



# CHARTRE GRAPHIQUE

GUIDE DES ÉDITIONS



## TRADUIRE L'ESPRIT CLUB ALPIN DANS NOTRE IMAGE

Pour porter haut les évolutions en cours, pour être en phase avec nos ambitions, il est important aujourd'hui de montrer notre capacité à nous adapter. Le changement de logo est un indicateur visible important de l'évolution de notre identité qui permet d'affirmer à la fois « l'esprit Club Alpin » et ce que nous sommes devenus aujourd'hui en tant que Fédération Française des Clubs Alpins et de Montagne.

Pour nous tous (adhérents, bénévoles, élus et salariés) mais aussi pour tous ceux qui nous suivent (partenaires, acteurs territoriaux) ou qui sont potentiellement amenés à nous rejoindre, il convient de véhiculer l'image d'une fédération qui bouge, qui souhaite exercer une influence utile en offrant à tous les pratiquants des activités et sports de montagne une capacité d'accueil, grâce à nos clubs, ouverte et moderne.

Philippe Latapie  
Secrétaire général



## NOTRE EXPRESSION GRAPHIQUE

Notre expression graphique inscrit notre entité dans une dynamique de développement avec confiance et simplicité.

Elle permet de nous exprimer sur tous nos supports de communication avec cohérence et, ainsi, de renforcer notre image vis-à-vis de l'ensemble de nos publics.

Nous nous engageons à travers notre ton affirmé et direct et nous mettons en valeur le pouvoir de la photographie et des mots bien choisis.

Nous affirmons notre vision par notre expression graphique positive, riche en couleurs.



# VUE D'ENSEMBLE



fédération française  
des clubs alpins  
et de montagne



fédération française  
des clubs alpins  
et de montagne



fédération française  
des clubs alpins  
et de montagne



fédération française  
des clubs alpins  
et de montagne



fédération française  
des clubs alpins  
et de montagne



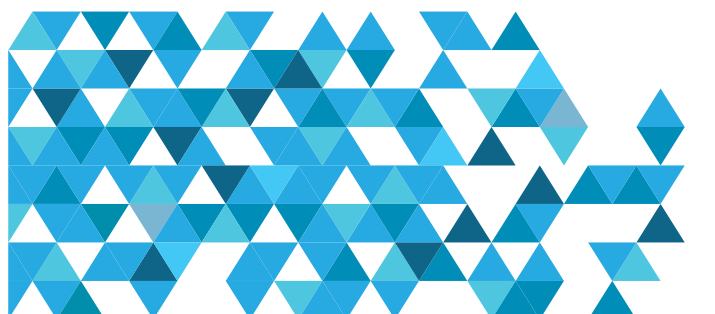
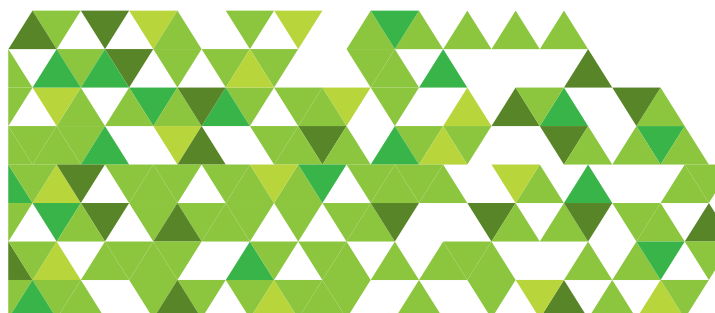
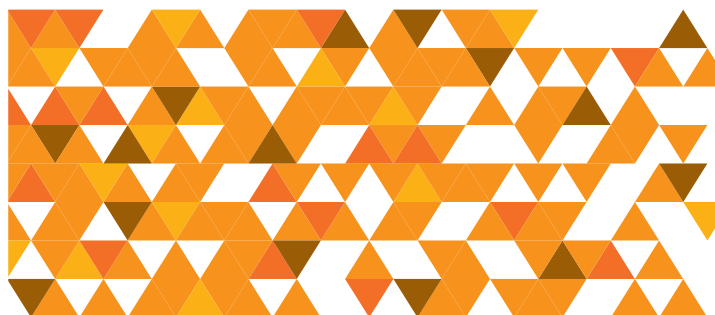
fédération française  
des clubs alpins  
et de montagne



fédération française  
des clubs alpins  
et de montagne



fédération française  
des clubs alpins  
et de montagne



DIN LIGHT  
din light

DIN REGULAR  
din regular

DIN MEDIUM  
din medium

**DIN BOLD**  
din bold

**DIN BLACK**  
din black

Vent lit etur, consenderrum dolute  
occusdae veliquae peligni mporene lat.  
Nissit fugit fugit, cone non rempor audi  
beatuscid quibus ipsa sinvendia niscia  
consed ulpa dolorae sequam elestio  
offictet et autatem.

ALPINISME

ESCALADE

CHARTRE MONTAGNE

RAPPORT D'ACTIVITÉ

SPORTS DE NEIGE

CASCADE DE GLACE

# SOMMAIRE

## RÈGLES D'UTILISATION

La palette des couleurs	7
L'utilisation des couleurs	8
La dominante couleur	9
Le logo de la fédération	10
Logo des clubs (propositions)	11
Logo des comités territoriaux	12
Positionnement du logo	13
Les proportions du logo	14
Les éléments graphiques	15
La bordure	16
La typographie	17
L'utilisation typographique	18
La base iconographique	19
L'esprit Club Alpin	20

## APPLICATION BUREAUTIQUE 21

L'ensemble bureautique	22
L'en-tête de lettre	23
Le fax	24
La carte de correspondance	25
La carte de visite	26







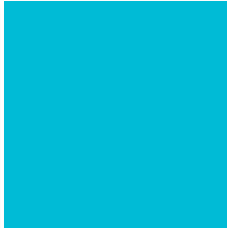
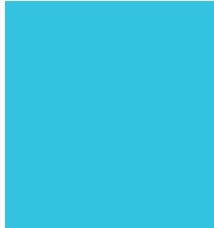




