locaux abrités (églises, maisons de paroisse, etc.)
- Faces aménageables individuellement





Versions en 3D
Cadeaux promotionnels

Pour se rappeler au bon souvenir de...
Les cadeaux promotionnels sont un bon moyen pour rendre l'identité visuelle du jubilé encore plus vivante et pour se rappeler au bon souvenir des partenaires lors de manifestations.

Idées
Les questions peuvent être adressées directement à la Communication de la FEPS par info@sek.ch.

Blocs-notes, psautiers commémoratifs

Épingle

Casquette

Jeu de mémoire

Cabas

T-Shirts

Tasse

Sac

L’utilisation du logo du jubilé sur des supports de communication tiers

Utilisation
sur les médias papier

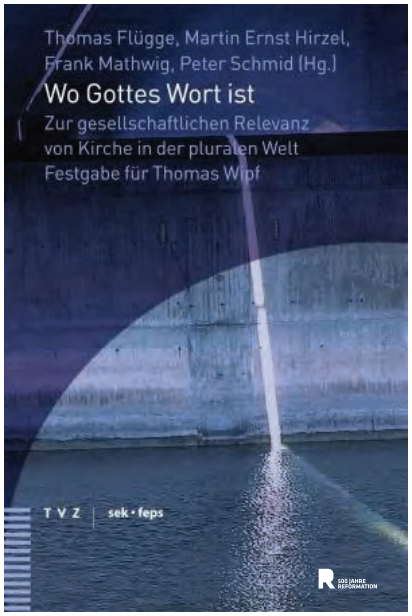
Les logos de la FEPS et du jubilé

L'expéditeur principal mentionné sur les supports de communication existants dont le contenu ne se rapporte pas au jubilé de la Réforme est la FEPS.

Le logo du jubilé peut alors être joint à celui de la FEPS. Sa fonction est de rendre attentif au jubilé de la Réforme.

Utilisation sur des brochures

- Le logo du jubilé est si possible en couleur.
- Le logo est placé en bas à gauche ou à droite de la page, suivant la configuration de la page et de la place disponible.
- Les règles concernant la taille minimale et le périmètre de délimitation minimal doivent impérativement être respectées (cf. p. 6).



Utilisation sur des imprimés qui traitent de sujets délicats

Si le sujet traité dans une brochure entre en conflit avec l'esprit du jubilé de la Réforme, le logo est placé sur la dernière page, au niveau du logo FEPS.

Recto

Verso

Utilisation
dans les médias numériques

Marketing, renvois

Sur le site FEPS, le logo du jubilé peut être utilisé comme clip vidéo ou comme animation pour renvoyer au site de commémoration.

Fonction : faire connaître la commémoration de la Réforme.

Modèles de clips et d'annonces publicitaires

Des modèles de toutes les versions ci-contre sont disponibles auprès de info@sek.ch.

Utilisation comme clip vidéo

- Si possible, le clip sera placé sur fond neutre (veiller au choix du fond!), en haut à droite, hors du secteur d'information du site internet.
- Si le fond est agité ou si la configuration de la page ne permet pas d'emplacement précis, le clip peut aussi appa raître en bas de page (footer).

Clip dans l'en-tête

Clip sur la ligne en base de page

Utilisation sous forme d'animation

Pour rendre la publicité plus percutante, on pourra recourir à des animations (article, carrousel) pour faire connaître l'année de commémoration.

Fenêtre publicitaire dans le carrousel

Fenêtre publicitaire dans l'article