



ATI → LÉ

CHARTRE GRAPHIQUE  
CLUBS / COMITÉS / LIGUES

JUIN 2018

LA FÉDÉRATION FRANÇAISE D'ATHLÉTISME MET À L'HONNEUR SES ATHLÈTES ET LEURS DISCIPLINES À TRAVERS  
UNE NOUVELLE MARQUE ATHLÉ QUI INVITE À (RE)DÉCOUVRIR L'ÉTENDUE DE SON OFFRE ET LA FORCE  
DE SON ENGAGEMENT POUR TOUS.  
PARCE QUE L'ATHLÉTISME EST LE PREMIER DE TOUS LES SPORTS, IL SE DOIT D'ÊTRE AUSSI LE SPORT DE TOUS.  
LA FÉDÉRATION FRANÇAISE D'ATHLÉTISME TRADUIT AINSI CETTE POSITION À TRAVERS  
UN UNIVERS VISUEL CONÇU AUTOUR DES SIGNES ORIGINELS DU SPORT.

---

CETTE CHARTE GRAPHIQUE A POUR OBJECTIF DE VOUS PRÉSENTER LA MARQUE ATHLÉ  
ET VOUS DONNER TOUTES LES RÈGLES POUR LUI DONNER VIE EN COMMUNICATION  
DE MANIÈRE IMPACTANTE ET COHÉRENTE.



LA FÉDÉRATION FRANÇAISE D'ATHLÉTISME NE POSSÈDE PAS TOUS LES DROITS SUR LES IMAGES UTILISÉES DANS CETTE CHARTE GRAPHIQUE. L'ENSEMBLE DE CES IMAGES EST INSÉRÉ DANS LA PRÉSENTE CHARTE POUR ILLUSTRER LE PROPOS ET IMAGER LES APPLICATIONS. TOUTE REPRODUCTION, REPRÉSENTATION, UTILISATION OU DIFFUSION DE CES VISUELS EN DEHORS DE CE SUPPORT OU À D'AUTRES FINS EST STRICTEMENT INTERDITE ET ENGAGE VOTRE SEULE RESPONSABILITÉ. LES VISUELS SONT À TITRE DE RÉFÉRENCE POUR UN USAGE INTERNE UNIQUEMENT.

# LOGOTYPE

## PRÉSENTATION

Véritable clin d'oeil aux sources de l'Athlétisme, le logotype Athlé représente à la fois

- ses origines historiques avec les partis-pris anguleux de la typographie qui rappellent les écritures antiques.

- l'effort des disciplines dans la force et l'évidence du mot qui a été compacté.

- le dynamisme de la structure dans la flexibilité des lettres qui s'adapte aux sujets de communication.

Il symbolise l'ensemble de la Fédération : ses athlètes, ses passionnés et toutes les personnes de l'association.

Il est unique et il doit être utilisé dans son entièreté selon les règles définies pour conserver tout son signifiant.

Son utilisation est réservée à la Fédération.

Toute utilisation du logo ou de ses déclinaisons doit être soumise à validation.

# ATHLÉ

FÉDÉRATION FRANÇAISE D'ATHLÉTISME

# LOGOTYPE

## RÈGLES D'UTILISATION

Deux versions du logotype Athlé existent pour différencier le positionnement d'émission de la marque :

**1.** La marque « **institutionnelle** » qui est accompagnée du descripteur « Fédération Française d'Athlétisme » sert à officialiser les prises de parole (dans les communiqués de presse par exemple). Cette version est disponible en bleu foncé et blanc.

**2.** La marque « **lifestyle** » qui vit sans descripteur sert à montrer le visage plus quotidien et accessible de la fédération (lors d'événements). Cette version est disponible en bleu foncé, blanc, cyan, vert, rouge et gris anthracite.

Chacune de ces versions sont aussi déclinées dans différents formats pour répondre aux divers besoins techniques d'utilisation :

- en **Quadrichromie** pour les applications print les plus courantes (offset, numérique...),
- en **RVB** et **hexadécimales** pour les applications écran (bureautique, web),
- en **Pantone** pour les applications spécifiques (offset, sérigraphie...)

