

Cette fiche définit les règles visuelles communes à tous les supports d'EVENAUDIT. Elle garantit une identité cohérente, lisible et professionnelle, du document interne à la communication publique.

■ Logo

Utiliser la version officielle avec symbole, nom et signature sur fond blanc ou très clair.

Zone de protection la hauteur de la lettre E autour du logo.

Taille minimale 35 mm en impression et 170 px en numérique.

- Ne jamais étirer, incliner, recadrer ou recolorer le logo.
- Ne jamais modifier ni traduire « REINVENTING THE POSSIBLE ».

■ Palette institutionnelle

BLEU #212F64	VERT #588069	ORANGE #E18A40
------------------------	------------------------	--------------------------

Neutres Noir #000000, blanc #FFFFFF et gris clair #F2F4F7.

Le bleu structure. Le vert accompagne les sujets de confiance et de durabilité. L'orange souligne une information ou un appel à l'action.

- Préserver un contraste élevé et limiter chaque composition à un accent dominant.

■ Typographie

Aa ARIAL MT

Titres Arial Bold, 24 à 32 pt.

Intertitres Arial Bold, 14 à 18 pt.

Texte courant Arial Regular, 9 à 11 pt.

Légendes Arial Regular, 8 à 9 pt.

- Privilégier l'alignement à gauche, des phrases courtes et une hiérarchie constante.

■ Univers visuel

- Professionnels africains noirs ou métis dans des situations de travail crédibles.
- Bureaux contemporains, environnements clients et contextes sectoriels réels.
- Lumière naturelle, expressions sobres, cadrages nets et couleurs maîtrisées.
- Images haute définition, droits d'utilisation vérifiés et retouches discrètes.

À éviter : éviter les poses artificielles, les clichés culturels, les visuels génériques et les effets excessifs.

■ Mise en page

- Construire chaque support sur une grille régulière avec des marges généreuses.
- Conserver le blanc comme espace de respiration et le bleu comme couleur de structure.
- Employer le vert et l'orange pour guider la lecture, jamais pour de longs paragraphes.
- Limiter les effets décoratifs et privilégier la clarté des titres, chiffres et messages clés.

Principe : une page doit rester lisible au premier regard, avec un seul point focal principal.

■ Applications et contrôle

- Présentations, propositions commerciales, rapports, notes, modèles Word et supports de formation.
- Site internet, signatures e-mail, recrutement, événements et réseaux sociaux.
- Conserver les mêmes couleurs, la même police et une signature de marque constante.
- Adapter les dimensions au canal sans altérer le logo ni la hiérarchie.

Validation : avant diffusion, vérifier le logo source, les codes couleur, Arial MT, la résolution et le contraste.

RIGUEUR • PROXIMITÉ • CONFORMITÉ • PERFORMANCE • TRANSFORMATION