

Nouvelle identité visuelle

DIRECTION GÉNÉRALE DE LA SOCIÉTÉ
DE L'INFORMATION ET DES MÉDIAS



... **Charte graphique**
de la nouvelle identité visuelle
de la Direction générale de la société
de l'information et des médias.

Commission européenne
Société de l'information et médias



Nouvelle identité visuelle

DIRECTION GÉNÉRALE DE LA SOCIÉTÉ
DE L'INFORMATION ET DES MÉDIAS

●●● **Charte graphique**
de la nouvelle identité visuelle
de la Direction générale de la société
de l'information et des médias.



Commission européenne
Société de l'information et médias

Introduction



L'objectif d'une charte graphique est de proposer une approche visuelle commune à tous les produits réalisés par une même entité. En renforçant la similarité, et donc la cohérence, entre les supports, la charte permet de consolider l'image même de l'organisation, et son identification par le public visé.

Cette charte a été mise au point pour la Direction générale de la société de l'information et des médias, pour refléter des valeurs de dynamisme et de modernité d'une DG émettrice d'informations qui concernent l'ensemble des citoyens européens. C'est dans cette logique que la charte a été développée autour d'un principe simple: la perspective, émettrice de rayons qui diffusent des couleurs sur un visuel, tout en laissant une large place au blanc.

Le présent document explicite ce concept, ses règles de base, mais aussi les détails de sa mise en œuvre, pour tout type de support. D'après les principes de départ, il est en effet possible de décliner cette identité visuelle aussi bien sur les produits papier que sur un site internet, ou sur des objets promotionnels. Ainsi, l'homogénéité des productions «signées INFOS» est garantie par ce manuel explicatif. Il est conçu pour répondre aux questions et aux attentes de l'utilisateur et lui indiquer ce qui est à faire et à ne pas faire, pour réaliser un produit conforme à la charte.

TEMPLATES

Les éléments présentés dans ce manuel sont basés sur les templates développés pour les différents supports.

Les templates sont disponibles en ligne et téléchargeables à l'adresse suivante:
<http://guidelines.qwent.es/dginfo>

Sur Europa:
http://ec.europa.eu/dgs/information_society

Sur l'intranet de la Direction générale de la société de l'information et des médias:
<http://intra.info.cec.eu.int>

Table des **matières**

La perspective comme élément majeur de l'identité visuelle....	8
Concept	8
Principes de base	8
Point de fuite	10
Ligne d'horizon.....	11
Division de l'espace.....	12
Proportions	13
Opacité et transparence.....	14
Mobilité des rayons.....	15
Régularité à travers les différents supports.....	16
La Commission en tant qu' émetteur de l'information.....	18
Signification.....	18
Positionnement.....	19
Proportions.....	19
Dénominations.....	20
Une structure basée sur des règles simples et équilibrées	22
Les marges.....	22
La grille de ligne de base.....	24
Deux polices pour une communication moderne et reconnue	26
Minion Pro et Myriad Pro.....	26
Feuille de styles	28
Caractéristiques liées aux polices	30
Colonnes de texte modulables.....	30

Des couleurs à combiner avec les visuels.....	34
Deux couleurs de base.....	34
Choix des couleurs.....	35
Exemples à base de couleurs vives.....	36
Exemples à base de «tons sur tons».....	39
Des visuels modernes et crédibles.....	40
Privilégier l'humain.....	40
Légendes.....	41
Utilisation des marges.....	41
Les autres éléments graphiques	42
Graphiques et tableaux.....	42
Exemples de publications	44
Quatrième de couverture.....	46
Pages liminaires.....	47
Choix du papier.....	47
Impression numérique.....	47
Les mêmes principes pour internet	48
Suivre les règles IPG.....	48
Page d'accueil.....	48
Pages intérieures.....	48
Les supports promotionnels	50
Travailler avec le support.....	50
Exemples de produits.....	51

1

La **perspective** comme élément majeur de l'identité visuelle

Concept



La nouvelle identité visuelle s'articule autour de la perspective et des idées qu'elle évoque: le mouvement des faisceaux suggère à la fois la diffusion et le rayonnement, la transmission et l'éclairage.

La manière dont la «perspective» est représentée dans tous les supports de communication évoque les éléments suivants:

- **Diffusion d'un message**, comme les ondes ou un projecteur de cinéma vu de côté (référence au programme MEDIA).
- **Dynamisme du mouvement** des traits qui donnent de l'élan à la composition.
- **Convergence**: plusieurs rayons (ou thèmes), une seule source.
- Les faisceaux donnent une nette **idée d'émission de l'information, du savoir**.
- Une source de lumière est aussi associée à l'idée de **repère**, de **direction**, et donc de **fiabilité** et de **confiance**.
- Les rayons créent un **lien**, ici entre la Commission européenne, comme source, et le citoyen.
- La présentation de la thématique «société de l'information et médias» reprend cette dimension: la typographie verticale évoque une antenne, un **émetteur**, tout en respectant les règles du code de rédaction interinstitutionnel.

La Commission européenne apparaît ainsi comme un **émetteur d'information faisant autorité**, qui diffuse **vers le citoyen** dans une **logique de clarification, d'éclairage** (dans les deux sens du terme: lumière et apport d'information).

Principes de base



La nouvelle identité visuelle se fonde sur les principes suivants:

- Un **point de fuite**, établi d'après un simple rapport de proportions, émetteur des rayons.
- Un **fond blanc**, qui donne une idée de clarté au message.
- Un **rapport perspective/fond blanc**, en fonction de l'importance à donner au texte.
- Des **pages intérieures claires** et dynamiques.

Umsandio vullan
magnislaorer
sedessit milium

DELIQUATION VELISMO REROSTIO



European Commission
Information Society and Media

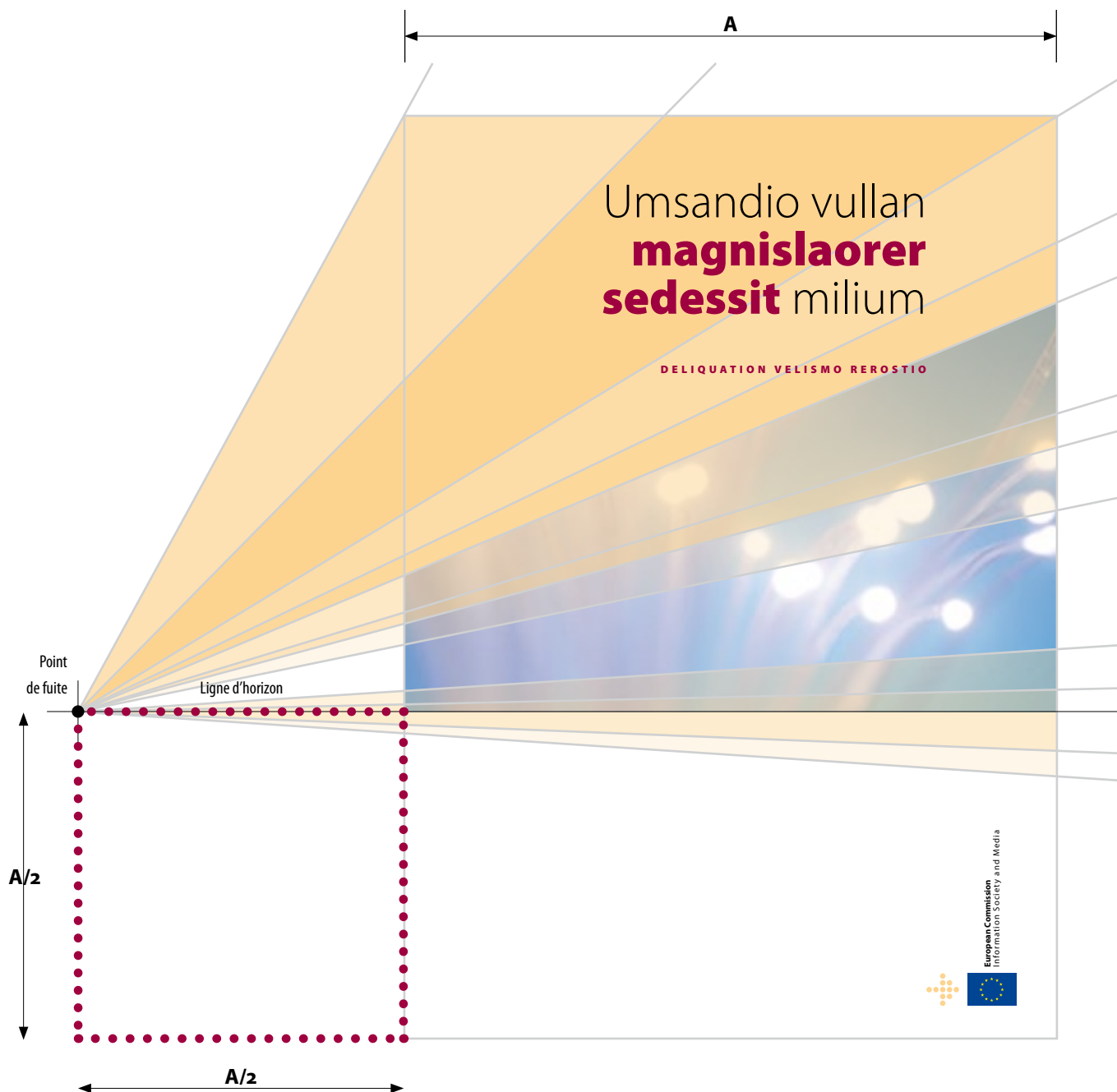
Point de fuite



Le point de fuite est placé à l'extérieur des couvertures.

Le positionnement du point de fuite est calculé sur base de la largeur du document (valeur A dans le schéma ci-dessous). Dans le cas d'une brochure A4, un carré aux dimensions de $(A/2) \times (A/2)$ part de la base du document vers l'extérieur gauche pour le positionner.

Se référer aux templates InDesign pour les autres formats standards.



Ligne d'horizon



La ligne d'horizon délimite l'espace du visuel.

La ligne d'horizon délimite les espaces principaux. Le visuel ne descend jamais en dessous de celle-ci, seuls quelques rayons de la perspectives peuvent aller au-delà.

L'angle de la ligne d'horizon ne peut être modifié.



Division de l'espace

Les couvertures, les affiches et tout autre support d'entrée d'une publication ou d'un site internet sont divisés en deux zones horizontales. La partie 1 est destinée au visuel et à la tritaille, la partie 2 à dominante blanche est destinée au texte et à l'émetteur. Les proportions entre ces deux parties varient en fonction du support.



