

# DIRECTIVES RELATIVES À L'IDENTITÉ VISUELLE



FÉDÉRATION  
LUTHÉRIENNE  
MONDIALE

Une communion  
d'Églises

# *Notre vision*

*Libérée par la grâce de Dieu, une Communion en Christ vivant et collaborant en vue d'un monde juste, pacifique et réconcilié.*

# Avant-propos

La Fédération luthérienne mondiale (FLM) est une communion de 143 Églises membres rassemblant plus de 70 millions de luthériens. Nous vivons et travaillons ensemble dans l'optique d'un témoignage uni de l'Évangile de Jésus Christ et nous renforçons les Églises membres en menant à bien la mission de Dieu par la proclamation de l'Évangile, le service commun (diaconie) envers les personnes dans le besoin, ainsi que l'action en faveur d'un monde juste, pacifique et réconcilié.

Ensemble, nous nous engageons à:

- proclamer l'Évangile par la parole et par les actes;
- promouvoir l'unité chrétienne à travers le monde;
- renforcer notre foi par l'étude et le dialogue théologique;
- contribuer au dialogue et à la réconciliation dans l'Église et la société;
- promouvoir les droits de la personne;
- atténuer la souffrance humaine;
- prendre soin de la création de Dieu.

L'histoire de la FLM est ancienne et ses racines sont profondes. Nous avons parcouru du chemin ensemble en tant que communion, et c'est en tant que communion que nous avançons vers l'avenir.

Notre expression visible doit établir un lien entre, d'une part, nos racines et notre identité luthérienne et, d'autre part, notre avenir et notre objectif commun de mission holistique. Dans notre Stratégie, ce lien entre notre tradition et notre cheminement actuel se résume ainsi: «De par les perspectives dont elle se réclame, la tradition luthérienne se doit d'être dynamique, autocritique et ouverte sur l'avenir.» (Stratégie de la FLM, p. 8)

La nouvelle identité visuelle de la FLM implique de porter un regard nouveau sur la façon dont nous pouvons rétablir de façon graphique le lien avec nos racines et notre identité et de montrer comment celles-ci sont le fondement de notre travail et de notre objectif commun pour l'avenir.



# Table des matières

<i>Avant-propos</i>	3	<b>Travailler avec notre identité visuelle</b>	<b>27</b>	<b>5</b>
<i>La nouvelle identité graphique de la FLM</i>	6	<i>Dimensions de l'identité graphique</i>	28	
<i>L'identité graphique de la FLM</i>	8	<i>Emplacement de l'identité graphique</i>	29	
<i>Palette des couleurs fondamentales de la FLM</i>	11	<i>Emplacement et taille</i>	30	
<i>La police d'écriture de la FLM</i>	12	<i>Emplacement et taille</i>	31	
<i>Déclinaisons de l'identité graphique</i>	14	<i>Exemples</i>	32	
<i>Versions de l'identité graphique</i>	15	<i>Co-marquage public</i>	34	
<i>Identité graphique horizontale</i>	16	<i>Co-marquage sur le terrain</i>	36	
<i>Identité graphique abrégée</i>	17			
<i>Marge</i>	18			
<i>Utilisations incorrectes de l'identité graphique</i>	20			
<i>Identités graphiques des départements et bureaux de la FLM</i>	21			
<i>Notre signature</i>	22			
<i>Éléments de support graphique</i>	24			
<i>Palette de couleurs annexes</i>	25			

# La nouvelle identité graphique de la FLM



FÉDÉRATION  
LUTHÉRIENNE  
MONDIALE

Une communion  
d'Églises

6

## Aspects théologiques et symbolique de la nouvelle identité graphique de la Fédération luthérienne mondiale

### Une rose de Luther revisitée

Le nouvel emblème réinterprète le sceau de Martin Luther, également connu sous le nom de rose de Luther.

Chacun des principaux éléments du nouvel emblème – la croix, le cercle, la rose, la colombe et la main – interpelle ce que nous sommes en tant que communion d'Églises et ce que nous reconnaissons comme notre vocation (cf. Stratégie de la FLM).

### Dans notre Stratégie, nous affirmons que:

*Être luthérien, c'est être évangélique*

Nous sommes sauvés par la grâce au moyen de la foi. Notre foi se trouve au cœur de notre identité.

Dans notre identité graphique, cette foi est représentée par la croix au centre.

Nous proclamons la bonne nouvelle à toutes et à tous. Dans notre emblème, le mouvement de la croix vers l'extérieur et la main tendue en sont l'illustration.