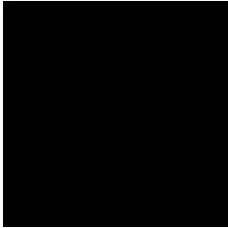


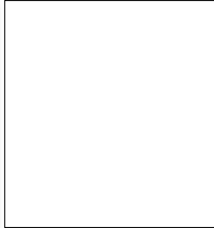
## APPLICATIONS USUELLES 27

Le format A4	28
L'édition	29
Les objets en blanc « Logo complet »	30
Les objets en blanc « Logo ffcam »	31
Les objets en blanc « Picto seul »	32
Les objets en couleur « Logo complet »	33
Les objets en couleur « Logo ffcam »	34
Pour une utilisation du logo accolé à ceux de nos partenaires	35
Exemples d'utilisation de la charte graphique	36, 37, 38
De nouveaux logos « LABEL »	39
Information pour la communication	40



# LA PALETTE DES COULEURS

Notre univers reflète la gamme des couleurs rencontrées en montagne.  
Ces couleurs sont vives, elles apporteront de la dynamique à vos messages.

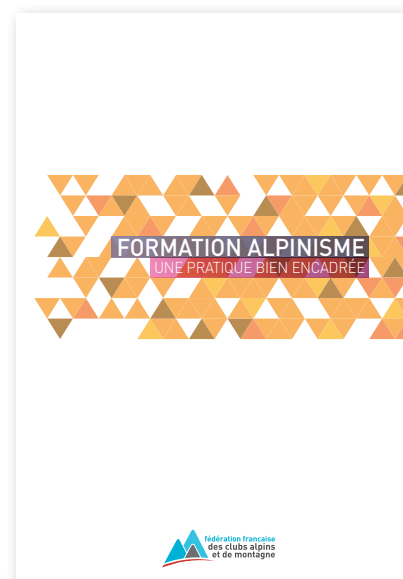
							
CMJN : 50/0/100/40 RVB : 103/135/19	CMJN : 75/0/100/0 RVB : 65/166/42	CMJN : 60/0/100/0 RVB : 122/181/29	CMJN : 50/0/100/0 RVB : 151/191/13	CMJN : 70/15/0/50 RVB : 29/105/137	CMJN : 90/0/15/0 RVB : 0/165/204	CMJN : 75/0/15/0 RVB : 57/169/220	CMJN : 65/0/10/0 RVB : 75/190/219
							
CMJN : 0/80/100/15 RVB : 205/73/19	CMJN : 0/70/95/0 RVB : 235/105/28	CMJN : 0/50/100/0 RVB : 242/148/0	CMJN : 0/35/100/0 RVB : 249/178/0	NOIR 100% textes	NOIR 70% logo + textes	NOIR 30% aplat	BLANC

Vous pouvez mixer les couleurs entre-elles afin de réaliser des dégradés pour une utilisation en aplats sous les titres principaux ou pour vos titres secondaires.

# L'UTILISATION DES COULEURS

La couleur est un élément clé du système graphique, cependant la présence du blanc est obligatoire. Le blanc donne de la clarté à la mise en page et procure une sensation de légèreté.

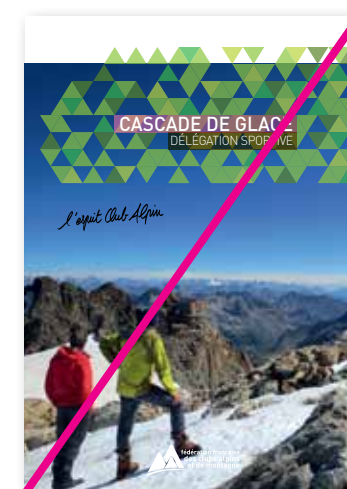
Les couleurs ne sont pas associées à un thème ou une activité en particulier. Elles dépendront de la tonalité de votre visuel principal. Le spectre des couleurs est assez large et vous avez la liberté de faire des associations harmonieuses.





# LA DOMINANTE DE COULEUR

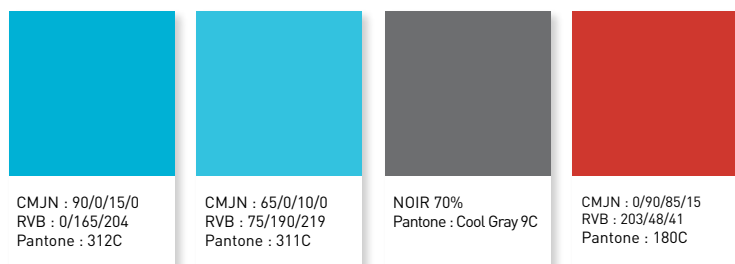
Essayez autant que possible de garder une dominante dans l'emploi de vos couleurs. Utilisez la dominante de votre visuel ou sélectionnez une couleur singulière de votre visuel si celle-ci dispose d'un fond suffisamment neutre. Vivant ne veut pas dire bariolé. L'harmonie doit rester la règle.



L'unité des couleurs dégage de la sérénité et délivre un message clair.

# LE LOGO DE LA FÉDÉRATION

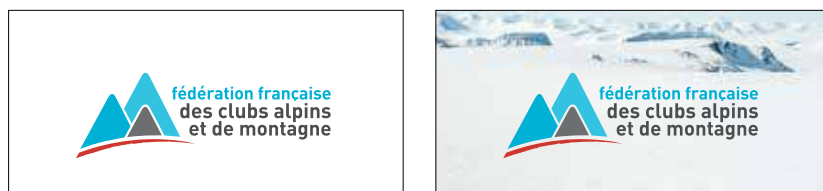
## Logotype en couleur



Espace de protection du logotype

## Le logotype existe de quatre façons

### En couleur sur fond blanc ou sur visuel clair



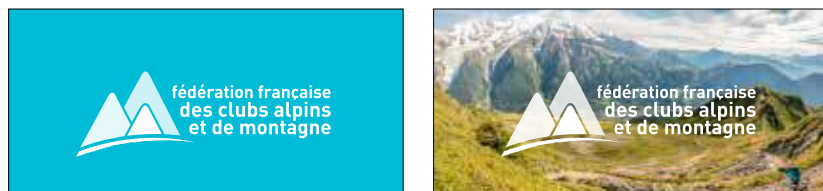
Un fichier illustrateur ([logo\\_federationclubalpin\\_couleur.ai\\*](#)) est disponible sur le bureau virtuel de notre extranet.