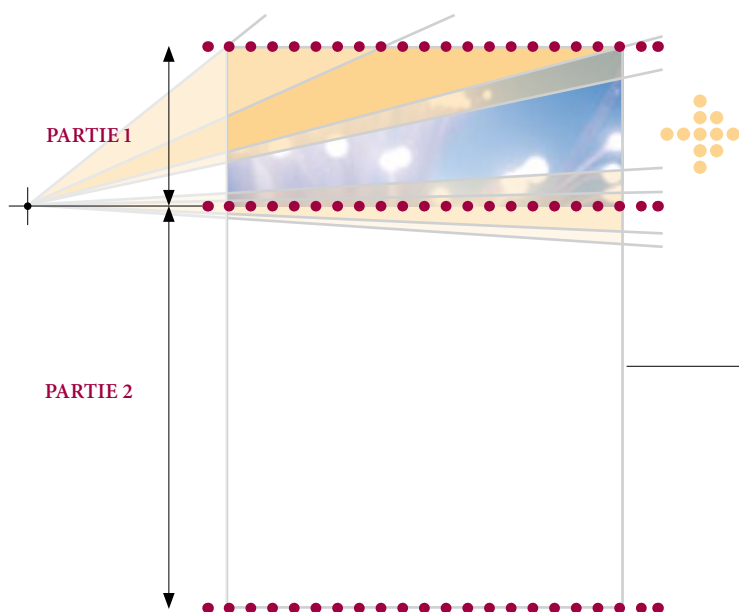
Cette combinaison de deux espaces est un des éléments fondamentaux de l'identité visuelle.

Se référer aux templates InDesign pour obtenir les proportions pré-définies de chaque support.



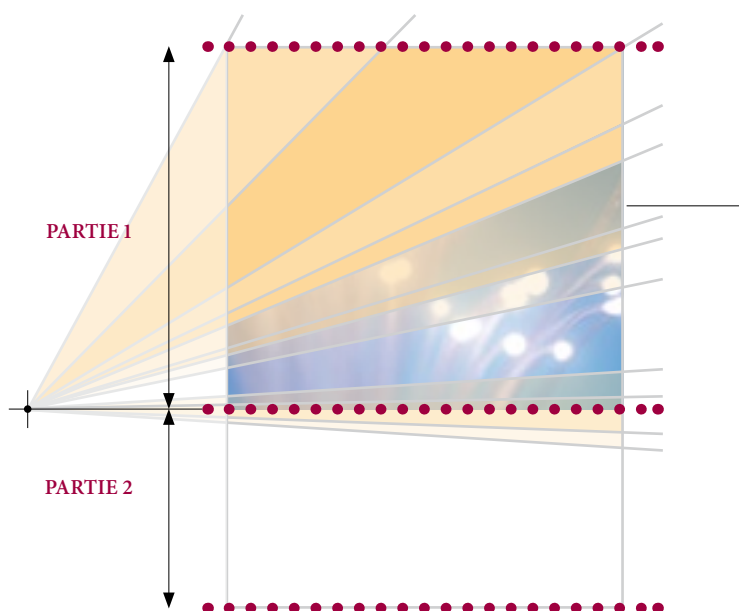
Proportions

Les proportions entre la partie au dessus et la partie en dessous de la ligne d'horizon sont fonction du support, de l'importance à accorder au texte ou au visuel.



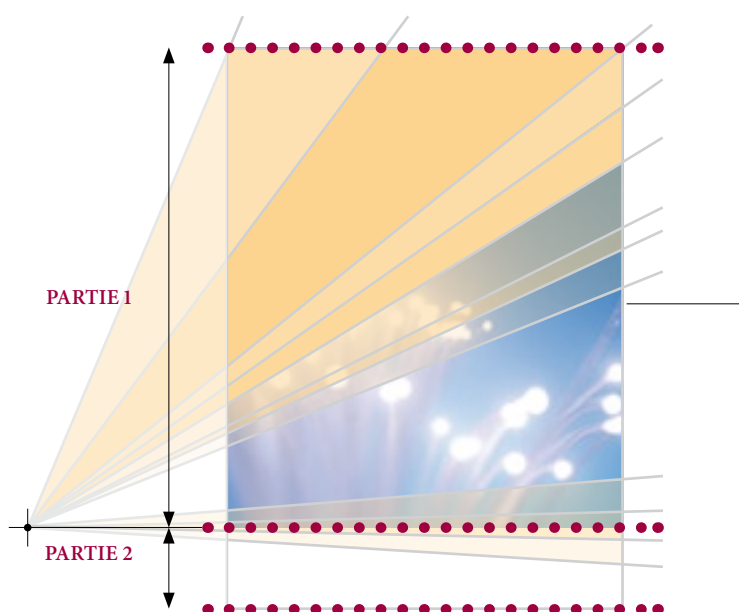
NEWSLETTER

Une newsletter demande beaucoup de texte dès sa première page, on favorisera donc la partie 2.



BROCHURE A4

Une brochure A4 nécessite un visuel important, la partie 1 sera donc plus importante.



AFFICHE / KAKEMONO

Une affiche ou un kakemono est avant tout basé sur l'image (le visuel et la titraillie devant être vus de loin), la partie 1 prendra la majeure partie de l'espace du document.

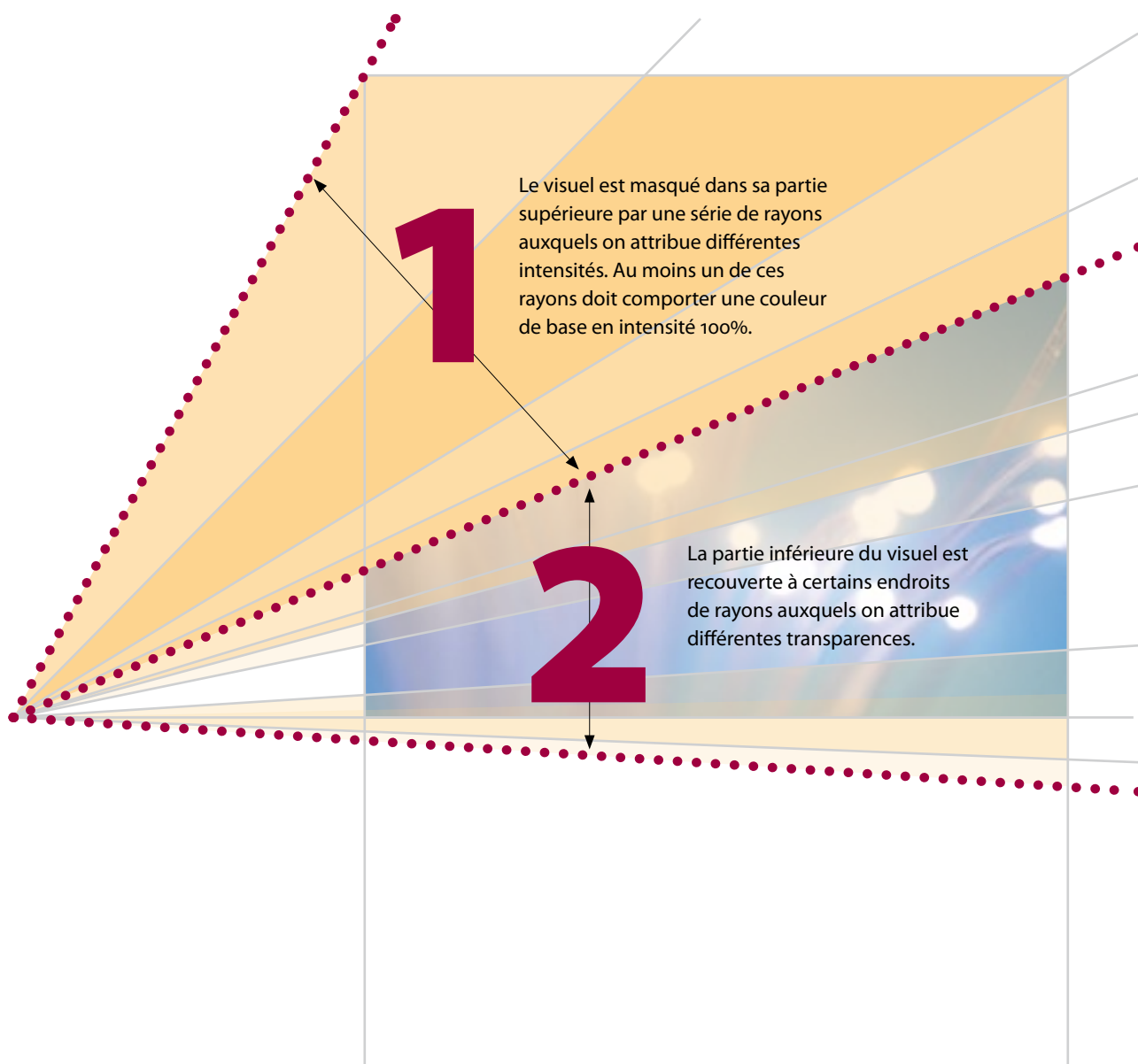


Opacité et transparence

Les rayons de la perspective sont formés par des valeurs de teintes différentes.

Une première série de rayons est composée à l'aide d'**intensités variant de 50% à 100%** qui cachent le visuel.

Une seconde série de rayons chevauche le visuel à l'aide de **transparences allant de 0% à 50%** qui laissent apparaître le visuel.