*Être luthérien, c'est être sacramental*

Nous sommes en communion les uns avec les autres et notre culte est centré sur le Dieu Trine.

C'est ce que résume le cercle entourant la croix dans notre identité graphique. Il nous rappelle les fonts baptismaux, le calice et la patène.

*Être luthérien, c'est être diaconal*

Nous sommes libérés par Christ pour servir notre prochain. La position centrale de la croix et du cercle et la main tendue vers notre prochain en sont la traduction dans l'identité graphique, montrant ainsi que la diaconie, en tant qu'expression de la mission holistique de Dieu, est enracinée au cœur de notre foi; nous sommes libérés pour servir dans le monde.

Dieu, qui comprend la proclamation, le service (diaconie) et la défense de causes.

Dans la nouvelle identité graphique, la proclamation est symbolisée par la double fonction de la colombe portant une branche dans son bec, qui non seulement évoque l'annonce de la fin du jugement du temps de Noé mais aussi représente l'Esprit Saint, dont le pouvoir est à l'œuvre dans la proclamation de la Parole.

La croix représente le contenu de notre proclamation tout en reflétant les enjeux de la défense de causes qui nous attendent.

La main symbolise le travail auquel nous sommes appelés – notre travail de diaconie.

La branche verte que porte la colombe représente la réconciliation que nous encourageons par la défense de causes et le dialogue. Elle représente aussi l'intendance de la création, à laquelle nous sommes appelés en tant que peuple de Dieu.

### *Être luthérien, c'est être confessionnel*

Dans notre identité graphique, le symbole de la rose de Luther et l'audace, la pureté et la clarté de la couleur bleu mettent en valeur notre confession dans l'espérance et la place centrale de la croix autour de laquelle nous décrivons notre identité.

Les pétales de rose représentent «le pardon des péchés et la sanctification» qui découlent de l'unité de Dieu représentée par le cercle.

### *Être luthérien, c'est être œcuménique*

Nous confessons l'Église une, sainte, catholique et apostolique et œuvrons pour l'unité des chrétiens partout dans le monde. La forme circulaire de l'emblème représente l'éternité et la complétude de la relation dans la Trinité à laquelle nous aspirons par nos relations entre Églises membres et nos dialogues œcuméniques.

### **Mission holistique**

La FLM s'engage à soutenir ses Églises membres dans leur participation à la mission holistique de

### **Couleurs**

La nouvelle identité graphique de la FLM conserve le bleu comme couleur de base. Le bleu est la couleur du calme et de la force. Il représente l'espérance éternelle et les cieux d'où Christ est descendu. Il représente aussi l'eau, par laquelle, dans le baptême, notre foi chrétienne nous est offerte par la grâce de Dieu.

La couleur verte évoque la vie, l'épanouissement, le renouveau ainsi que notre compassion et notre souci pour la création.

### **Emblème et logotype**

Le logotype (le nom de la FLM et la police utilisée) est net et gras pour souligner le fait que l'objectif de la FLM est clair et que nous voulons communiquer sa mission de façon explicite. La sobriété du logotype contrebalance la symbolique complexe de l'emblème. Par cet équilibre entre l'emblème et le logotype, nous voulons exprimer de façon visuelle le fait que nous sommes porteurs d'une histoire et d'une identité merveilleuses et fortes qui nous donnent toute légitimité pour mener à bien notre mission avec des objectifs clairement définis.

# L'identité graphique de la FLM



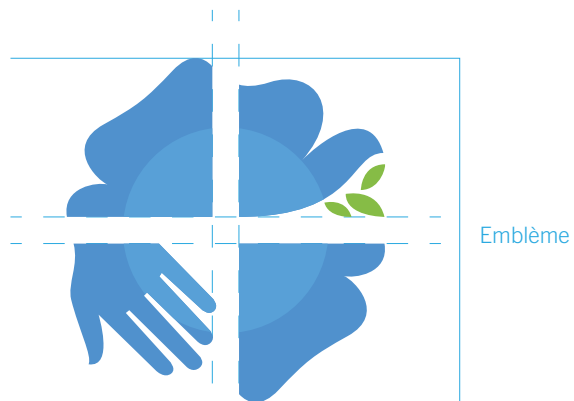
FÉDÉRATION  
LUTHÉRIENNE  
MONDIALE

8

## **Identité graphique de la FLM**

Notre identité graphique est une représentation de notre identité globale élaborée avec soin. Cette identité graphique primaire est l'identité à privilégier lorsqu'on communique le travail de la FLM.