### En gris sur fond blanc



Un fichier illustrateur ([logo\\_federationclubalpin\\_noir.ai\\*](#)) est disponible sur le bureau virtuel de notre extranet.

### En blanc avec opacité sur fond de couleur ou photo foncée



Un fichier illustrateur ([logo\\_federationclubalpin\\_variation.ai\\*](#)) est disponible sur le bureau virtuel de notre extranet.

### En blanc défoncé pour fond de couleur, photo foncée, objets publicitaires



Un fichier illustrateur ([logo\\_federationclubalpin\\_blanc.ai\\*](#)) est disponible sur le bureau virtuel de notre extranet.



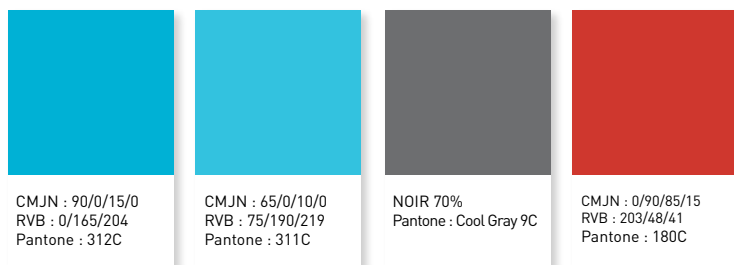
# LOGOS DE CLUBS

Nous vous donnons les éléments pour réaliser le logo de votre club. Il vous suffira d'utiliser la base du logotype de la fédération et la typographie à télécharger sur le bureau virtuel de notre extranet.

Vous pouvez au choix composer le nom de votre club en bleu ou en gris et associer librement « club alpin français », « fédération française de clubs alpins et de montagne » ou « club affilié ffcam ».

Ne dépassez pas les trois lignes dans votre composition.

Il faut toutefois que vous utilisiez les couleurs présentes dans le logo, soit :



N'oubliez pas de prévoir votre logotype en blanc pour une utilisation sur visuel ou fond de couleur !

Propositions (à titre d'exemples)



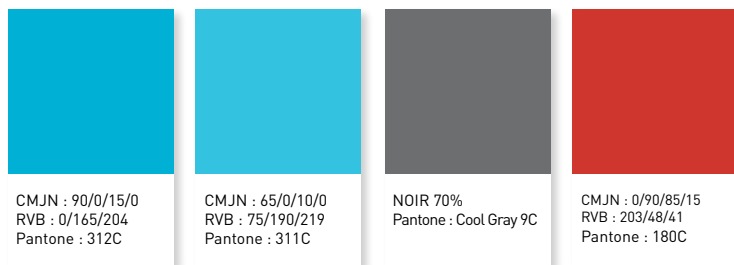
# LOGOS DES COMITÉS TERRITORIAUX

Nous vous donnons les éléments pour réaliser le logo de votre comité. Il vous suffira d'utiliser la base du logotype de la fédération et la typographie à télécharger sur le bureau virtuel de notre extranet.

Il est important que les logos des comités soit les plus homogènes possibles et respectent les structures recommandées. Du fait des différences de longueur des libellés des territoires, chaque logo sera une création propre.

Ne dépassez pas les trois lignes dans votre composition.

Il faut que vous utilisiez les couleurs présentes dans le logo, soit :

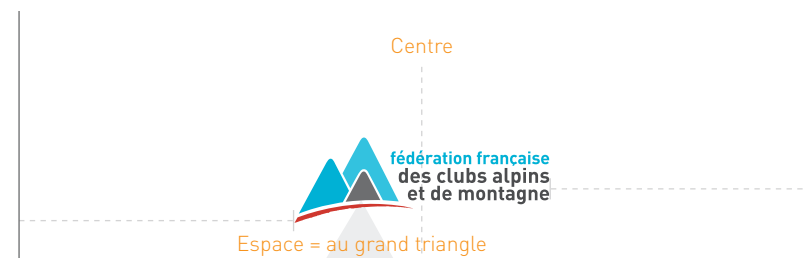
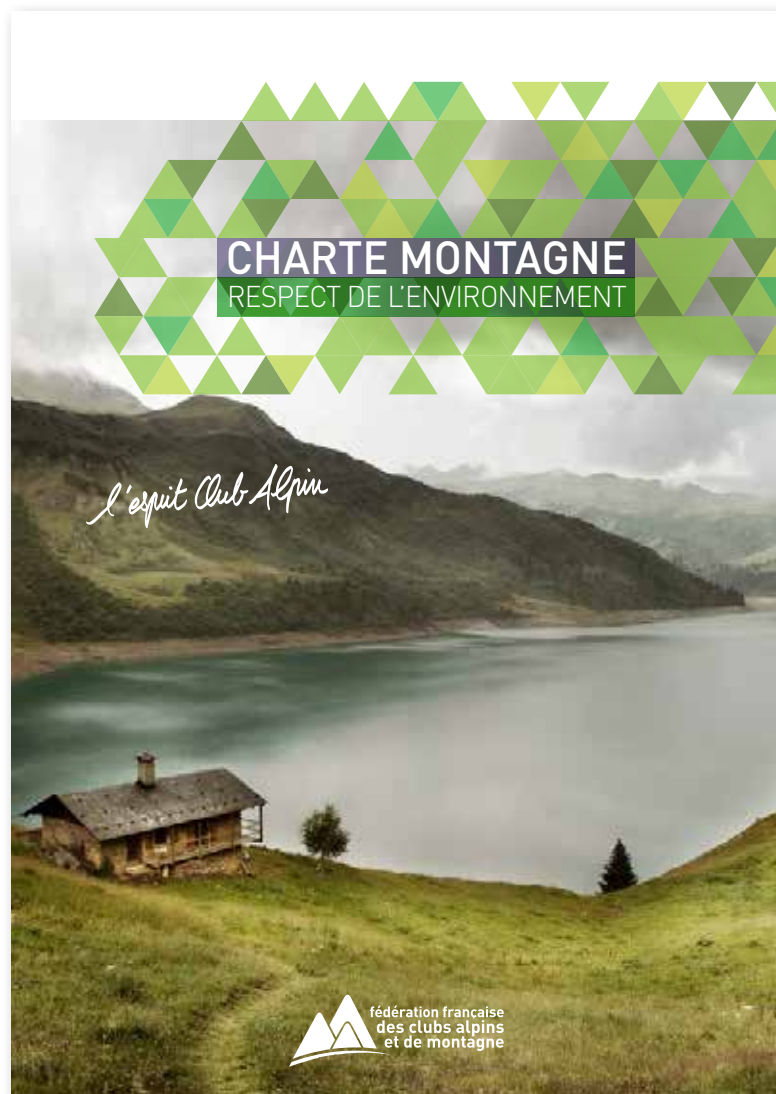


N'oubliez pas de prévoir votre logotype en blanc pour une utilisation sur visuel ou fond de couleur !