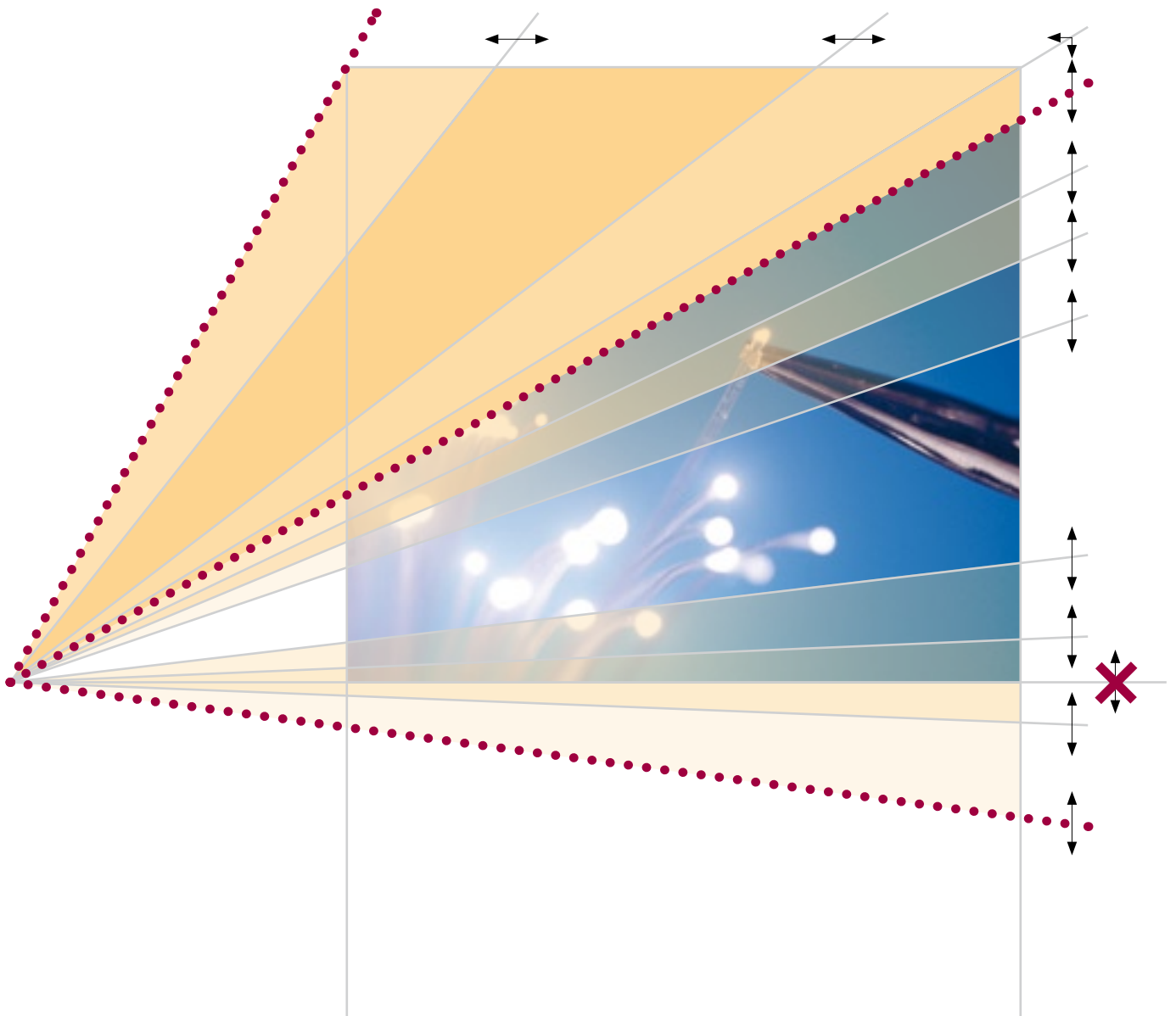
Mobilité des rayons



Les rayons de la perspective peuvent être déplacés si le visuel le nécessite.

Si un élément essentiel du visuel choisi est systématiquement caché par les rayons de la perspective, ceux-ci peuvent être déplacés.

L'angle de la ligne d'horizon ne peut être modifié.

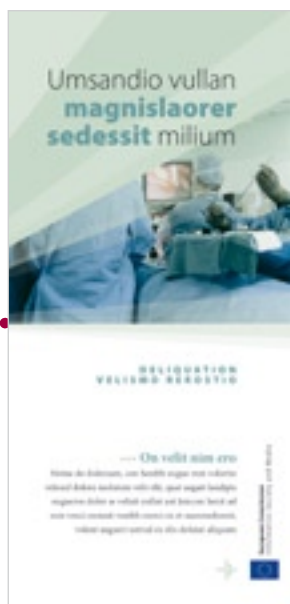


Régularité à travers les différents supports



Du plus petit dépliant au site internet, la perspective est présente.

L'unité graphique entre tous les supports est obtenue par la présence constante de la perspective, mais aussi de la division horizontale de l'espace avec la partie supérieure destinée au visuel et la partie inférieure blanche et l'émetteur.



Dépliant



Carte postale



Pochette DVD



EXCEPTIONS

Si pour des raisons techniques de reproduction il est impossible d'utiliser la perspective, l'émetteur doit être l'élément graphique pour conserver l'identité visuelle.



En vidéo, il est inconcevable de placer les incrustations dans le haut de l'écran sous peine de «couper» la tête des personnes interviewées, la perspective vient donc se placer dans le bas de l'image comme «fond» pour les informations utiles (nom, lieu, date, etc.).



DVD

Important legal notice
English (en)

Information Society and Media Directorate-General

EUROPA > European Commission > Information Society and Media Contact | Search on EUROPA

- At a Glance
 - > Mission
 - > Who's Who
- Evaluation & Monitoring
- IS Thematic Portal
- Visual and Verbal Identity

Towards an Information Society for All

Fabio Colasanti
Director-General

Elisis niam quatuero ea feu feum luscipumsan eu faccum andiat. Ut utpat eugait lam luscipit ex eu feugue te eros aliquatit feugait

augait non et ullum velenibh alist dalit laor sent illam, sequatumsan volore ea facillut wisclit exeraese te euis dolore venim quat.

Ut lutem zzrit volore euis augue eum volobore feummy nulputet laore con vullupat adignim aliquam zzrirem velit nullaore dunt wis acipit exeros adio do la feugiam nim autpatie facin ulla core tio lute augiam modoloreetum quipis estie tisi.

Agnal is nonulla faccum odoluptat dit at, vel et, volenis ad doluptat num num veisis ating et wis ercil ut nostrud tatet la feugait pratet auguer augait lortiomulla facipsum diam dio euguerostio dolor suscinim ipassto odoloritisi in ulput ullandrem vullaor irillupat.

Ut ullaore ming ea in utem nim dignibh eui tin heniati, volor sequat. Iquatet, quip elit nis alisi. Voluptat, consectem zzriustrud erotio nsequipsummy nulputat, quam, velit lamet volobore coreet adiamcorer.

Giat atem verit acilit praesecte conseniatuer sequamet, sim in ulputpatio dit alit la commod delent lor sim zzriusc: ipsustin utat.

Roaming charges

Commission proposes to cap the high cost of using mobiles when travelling within the EU.

[> Read more](#)

European Charter for Film Online endorsed by major industry players

This Charter identifies the preconditions for enabling content and infrastructure providers to make film online services a commercial success.

[> Read more](#)

Factsheets on the Information Society and Media

A growing series of Factsheets –short, non-technical presentations of both EU Information Society policies and programmes– are available to help you discover more about the work of DG Information Society and Media and the European Information Society in general.

[> Browse](#)

European Commission
Information Society and Media

Top
Last update: XXX/XX/2006
Europa
This page is valid W3C: XHTML 1.0 CSS 2.0
© European Commission 2006

Site internet

2

La Commission en tant qu' **émetteur** de l'information

Signification



C'est la Commission européenne qui doit être reconnue par le public comme l'émetteur officiel de l'information et non la Direction générale de la société de l'information et des médias, ce qui justifie de ne pas utiliser de logo pour la DG.

Tous les supports de communication externe provenant de la Direction générale de la société de l'information et des médias doivent comporter en couverture (documents papier) ou en page d'accueil (site internet) le drapeau européen et la mention «Commission européenne», **accompagnés de la mention thématique «Société de l'information et médias».**

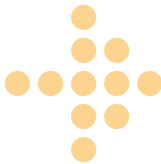
Commission européenne
Société de l'information et médias

ÉMETTEUR

Afin de renforcer visuellement la thématique de la Direction générale, les mentions «Commission européenne» et «Société de l'information et médias» sont représentées verticalement au dessus du drapeau européen, symbolisant un émetteur.



LEITMOTIF (OU «GIMMICK»)



Un leitmotif en forme de flèche vers la droite vient renforcer l'idée d'émetteur, symbolisant les notions de convergence et de modernité, de dynamisme, de diffusion et d'accessibilité. Ce leitmotiv sera également utilisé en d'autres espaces, notamment pour indiquer une entrée de chapitre, le chemin à suivre vers la suite de la lecture, etc.

L'ENSEMBLE FORME UN TOUT

Le drapeau, accompagné de ses mentions, ainsi que la flèche forment un tout et ne peuvent être dissociés.

Positionnement

L'émetteur est systématiquement placé en bas à droite de tout document.

L'émetteur indique la source de l'information. Telle une signature, il se positionne en bas à droite, dans la marge. Sur un site internet, il figure au même endroit mais sur toutes les pages. Hormis les supports telle une affiche où un visuel (photo, illustration, etc.) occupe tout l'espace disponible, l'ensemble est placé dans une zone de couleur blanche.

Proportions

Les proportions doivent être maintenues d'un document à l'autre.

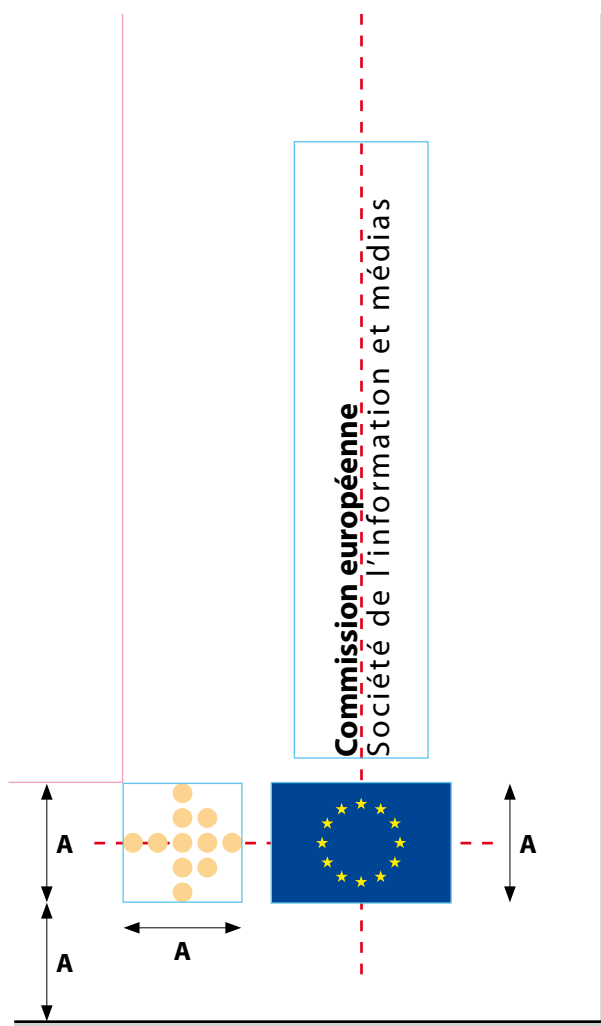
Dans un document A4, la hauteur (A) du drapeau et de la flèche équivalent à la moitié de la hauteur de la marge inférieure (marge de pied).

Dans tous les cas, la hauteur de la flèche doit être équivalente à la hauteur du drapeau européen.

Les polices, les graisses, l'approche (écartement des lettres) et l'interlignage des mentions doivent être respectées.

Pour les autres formats de documents, se référer aux templates.

Le critère de proportion à prendre en compte doit toujours être la lisibilité constante des trois éléments.