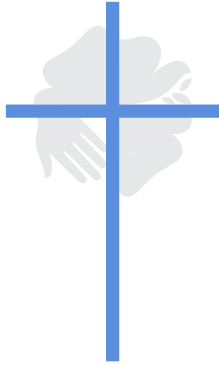


Emblème

FÉDÉRATION  
LUTHÉRIENNE  
MONDIALE

Logotype

L'identité graphique de la FLM est constituée de deux éléments: l'émblème et le logotype. Ce guide vous présente les usages autorisés de l'identité graphique.



Foi



Identité luthérienne



Communion

10



Diaconie



Réconciliation



Création

L'emblème est constitué de symboles qui représentent de façon visuelle la vie et le travail de la FLM.

Les symboles illustrent ce qui lie nos racines et notre identité luthériennes à notre avenir et notre objectif commun.

Il est important que vous puissiez reconnaître et expliquer l'importance symbolique de l'emblème.

# Palette des couleurs fondamentales de la FLM



Bleu foi de la FLM

PMS  
279u

CMYK  
68/34/0/0

RGB  
116/147/199

hexa  
7493C7



Vert compassion de la FLM

PMS  
382u

CMYK  
53/5/96/0

RGB  
163/193/57

hexa  
A3C139



Gris engagement de la FLM

PMS  
546u

CMYK  
20/0/0/80

RGB  
78/85/92

hexa  
4E555C



Bleu inclusion de la FLM

PMS  
542u

CMYK  
63/25/0/0

RGB  
128/163/211

hexa  
80A3D3

## La palette des couleurs fondamentales de la FLM

La symbolique de notre emblème s'exprime également par les couleurs utilisées. Chaque couleur a sa propre fonction dans cette symbolique. Ces quatre couleurs fondamentales ont chacune reçu un nom qui exprime notre foi et nos valeurs.

Une palette de couleurs annexes est également disponible. Consultez la page 25 pour en connaître la composition.

# La police d'écriture de la FLM

Intendants responsables.  
*Inspirés par l'amour de  
Dieu pour l'humanité.*

**Accompagnement.**

**Communion.**

Proclamation. *Service.*

12

12

## *Famille Trade Gothic*

C'est en utilisant une seule et même police de caractères pour l'ensemble de nos textes que nous parvenons à l'unité de notre identité visuelle. La police officielle pour toutes les communications écrites est: Trade Gothic Light.

Pour attirer l'attention ou mettre en valeur des éléments textuels, on peut utiliser Trade Gothic Bold N° 2 ou les versions italiques de la famille de caractères. On les appelle «Oblique». Aucune modification de l'interlettrage ou de l'étirement n'est permise.

La police Trade Gothic peut être achetée en ligne ([www.linotype.com](http://www.linotype.com)).

Nos textes courants (y compris celui-ci) sont présentés en 100% noir; les titres – comme on peut le voir ci-dessus – sont en gris engagement de la FLM ou son équivalent 86% noir. Pour faire ressortir un élément ou lui donner un traitement spécial, on peut choisir une autre couleur fondamentale de la FLM, même dans une teinte atténuée.

# Ceci est notre police de caractère habituelle pour les lettres et courriels: Arial Narrow Regular. **Arial Narrow Bold.**

13

Afin de permettre aux tiers (non FLM) de voir les communications telles que les courriels ou les présentations créées sur Microsoft® PowerPoint, nous sommes autorisés à utiliser la famille Arial Narrow.

Arial Narrow est une police de caractères courante. Elle est disponible sur tous les ordinateurs personnels, ce qui permet de maintenir la cohérence dans les documents et de les voir à l'écran ou de les imprimer à l'extérieur des bureaux

de la FLM de la façon prévue initialement. La famille Arial Narrow ne doit être utilisée que dans nos documents de travail générés au moyen d'applications bureautiques (courriels, lettres, présentations, tableurs, rapports non destinés au public, procès-verbaux de réunions, etc.)

Les textes publics seront toujours réalisés dans la famille Trade Gothic.

# Déclinaisons de l'identité graphique



FÉDÉRATION  
LUTHÉRIENNE  
MONDIALE

Identité graphique primaire de la FLM  
Quadrichromie (cmyk)  
ou tons directs (Pantone®)

**Il s'agit de la version et de  
la déclinaison à privilégier.**



FÉDÉRATION  
LUTHÉRIENNE  
MONDIALE

Identité graphique primaire de la FLM  
Noir

**Cette déclinaison de l'identité  
graphique n'est à utiliser que  
lorsque l'impression se fait en  
noir uniquement.**



Identité graphique primaire de la FLM  
sur fond de couleur  
Blanc + 33% de la couleur du fond  
(quadrichromie, tons directs ou noir)

**Cette déclinaison de l'identité graphique  
ne doit PAS nécessairement figurer sur  
un carré bleu. Le bleu ne représente  
qu'une fraction d'un fond (bleu) plus grand.**

14

Afin de permettre différentes expressions de notre marque, notre identité graphique est disponible en plusieurs déclinaisons.