1

ATHLÉ

FÉDÉRATION FRANÇAISE D'ATHLÉTISME

2

ATHLÉ

# LOGOTYPE

## PROPRIÉTÉS TECHNIQUES

Le logotype peut être appliqué sur des aplats de couleurs issues de la palette de la marque lorsque celles-ci ne nuisent pas à sa lisibilité.

### La taille minimale d'utilisation

Une taille minimale a été définie afin de garantir la bonne lisibilité du logotype sur les supports disposant de peu d'espace. Celle-ci est de 30 mm / 85 px de largeur.

### La zone de protection

Afin de garantir sa visibilité, il est important de laisser un espace de respiration autour du logotype. Formalisé par un rectangle invisible de protection, il correspond à la lettre «T» du logotype.

Aucun élément (texte, visuel, graphisme...) ne doit empiéter sur cette zone sauf exception en campagne de communication (lorsque le sujet de l'image se mêle avec le logotype par exemple).



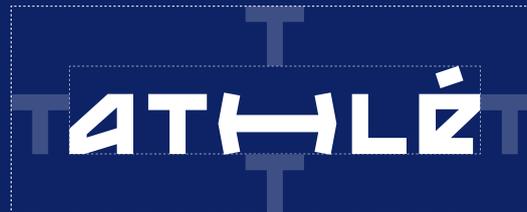
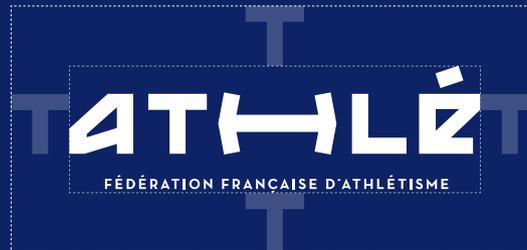
ATHLÉ  
FÉDÉRATION FRANÇAISE D'ATHLÉTISME

30 mm ou 85 px



ATHLÉ

14 mm ou 40 px



# LOGOTYPE

## INTERDITS

Les exemples d'interdits sur le logotype ci-contre sont montrés à titre indicatif et ne sont pas exhaustifs.

1. Ne pas le déformer
2. Ne pas changer les proportions, ajouter ou enlever des éléments dans le logotype
3. Ne pas changer de sa typographie
4. Ne pas changer d'utiliser d'autres couleurs que celles pré-indiquées
5. Ne pas changer le positionnement du descripteur lorsqu'il est présent
6. Ne pas appliquer de contour sur le logotype

1



ATHLÈ

2



ATHLÈ  
FÉDÉRATION FRANÇAISE D'ATHLÉTISME

3



ATHLÈ

4



ATHLÈ  
FÉDÉRATION FRANÇAISE D'ATHLÉTISME

5



FÉDÉRATION FRANÇAISE D'ATHLÉTISME  
ATHLÈ

6



ATHLÈ

# LOGOTYPE

## COULEURS

### Logotype institutionnel

Le logotype institutionnel peut être utilisé de deux façons :  
Il est utilisé en bleu foncé sur fond clair, et en blanc sur fond bleu foncé.

### Logotype lifestyle

L'utilisation du logo lifestyle permet plus de liberté. Sur les fonds colorés de la marque, il faut privilégier une utilisation du logotype en blanc pour optimiser sa visibilité.  
Sur fonds clairs, le logotype lifestyle peut revêtir toutes les couleurs référencées dans la charte graphique, excepté le blanc.

**ATHLÉ**  
FÉDÉRATION FRANÇAISE D'ATHLÉTISME

**ATHLÉ**  
FÉDÉRATION FRANÇAISE D'ATHLÉTISME



**ATHLÉ**



**ATHLÉ**

## LOGOTYPE

### PHOTOGRAPHIE

#### Utilisation sur fond photographique

Sur fond photographique, il est recommandé d'utiliser le logotype dans sa version blanche pour optimiser sa visibilité et son impact visuel.



ATHLÈTE

# COULEURS

## PRÉSENTATION

Des couleurs de marque ont été définies pour permettre à la fédération d'être immédiatement identifiée, à la fois comme un acteur institutionnel mais aussi comme un acteur de sport moderne et actif ancré dans le quotidien de tous.

Les références définies ci-contre doivent être respectées, il est en aucun cas possible de les modifier, ou d'ajouter une couleur d'une teinte proche.

Toutes les couleurs peuvent coexister en typographie et en aplat pour créer du relief et du rythme dans les communications.