POLICES

Commission européenne

Myriad Pro Bold

Interligne identique à la taille du corps

Approche = 0

Société de l'information et médias

Myriad Pro Regular

Interligne identique à la taille du corps

Approche = 100 (en millième de quadratin) excepté pour certaines langues (voir page suivante).

Dénominations






















Présentations de mentions «Commission européenne» et «Société de l'information et médias» dans les vingt langues de l'Union.





















Certaines langues imposent la mention «Société de l'information et médias» en deux lignes (ES, EL, IT, LV et PT).

Attention: l'estonien et le maltais demandent une approche différente (voir tableau ci-dessous).

Approche = 300
(en millième
de quadratin)

		Comisión Europea Sociedad de la Información y los Medios de Comunicación			Evropská komise Informační společnost a média			Europa-Kommissionen Informationsamfundet og medier			Europäische Kommission Informationsgesellschaft und Medien			Euroopa Komisjon Infoühiskond ja meedia
	español espagnol			čeština tchèque			dansk danois			Deutsch allemand			eesti keel estonien	
	es			cs			da			de			et	
		Ευρωπαϊκή Επιτροπή Κοινωνία των πληροφοριών και Μέσα ενημέρωσης			European Commission Information Society and Media			Commission européenne Société de l'information et médias			Commissione europea Società dell'informazione e mezzi di comunicazione			Eiropas Komisija Informācijas sabiedrība un plašsaziņas līdzekļi
	ελληνικά grec			English anglais			français français			italiano italien			latviešu valoda letton	
	el			en			fr			it			lv	

Approche = o

		Europos Komisija Informacinė visuomenė ir žiniasklaida
lietuvių kalba lituanien		
lt		
		Európai Bizottság Információs társadalom és média
magyar hongrois		
hu		
		II-Kummissjoni Ewropea Soċjetà Informatika u Mezzi ta' Komunikazzjoni
Malti maltais		
mt		
		Europese Commissie Informatieaanschappij en media
Nederlands néerlandais		
nl		
		Komisja Europejska Specjalne Biuro ds. Informatyki i Media
polски polonais		
pl		
		Comissão Europeia Sociedade da Informação e Meios de Comunicação
português portugais		
pt		
		Európska komisia Informačná spoločnosť a médiá
slovenčina slovaque		
sk		
		Evropska komisija Informacijska družba in mediji
slovenščina slovène		
sl		
		Euroopan komissio Tietoyhteiskunta ja viestimet
suomi finnois		
fi		
		Europeiska kommissionen Informationsområdet och medier
svenska suédois		
sv		

3

Une **structure** basée sur des règles simples et équilibrées

Les marges



Les marges forment l'ossature de la mise en page.

Les représentations ci-dessous montrent comment sont calculées les marges. Les dimensions DIN (A4, A3, A2, etc) ne fonctionnant pas avec des chiffres «ronds», des adaptations doivent avoir lieu. Les templates fournis couvrent la majeure partie des formats DIN.



La règle de calcul des marges se fonde sur la largeur du document fermé (valeur «A» dans les schémas ci-dessous).

- Les marges intérieures («petit fond») sont égales à 1/10 de la valeur A.
- Les marges extérieures («grand fond») sont égales à 1/5 de la valeur A.

Les marges intérieures et extérieures sont dédiées au débordement des visuels, graphiques, citations ou tout autre élément complémentaire au texte.

Dans le cas d'un long document ne comportant pas ou peu d'ajouts graphiques au texte (par exemple un rapport), les marges extérieures peuvent être réduites afin d'élargir les colonnes de texte et occuper une plus grande largeur de page.



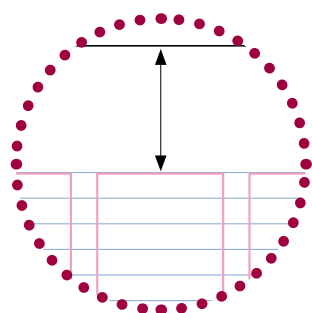


La grille de ligne de base

La grille de ligne de base a deux fonctions: assurer la constance d'un «gris typographique» parfait et aider au placement des éléments graphiques.

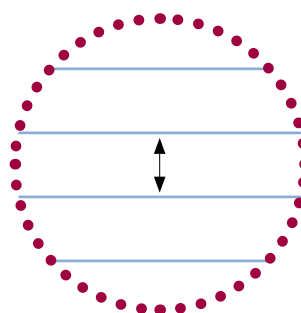
Grille horizontale virtuelle sur laquelle reposent les caractères d'une police, la grille de ligne de base amène un alignement horizontal automatique du texte sur différentes colonnes. Son utilisation apporte un «gris typographique» (impression produite sur l'œil par la vision générale d'un texte) plus agréable au lecteur.

La grille de ligne de base sert également à positionner les éléments graphiques (photos, illustrations, tableaux, etc.), il est donc important de l'afficher en permanence en InDesign.



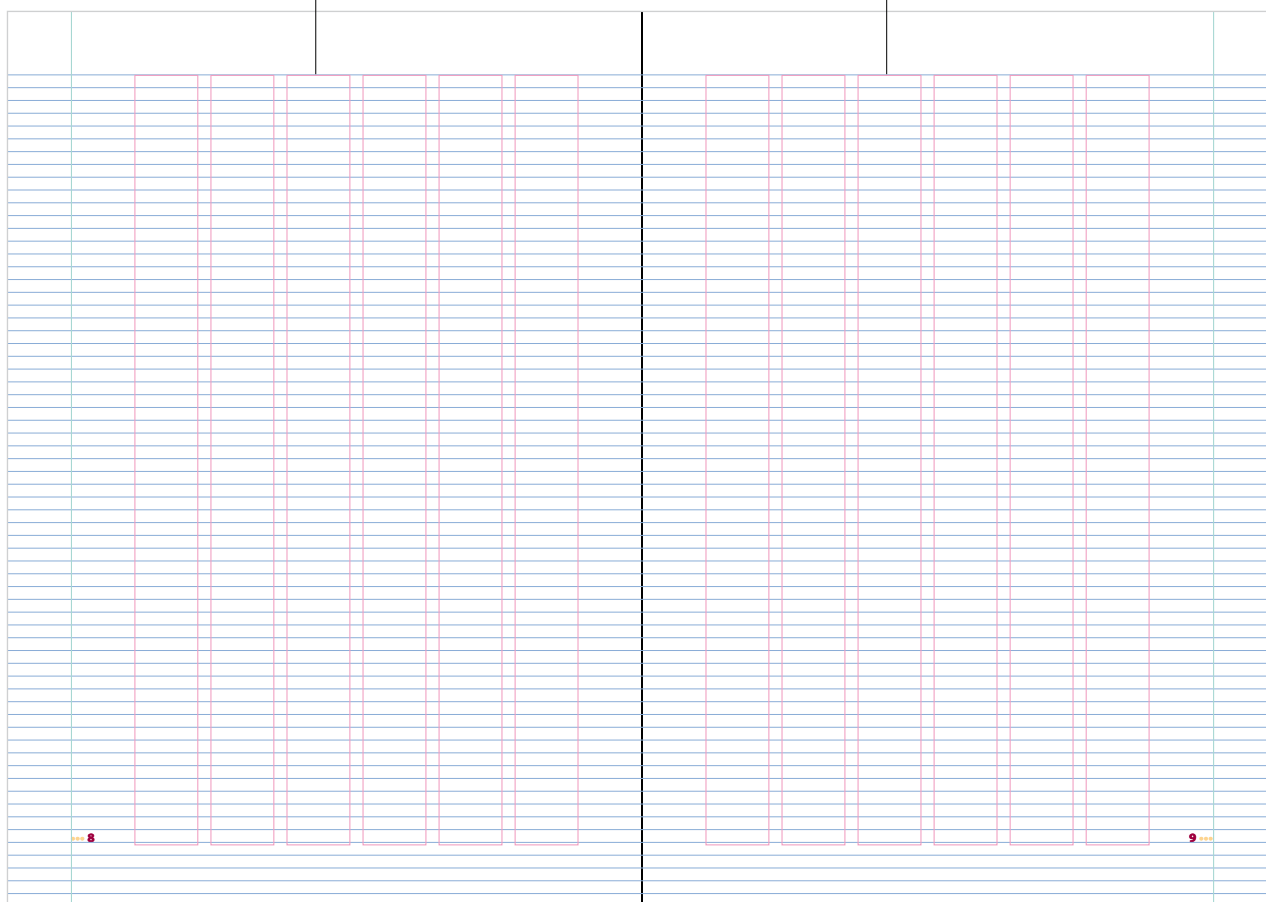
DÉBUT

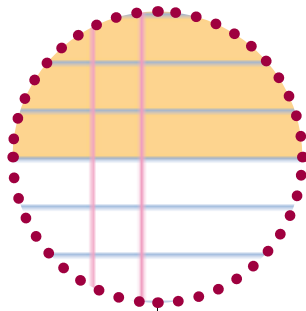
La grille de ligne de base débute à hauteur de la marge supérieure («marge de tête»).



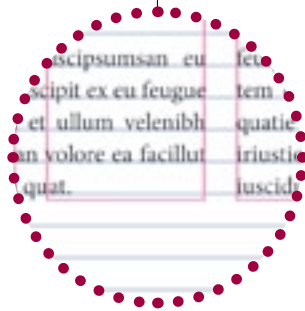
PAS

Le pas est de 12 pts dans un document A4.





ÉLÉMENTS GRAPHIQUES
Les blocs viennent se positionner sur la grille.



ALIGNEMENT
D'une colonne à l'autre, le texte est convenablement aligné.

4

Deux **polices** pour une communication moderne et reconnue

Minion Pro et Myriad Pro



Deux familles forment la base unique des polices à utiliser: la Minion Pro et la Myriad Pro.

Toutes deux créées au début des années 1990, elles offrent une grande lisibilité et de grandes qualités techniques. Au format Opentype depuis 2000, elles incluent les caractères spécifiques aux langues d'Europe centrale et orientales ainsi que le grec et le cyrillique. La Minion Pro, inspirée de la typographie de l'époque Renaissance — période qui a vu apparaître la perspective —, se marie parfaitement à la modernité de la Myriad Pro qui offre une grande lisibilité aux titres, quelle que soit la taille du support.

CORPS DE TEXTE, INTER-TITRES, CITATIONS...

Minion Pro

Minion Pro Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Minion Pro Semi-Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Minion Pro Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Minion Pro Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Minion Pro Semi-Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Minion Pro Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

POLICE DE SUBSTITUTION (APPLICATIONS PC ET INTERNET)

Georgia

Georgia Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Georgia Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Georgia Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Georgia Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro

Myriad Pro Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Black Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Light Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Condensed Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Condensed Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Bold Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Bold Condensed Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Light Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Light Condensed Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

POLICE DE SUBSTITUTION (APPLICATIONS PC ET INTERNET)

Verdana

Verdana Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Verdana Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Verdana Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Verdana Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Feuille de styles



Une feuille de styles très détaillée est fournie avec tous les templates.

