

Charte graphique¹

Sommaire

1 Définition.....	1
2 Buts et intérêt.....	1
3 Choix graphiques : explications et règles d'utilisation.....	1
3.1 Le logo.....	2
3.2 Les couleurs.....	3
3.3 Les polices.....	4
3.4 Trois autres points à aborder.....	4
4 Construire une charte graphique.....	5
5 Exemples.....	7
5.1 Chartes graphiques concernant des documents papiers et audiovisuels.....	7
5.2 Charte graphique d'un site.....	7
5.3 Nombreux conseils pour créer une charte graphique complète.....	7

1 Définition

La charte graphique dont la dénomination correcte est **cahier des normes graphiques** est un document de travail qui contient l'ensemble des règles fondamentales d'utilisation des signes graphiques qui constituent l'identité graphique d'une organisation, d'un projet, d'une entreprise. Donc **une charte graphique regroupe et traduit graphiquement tout l'univers et toutes les valeurs de l'entreprise (dynamisme, innovation, élégance...)**. C'est le **support fondamental de toute sa communication (interne et externe)**.

2 Buts et intérêt

Le but de la charte graphique est de conserver une **cohérence graphique** dans les réalisations graphiques d'une même organisation, projet ou entreprise quels que soient les différents intervenants de la production (graphiste, directeur artistique...). Elle crée une **identité visuelle** et elle permet d'**être reconnu et identifié rapidement, et de façon positive**, quel que soit l'outil de diffusion utilisé : affiches, flyers, web mag, newsletter, réseaux sociaux, site web...

L'intérêt de réaliser une charte graphique est donc double :

- il y a une harmonisation de façon à ce que l'identité graphique reste intacte quelles que soient les réalisations graphiques, afin que l'organisation, le projet ou l'entreprise (qui sont une somme d'individualités) parle « d'une seule voix » ;
- la charte graphique permet au récepteur d'identifier facilement l'émetteur et, par habitude si la cohérence est respectée, de se repérer visuellement dans les différentes réalisations graphiques et au sein même d'un même support graphique, ce qui facilite la lecture.

Autre intérêt : une charte graphique complète permet d'accélérer et de faciliter la production de nouveaux supports de communication, les fondamentaux existant déjà.

Dans l'idéal, la charte graphique doit être la **traduction graphique des aspirations et valeurs de l'entreprise** : elle doit traduire graphiquement son identité réelle.

3 Choix graphiques : explications et règles d'utilisation

La charte graphique est une sorte de manuel d'utilisation. **On y trouve les explications des choix graphiques, ainsi que les règles d'utilisation pour chaque élément.**

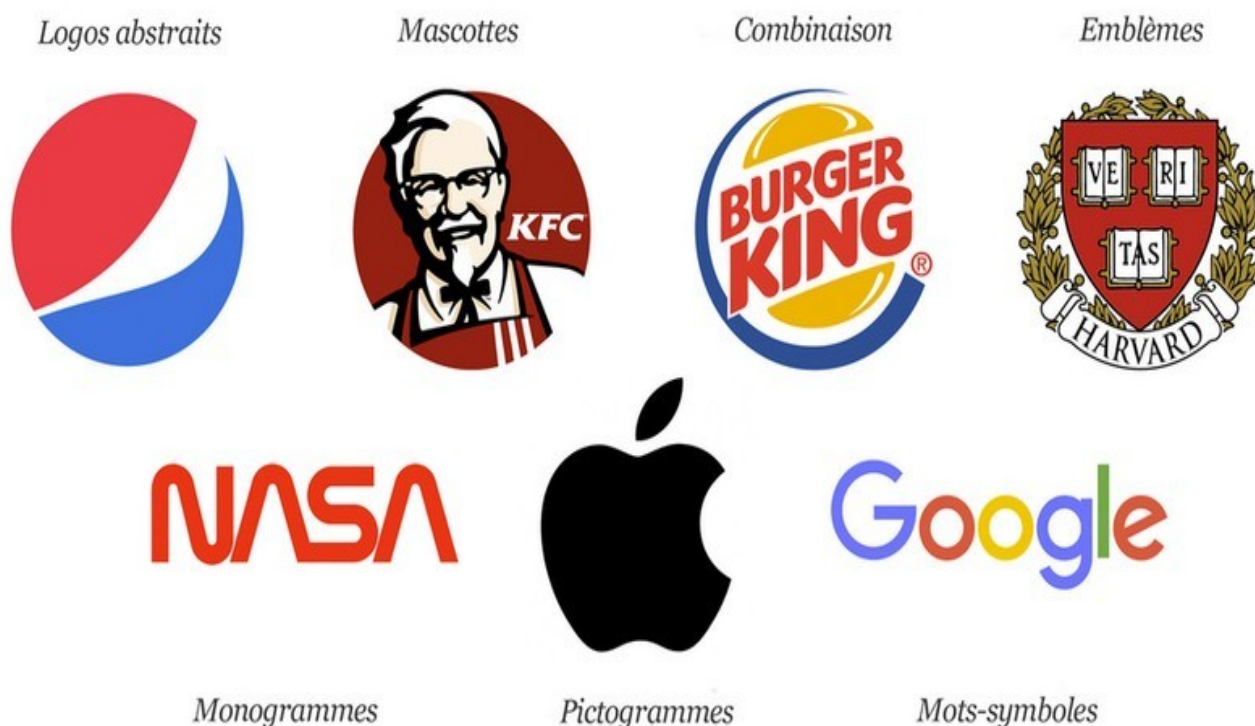
1 D'après [Wikipédia](#), « [C'est quoi une charte graphique ?](#) », « [Que contient une charte graphique et quels sont ses objectifs ?](#) » et le [site de Charte graphique](#).

