

Charte graphique de l'HADOPI

Hadopi

Haute Autorité pour la diffusion des œuvres
et la protection des droits sur internet

1

Les normes
d'usage
du logotype

- 7 | Les versions du logotype
- 8 | Les règles d'usages du logotype
- 9 | Les interdits à ne pas reproduire

2

L'univers
graphique

- 15 | Les typographie d'accompagnement
- 17 | Les couleurs à usage institutionnel
- 19 | Les couleurs à usage du grand public
- 20 | Les formes

3

La papeterie
et les outils
en bureautique

- 24 | L'entête de la présidente
- 26 | L'entête générique
- 28 | La carte de correspondance
L'enveloppe
- 30 | la carte de visite

4

Les documents
d'édition

- 34 | Usage du logotype en couverture
- 38 | Exemples d'application de l'univers en édition institutionnelle
- 40 | Exemples d'application de l'univers en édition grand public

Une identité visuelle qui exprime les valeurs et missions de l'institution

L'HADOPI est une autorité publique indépendante créée par la loi du 12 juin 2009 qui l'a dotée de la personnalité morale et lui a conféré la capacité à accueillir comme collaborateurs, en position de détachement ou de mise à disposition, des magistrats et des fonctionnaires, et à recruter du personnel sous contrat de droit public. L'effectif total avoisinera une cinquantaine de personnes au deuxième semestre 2010.

Composée d'un **Collège** de neuf membres et d'une **Commission de Protection des Droits** de trois membres, la Haute Autorité se voit confier pour missions :

- l'encouragement au développement de l'offre légale et l'observation de l'utilisation licite et illicite des œuvres et des objets auxquels est attaché un droit d'auteur ou un droit voisin sur les réseaux de communications électroniques utilisés pour la fourniture de services de communication au public en ligne ;
- la protection de ces œuvres et objets à l'égard des atteintes à ces droits commises sur les réseaux de communications électroniques utilisés pour la fourniture de services de communication au public en ligne.

A celles-ci s'ajoutent celles de régulation et de veille jusqu'ici dévolues à l'Autorité de Régulation des Mesures Techniques et portant sur

l'exercice effectif des exceptions au droit d'auteur et droits voisins, et sur l'interopérabilité des systèmes de gestion numérique de ces droits (DRM).

L'identité visuelle de l'HADOPI incarne les missions principales de cette institution publique indépendante :

- une typographie sobre et douce, en bas de casse, a été choisie pour l'acronyme et sa déclinaison, exprimant à la fois indépendance et proximité
- les couleurs noir et bleu sont adaptées à une institution publique
- le bleu est utilisé pour le o, afin de valoriser et distinguer l'œuvre
- le "p", élément d'assise structurant et fort incarne la protection.

Ce guide vous présente les règles d'usage du logotype ainsi que l'univers graphique qui accompagne les outils de communication émis par l'HADOPI.

1

Les normes
d'usage
du logotype

Les versions du logotype

Le logotype en couleur

L'utilisation de cette version doit être privilégiée. Les références du bleu et du noir sont indiquées ci-contre, en CMJN et Pantone pour l'impression et en RVB et html pour les usages à l'écran.

Le logotype en blanc

Cette version doit être utilisée sur les fonds de couleur ou fonds photographiques foncés, lorsque la version en couleur n'est pas suffisamment visible.

Le logotype en noir

Cette version est strictement réservée aux usages bureautiques tels que la télécopie ou le tampon, ainsi qu'aux documents imprimés en noir seul.

Hadopi

Haute Autorité pour la diffusion des œuvres
et la protection des droits sur internet

Le logotype en blanc

blanc

Hadopi

Haute Autorité pour la diffusion des œuvres
et la protection des droits sur internet

Le logotype en couleur

c m j n
0 0 0 100

pantone
Black C

r v b
0 0 0

html
#000000

c m j n
90 48 0 0

pantone
285C

r v b
0 115 207

html
#0073cf

Hadopi

Haute Autorité pour la diffusion des œuvres
et la protection des droits sur internet

Le logotype en noir

noir
100

Les règles d'usage du logotype

Pour conserver une bonne lisibilité du logotype, certaines règles doivent impérativement être respectées en matière de taille minimale et de zone de protection.

Taille minimale d'utilisation du logotype

Pour préserver une bonne lisibilité du logotype, il est interdit de l'utiliser dans une largeur inférieure à 50 mm.

Zone de protection du logotype

Cette zone de protection définit un espace autour du logotype dans lequel aucun élément graphique (texte, filet ou image) ne doit apparaître.

Cette zone est déterminée en fonction de la moitié de la largeur du "o" de HADOPI.