R255 V255 B255  
CO MO JO NO  
#FFFFFF

PANTONE 2757C  
R13 V35 B102  
C100 M75 JO N25  
#0D2366

PANTONE 3545C  
R2 V188 B255  
C70 MO J5 NO  
#02BCFF

PANTONE WARM RED C  
R255 V77 B82  
CO M80 J75 NO  
#FF4D52

PANTONE 2283C  
R153 V232 B104  
C35 MO J60 NO  
#99E868

R45 V45 B45  
CO MO JO N95

## TRAITEMENT

### TYPOGRAPHIE

1. Une typographie identitaire a été sélectionnée pour cette nouvelle identité : la **Arquitectura**. Celle-ci sert pour l'ensemble des supports de communication.

Lors de la phase de création, il est possible d'allonger certaines lettres pour illustrer une action ou une émotion.

2. Pour les utilisations en bureautique, une typographie système de substitution a été définie : l'Arial

2

Arial regular  
**Arial Bold**

1 **ARQUITECTA**

aAbBcCdDeEfF gGhH  
0123456789

ARQUITECTA THIN  
ARQUITECTA LIGHT  
ARQUITECTA BOOK  
ARQUITECTA REGULAR

ARQUITECTA MEDIUM  
ARQUITECTA BOLD  
ARQUITECTA HEAVY  
ARQUITECTA BLACK

DÉ  ASSEMENT  
 EFFORT

# ARCHITECTURE

## PRÉSENTATION

La marque Athlé vient également mettre en avant d'autres marques de son écosystème, à savoir :

Pour les clubs, les ligues, ou encore les comités départementaux, leur logotype ou leur nom (dans la typographie de marque) vient s'apposer sur le logotype Athlé qui ouvre sa lettre «H» pour créer un réceptacle.

À noter que dans le cadre des circuits fédéraux, Seul le «H» est conservé pour exprimer un lien de parenté avec la marque Athlé.

1. Clubs
2. Ligues
3. Comités départementaux
4. Circuits fédéraux

AVEC LOGO

SANS LOGO

1



2



3



4



# ARCHITECTURE

## CONSTRUCTION

Concernant les clubs, les ligues ou encore les comités départementaux, des règles ont également été déterminées pour assurer un équilibre visuel.

Le logotype partenaire s'inscrit dans un rectangle centré par rapport au «H» du logotype. Pour accueillir son partenaire, la lettre «H» a été étirée à une longueur correspondant à 5 fois sa taille initiale, et ne peut pas être élargie davantage.

Ces règles de proportions sont à respecter impérativement, et ne peuvent en aucun cas être modifiées.



# TRAITEMENT

## TYPOGRAPHIE

Concernant l'étirement des lettres, il est primordial que les règles suivantes soient respectées. Il existe **4 variantes** de longueur possible.

1. La longueur classique de la lettre.
2. Le double de la longueur classique de la lettre.
3. Le triple de la longueur classique de la lettre.
4. Le quadruple de la longueur classique de la lettre.

Au delà du quadruple de la longueur de la lettre, la lecture devient difficile.

À noter que l'étirement des lettres est également possible verticalement, tout en respectant les règles de proportions énoncées.

1 EFFORT  
X

2 EFFORT  
2X

3 EFFORT  
3X

4 EFFORT  
4X

# TRAITEMENT

## ICONOGRAPHIE

L'iconographie est centrale pour la marque Athlé. Elle permet de mettre en valeur ses équipes sportives, ses licenciés ou encore ses lieux clés.

La photographie doit en effet mettre en avant la modernité de la fédération, l'énergie des sports et l'émotion de l'effort. L'homogénéité dans les compositions est indispensable pour permettre à la marque Athlé d'être reconnue.

Ainsi le système de détournage des protagonistes en mouvement est favorisé dans les communications courantes de la fédération (cf. les exemples ci-après).





# ATHLÉ

SERVICE COMMUNICATION

01 53 80 70 00  
COMMUNICATION@ATHLE.FR

FÉDÉRATION FRANÇAISE D'ATHLÉTISME  
33 AVENUE PIERRE DE COUBERTIN - 75013 PARIS

[WWW.ATHLE.FR](http://WWW.ATHLE.FR)