Une charte graphique bien conçue doit laisser suffisamment de liberté en constituant des « méta-règles » souples, c'est-à-dire en évitant les interdictions et en envisageant le maximum de contextes où des règles doivent s'appliquer pour l'utilisation des signes graphiques de l'identité graphique. D'ailleurs, **l'ensemble de l'identité de la marque ne pouvant être figé, il faut que la charte puisse supporter des évolutions et suivre l'image de l'entreprise.**

Ce document aborde principalement trois éléments : le logo, les couleurs et les polices. D'autres points peuvent être abordés : mise en page selon les supports, philosophie/esprit...

3.1 Le logo²

Un logo est une image qui symbolise une entreprise. Il existe sept grands types de logos³ :



C'est la signature visuelle de l'organisme et donc **l'élément central d'une charte graphique** : on le retrouve sur tous les supports de communication de l'entreprise et **c'est à partir du logotype que l'on bâtit une identité visuelle**. Il doit **refléter l'image de l'entreprise et ses activités**. Il doit également renforcer son image et rassurer ses clients.

Le logo doit pouvoir s'adapter et se décliner (différentes couleurs, avec ou sans *baseline*, carré ou rectangulaire...) sur l'ensemble des supports de communication de l'entreprise.

Un logo doit respecter quatre règles d'or :

- **simplicité** : il doit être composé d'un seul élément et ne pas contenir trop de détails ;
- **flexibilité** : il doit s'adapter à tous les supports : écran de cinéma ou papier à en-tête ;
- **pertinence** : il doit être à l'image de la marque : couleurs, typographie, design ;
- **originalité** : pour être repéré facilement, le logo ne doit ressembler à aucun autre.