Propositions (à titre d'exemples)



# POSITIONNEMENT DU LOGO



Le logotype est la signature de la fédération, il sera disposé en bas de page et centré dans la largeur du support.





# LES PROPORTIONS DU LOGO

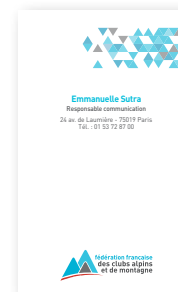
La taille du logo est en rapport avec la largeur du format de votre document. Voici les indications pour les formats les plus usités.



Format A4 hauteur du logo 20 mm



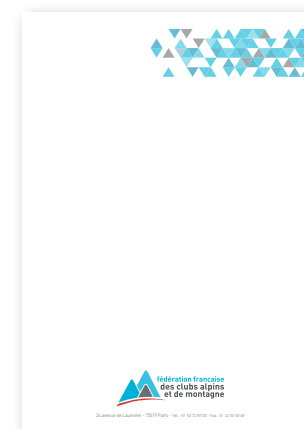
Format A3 hauteur du logo 25 mm



Format carte de visite 55 X 90 mm  
hauteur du logo 10 mm



Format dépliant 10,5 X 21 cm  
hauteur du logo 15 mm



Format A5 hauteur du logo 18 mm

# LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

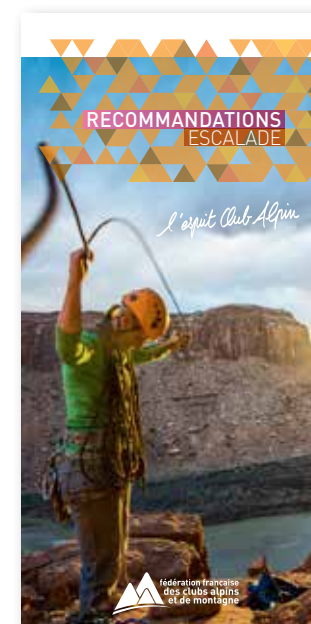
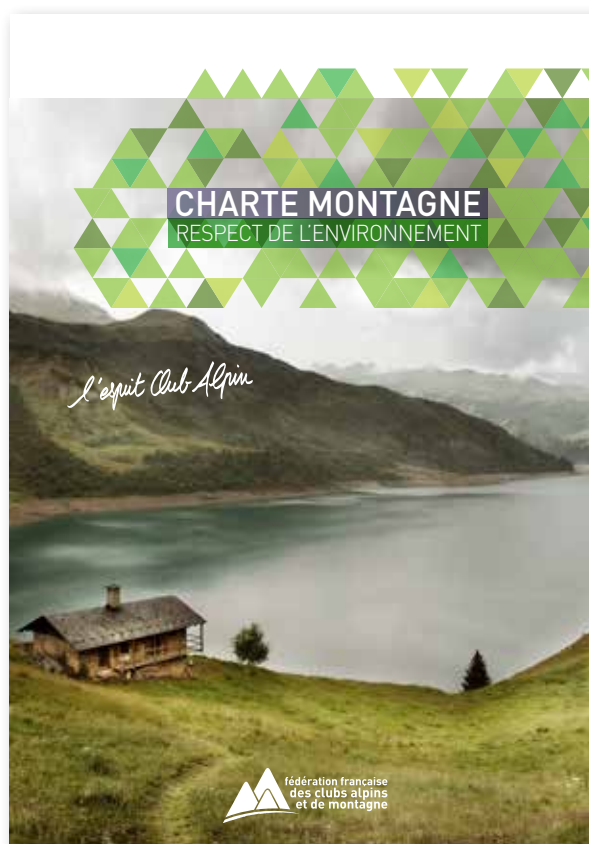
Vous disposez de frises afin d'agrémenter votre communication.

Leur usage ne constitue pas une obligation. Vous avez, en outre, la possibilité d'adapter leur volume et leur niveau en fonction de vos créations.

Vous pouvez utiliser les frises existantes qui se trouvent au format illustrator sur le bureau virtuel de notre extranet. Un fichier illustrator ([friseffcam.ai](http://friseffcam.ai)\*) y est disponible.

Il dispose d'une grille qui vous permettra de réaliser vos propres frises.

Nous vous recommandons néanmoins de toujours utiliser la gamme de couleurs de la charte graphique avec la possibilité, selon les photos, de réduire son opacité comme sur les exemples page 39.



La frise est placée au-dessus du visuel à 70 % de sa valeur afin de permettre la transparence de la photo.

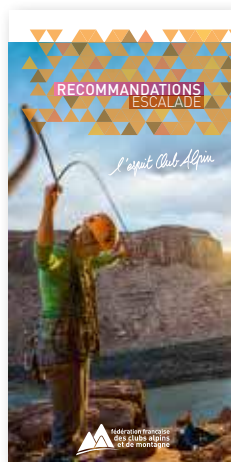


# LA BORDURE

La bordure blanche donne aux documents un sentiment de respiration. Elle laisse apparaître une partie de la frise seule. Vos documents sont réalisés dans leur hauteur, la verticalité comme référence directe à la montagne.

