



**centre national
du cinéma et de
l'image animée**

charte
graphique
juillet 2009

Suite à la parution au Journal Officiel de la République Française, le samedi 25 juillet, de l'ordonnance No.2009-901 du 24 juillet 2009, le Centre national de la cinématographie, tout en gardant son appellation CNC, devient le Centre national du cinéma et de l'image animée.

Etienne Robial, qui a créé et aménagé le logotype, en 1996 et 2005, en a modifié le nouvel intitulé.

Vous trouverez ci-joint la nouvelle charte graphique du Centre national du cinéma et de l'image animée, qui est également disponible sur le site internet du CNC.

Elle comprend les déclinaisons du logo CNC sur les différents documents ainsi que les contextes de mise en œuvre, les polices de caractère à utiliser.

Sommaire

1 Le logotype CNC

- 1-1 Logotype et tracé régulateur
- 1-2 Logotype + intitulé
- 1-3 Spécificités du logotype
- 1-4 Positionnement du logotype
- 1-5 Positionnement et utilisation du logotype
- 1-6 Normes de reproduction du logotype

2 Les typographies

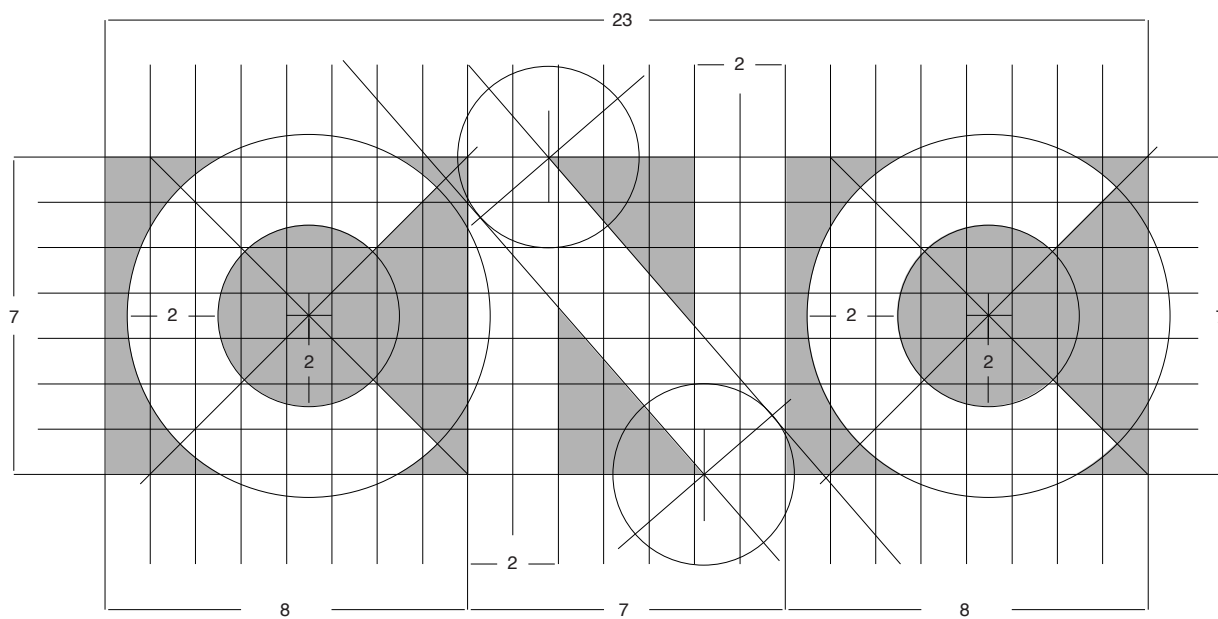
- 2-1 Typographies
- 2-2 Helvetica
- 2-3 Akkurat
- 2-4 Quelques règles pour la composition et la mise en page des documents