Voici la plupart des styles de paragraphes disponibles.

Borper sis

magna exerat _____

Titre 1
(+ style de caractère
«Titre 1 BOLD» sur
les mots à mettre en
valeur)

Sum adit nisl ute modoloris nullum elit, se feu faccum nisl eum zzril dolore vel er senis nit niam dipisci liquam dolore dolobore dolesto esto consedt. _____

Chapeau

Nulla consecte ex eraesse quamet nonulpu tpatum vel iurem zzrit aut iustin ute tet praesed magnit eugiam, con utatin esequatue magna acing exerosto con henit ulluptat lutat. Min velismodit wisit wis et nismolorem nis digna facilis alit ut utat nonsed te velis nim inisid adio conum vel dit wiscil dolorer _____

Body letterine

Urem illa consecte eros elissis
adip ea faccumsan _____

Titre 2



Velis nim quat accumsa ndigna faccum oloreet lorer sum velenibh enim zzriure er amcommodolor at, velismodit wisit wis et nismolorem nis digna facilis alit exerostie etuer ipsum aliquat wis nonse. _____

Body

Am veratuerit consequam _____

Titre 3

Inisl do dolor susto dionsed eugiam irillam, consequat. Vulla am nummy non et pratummodo eugait landre molute feuguer iusto essit iustiscinis nim zzrilla feugait aut augait nulluptat, sustrud moleseq uipsusto odor odolor sendipit, vulputatis nonsequate tat. _____

DOLOREET VELISCILISL UT LA COREM INCI _____

Titre 4

Eros acing eros eugue magnit illa consenibh el dolummolore vel ulput aut vel doluptat iliquipis dit eugue dolor susto conse dolenim zzriuscing er atie volor sim erat, ver si tat, veraessequis doloreet luptat, quatis feugiamet nosto commy nosto odipsum aliquat. Iduis acincilisl ut lam, sisit at. _____

UREET SE FACILIT PRAESE DUI ESEQUAT NULLA
FACIL EX ET VOLORPEROS ADIGNIBH _____

Titre 5

Et wismoluptate ero eniametue ea facil ulla atem ad modolore magna core tem in utpat at ulput ex ero er in ut ulluptat nonse minciduis nis nisim voluptat. Ming ea aut velendre ero dipsuscip et ad el inciduipit wisl ex ex el dio od tet, quamcon ulluptat. Um deliquat, ver iuscips ustincilisl ea feuisimo lenibh et la facilit laorero consequat.

- Sequat etum nulla commodit iureet _____ Body list bullet
- Volendit, si er incinibh eugiamcommy
- Nisl enibh exeraessequi blaor ipsum vercilit iriurem
- Veliquis accummo lobore
- Eugiatin henim irit aut nos augait

1. Sequat etum nulla commodit iureet _____ Body list number
2. Volendit, si er incinibh eugiamcommy
3. Nisl enibh exeraessequi blaor ipsum vercilit iriurem
4. Veliquis accummo lobore
5. Eugiatin henim irit aut nos augait

BOX

UTETUMMY NONSEQUIP ET IP ERCILIT _____ Title
Ulla commy nos at verciduis elisl iure ex eu feuis et, vullut ad tat nulluptat ute _____ Chapeau
mod duis.

Dunt aut alit il et wisi blaorem alit lan henismod dolobor sustrud _____ Body
 modiatum vulpute facilit augait ex eugait, consequ atumsan.

1. Conullu ptatum zzriustrud _____ Body list
2. Modo con vulla alit eu feugait
3. Wisi bla facillam in ut lum
4. Velisit euissetat nisci blam dunt
5. Lumsand ipsustis nostie

GRAPH

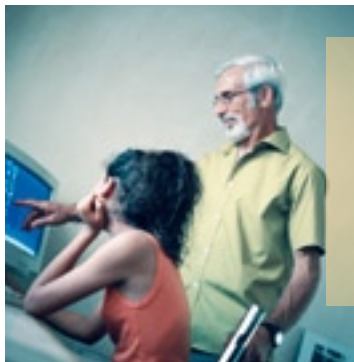
Magna facidunt ut augiatvel _____ Titre
etluptat acinhenibh
 Tatuero dunt aliquisli iustrud _____ Body
 molobore min vulluptate.



Legend

- Autpatet 70%
- Magniam corerci 30%

PHOTO



Nostrud tie tate magna commy nullan hent aci _____ Titre
blaor se faccum dolestrud modoluptate _____

Ommy nissed enit nisi. Ullan elesed dipisl elestrud _____ Body
 modoleniat. Re tisi. Xer aut augiat. Ros dipit am ing eu
 feuismolor autpat laore dolesent ate dolesse tet ullaore
 minim aliquat. Adiamcon henisl dolenim dit, sum dolortion
 hendre tem dolorer iuerillutem ametuerat lumsandipit
 aliquat acin volorecil dignisci blaore mod tio elesenit wisl
 ullaorp eriureet veliquam zzrit, ver sum ipsusciduis num
 alisis aliquisi.

© Commission européenne _____ Copyright

Caractéristiques liées aux polices



Les polices OpenType ont des particularités intéressantes à exploiter.

La fonction «Caractères elzévir proportionnels» est sélectionnée par défaut dans la feuille de style de paragraphe, ce qui donne du dynamisme aux chiffres. Cependant, cette fonction peut poser problème dans les tableaux, n'hésitez pas alors à la désactiver.

Caractères elzévir proportionnels: 0123456789 Minion Pro
0123456789 Myriad Pro

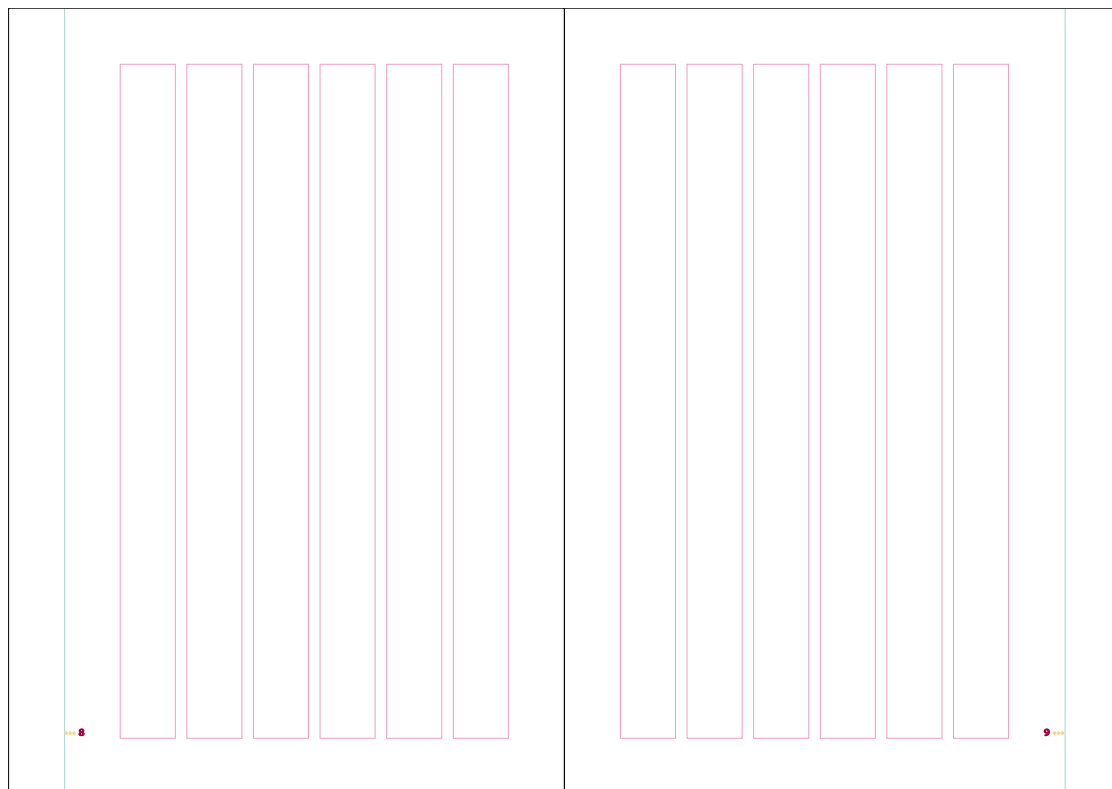
Style de chiffre «par défaut»: 0123456789 Minion Pro
0123456789 Myriad Pro

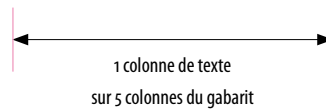
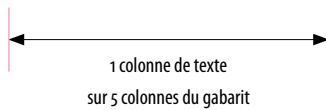
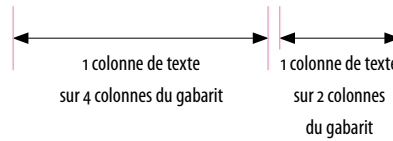
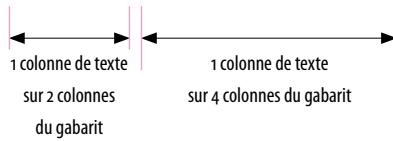
Colonnes de texte modulables



Le texte peut être placé en une, deux ou trois colonnes.

Les gabarits des pages intérieures des templates comportent six colonnes par défaut, soit un nombre plus élevé que nécessaire, **le maximum de colonnes de texte pour un document A4 étant de trois**. Ce système permet une grande souplesse au niveau du positionnement des colonnes de texte mais sert également à positionner des éléments graphiques tels que photos, graphiques, ou citations.







Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla

Magbith feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla.

Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla.

- 1. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla.
- 2. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla.
- 3. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla.
- 4. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla.

Alis dekt alismodigrim aute tatos nonse velit

Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla.

Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla.

Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla.

Puzata conulupat ut la con essenim ipsium

Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla.

Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla.

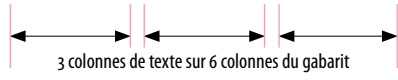
Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla.

Intercommodos

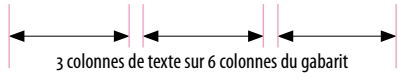
Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla.

Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla.

Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla. Magnibh feugait vercipismod volobortin ulia connulla.