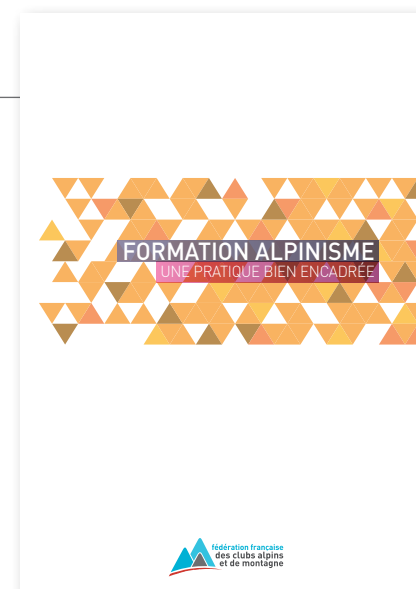


Pour un format A3  
la bordure fait  
40 mm de haut.



Pour un flyer  
au format  
105 X 210 mm la  
bordure fait 15 mm  
de haut.

Pour un format A4  
sans visuel la bordure  
fait 84 mm de haut.



Pour un format A4  
avec visuel la bordure  
fait 40 mm de haut.



# LA TYPOGRAPHIE

## Impression

DIN LIGHT  
din light

DIN REGULAR  
din regular

DIN MEDIUM  
din medium

**DIN BOLD**  
**din bold**

**DIN BLACK**  
**din black**

Vent lit etur, consenderrum dolute  
occusdae veliquae peligni mporene lat.  
Nissit fugit fugit, cone non rempor audi  
beatuscid quibus ipsa sinvendia niscia  
consed ulpa dolorae sequam elestio  
offictet et autatem.

**ALPINISME**

**ESCALADE**

**CHARTe MONTAGNE**

**RAPPORT D'ACTIVITÉ**

**SPORTS DE NEIGE**

**CASCADE DE GLACE**

## Digital/bureautique

ARIAL LIGHT  
arial light

arial regular  
arial regular

**arial bold**  
**arial bold**

**ARIAL BLACK**  
**arial black**

Vent lit etur, consenderrum dolute  
occusdae veliquae peligni mporene lat.  
Nissit fugit fugit, cone non rempor audi  
beatuscid quibus ipsa sinvendia niscia  
consed ulpa dolorae sequam elestio  
offictet et autatem.

**alpinisme**

**escalade**

**charte montagne**

**rapport d'activité**

**sports de neige**

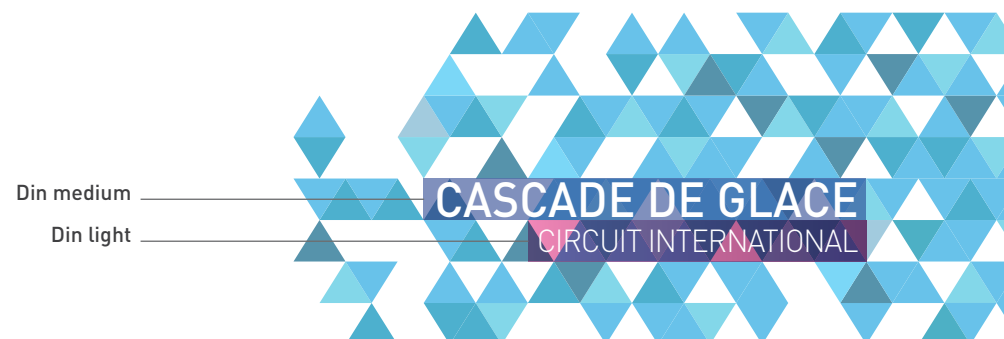
**cascade de glace**



# L'UTILISATION TYPOGRAPHIQUE

Pour les messages principaux, la typographie se compose de deux graisses. Elle est en blanc dans des cartouches de couleurs en harmonie avec les éléments graphiques que vous aurez choisis.

Le message principal est toujours en capitales.



Pour les messages secondaires, la typographie se compose en capitales ou en bas-de-casse\*. Une seule couleur est utilisée dans un paragraphe. Les sous-titres et titres peuvent être mis en couleur.

\*Bas-de-casse : l'ensemble des caractères dits « minuscules ».

Titre en capitales et deux graisses, utilisation de la couleur possible.

Sous-titre en couleur.

Corps du texte en bas-de-casse. L'ensemble du paragraphe doit être composé en une seule couleur.

## PROTECTION DU MILIEU MONTAGNARD

Explicite comment l'occupation des milieux vulnérables par les activités de ski, ainsi que les effets de la neige sur les écosystèmes, les sols et les ressources en eau. Les données sont présentées sous forme de diagrammes et de tableaux.

**Quels sont les enjeux de la protection du milieu montagnard ?**

Le milieu montagnard est un écosystème fragile et vulnérable. Les activités de ski, notamment les remontées mécaniques, ont un impact significatif sur l'environnement. Les données ci-dessous illustrent les enjeux de la protection du milieu montagnard.

**Quels sont les enjeux de la protection du milieu montagnard ?**

Le milieu montagnard est un écosystème fragile et vulnérable. Les activités de ski, notamment les remontées mécaniques, ont un impact significatif sur l'environnement. Les données ci-dessous illustrent les enjeux de la protection du milieu montagnard.

**Chiffres-clés**

- 90 000** locuteurs FFCAM
- 7 000** bénévoles
- 20%** des adhérents de moins de 25 ans
- 350** clubs répartis dans toutes les régions
- 60** comités régionaux et territoriaux
- 27%** de femmes bénévoles présentes au sein des directions de clubs
- 125** bâtiments (refuges et chalets de montagne)
- 15 000** alpinistes à la vie La Montagne & Alpinisme

**Chiffre-clé**

**370** manifestations liées à l'opération « Que La Montagne soit Belle ! » sur 10 ans



# LA BASE ICONOGRAPHIQUE

L'iconographie exprime l'esprit Club Alpin. Il reflète :

**L'expertise** par la transmission, la progression, l'autonomie.

**L'engagement** par la performance, l'autonomie, la sécurité.

**La convivialité** par la découverte, l'aventure, le respect, le partage et le plaisir.

Les visuels doivent être simples, ils doivent avoir une dominante colorielle.

La lumière joue un rôle déterminant, il faut privilégier les lumières du jour ou de la nuit.

Vous voulez être perspicace dans votre choix photo?