Dessin du logotype et son tracé régulateur

Dessin du logotype

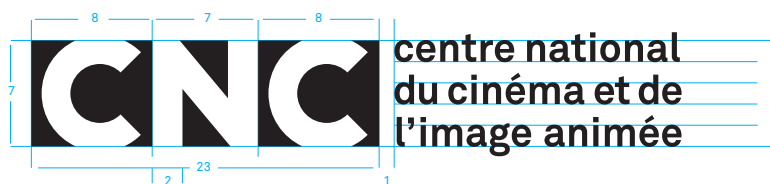


Tracé régulateur

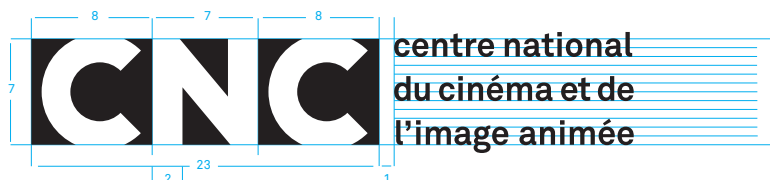


Logotype + intitulé

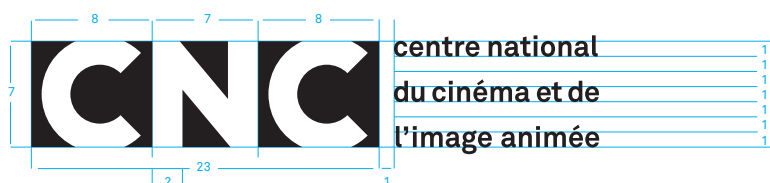
Modèle 1



Modèle 2



Modèle 3

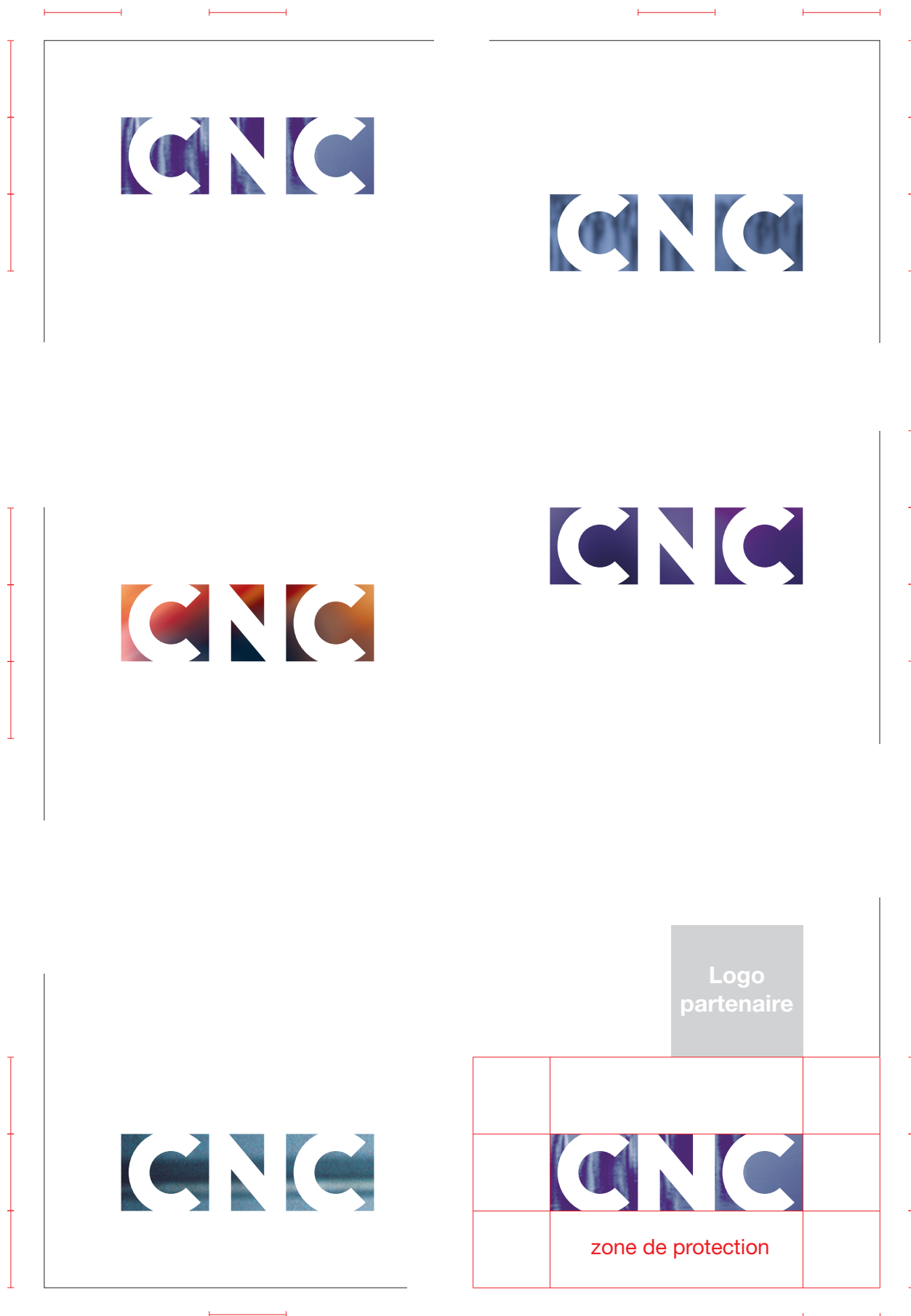


Spécificités du logotype

Visuels intérieurs aléatoires

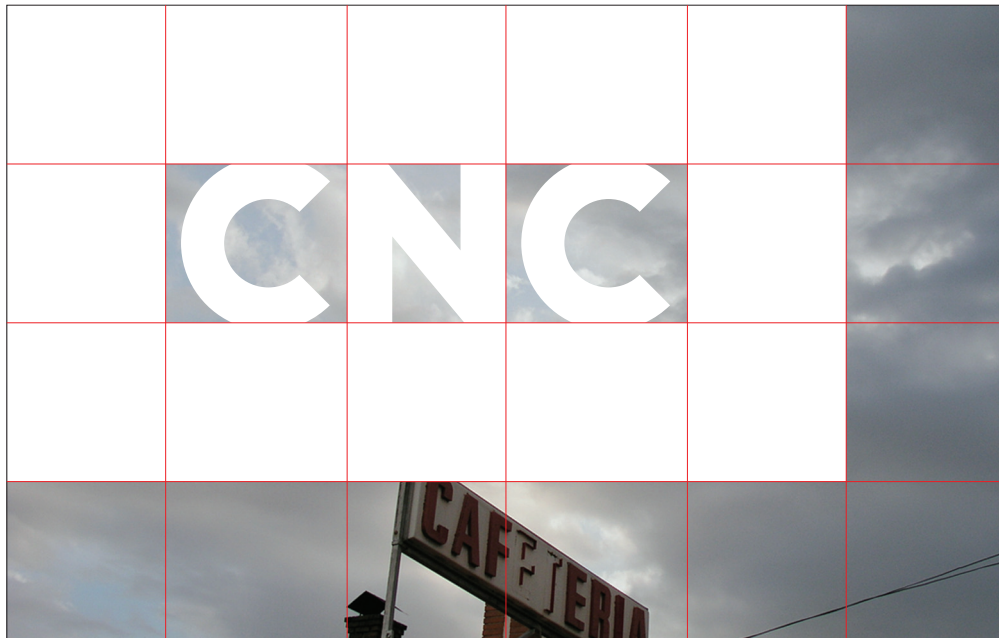


Positionnement du logotype



Positionnement et utilisation du logotype

Sur un document officiel émis par le CNC



Le CNC est partenaire... sur une affiche... sur un rapport



Positionnement et utilisation du logotype



Positionnement et utilisation du logotype



Limites du système



Normes de reproduction du logotype

Traitement du logotype au trait

Sur tout document édité ou émis par le CNC le logotype est de préférence sur fond blanc.

Sur tout document où le CNC est partenaire, etc. le logotype est toujours en défoncé blanche ou réserve.

Le contour ne doit jamais être borduré.

Position du logotype

Le logotype doit toujours être positionné à l'horizontale, jamais d'utilisation en biais.

Le logotype doit toujours être positionné à une fois sa hauteur des bords verticaux du document ou à une ou plusieurs fois sa hauteur des bords horizontaux.