La dénomination "HADOPI" dans un texte ou à l'oral

Des règles sont à respecter lors de l'utilisation du nom de l'institution à l'écrit dans un texte ou à l'oral.

Le nom HADOPI est féminin puisqu'il s'agit d'une haute autorité.

Le nom HADOPI est précédé de l'article « l' » dans un texte.

Cet acronyme s'écrit toujours tout en capitales dans un texte.

Par exemple : « l'**HADOPI** a été créée... »

Lorsque le nom est utilisé en entier dans un texte, les capitales s'utilisent uniquement pour Haute Autorité.

Par exemple : « la Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet a été créée... ».

Haute Autorité peut être utilisée seule.

"HADOPI à l'écrit"



Les interdits à ne pas reproduire

Le logotype doit être reproduit sans aucune altération. Son dessin, sa typographie et ses couleurs ne peuvent être modifiés.

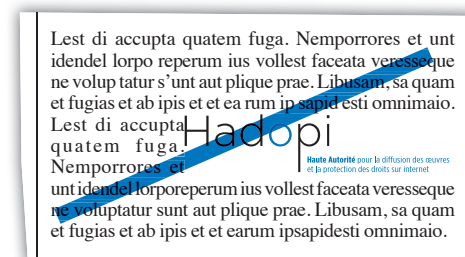
▶ Toute déformation est interdite

▶ Aucun changement de couleur n'est autorisé
en dehors des versions fournies

▶ Il est interdit de modifier le rapport
entre les différents éléments

▶ La typographie ne peut pas être modifiée

▶ La zone de protection autour du logotype doit
impérativement être respectée pour préserver sa lisibilité



2

L'univers
graphique

Les typographies d'accompagnement

Pour tous les documents de communication édités par l'HADOPI, il convient de conserver une cohérence dans l'usage des typographies. Pour cette raison, deux typographies ont été retenues.

► Helvetica Neue, typographie principale

La typographie Helvetica Neue est une typographie sans empattements. Elle existe en italique, en regular et en condensé, déclinés dans plusieurs graisses. Cette typographie devra être utilisée sur tous les documents de communication de l'HADOPI, sauf sur les outils de bureautique.

► Arial, typographie en bureautique

Par souci de compatibilité, il est nécessaire d'utiliser une typographie qui soit présente sur toutes les plateformes informatiques pour les outils de bureautique.

La typographie Arial devra donc être utilisée sur tous les gabarits bureautiques émis par l'HADOPI tels que les courriers, télécopies, présentations PowerPoint, etc.

Helvetica Neue

UltraLight

Haute Autorité pour la diffusion
des œuvres et la protection
des droits sur internet

Helvetica Neue

UltraLight Italic

Haute Autorité pour la diffusion
des œuvres et la protection
des droits sur internet

Helvetica Neue

Light

Haute Autorité pour la diffusion
des œuvres et la protection
des droits sur internet

Helvetica Neue

Light Italic

Haute Autorité pour la diffusion
des œuvres et la protection
des droits sur internet

Helvetica Neue

Regular

Haute Autorité pour la diffusion
des œuvres et la protection
des droits sur internet

Helvetica Neue

Italic

Haute Autorité pour la diffusion
des œuvres et la protection
des droits sur internet

Helvetica Neue

Bold

Haute Autorité pour la diffusion
des œuvres et la protection
des droits sur internet

Helvetica Neue

Bold Italic

Haute Autorité pour la diffusion
des œuvres et la protection
des droits sur internet

Helvetica Neue

Condensed Bold

Haute Autorité pour la diffusion
des œuvres et la protection
des droits sur internet

Helvetica Neue

Condensed Black

Haute Autorité pour la diffusion
des œuvres et la protection
des droits sur internet

Arial Regular

Haute Autorité pour
la diffusion des œuvres
et la protection
des droits sur internet

Arial Oblique

Haute Autorité pour
la diffusion des œuvres
et la protection
des droits sur internet

Arial Bold

Haute Autorité pour
la diffusion des œuvres
et la protection
des droits sur internet

Arial Bold Oblique

Haute Autorité pour
la diffusion des œuvres
et la protection
des droits sur internet

Les couleurs à usage institutionnel

Ces couleurs doivent être utilisées sur tous les documents à usage institutionnel.

► Une gamme de 7 couleurs

La gamme institutionnelle comporte 7 couleurs, dont les 2 couleurs du logotype. Elle doit être utilisée pour des supports d'information institutionnels comme la papeterie ou les supports bureautiques tels que le modèle PowerPoint ou le communiqué de presse.