Faites le choix d'un visuel de qualité professionnelle. Choisissez la photo de façon à ce qu'elle soit suffisamment dégagée sur le haut et le bas pour laisser la place nécessaire au bandeau du haut et au logo placé au bas de la page. La photo est l'élément central de la communication, elle doit sublimer le réel. C'est un déclencheur d'envie.



Vous pouvez aussi utiliser des photos noir et blanc pour des usages spécifiques.



# L'ESPRIT CLUB ALPIN

« L'esprit Club Alpin » est notre marque de territoire (base line). Elle vient s'adosser à la marque institutionnelle que constitue notre logo pour apporter plus de proximité. L'esprit Club Alpin doit être placé sur l'ensemble des documents de communication. C'est notre slogan, une promesse !

Vous trouverez sur le bureau virtuel de notre extranet le texte vectorisé en noir et en blanc pour toutes vos utilisations. Vous pouvez placer le slogan directement sur le visuel en évitant de le placer sur le sujet principal.

Fichiers sur le bureau virtuel de notre extranet ([Esprit\\_noir\\_ffcam.ai\\*](#)), ([Esprit\\_blanc\\_ffcam.ai\\*](#)).

*L'esprit Club Alpin*

*L'esprit Club Alpin*

*L'esprit Club Alpin*

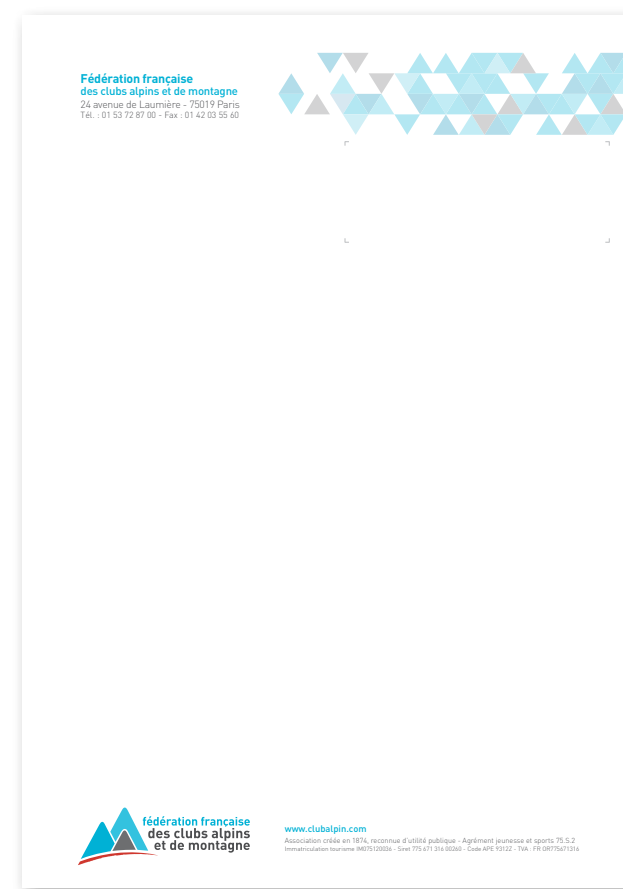
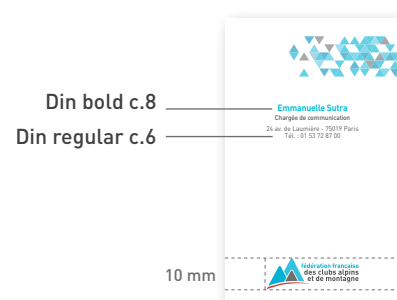
*L'esprit Club Alpin*





# L'ENSEMBLE BUREAUTIQUE

Afin de réaliser vos documents imprimés sur imprimante personnelle ou en reprographie, utilisez le format A4 avec le logo RVB.  
Vous trouverez sur le bureau virtuel de notre extranet la frise au format illustrator et jpg RVB pour réaliser l'ensemble tête de lettre, cartes de correspondance et cartes de visites.



# L'EN-TÊTE DE LETTRE

La frise est placée sur l'en-tête à 30 % de sa valeur.

Din medium c.11

Din bold c.12

Din light c.10 et c.9  
ligne suivante

**Fédération française  
des clubs alpins et de montagne**  
24 avenue de Laumière - 75019 Paris  
Tél. : 01 53 72 87 00 - Fax : 01 42 03 55 60



20 mm

**fédération française  
des clubs alpins  
et de montagne**

[www.clubalpin.com](http://www.clubalpin.com)

Association créée en 1876, reconnue d'utilité publique - Agrément jeunesse et sports 95.5.2  
Immatriculée au RCS 380312003 - Siret 775 471 314 00000 - Code APE 9312Z - TVA : FR 0875617194

L'en-tête de lettre peut être utilisée avec ou sans la frise. Pour cette dernière option, le logo sera placé en haut à gauche.