Dans un angle le "blanc tournant" sera égal à sa hauteur.

Dans un bloc marque sa zone de protection est de une fois sa hauteur.

Taille du logotype

Il n'y a pas de limite d'agrandissement et de réduction du logotype.

Couleurs d'environnement du logotype

Sur fond blanc, la couleur dominante du logotype est

bleu, simili ou quadri.

Sur fond d'image la couleur du logotype est

blanc (en réserve).

Traitements des visuels intérieurs du logotype

Bleu **PMS 280** (ton direct)

Cyan 100% **Magenta 70%** (équivalence quadri)

Quadri

Noir simili

Cyan simili

Typographies

Les caractères **Helvetica** et **Akkurat** sont les deux typographies qui ont été retenues pour l'ensemble des publications et des documents de communication du **CNC**.

Ils ont été choisis pour leurs qualités de **lisibilité**, d'**efficacité** et de **commodité**.

Efficacité

La lisibilité est la qualité première de l'**Helvetica** comme de l'**Akkurat** lorsqu'ils sont exploités en bas de casse. Ils sont aussi lisibles en titre qu'en labeur. Ce sont des caractères simples, sans empattement, modernes mais "hors mode", ils bénéficient d'un large éventail de graisses très indiqué pour transmettre un message précis, une information claire et hiérarchisée.