3 colonnes de texte sur 6 colonnes du gabarit



3 colonnes de texte sur 6 colonnes du gabarit

5

Des **couleurs** à combiner avec les visuels

Deux couleurs de base

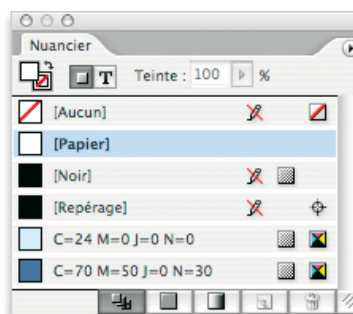
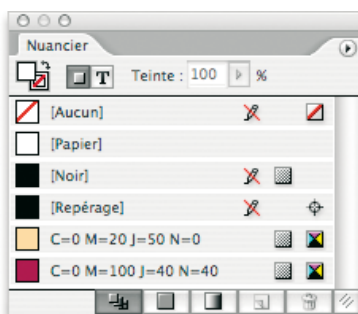


Un système de couleurs en binôme apporte une grande liberté d'utilisation tout en conservant une unité visuelle à l'ensemble des supports produits.

Les blocs de couleurs créés pour la perspective, les feuilles de style de paragraphes et de caractères, ainsi que tous les éléments graphiques ornementaux supplémentaires sont basés sur **deux couleurs**. En changeant ces deux couleurs **dans le Nuancier d'InDesign**, tous ces éléments sont **automatiquement modifiés**.

NUANCIER

Modifiez les deux couleurs de base dans le Nuancier pour changer **automatiquement** les couleurs dans l'ensemble du document.



Choix des couleurs



Le choix se fonde principalement sur le visuel sélectionné pour la couverture.

Le choix des deux couleurs de base se fait en fonction de la couleur dominante du visuel sélectionné pour la couverture (photo ou illustration) ou de la compatibilité des couleurs avec celui-ci.

PREMIÈRE COULEUR

La première couleur doit être **relativement claire**, celle-ci servant aux aplats et aux transparences de la couverture, mais aussi aux éléments graphiques tel que la flèche.

DEUXIÈME COULEUR

La deuxième couleur doit être **plus tranchée**, celle-ci étant utilisée pour la typographie.

FAVORISER LES «TONS SUR TONS»

Choisir les deux couleurs de base dans la même gamme crée un effet «ton sur ton» qui a plus de chance de se marier correctement avec le visuel.


À NE PAS FAIRE


- Utiliser systématiquement les mêmes couleurs.
- Enfermer une direction, une unité, un sujet ou une thématique dans une même couleur.
- Combiner des couleurs trop «criardes».


EXEMPLES

Les deux doubles pages suivantes montrent une série d'exemples à base de couleurs vives et d'effets «tons sur tons». Les références des couleurs sont exprimées en quadrichromie (C-M-J-N).



 Couleur de base 1 utilisée principalement pour les aplats de couverture

 Couleur dominante du visuel simulée par un aplat

 Couleur de base 2 servant principalement à la typographie



Exemples à base de couleurs vives



Couleur de base 1
20-20-40-0

Couleur dominante
du visuel
20-60-30-0

Couleur de base 2
60-80-50-0



Couleur de base 1
20-0-50-0

Couleur dominante
du visuel
50-20-20-0

Couleur de base 2
70-60-0-0



Couleur de base 1
0-10-50-0

Couleur dominante
du visuel
0-90-90-0

Couleur de base 2
0-50-100-0



Couleur de base 1
0-25-60-0

Couleur dominante
du visuel
50-0-20-25

Couleur de base 2
70-40-50-0



Couleur de base 1
20-10-40-0

Couleur dominante
du visuel
30-50-60-10

Couleur de base 2
50-50-70-0



Couleur de base 1
0-40-40-0

Couleur dominante
du visuel
50-0-0-0

Couleur de base 2
0-100-100-20



Couleur de base 1
30-0-0-0

Couleur dominante du visuel
0-40-60-5

Couleur de base 2
40-80-100-0



Couleur de base 1
0-20-50-0

Couleur dominante du visuel
0-50-50-0

Couleur de base 2
0-40-70-25



Couleur de base 1
20-0-0-10

Couleur dominante du visuel
0-20-50-10

Couleur de base 2
100-60-0-30



Couleur de base 1
30-0-30-0

Couleur dominante du visuel
0-60-50-0

Couleur de base 2
80-40-0-15



Couleur de base 1
0-20-20-10

Couleur dominante du visuel
0-30-80-0

Couleur de base 2
0-60-50-20



Couleur de base 1
30-0-10-5

Couleur dominante du visuel
0-10-60-0

Couleur de base 2
80-60-0-15



Couleur de base 1
30-0-0-0

Couleur dominante du visuel
40-0-70-0

Couleur de base 2
50-0-10-50



Couleur de base 1
0-0-25-20

Couleur dominante du visuel
0-0-50-50

Couleur de base 2
0-30-80-30



Couleur de base 1
30-10-0-0

Couleur dominante du visuel
50-0-50-30

Couleur de base 2
50-20-10-50



Couleur de base 1
20-0-35-0

Couleur dominante du visuel
0-45-50-0

Couleur de base 2
10-40-100-0



Couleur de base 1
25-0-20-0

Couleur dominante du visuel
50-0-50-25

Couleur de base 2
0-30-80-20



Couleur de base 1
0-0-10-20

Couleur dominante du visuel
0-35-45-0

Couleur de base 2
60-60-0-0



Exemples à base de «tons sur tons»



Couleur de base 1
0-0-20-20

Couleur dominante
du visuel
60-60-0-80

Couleur de base 2
0-0-50-40



Couleur de base 1
20-0-0-20

Couleur dominante
du visuel
20-0-0-80

Couleur de base 2
50-0-0-20



Couleur de base 1
20-0-10-10

Couleur dominante
du visuel
50-0-0-80

Couleur de base 2
50-0-0-50



Couleur de base 1
0-20-20-20

Couleur dominante
du visuel
20-0-0-85

Couleur de base 2
45-50-20-40



Couleur de base 1
0-10-20-10

Couleur dominante
du visuel
0-50-50-80

Couleur de base 2
0-50-50-50



Couleur de base 1
0-20-50-0

Couleur dominante
du visuel
0-20-0-85

Couleur de base 2
0-40-70-25

6 Des **visuels** modernes et crédibles

Privilégier l'humain



Les notions de société de l'information et de nouvelles technologies étant généralement considérées comme «froides» et «inhumaines», il convient de privilégier des visuels associant des personnes.



Les visuels doivent être modernes et comporter des personnages en situation crédible.

Le matériel informatique, les téléphones portables, et tout l'équipement de haute technologie grand public «vieillit» en général très vite, il convient dès lors de renouveler régulièrement le stock de photos utilisées.

Pour la couverture, dans le cas d'un visuel trop confus ou ne se mariant pas à la perspective, la bichromie au départ des deux couleurs de base est une bonne solution.

Utilisation des marges



L'usage de photos à bords perdus doit être privilégié.

Le texte étant concentré vers l'intérieur des pages, il est essentiel que les marges soient utilisées le plus possible par tous les éléments graphiques, photos comprises.



Légender les photos

Les légendes photos sont souvent une porte d'entrée pour le lecteur. C'est souvent la première chose lue après le titre. Les légendes permettent de se faire une idée rapide du contenu général du texte, il ne faut donc pas les négliger.

© Ne pas oublier le copyright des visuels.

Légendes



Les légendes photos sont souvent une porte d'entrée pour le lecteur.

Les légendes permettent de se faire une idée rapide du contenu du texte, il ne faut donc pas les négliger.

Ne pas oublier le copyright des visuels.

7

Les autres éléments graphiques

Graphiques et tableaux

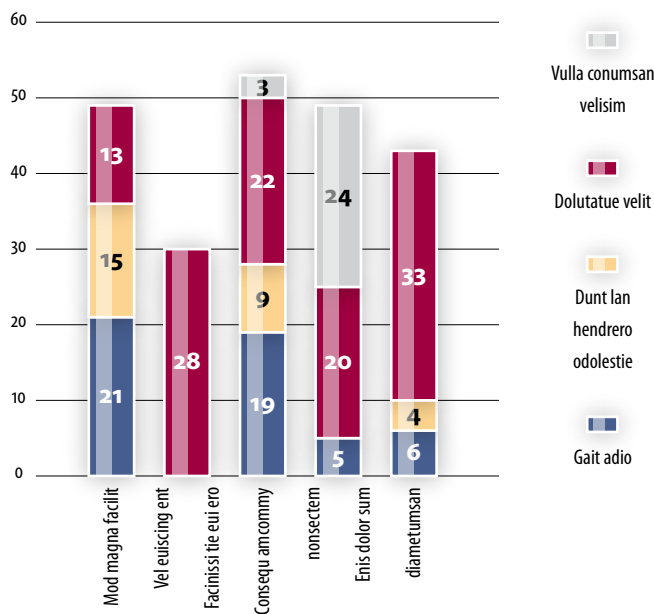


Les graphiques et les tableaux privilégient les deux couleurs de base.

La feuille de style de paragraphes incluse dans les templates comprend de nombreux styles prédéfinis à destination des graphiques. Les mêmes styles peuvent être utilisés pour les tableaux.

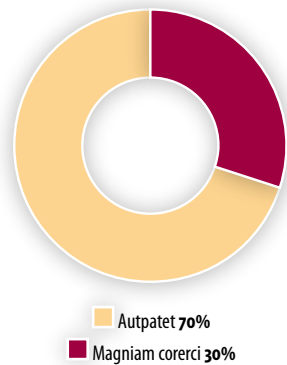
Il convient de créer de nouvelles couleurs au cas où les graphiques nécessitent plus de deux couleurs.

EXEMPLES DE GRAPHIQUES



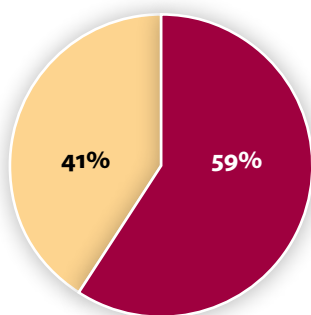
Magna facidunt ut augiatvel etluptat acinhenibh

Tatuero dunt aliquisli iustrud molobore min vulluptate.



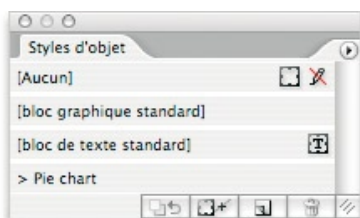
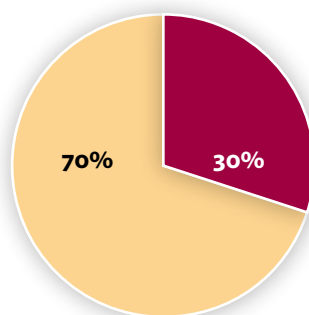
**Ip eugiam commy
nullutatio dio dolore**

Cor susci tion vendio eu feugue do dignis
atueriustrud enisl utet lan henis nit iure
velendip exerius cidunt augiam.