La déclinaison en couleurs est à privilégier mais il est possible que, pour des raisons budgétaires, il soit nécessaire de limiter les coûts de production et de choisir la déclinaison en noir.

Nous avons en outre prévu une version pouvant être utilisée sur un fond de couleur. Cette déclinaison de notre identité graphique est en blanc, avec une teinte à 33% de la couleur de fond pour la valeur «communion» (le cercle).

# Versions de l'identité graphique



LUTHERISCHER  
WELTBUND

Identité graphique primaire  
de la FLM  
Allemand (Deutsch)

existe en:  
Quadrichromie (cmyk)  
Tons directs (Pantone®)  
Noir  
Blanc + 33%



THE  
LUTHERAN  
WORLD  
FEDERATION

Identité graphique primaire  
de la FLM  
Anglais (English)

existe en:  
Quadrichromie (cmyk)  
Tons directs (Pantone®)  
Noir  
Blanc + 33%



FEDERACIÓN  
LUTERANA  
MUNDIAL

Identité graphique primaire  
de la FLM  
Espagnol (Español)

existe en:  
Quadrichromie (cmyk)  
Tons directs (Pantone®)  
Noir  
Blanc + 33%

Notre identité graphique est disponible dans nos langues officielles (allemand, anglais, espagnol et français); ces versions linguistiques sont disponibles dans les quatre options de couleur.

# Identité graphique horizontale



THE  
LUTHERAN  
WORLD  
FEDERATION



LUTHERISCHER  
WELTBUND



FÉDÉRATION  
LUTHÉRIENNE  
MONDIALE



FEDERACIÓN  
LUTERANA  
MUNDIAL

16



THE  
LUTHERAN  
WORLD  
FEDERATION



Pour les situations où l'espace vertical est limité, nous avons mis au point une identité graphique horizontale où le logotype est placé à droite de l'emblème.

Par souci de commodité, nous appelons cette version «identité graphique secondaire». L'identité graphique secondaire ne doit être utilisée que dans les cas où il n'est pas possible d'utiliser notre identité graphique primaire.



# Identité graphique abrégée



LWF



LWB



FLM



LWF



17

Pour certaines situations particulières, nous avons élaboré des versions abrégées de notre identité graphique. Dans la version abrégée ne figure qu'un logotype raccourci; l'emblème demeure quant à lui inchangé.

Toutes les identités graphiques abrégées sont disponibles dans nos langues et déclinaisons officielles.

# Marge

18

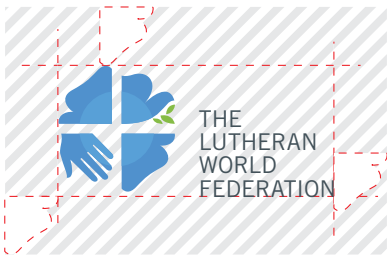


Le blanc – ou marge de l'identité graphique – est l'espace autour de l'identité graphique qui doit rester vierge de tout élément. Ce blanc donne à notre identité graphique de l'espace pour «respirer».

La marge correspond, sur les quatre côtés des limites de l'identité graphique, à la largeur et la hauteur du pétale de la rose de Luther situé à droite.

Il est particulièrement important de respecter ce blanc quand notre identité graphique est utilisée en conjonction avec celles d'autres organisations ou marques.

Cet espace permettra de mieux mettre en valeur notre identité graphique parmi d'autres identités graphiques ou éléments visuels étrangers.



Le calcul de la marge doit également être respecté dans toutes les autres versions officielles de notre identité graphique. L'espace doit toujours être calculée à partir du périmètre extérieur de l'identité graphique.

Dans nos exemples, les lignes grises ne sont présentes qu'à des fins d'illustration. Elles ne doivent en aucun cas apparaître lorsqu'on utilise l'identité graphique.

# Utilisations incorrectes de l'identité graphique



Ne pas modifier  
la position du texte.



Ne pas modifier  
la couleur du texte.



Ne pas modifier  
l'alignement du texte.



Ne pas modifier  
la couleur des éléments.



