

# aFDas

**Charte opérationnelle  
2024**



# La vision d'ensemble

## Le bloc marque

Le bloc marque rassemble le logo et la signature de marque. Il permet de préciser qui est l'émetteur des messages de communication.

**aFDas**  
DEMAIN SERA FORMATION

## Les couleurs

Les couleurs participent au look & feel de la marque et à l'impact visuel de ses communications.



## Les typographies

Les typographies contribuent à exprimer visuellement la personnalité de la marque.

**AaAa**

Avalon

**AaAa**

Acta

# Le bloc marque et favicon

**Le logo** aux formes solides et arrondies traduit la proximité de l'Afdas avec ses publics (entreprises, salariés permanents et intermittents, pigistes, artistes-auteurs, branches professionnelles) et leur diversité.

**La signature** exprime une vision et une ambition forte pour la formation, ressource incontournable des professionnels pour s'adapter à la transformation permanente de leurs métiers.

**Le favicon** symbolise le site Afdas dans la barre d'adresse, les photos de profil sur les réseaux sociaux, les gifs.

**afDas**  
DEMAIN SERA FORMATION



# Les règles d'usage

Règles d'usage avec signature.

Lorsque le nom est écrit dans le texte courant,

Afdas s'écrit en bas de casse avec une capitale : Afdas.

Nous favoriserons le bloc marque complet (logo + signature).

**2 l'identité de marque**  
**la charte graphique**  
la vision d'ensemble  
le bloc marque  
→ **les règles d'usage**  
la typographie  
la gamme chromatique  
les compositions de couleurs



zone de protection

aFDas

30 mm

aFDas

85 px

taille minimale : la largeur du logo ne pourra jamais être inférieure à 30 mm pour le print et à 85 pixels pour un usage sur écran.

# Les règles d'usage

2 l'identité de marque  
la charte graphique  
la vision d'ensemble  
le bloc marque  
→ les règles d'usage  
la typographie  
la gamme chromatique  
les compositions de couleurs

## Logo et signature de couleur différente



fond foncé



fond foncé



fond foncé

## Logo et signature noirs



fond blanc



fond clair



image claire

## Logo et signature blancs



fond noir



fond foncé



image foncée

# La typographie

Deux typographies sont utilisables sur les supports de communications Afdas :  
- **Avalon**, ronde, simple et très lisible exprime parfaitement les valeurs de l'Afdas.  
- **Acta**, classique et posée, confère une nuance plus sérieuse et rassurante aux textes secondaires.

Pour la bureautique, la typographie de substitution est l'**Arial**. Elle n'est utilisée que pour les usages informatiques en bureautiques destinés à l'externe.

## titres et textes principaux

**AaAa**

Avalon TT Bold interlettrage 25pt

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 #@&"()!/?%>/+=**

Avalon TT Book interlettrage 25pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 #@&"()!/?%>/+=

## textes secondaires

**AaAa**

Acta bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 #@&"()!/?%>/+=

Acta book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 #@&"()!/?%>/+=

# La gamme chromatique

Le orange et le noir sont les couleurs institutionnelles et sont utilisées en majeur dans les documents officiels. Elles peuvent être utilisées de 10% à 100%.

Les couleurs secondaires sont utilisées en priorité dans la communication servicielle et à destination des branches, que ce soit en print ou en digital. Elles peuvent être utilisées à 20%, 50 %, 80% et 100%.

Par ailleurs, le orange sera utilisé avec parcimonie sur l'ensemble des supports, car c'est la couleur identitaire de l'Afdas.

## couleurs identitaires

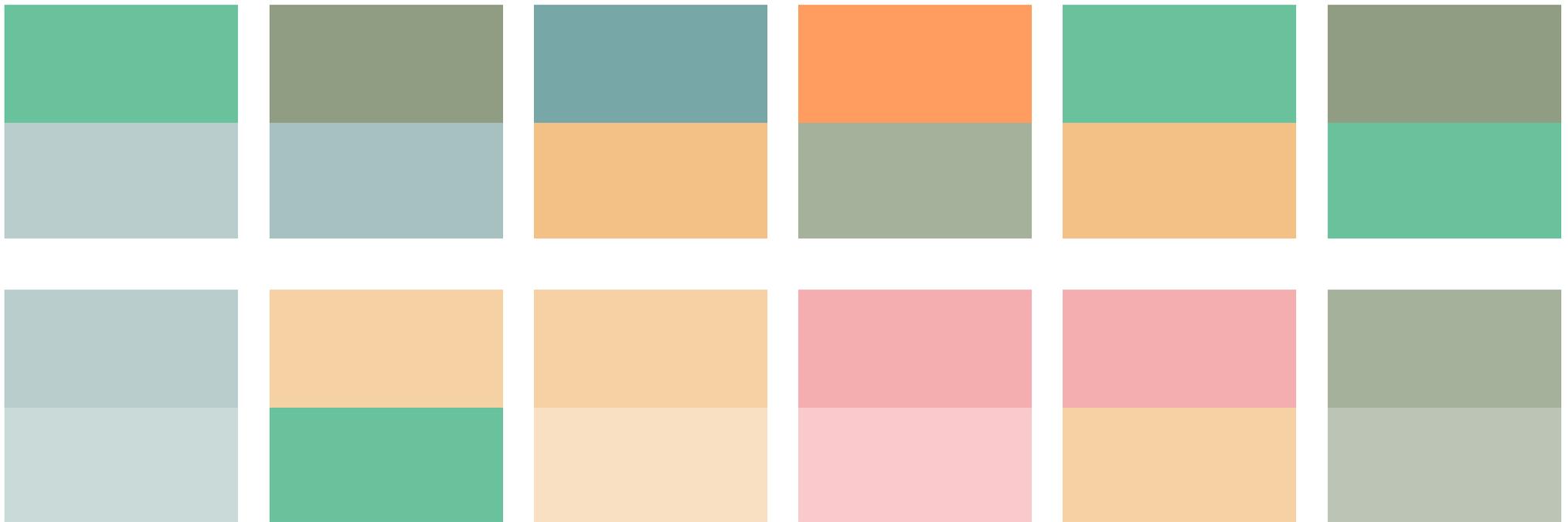


## couleurs secondaires



# Les compositions de couleurs

Afin de favoriser la cohérence, l'impact et l'élégance, nous avons conçu une gamme de compositions préétablies. Elle n'est pas exhaustive, mais nous recommandons de l'utiliser en priorité pour les arrière-plans de mise en page quel que soit le support.



# Contact Afdas

**Charles-Frédéric TAUZI**

Directeur des contenus

Direction du Marketing des services  
et de la Communication

Tél. 33 (0)6 45 79 68 20