20 mm

**fédération française  
des clubs alpins  
et de montagne**

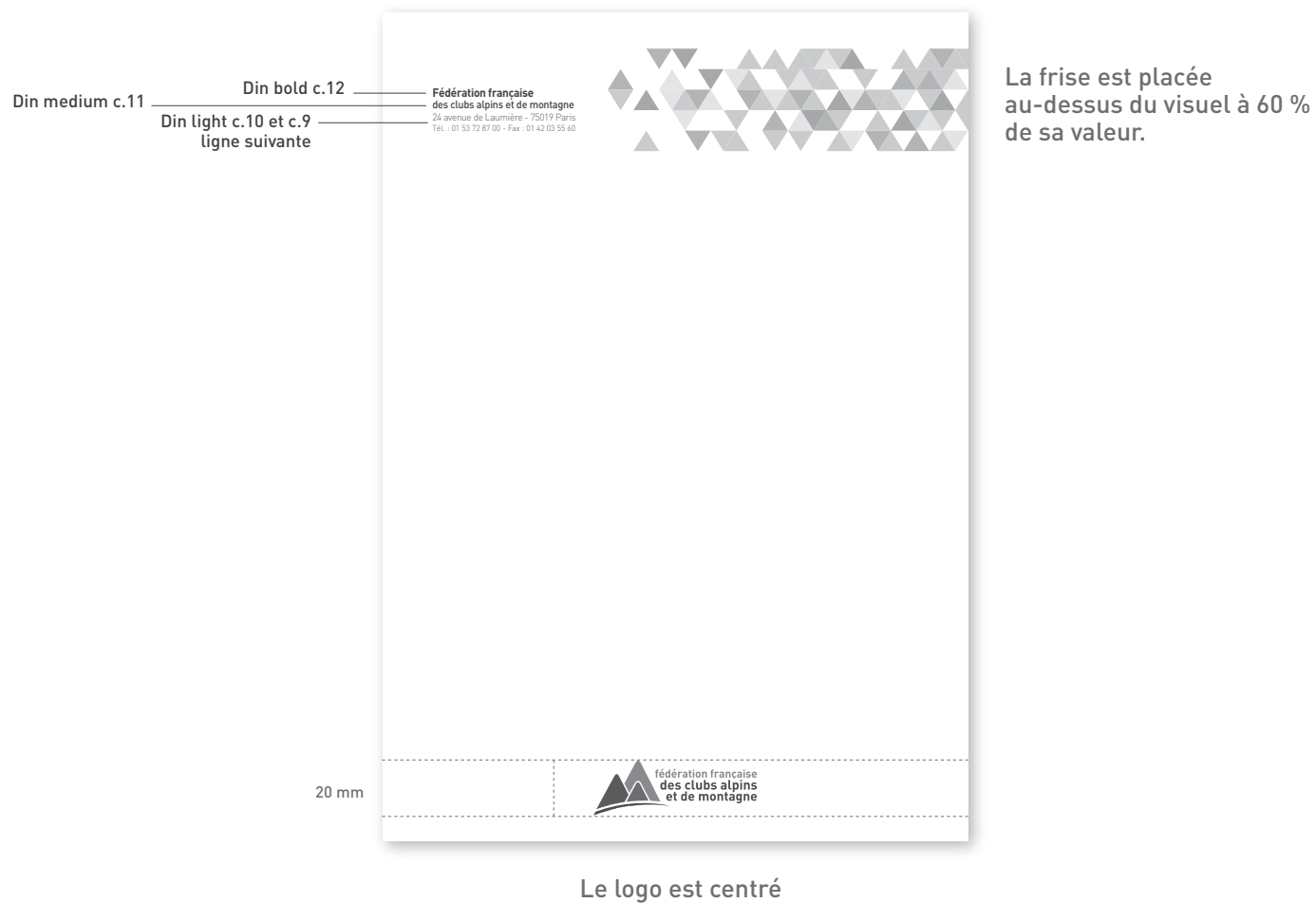
**Fédération française  
des clubs alpins et de montagne**  
24 avenue de Laumière - 75019 Paris  
Tél. : 01 53 72 87 00 - Fax : 01 42 03 55 60

[www.clubalpin.com](http://www.clubalpin.com)

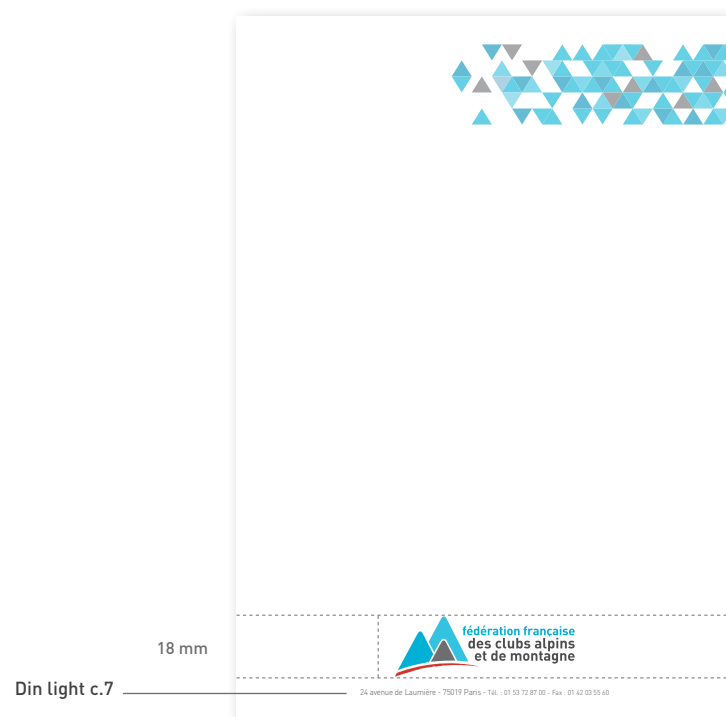
Association créée en 1876, reconnue d'utilité publique - Agrément jeunesse et sports 95.5.2  
Immatriculée au RCS 380312003 - Siret 775 471 314 00000 - Code APE 9312Z - TVA : FR 0875617194



# LE FAX



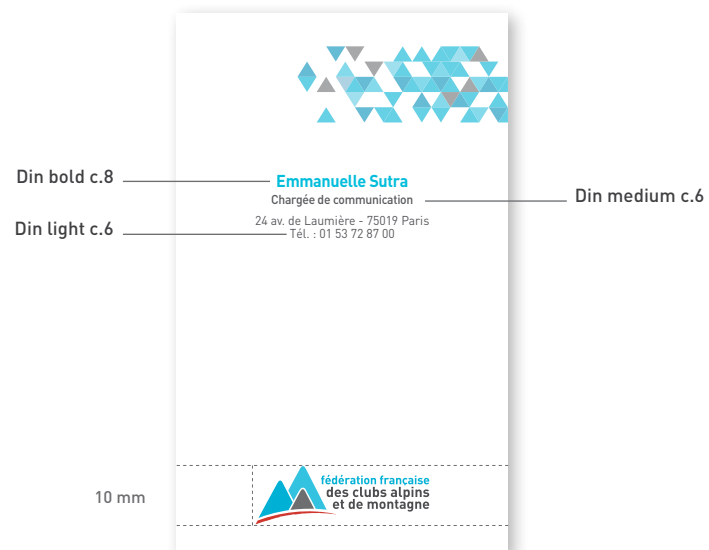
# LA CARTE DE CORRESPONDANCE



La frise est placée  
au-dessus du visuel à 60 %  
de sa valeur.