Ne pas omettre d'éléments.



Ne pas modifier  
la couleur des éléments.



Ne pas omettre d'éléments,  
ni modifier leur couleur.

20

Cette page présente un petit échantillon d'utilisations non autorisées de notre identité graphique; la règle est simple: si l'identité graphique que vous souhaitez utiliser ne vous est pas fournie par le Bureau de la communication de la FLM, cette identité ne doit pas être utilisée.

Lorsque vous utilisez l'identité graphique, veillez à:

- Ne pas modifier la position des éléments.
- Ne pas colorer les éléments vous-mêmes.
- Ne pas modifier l'alignement de l'identité graphique.
- Ne pas omettre d'éléments.
- Ne jamais modifier le fichier d'une identité graphique.

# Identités graphiques des départements et bureaux de la FLM



FÉDÉRATION  
LUTHÉRIENNE  
MONDIALE

Département de théologie  
et de témoignage public



FÉDÉRATION  
LUTHÉRIENNE  
MONDIALE

Département de mission  
et développement



FÉDÉRATION  
LUTHÉRIENNE  
MONDIALE

Département d'entraide  
mondiale

FLM  DEM

21

Chaque département de la FLM dispose de sa propre variante de l'identité graphique. On peut obtenir facilement ces variantes – qui n'existent que dans les versions ci-dessus inspirées de notre identité graphique secondaire – auprès du Bureau de la communication de la FLM.

Toutes les directives pour l'utilisation de l'identité graphique contenues dans ce manuel s'appliquent aussi aux variantes des départements.

Les bureaux ou sections dépendant des départements de la FLM peuvent avoir besoin de se distinguer visuellement sur des en-têtes de lettre ou pour d'autres usages. Veuillez suivre l'exemple ci-dessus à gauche pour faire figurer un nom de bureau ou de section.

Si le nom du département doit être mentionné mais qu'il ne fait pas partie de l'identité visuelle, vous pouvez choisir de ne pas le placer au-dessous du texte. Vous devez néanmoins respecter la marge de l'identité visuelle (voir page 18).

# Notre signature



FÉDÉRATION  
LUTHÉRIENNE  
MONDIALE

Une communion  
d'Églises



FÉDÉRATION  
LUTHÉRIENNE  
MONDIALE

Une communion  
d'Églises

22

## FÉDÉRATION LUTHÉRIENNE MONDIALE Une communion d'Églises

Notre signature – Une communion d'Églises – doit être utilisée avec l'identité visuelle dans toutes les publications de la FLM.

La signature peut également être utilisée avec l'identité visuelle dans toute autre production. Lorsque la signature est assortie à l'identité visuelle, la signature doit toujours être positionnée de la manière ci-dessus.

La signature est toujours écrite dans la même fonte que le logotype mais dans une teinte à 70% de la couleur du logotype.

Notre signature ne doit pas être utilisée avec les identités graphiques de département ou de bureau, ni avec nos identités graphiques abrégées.



## Marge

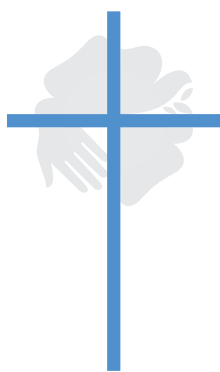
La détermination de la marge de l'identité graphique assortie de la signature doit être réalisée selon les mêmes règles qui régissent la détermination de la marge pour nos identités graphiques primaires et secondaires.

Toutes les directives pour l'utilisation de l'identité graphique contenues dans ce manuel s'appliquent

aussi à l'identité graphique quand elle est assortie de la signature.

Notre identité graphique assortie de la signature est aussi disponible dans toutes les versions et déclinaisons, ainsi que dans les différentes langues officielles.

# Éléments de support graphique



Cruz



Pétalo de rosa



Círculo

24



Mano



Paloma



Rama

Notre identité intègre une série d'éléments que vous pouvez utiliser pour rendre vos publications plus accrocheuses sur le plan visuel. Ces éléments sont tirés de notre emblème et doivent être utilisés uniquement selon les préconisations de ce manuel.

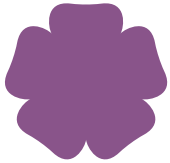
On peut voir sur cette page les éléments qui peuvent être utilisés. Aucun autre élément ni aucune autre partie de l'identité visuelle ne peut être utilisé comme élément de support graphique, et il n'est pas possible d'en créer d'autres. Deux éléments voisins de notre identité graphique ne

peuvent être utilisés de la même manière qu'ils sont utilisés dans l'emblème; les éléments individuels doivent toujours être utilisés tels qu'ils apparaissent dans notre emblème.