**Consed do dolut aciduis
doloboreetue tetuero suscilisit**

Am ing estrud dolore consequam,
vulluptatin ullut alit velit amcommo
dignibh eraesequat praessi.



PALETTE STYLES D'OBJET

La **palette «Styles d'objet»** d'InDesign comporte un style «Pie chart». Celui-ci peut être utilisé pour les graphiques créés directement depuis ce programme. Ce style ajoute aux applats la deuxième couleur de base, un filet blanc de 1 pt ainsi qu'une ombre portée.

EXEMPLE DE TABLEAU

	Lorperatum	Magnismolor	Odoloreros	Adionse	Quamcommy nullum	Exerciduisit	Cerit delis am	Total
Feugiam	2	3	0	0	66	48	1	120
Uscillut	0	2	0	0	0	0	0	2
Delesent	0	5	7	0	17	12	0	42
Aciduismod	0	0	0	2	0	0	0	2
Total	2	10	7	2	83	60	1	

8

Exemples de publications



Affiche



Pochette DVD



Carte postale



Newsletter

Rapport A4 horizontal



Dépliants

Quatrième de couverture



La quatrième de couverture prolonge l'espace de la couverture.

Les proportions entre les deux parties horizontales de la première de couverture se retrouvent en quatrième de couverture sous la forme d'un aplat à 100% de la première couleur de base dans la partie supérieure et d'un aplat blanc dans la partie inférieure. **La perspective n'est pas utilisée en quatrième de couverture.**

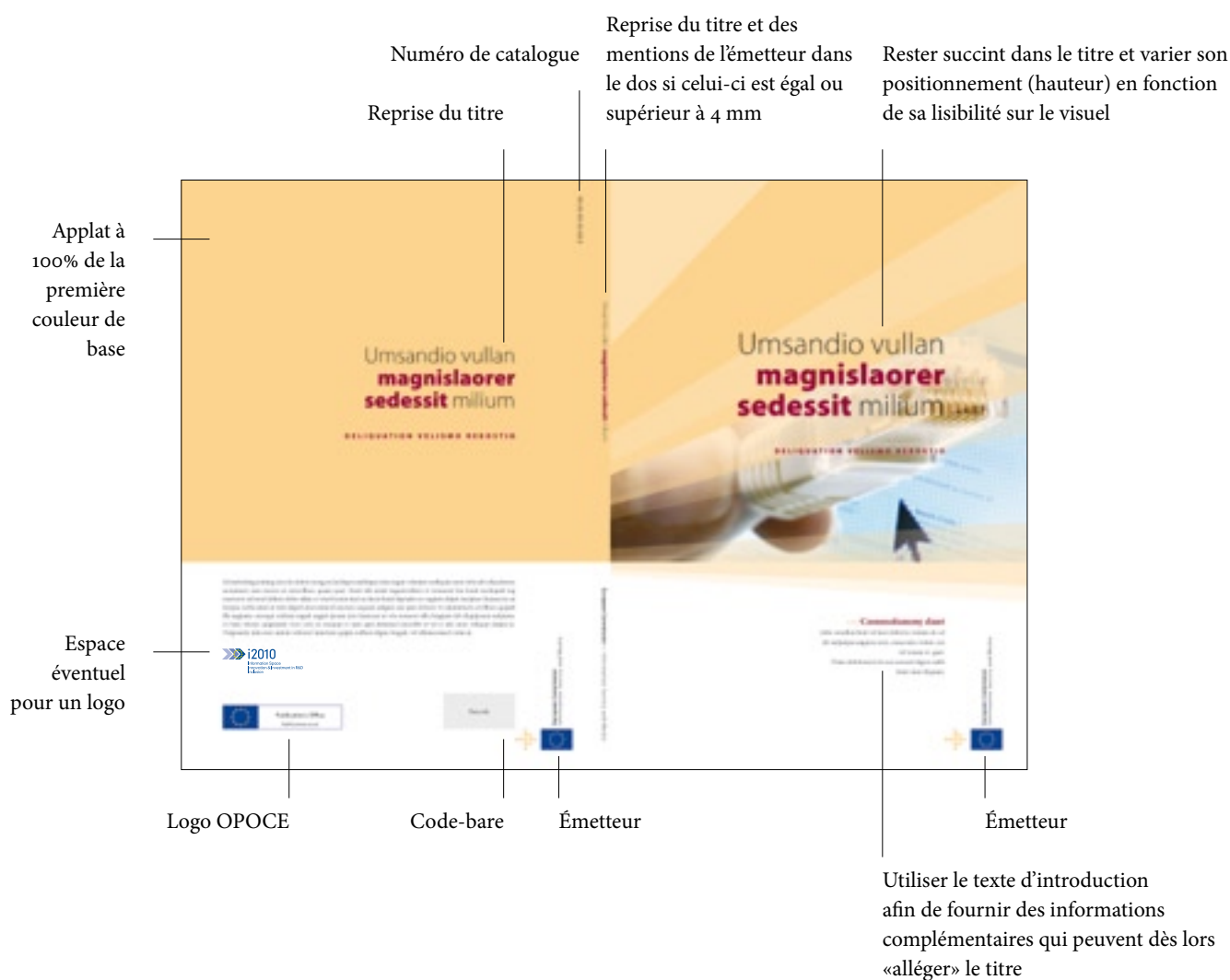
Si nécessaire, il convient de placer le logo de l'OPOCE, le numéro de catalogue ainsi que le code-bare en suivant les recommandations du «Code de rédaction interinstitutionnel» délivré par l'OPOCE ou consultable en ligne: http://publications.europa.eu/others/code_fr.html
L'émetteur est placé selon les mêmes règles que pour la première de couverture.

DOS DE L'OUVRAGE

Le dos de l'ouvrage (souvent appelé «tranche» par erreur) reprend le titre et les mentions issues de l'émetteur si celui-ci est égal ou supérieur à 4 mm d'épaisseur. **Ne rien placer dans le dos en dessous de cette dimension.** L'épaisseur du dos dépendant du grammage choisi pour le papier, cette information doit être demandée à l'imprimeur en charge de la reproduction du document.

LOGOS

Afin de conserver l'identité visuelle, les logos de Programmes ou d'initiatives seront placés en quatrième de couverture.



Pages liminaires



Les pages liminaires doivent se conformer aux recommandations de l'OPOCE.

Suivre les recommandations du «Code de rédaction interinstitutionnel» délivré par l'OPOCE ou consultable en ligne: http://publications.europa.eu/others/code_fr.html en ce qui concerne les pages liminaires.

Choix du papier



Un choix constant en matière de papier renforce l'unité graphique.

De manière générale, le choix du papier se portera vers un **couché machine mat** pour l'ensemble des publications. Un **verniss mat** sera ajouté au minimum sur la couverture, au mieux sur toutes les pages. Un papier et un vernis brillant peuvent éventuellement être utilisés pour un magazine, afin de lui donner un aspect grand public tel que les magazines vendus chez les marchands de journaux.

POIDS

- Couvertures: 200 gr/m² minimum (conseillé: 250 gr/m²)
- Pages intérieures: 80 gr/m² minimum (conseillé: 120 gr/m²)
- Farde: 250 gr/m² minimum (conseillé: 350 gr/m²)

Impression numérique

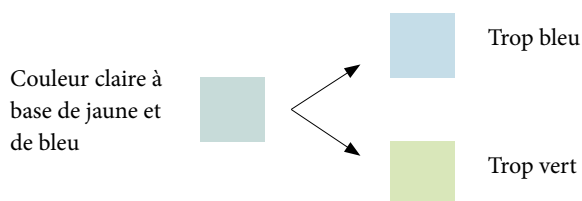


L'impression numérique doit être utilisée avec parcimonie.

Lorsque l'impression numérique ne peut être évitée, **il importe de choisir les deux couleurs de base en fonction de ce procédé d'impression plutôt «délicat»**. En effet, les couleurs trop pâles auront tendance à faire ressortir une teinte non désirée, et les couleurs trop chargées ressortiront plus foncées. Veillez à utiliser des couleurs qui ont un bon rendu.

EXEMPLES

Une couleur «vert d'eau» où le jaune et le bleu sont tous deux présents en faible quantité, aura une dominante différente d'une machine à l'autre, voire même en cours d'impression sur la même machine.



Une couleur mauve, fortement chargée en cyan et magenta, aura tendance à foncer fortement.

9

Les mêmes principes pour internet

Indépendamment des contraintes liées aux règles IPG (voir ci-après), tous les principes énoncés pour les publications doivent être appliqués avec la même rigueur aux sites internet de la Direction générale de la société de l'information et des médias et à ses sites thématiques: division horizontale de l'espace (perspective en haut, fond blanc en bas), positionnement de l'émetteur dans la marge en bas à droite, utilisation d'une feuille de style (CSS) pour le texte avec les mêmes choix typographiques, utilisation de deux couleurs de base, choix des visuels, etc.

Suivre les règles IPG



Il est important que le template internet respecte les règles IPG (Information Providers Guide).

Les sites internet hébergés sur Europa doivent suivre un certain nombre de règles. Parmi celles-ci figurent celles de présentation. Les templates proposés ci-dessous suivent à la lettre l'IPG. Ces templates sont une **base de départ** pour la création des sites de la Direction générale de la société de l'information et des médias et des sites thématiques. Il faut tenir compte du fait que les différents sites ayant des structures relativement différentes, ces templates devront être adaptés. Il est primordial que les règles IPG soient toujours suivies lors de ces adaptations.

Les règles IPG sont disponibles en français et en anglais sur le site Europa à l'adresse suivante: http://ec.europa.eu/ipg/index_fr.htm

Page d'accueil



La page d'accueil est divisée en quatre colonnes.

L'espace de la page d'accueil est divisé en quatre colonnes:

1. Navigation
2. Mot d'introduction
3. Informations récentes
4. Mot du (de la) Commissaire

Ce nombre important de colonnes est volontaire, il sert à imposer des **textes courts**, la page d'accueil ne servant pas à afficher tout le contenu d'un site. Un site bien structuré à la base doit permettre d'y placer le contenu là où le visiteur trouvera normal de l'y trouver, c'est à dire dans les pages intérieures.

Pages intérieures



Les pages intérieures sont divisées en trois colonnes.