2 Lire « [Qu'est-ce qu'un logo ?](#) » et « [Les 7 différents types de logo \(et comment choisir\)](#) ».

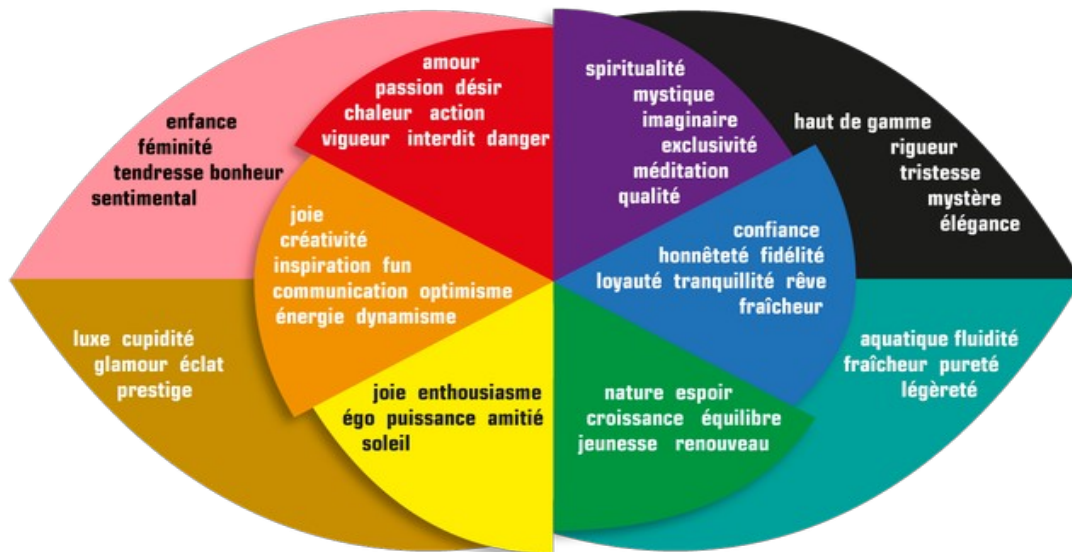
3 Un monogramme est un emblème qui réunit plusieurs lettres en un seul dessin, avec ou sans ornements supplémentaires.



Il va de soi qu'un logo doit évoluer petit à petit pour rester dans l'air du temps⁴ – de même que l'ensemble de la charte graphique.

3.2 Les couleurs

Elles traduisent la personnalité de l'organisme, car la symbolique liée aux couleurs est très importante⁵.



Le choix des couleurs doit être adapté aux exigences des différents supports de communication et des différents fonds disponibles (fond de couleur ou fond blanc). Le nombre de jeux de couleurs doit rester limité pour simplifier la mémorisation de l'identité visuelle et sa différenciation par rapport à la concurrence : quatre ou cinq couleurs est un compromis idéal entre mémorisation et différenciation. La plupart des marques choisissent des couleurs qui ne s'éloignent pas trop des teintes de leur logo. Il est recommandé d'employer une couleur claire pour les fonds, une couleur plus foncée pour le texte, une teinte neutre et une autre de couleur plus éclatante.

OSGi Corporate Color	dark orange	orange	halftone orange	blue
CMYK	0/80/100/0	0/55/100/0	50% - 0/55/100/0	100/45/0/55
Pantone	173	144	50% - 144	2955
RGB	232/82/19	241/138/0	250/199/138	0/67/112

Par ailleurs, il faut que le choix des couleurs soit moderne et savoir quelles couleurs seront utilisées selon les niveaux de titres, les boutons d'appels à l'action, les éléments de moindre importance, etc.

Dans une charte graphique professionnelle, on doit retrouver les valeurs Pantone, CMJN, RVB et hexadécimales de chaque couleur utilisée.

4 Lire à ce propos « [9 tendances logo à ne pas rater en 2019](#) » et « [Les 10 tendances en design graphique pour 2019](#) ».

5 Lire « [Symbolique des couleurs dans votre logo](#) ».

3.3 Les polices⁶

Il va de soi que **le premier critère pour choisir une police est sa lisibilité**. Mais ce n'est pas le seul, car **chaque police traduit un sentiment différent**⁷. Il faut se focaliser sur une ou deux polices à employer systématiquement dans les supports de communication. La typographie est une des composantes essentielles de l'univers graphique d'une entreprise, certaines entreprises comme Renault vont jusqu'à créer une police de caractères spécifique pour se démarquer.

Il faut donc penser à distinguer l'essentiel du contenu en différenciant les titres, les sous-titres et les paragraphes, à choisir des polices de la même famille et à utiliser différentes tailles pour les caractères afin de faire ressortir les mots et expressions clés.



3.4 Trois autres points à aborder

Une charte graphique complète regroupe et codifie également :

- les **règles d'insertion de chaque élément** (logo, titre, *baseline*...) et pour chaque support : les marges et le positionnement dans le document ;
- les **règles éditoriales** (ton et style) aidant tout rédacteur à rendre ses documents homogènes ;
- les **règles d'adaptation et de déclinaison pour les supports** comme tels que la télécopie, les RIB personnalisés... en proposant par exemple une version simplifiée du logo (noir et blanc).