Commodité de l'Helvetica

C'est un caractère courant, présent chez tous les compositeurs, imprimeurs, dans tous les logiciels de micro-informatique (où il est parfois proposé sous l'appellation Haas, Arial, Geneva ou Swiss), dans tous les générateurs d'écriture.

L'emploi de ces deux caractères, de manière rigoureusement systématique, associé à d'autres paramètres (logotype, support, mise en page) assure la cohérence et permet l'identification immédiate de tous les documents édités par le **CNC**.

Helvetica

A B C D E F G H I
J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
a b c d e f g h i
j k l m n o p q r
s t u v w x y z

Helvetica Bold corps 24

A B C D E F G H I
J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
a b c d e f g h i
j k l m n o p q r
s t u v w x y z

Helvetica Roman corps 24

A B C D E F G H I
J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
a b c d e f g h i
j k l m n o p q r
s t u v w x y z

Akkurat Bold corps 24

A B C D E F G H I
J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
a b c d e f g h i
j k l m n o p q r
s t u v w x y z

Akkurat corps 24

A B C D E F G H I
J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
a b c d e f g h i
j k l m n o p q r
s t u v w x y z

Akkurat light corps 24

Quelques règles pour la composition et la mise en page des documents

On convient que **Centre national du cinéma et de l'image animée** s'écrit ainsi, avec une majuscule à "Centre" et sans majuscule à "national du cinéma et de l'image animée".

En abrégé, on convient que **CNC** s'écrit ainsi, en majuscules, sans point ni espace entre les lettres.

L'ensemble des textes du **CNC** sont composés en **bas de casse** (minuscules), jamais tout en capitales (majuscules), à l'exception des sigles composés d'initiales tels CNC, SNCF, EDF, etc.

Seule la première lettre des noms propres doit être en capitale.

Le caractère Helvetica peut être proposé sous d'autres noms dans certains logiciels : Arial, Swiss, Haas, Geneva....

Texte courant

Les paragraphes sont distingués par un retour à la ligne ou par une ligne de blanc entre eux.

Jamais de phrases ou de mots soulignés.

Pour attirer l'attention sur un mot ou un groupe de mots dans une phrase, passer dans la graisse supérieure.

Titres et sous-titres

Hiérarchisation des titres grâce au corps et à la graisse.

Les titres sont alignés à gauche.

Jamais de ligne de blanc après un sous-titre.

Jamais de titres soulignés, encadrés ou grisés.

Tableaux

Proscrire les filets, les lignes verticales sont obtenues optiquement par l'alignement des textes ou des chiffres.

Utiliser, éventuellement et exceptionnellement, des filets ou des pointillés horizontaux.

Exemple

	2006	2007	2008	2009
Fournisseurs	542,2	755,0	2 358,2	3 808,4
Personnel	55,3	90,4	314,0	1 052,0
Impôts et taxes	15,0	20,5	92,4	112,1
Total	612,5	965,9	2 764,6	4 972,5

Quelques codes typographiques

Noms propres

Prénom et nom en bas de casse (minuscules)

exemple : Pierre Legrand

Adresses

Pas de ponctuation dans les adresses (ni virgule, ni tiret mais espacement et double espacement)

12 rue de Lübeck 75116 Paris

Adresses postales

12 rue de Lübeck 75116 Paris

Adresses géographiques

12 rue de Lübeck Paris 16ème

Téléphones

02 72 51 48 00 (un espace et pas de point entre les paires de chiffres)

Dates

25 juillet 2009 (date en entier), 25/07/09 (date abrégée)

Euros

25 € 250,50 € 250 000 € (un espace entre le chiffre et € en capitale, un espace et pas de point entre les milliers)

Numérotation

No.00 (N cap, o bdc, . point, chiffre sans espace),
exemples : No.1, No.2...

Enièmes

1er 1ère 2nd 2ème 31ème... (pas de "ème" en exposant)

Le logotype du **CNC** a été créé par **Etienne Robial** en septembre 1996.
La charte graphique a été élaborée et remise à jour en janvier 2005 et juillet 2009
par **On/Off productions** avec **Stéphanie Dupont** et **Maxime Barbier**.
Pour tous renseignements complémentaires,
merci de contacter la direction de la communication du CNC
Marc-Antoine Chaumien ou **Ariane Nouvet 01 44 34 38 83**
ou **logo@cnc.fr**