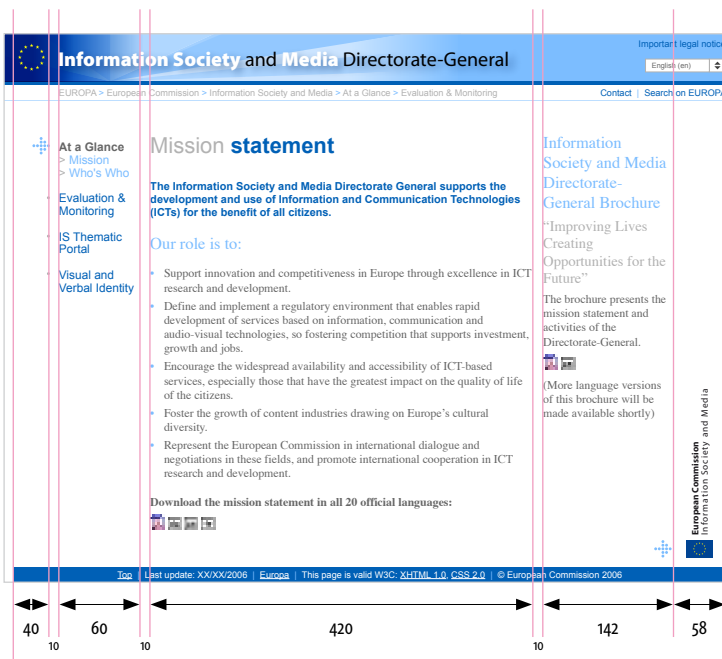
L'espace des pages intérieures est divisé en trois colonnes:

1. Navigation
2. Contenu de la section
3. Information complémentaire (facultatif)

La clarté des pages intérieures est essentielle, tant pour le graphisme que pour le contenu.



PAGE D'ACCUEIL
 Largeur des colonnes (exprimé en pixels)



PAGES INTÉRIEURES
 Largeur des colonnes (exprimé en pixels)

10

Les supports

promotionnels

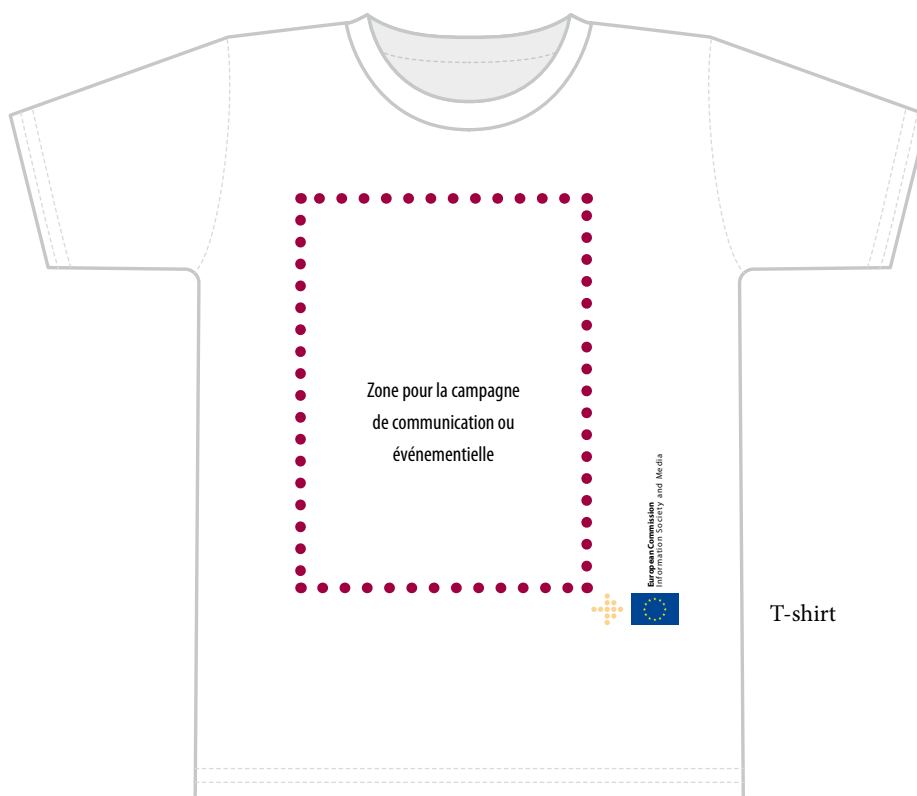
Travailler avec le support



La majorité des supports promotionnels sont imprimés couleur par couleur, il est donc inconcevable d'y décliner la perspective.

C'est l'émetteur qui doit être l'élément graphique clef de tous les produits promotionnels. À celui-ci peut s'ajouter les éléments visuels d'une campagne de communication ou événementielle, l'émetteur vient alors en signature en bas à droite. Si la reproduction en quadrichromie est possible (T-shirt, bloc-notes, etc.) alors la perspective peut être utilisée.

Lors d'un événement, il est primordial d'être cohérent entre tous les visuels imprimés sur les produits promotionnels.



Exemples de produits

Stylos-billes



Tasse



Casquette blanche

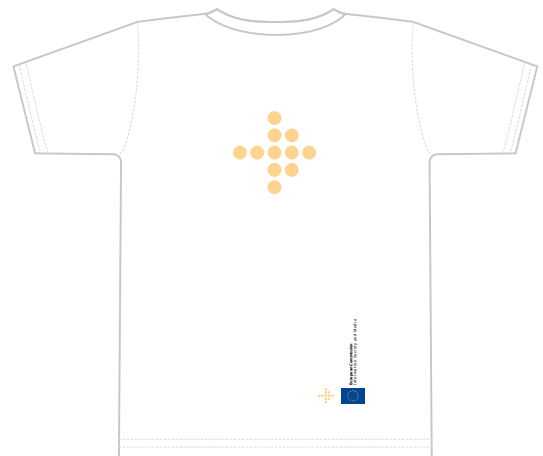


T-shirt blanc

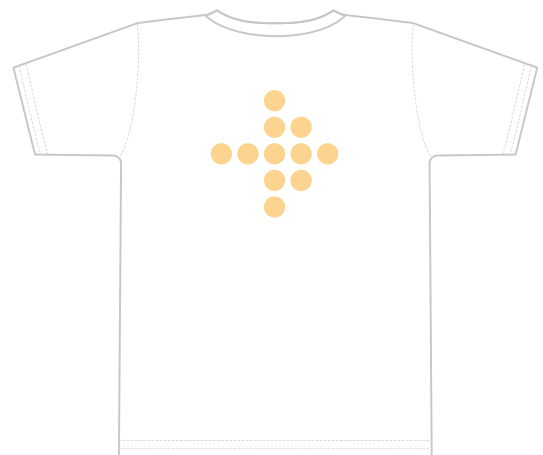
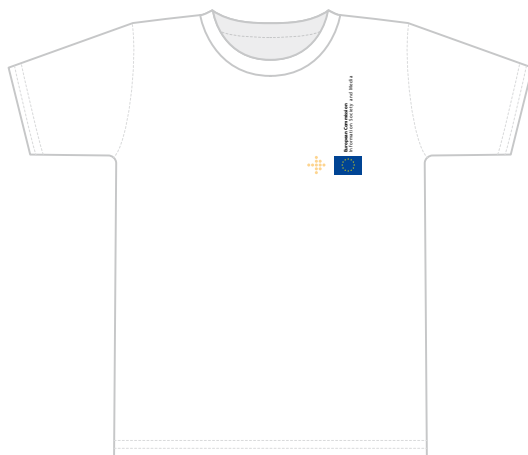
Impression en quadrichromie permettant l'utilisation de la perspective.



Impression en quadrichromie sans la perspective.



Impression en quatre couleurs directes.

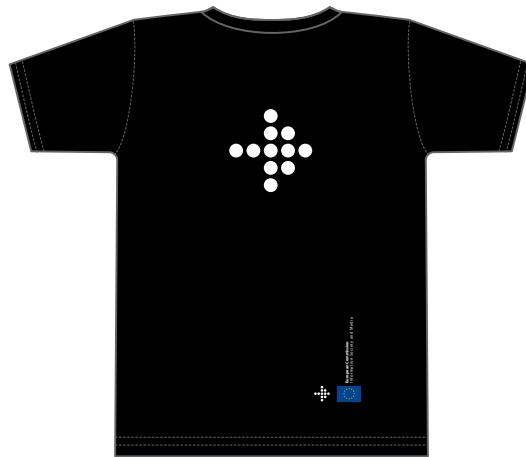


Casquette noire

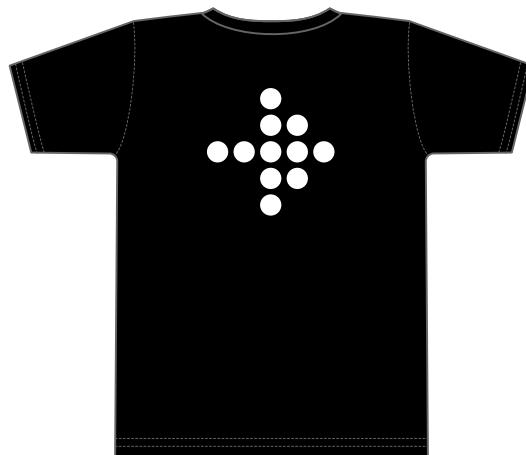
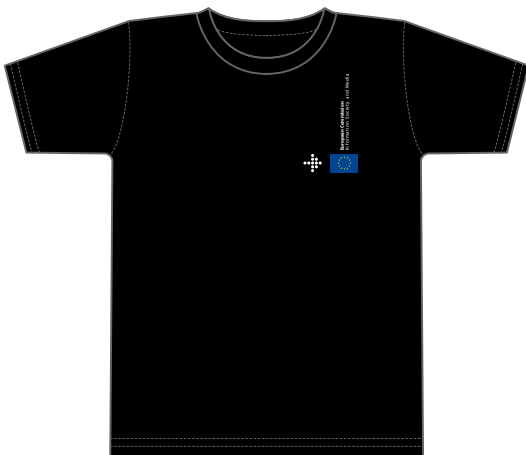


T-shirt noir

Impression en quadrichromie permettant l'utilisation de la perspective.



Impression en quadrichromie sans la perspective.



Impression en quatre couleurs directes.

Face avant

Face arrière

Conception et réalisation



Qwentes s.a.

Rue du Marteau 81 • B-1000 Bruxelles • Belgique

tél.: + 32.2.235.20.35 • fax: + 32.2.280.07.74

www.qwentes.be • info@qwentes.be

Nouvelle identité visuelle

**DIRECTION GÉNÉRALE DE LA SOCIÉTÉ
DE L'INFORMATION ET DES MÉDIAS**

CHARTRE GRAPHIQUE

Conception et réalisation



Qwentes s.a.
Rue du Marteau 81 • B-1000 Bruxelles • Belgique
tél.: + 32.2.235.20.35 • fax: + 32.2.280.07.74
www.qwentes.be • info@qwentes.be

Commission européenne

Direction générale de la société de l'information et des médias
B-1049 Bruxelles
http://ec.europa.eu/information_society/
© Communautés européennes, 2006