Bref, **une charte graphique permet de décliner de façon cohérente et sous toutes ses formes l'identité graphique d'un organisme pour que celui-ci soit aisément identifiable** (voir exemple de l'[université de Paris-Est-Marne-La-Vallée](#)).

⁶ Lire à ce propos le cours sur les polices.

⁷ Lire à ce sujet « [L'art et la manière d'utiliser les polices de caractères](#) » et « [Choisir la police de caractères de votre site web – Conseils & exemples de Google Fonts](#) ».



4 Construire une charte graphique

La charte graphique doit pouvoir être comprise de tous, elle doit pouvoir être appréhendée aisément pour qu'elle puisse être transmise aisément et servir de point d'ancrage à tous ceux qui s'en serviront.

De façon optimum, il faut se rapprocher d'un guide de style ou d'un document relatant la philosophie de l'identité plutôt que d'une charte graphique classique (accumulation de lois). En d'autres termes, elle doit donner des repères, des principes et des exemples qui vont aider à la décision.

Voici pour chaque point, ce que l'on doit détailler dans une charte graphique :

◆ le logo :

- explication de sa symbolique,
- explication des règles d'utilisation sur un fond blanc, sur un fond uni, en noir et blanc, sur un fond noir, en dégradé de gris,
- explication des règles d'utilisation sur les divers documents (quelles marges respecter autour du logo ?) ;

◆ les couleurs :

- explication du choix des couleurs de l'association,

La charte graphique d'un site comporte d'autres renseignements concernant la structure (pied de page, en-tête, menu navigation...), mais aussi les liens, les images, la forme des boutons, la construction des tableaux, etc.

5 Exemples

Avant de créer une charte graphique, il est indispensable d'en observer et d'en analyser quelques-unes.

C'est ce que propose Canva dans son article « [Charte graphique : 15 superbes exemples à suivre en 2019](#) » qui analyse quelque peu 15 chartes.

Le site [Portail des chartes graphiques et des identités visuelles](#) en propose un certain nombre également.

5.1 Chartes graphiques concernant des documents papiers et audiovisuels

- charte graphique de la [Fondation suisse pour la culture, Pro Helvetia](#), très complète ;
- charte graphique de l'[agence AntheDesign](#) qui est très précise ;
- charte graphique de l'[université de Franche-Comté](#) : lire surtout les pages 2 et 5 ;
- charte graphique de l'[université de Paris-Est-Marne-La-Vallée](#) : lire en particulier les pages 2, 5, 17 et, surtout, le lexique pages 56-57 ;
- l'analyse très détaillée du [logo du Conseil général des Alpes-Maritimes](#), qui doit représenter l'identité visuelle de cette région ;
- enfin voici l'analyse de l'identité visuelle de Viceland (la chaîne TV du magazine *Vice*) – en particulier celle du choix de la police de caractères Helvetica : « [Identité de Viceland : Helvetica, mon Amour](#) ».

5.2 Charte graphique d'un site

Le site *Alsacrérations.com* (communauté d'entraide consacrée à la conception web conforme aux standards, avec tutoriels, forums de discussion, blogs, service de recherche d'emploi...) a créé une charte graphique complète, « [Guidelines Alsacrérations](#) » qui regroupe un grand nombre de rubriques :

- [Guidelines Workflow](#)
- [Guidelines HTML](#)
- [Guidelines JavaScript / jQuery](#)
- [Commandes Linux](#) (Cheatsheet)
- [Ressources et liens utiles](#)
- [Guidelines WordPress](#) (Draft)
- [Guidelines Accessibilité](#)
- [Guidelines CSS](#)
- [Guidelines Développement PHP / MySQL](#)
- [Checklist](#)
- [Pense-Bête Flexbox \(PDF\)](#)

Il va de soi qu'il serait intéressant que des étudiant·e·s en informatique la consultent avant de créer la leur...

5.3 Nombreux conseils pour créer une charte graphique complète

L'article « [Comment réussir une charte graphique + 50 exemples](#) » a l'avantage d'être très précis et très bien illustré. Il est donc très utile pour penser une charte graphique.