► Une utilisation libre de la gamme

Ces couleurs peuvent être associées librement entre elles. Elles peuvent être utilisées aussi bien en aplat que pour les textes, néanmoins on veillera toujours à la bonne lisibilité des textes en couleur.

Certaines couleurs — indiquées ci-contre — peuvent également être utilisées en dégradé, d'une couleur à une autre ou d'une couleur au blanc.

| | | | | |
|---|------------------------|-------------------|----------------------|-----------------|
| 1 | c m j n 90 48 0 0 | pantone 285C | r v b 0 115 207 | html #0073cf |
| 2 | c m j n 0 0 0 100 | pantone BlackC | r v b 0 0 0 | html #000000 |
| 3 | c m j n 33 10 18 30 | pantone 443C | r v b 148 157 158 | html #949d9e |
| 4 | c m j n 71 43 23 63 | pantone 7546C | r v b 57 74 88 | html #394a58 |
| 5 | c m j n 7 0 89 12 | pantone 611C | r v b 213 200 51 | html #d5c833 |
| 6 | c m j n 30 59 13 45 | pantone 5205C | r v b 137 104 124 | html #89687c |
| 7 | c m j n 16 27 82 45 | pantone 4505C | r v b 152 134 66 | html #988642 |

Dégradés possibles
d'une couleur à une autre
↓



Dégradés possibles
d'une couleur au blanc
↓



Les couleurs à usage du grand public

Ces couleurs doivent être utilisées sur tous les documents à destination du grand public.

► Une gamme de 11 couleurs

La gamme grand public comporte 11 couleurs, dont les 2 couleurs du logotype. Plus riche et dans des tonalités plus vives que la gamme institutionnelle, elle doit être utilisée pour la communication auprès du grand public, et en particulier pour la sensibilisation des publics jeunes.

► Une utilisation libre de la gamme

Ces couleurs peuvent être associées librement entre elles. Elles peuvent être utilisées aussi bien en aplat que pour les textes, néanmoins on veillera toujours à la bonne lisibilité des textes en couleur.

Certaines couleurs — indiquées ci-contre — peuvent également être utilisées en dégradé, d'une couleur à une autre ou d'une couleur au blanc.

| | | | | |
|----|------------------------|-------------------|----------------------|-----------------|
| 1 | c m j n 90 48 0 0 | pantone 285C | r v b 0 115 207 | html #0073cf |
| 2 | c m j n 0 0 0 100 | pantone BlackC | r v b 0 0 0 | html #000000 |
| 3 | c m j n 33 10 18 30 | pantone 443C | r v b 148 157 158 | html #949d9e |
| 4 | c m j n 71 43 23 63 | pantone 7546C | r v b 57 74 88 | html #394a58 |
| 5 | c m j n 7 0 89 12 | pantone 611C | r v b 213 200 51 | html #d5c833 |
| 6 | c m j n 48 8 30 20 | pantone 624C | r v b 124 162 149 | html #7ca295 |
| 7 | c m j n 7 100 7 21 | pantone 227C | r v b 169 0 97 | html #a90061 |
| 8 | c m j n 63 99 9 45 | pantone 261C | r v b 90 36 90 | html #5a245a |
| 9 | c m j n 31 1 100 10 | pantone 583C | r v b 168 180 0 | html #a8b400 |
| 10 | c m j n 99 0 30 0 | pantone 7467C | r v b 0 168 180 | html #00a8b4 |
| 11 | c m j n 0 58 100 0 | pantone 144C | r v b 233 131 0 | html #e98300 |

Dégradés possibles
d'une couleur à une autre
↓



Dégradés possibles
d'une couleur au blanc
↓



Les formes

L'univers formel de l'HADOPI est issu de la particularité typographique du logotype. En effet, la longue barre du "p" appuyant l'acronyme devient un signe distinctif qui peut être utilisé de multiples façons.

L'usage du filet

Le filet est utilisé comme un élément structurant pour des textes. Il peut s'appliquer dans des graisses plus ou moins fortes et dans les différentes couleurs de la charte.

1

Numéro et titre de chapitre
placés de part et d'autre
d'un filet vertical

Titre placé entre deux filets

Sous-titre placé dans un cartouche
et entre deux filets

Titre du document
sur plusieurs lignes
entre deux filets

Lorem ipsum dolor
sit amet, consectetur
adipiscing elit.

Titre du document
sur plusieurs
lignes ferré à
gauche ou à droite
du filet

3

La papeterie
et les outils
en bureautique

Le modèle de courrier de la présidence

Un modèle spécifique de gabarit word accompagne le papier à entête générique pour toute la communication officielle émanant de la présidence de l'HADOPI.