Il est possible de combiner deux éléments mais leur rôle principal est d'appuyer vos récits et non pas de simplement combler un vide.



# Palette de couleurs annexes



Maive dignité

PMS  
513u

CMYK  
34/68/0/25

RGB  
132/88/135

hexa  
845887



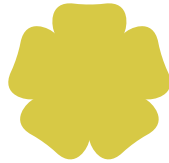
Orange diversité

PMS  
130u

CMYK  
5/53/96/0

RGB  
211/137/40

hexa  
D38928



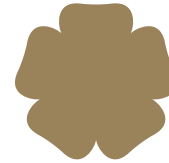
Ocre participation

PMS  
605u

CMYK  
0/0/80/20

RGB  
215/203/74

hexa  
D7CB4A



Marron redevabilité

PMS  
7557u

CMYK  
25/34/63/25

RGB  
157/137/93

hexa  
9D895D

La palette de couleurs annexes a été créée pour donner de l'ampleur et de la profondeur à notre communication, de manière à refléter l'ampleur et la profondeur de notre communion. Les palettes de couleurs fondamentales et annexes doivent refléter nos valeurs en tant que communion et les couleurs ont été nommées d'après ces valeurs exprimées dans la Stratégie de la FLM.

Les couleurs secondaires sont des couleurs de support et ne doivent pas être utilisées pour colorer notre identité graphique. Elles ne doivent pas non plus être attribuées à des sujets, départements, bureaux ou régions spécifiques.

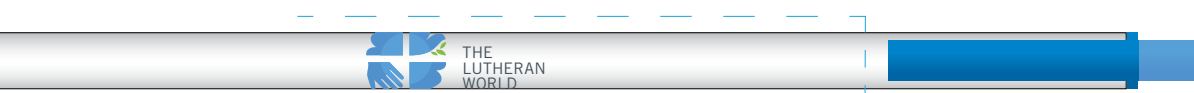


# *Travailler avec notre identité visuelle*

*Dans ce chapitre, nous allons vous présenter nos directives sur l'utilisation adéquate des composantes de notre identité afin que chaque élément de communication que nous rendons public présente la même expression de ce que nous sommes à la FLM.*

*Ces directives vous permettront également de mettre en avant votre élément de communication comme faisant partie de l'identité visuelle de notre communion.*

# Dimensions de l'identité graphique



Dimension minimale: emblème = 12 mm de haut



Dimension minimale: emblème = 12 mm de haut

28

## Dimensions minimales

Les dimensions minimales de notre identité graphique ne peuvent être établies qu'à la taille de lecture la plus petite mais celle-ci dépend des capacités visuelles de chacun.

Afin de définir une dimension minimale commune, nous avons placé l'identité graphique sur un stylo. Nous avons ainsi obtenu la dimension minimale pouvant être utilisée: la taille de l'emblème ne doit pas être inférieure à 12 mm de haut et l'identité graphique ne doit pas être plus petite que l'identité graphique (ou l'emblème) associée en co-marquage.

Cette règle s'applique aux deux versions de l'identité graphique.

## Dimensions maximales

Il n'est pas possible de définir une dimension maximale, car l'identité graphique est lisible à n'importe quelle taille à partir de la dimension minimale.

# Emplacement de l'identité graphique



Toute version de notre identité graphique doit toujours être située à la gauche d'une page, bannière, affiche, construction, etc., s'il y a suffisamment d'espace. L'identité graphique peut être placée à n'importe quel niveau sur le plan vertical, même s'il convient de respecter le placement prévu par le modèle officiel.

En cas de co-marquage, d'autres règles s'appliquent (voir la section sur le co-marquage).

Utilisez la règle de la marge pour déterminer la distance à respecter par rapport au bord supérieur ou inférieur et latéral gauche du support.

# Emplacement et taille



Alignement du texte



Hauteur de l'emblème: 9% de la hauteur du support

30

La taille de notre identité graphique sur un support de taille normale ou format européen (A4) peut être calculée de telle manière que la hauteur de l'emblème représente 9% de la hauteur du support.