Le logo est centré

# LA CARTE DE VISITE





# LE FORMAT A4





# L'ÉDITION

Comme nous l'avons indiqué dans la charte graphique, privilégiez une mise en page sobre qui délivrera un message clair. Utilisez de la couleur mais avec modération. Faites respirer la mise en page avec de grands visuels bien choisis.

Bref, donnez l'envie de rejoindre la fédération !



## LES OBJETS EN BLANC « LOGO COMPLET »

Pour la réalisation d'objets publicitaires, utilisez plutôt des objets blancs pour une impression du logotype en couleur (réf. [logo\\_federationclubalpin\\_couleur.ai](http://logo_federationclubalpin_couleur.ai)).



## LES OBJETS EN BLANC « LOGO FFCAM »

Pour la réalisation d'objets publicitaires, utilisez plutôt des objets blancs pour une impression du logotype en couleur (réf. [logo\\_ffcam\\_couleur.ai](#)).

L'usage de l'acronyme « ffcam » doit être limité à des supports et à des opérations dont l'impact est interne. En effet, sa notoriété est faible et nous préférons communiquer sur le libellé en clair de la fédération.



## LES OBJETS EN BLANC « PICTO SEUL »

Pour la réalisation d'objets publicitaires, utilisez plutôt des objets blancs pour une impression du logotype en couleur (réf. [picto\\_ffcam\\_couleur.ai](http://picto_ffcam_couleur.ai)).

L'usage du pictogramme seul peut sur certains supports et dans certaines situations être une solution. Il doit resté limité avec la possibilité d'utiliser « l'esprit Club Alpin » en complément.



## LES OBJETS EN COULEUR OU NOIR « LOGO COMPLET »

Pour la réalisation d'objets publicitaires sur couleur ou fond noir, utilisez la version en défoncé du logotype (réf. [logo\\_federationclubalpin\\_blanc.ai](#)).



## LES OBJETS EN COULEUR OU NOIR « LOGO FFCAM »

Pour la réalisation d'objets publicitaires, sur couleur ou fond noir utilisez la version en défoncé du logotype (réf. [logo\\_ffcam\\_blanc.ai](#)).

L'usage de l'acronyme « ffcam » doit être limité à des supports et à des opérations dont l'impact est interne. En effet, sa notoriété est faible et nous préférons communiquer sur le libellé en clair de la fédération.





## POUR UNE UTILISATION DU LOGO ACCOLÉ À CEUX DE NOS PARTENAIRES

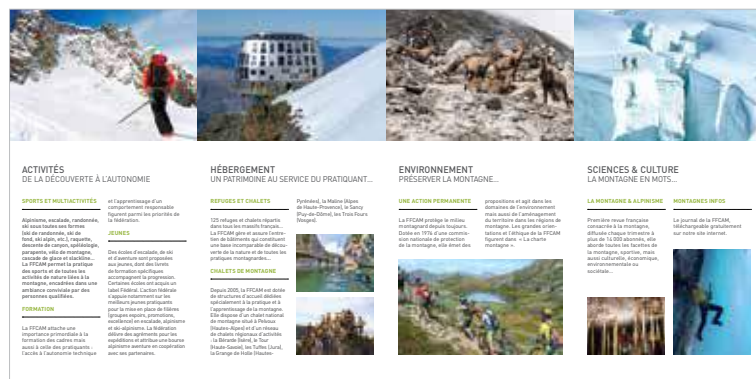
Dans la situation où les noms de marque courts sont à leur avantage, nous préconisons l'emploi du logo ffcam pour un meilleur impact visuel. Vous disposez de deux possibilités, le logo couleur sur fond blanc et le logo en défoncé sur visuel ou fond couleur.



# EXEMPLES D'UTILISATION DE LA CHARTE GRAPHIQUE (FÉDÉRATION)

Les exemples qui suivent ont été produits dans le souci du respect de la charte graphique.

## Flyer 4 volets communication



## Cartes de visite



## Flyers 3 volets



## Rapport d'activités



## Magazine Montagnes Infos

## Carte de vœux 2016

## Publicité Autrans

# EXEMPLES D'UTILISATION DE LA CHARTE GRAPHIQUE (CLUB, COMITÉS, BOUTIQUE...)

Dans cette partie vous découvrirez comment les clubs de toutes les régions se sont emparés de la nouvelle charte afin de l'utiliser pour leurs productions.

## Panneaux refuges



Livrets

Affiches



## Objets promotionnels



Carte de vœux Orléans





# EXEMPLES D'UTILISATION DE LA CHARTE GRAPHIQUE (CLUB ALPIN FRANÇAIS GRENOBLE ISÈRE)

« Cette charte est très intéressante car elle nous donne le cadre pour toute notre communication graphique. Nous l'avons utilisé sur notre minibus, notre vitrine, nos plaquettes, nos annonce-presse. Le logo est bien évocateur des montagnes et « l'esprit club alpin » est une excellente signature, avec un rôle fédérateur des clubs. »

**Michel Machault,**

Vice-président du Club alpin français Grenoble Isère, chargé de la communication.

Sticker Adhésif sur véhicule



Façade du club alpin français Grenoble Isère



Communication Grenoble Isère

# DE NOUVEAUX LOGOS « LABEL » EN COURS D'ÉLABORATION

Afin de décliner la nouvelle charte graphique à la fois sur les opérations, les écoles et certains événements récurrents, nous proposons des logos « Label » permettant de conserver l'homogénéité de la charte et de répondre aux besoins de leurs spécificités. Voici quelques projets relatifs à ces nouveaux logos.

Pack logo  
Grand Parcours



Exemple d'utilisation du nouveau logo



Exemples de logos écoles  
en cours d'élaboration



Pack logo écoles  
(en test)



POUR TOUTE INFORMATION, TOUT CONSEIL,  
POUR TOUS VOS PROJETS DE COMMUNICATION,  
CONTACTEZ :

**Victor DELMAS**

Chargé de la communication  
Fédération française des clubs alpins et de montagne

email : [v.delmas@ffcam.fr](mailto:v.delmas@ffcam.fr)

tél. : 01 53 72 87 04