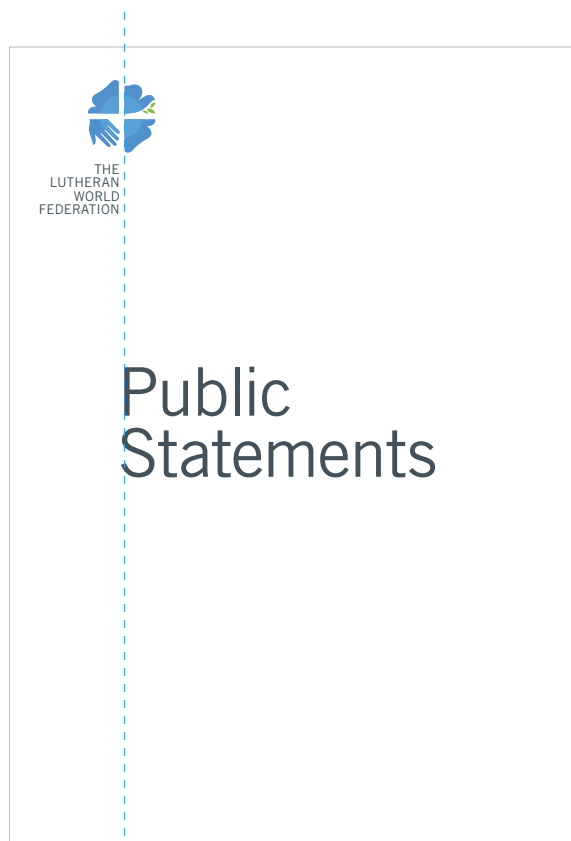
Lorsque l'identité graphique est à la bonne taille, elle peut être placée à bonne distance des bords à l'aide de la règle utilisée pour définir la marge.

Si, sur la couverture d'une publication, vous utilisez notre identité graphique secondaire assortie d'une signature, l'identité graphique doit être placée à la même distance du bord latéral gauche que s'il s'agissait d'une identité graphique primaire.

## Emplacement et taille



12% de la largeur du support



Alignement du texte

31

Quand un format diffère d'un format standard européen (formats DIN-A), on trouve la taille de l'identité graphique en calculant 12% de la largeur du support.

Les couvertures présentent mieux quand les éléments textuels sont alignés avec notre emblème en prenant le coin gauche de la colombe comme point de référence pour l'alignement.

Pour créer une couverture, une bannière pour une conférence ou un dossier pour accueillir des documents, suivez les règles mais faites preuve de créativité en ce qui concerne l'utilisation des couleurs, images, éléments de support graphique, etc.

Nous proposons ici quelques exemples pour montrer les possibilités qu'offrent les directives.

# Exemples



32

Sur les tailles de support non standards, la taille et l'emplacement de l'identité graphique peuvent être déterminés grâce aux règles de définition de la marge. À la page suivante, on peut voir comment les dimensions de l'identité graphique peuvent être déterminées pour des bannières décoratives destinées à une conférence, par exemple. Dans ces cas, il n'est pas nécessaire d'aligner le texte à notre emblème.

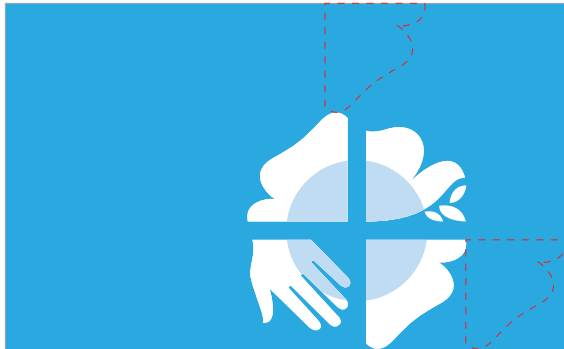




Church+  
ecology  
Conference  
2014



THE  
LUTHERAN  
WORLD  
FEDERATION



THE  
LUTHERAN  
WORLD  
FEDERATION

# Co-marquage public



34

Nous utilisons aussi notre identité graphique en association avec celles d'autres organisations partenaires, co-organisateurs, etc. Dans ce cas, il est important que notre identité graphique soit considérée comme aussi importante que celles des autres organisations figurant sur le support.

Il existe plusieurs types de co-marquage mais en général c'est la règle suivante qui s'applique:

## Initiative de la FLM

Si c'est la FLM qui prend l'initiative, notre identité graphique figure en premier et nous nous en tenons à nos règles en termes de mise en page et d'apparence. Cela signifie que notre identité graphique est placée conformément aux règles mentionnées dans ce manuel, suivie à sa droite par l'identité graphique des organisations partenaires; une fine ligne grise est utilisée entre notre identité graphique et la suivante. Notre identité graphique peut être plus petite que ce que préconise ce manuel en raison du fait que d'autres identités devront figurer sur le support.



## Initiative d'un partenaire de la FLM

Si la FLM se joint à l'initiative d'une autre organisation, notre identité graphique figure en deuxième place ou plus loin, selon la classification établie par l'initiateur. Étant donné que la FLM suit l'initiative d'une autre organisation, nous nous contentons de fournir notre identité graphique et notre manuel sur l'identité visuelle mais nous ne pouvons pas insister sur l'application de nos règles. Il nous est éventuellement possible de recommander l'utilisation de nos éléments identitaires dans l'ordre suivant:

- notre identité graphique primaire en quadrichromie;
- notre identité graphique secondaire (horizontale) en quadrichromie;
- notre identité graphique primaire dans d'autres déclinaisons;
- notre identité graphique secondaire dans d'autres déclinaisons;
- la fine ligne grise dans le cas où le co-marquage concerne un seul ou très peu d'autres partenaires.

# Co-marquage sur le terrain



35



Uniquement dans un environnement familier de la FLM et par souci de clarté on peut fournir l'identité graphique abrégée, ses déclinaisons ou ses versions.

Sur le terrain, il est possible d'utiliser notre identité graphique abrégée pour le co-marquage et, dans la plupart des cas, c'est notre Département d'entraide mondiale qui est actif.

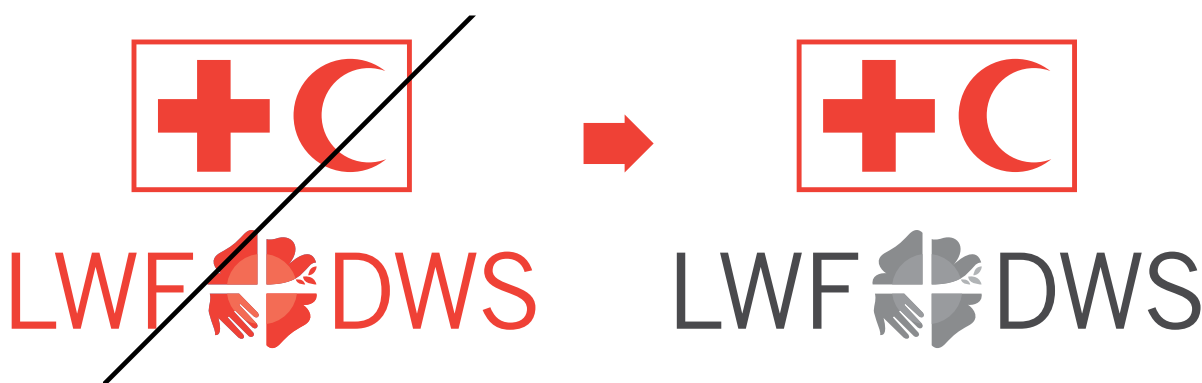
L'identité graphique abrégée peut être placée soit au-dessus, soit au-dessous de l'identité graphique du partenaire.



## Couleurs de notre identité graphique

Voir page 36.

## Co-marquage sur le terrain



36

Pour l'identité graphique,  
ne pas utiliser les couleurs autrement  
que selon les préconisations de ce manuel (couleur, bleu ou noir)

### Couleurs de notre identité visuelle

Quand, pour des raisons budgétaires ou de limitations techniques, il n'est pas possible de respecter nos directives sur l'identité visuelle pour ce qui concerne les couleurs, il est possible d'utiliser, pour notre identité graphique, la couleur préconisée par le partenaire initiateur (voir ci-dessus en haut à gauche). Dans l'exemple ci-dessus, notre identité graphique utilise la couleur bleu HCR, avec une teinte à 80% pour notre valeur «communion». Il est important que, dans des cas comme celui-ci, nos valeurs demeurent présentes et qu'elles se distinguent clairement; vous serez donc peut-être amenés à choisir le pourcentage de teinte le plus approprié pour la valeur «communion».

Si la FLM est l'initiateur mais que le budget ne permet pas de respecter les directives, la couleur

de notre identité graphique peut être le bleu foi de la FLM, avec une valeur «communion» à 85% du bleu foi.

Dans le cas d'un co-marquage avec une organisation partenaire, si le budget est restreint et que la marque de l'organisation partenaire ne contient pas de couleurs similaires à nos bleus ni même un noir générique, il ne sera pas possible d'accepter une autre couleur que le noir pour notre identité visuelle, celle du partenaire conservant sa propre couleur autorisée. Dans ce cas, seule la déclinaison noire et blanche de notre identité graphique sera autorisée. Le résultat en sera une production en deux couleurs de l'action de co-marquage.