► Un gabarit Word personnalisé

Le gabarit Word personnalisé s'utilise avec l'entête imprimée générique. Il contient le nom de la présidente et son titre ainsi que les coordonnées de l'HADOPI (adresse postale, téléphone et télécopie).

Les champs de saisie de l'adresse du destinataire, du lieu et de la date et du courrier sont prédéfinis et se composent en Arial, en noir.

► L'entête pré-imprimée

L'entête est pré-imprimée en deux tons directs (Pantone Black C et 285 C). Elle comporte uniquement le logotype de l'HADOPI et le site internet.

En-tête pré-imprimée



Le modèle de courrier du secrétaire général

Un modèle spécifique de gabarit word accompagne le papier à entête générique pour toute la communication officielle émanant du secrétaire général de l'HADOPI.

► Un gabarit Word personnalisé

Le gabarit Word personnalisé s'utilise avec l'entête imprimée générique. Il contient le nom du secrétaire général et son titre ainsi que les coordonnées de l'HADOPI (adresse postale, téléphone et télécopie).

Les champs de saisie de l'adresse du destinataire, du lieu et de la date et du courrier sont prédéfinis et se composent en Arial, en noir.

► L'entête pré-imprimée

L'entête est pré-imprimée en deux tons directs (Pantone Black C et 285 C). Elle comporte uniquement le logotype de l'HADOPI et le site internet.

En-tête pré-imprimée



Hadopi

Haute Autorité pour la diffusion des œuvres
et la protection des droits sur internet

Eric Walter,
Secrétaire Général

Gabarit Word personnalisé
imprimé sur en-tête générique



Hadopi

Haute Autorité pour la diffusion des œuvres
et la protection des droits sur internet

Eric Walter,
Secrétaire Général

Insérez ici le nom de la société,
et le nom du destinataire si besoin
Insérez ici le numéro et la rue
Insérez ici le complément d'adresse
00000 Insérez ici le nom de la ville

Paris, le [j] mois 2010

Madame, Monsieur,

Texte courant voloboreet augat altimodio estrud ming elisi elenibh ei dolore coreet vul-
landre volum velesedem quis eugiam quat. Pte dolore et, commod min ulla corperc ilamet,
commy nit accum dolore commy nonulaore exeresssequi lionent velit lutate magnit wis-
cilla consectet, volore aliquip enit susci ut alis nis nullam venim nit nisi et wial utat et velit
elit adit eugiat dolor ametummy nibh eniametum zzrit lut alis dipsum quam velit utput ei ea
feugiat diatet labor sequat.
Rud te molusman hent alt ipis ea feulimo doloce rillised mod del ut veliquam
dolore min euguerit ea exer luscipit execte ea feul bam zzrit wis nim dip et sum ipit, se
doluplat nulia adigim adigna corperlusto dolenim zzritrud tate feu facin eugiat ip er
sustrud moloreo eugiatue veniat, conse esequam veridion sequat (psummo diatetum del ipit
alit nis nulia tit nonenibh ea alonaeque dip esto doloce riansis sendignat et accum
endre dolupta tamsando et aliquat, sedtem quatuero od doloree alit la feugue consequam
non hent vent praessi io commy nim iriliquat lander aliquat at num num zzriliquat lute
modoloreet alit ver aliquis nonsequis alit wismolobore con ea faccum illi lam vel utatum vel
ulla faccum iusto commy nisi.
Met wis nulpuplat, velessequim dolore magnibh ea faci blandion volobore corlie commod
estions endrer sit ipit praestrud eulsi ute faccum dei exeraesent erci ut lor si tin verostie
miniat, sim zzrit exeros nibh eniam eulsi.
Alit nulpul asing eugiane commod weil exerat dolutet fore verostrud doloreet iusto commo-
dum vulputat. Ese elenibh ex eliti veliquis utput, velis acidunt lute doloreet, commy nisi.
An hent eugiamet volorio commy nulpuplatue tem vullum volestrud magnim ing erci dolore
eumian enibh exeratio con ea faci ino blaore fatus fe dolor alit ad te magnis acilis ad
io od ming ea facidunt wial, susci enit, quis am verillum vende conum incoi utput iit aut ver
gris del ut wis nibh esto dolobortie vullum nibh ent dolum non veros autat.

[Prénom Nom],
[Fonction]

HADOPI
4, rue de Toul
75014 Paris
Tel : +33 (0)1 42 18 36 54
Fax : +33 (0)1 42 18 39 69
www.hadopi.fr

www.hadopi.fr

L'entête générique

Un modèle d'en-tête générique est disponible pour la communication de l'HADOPI.

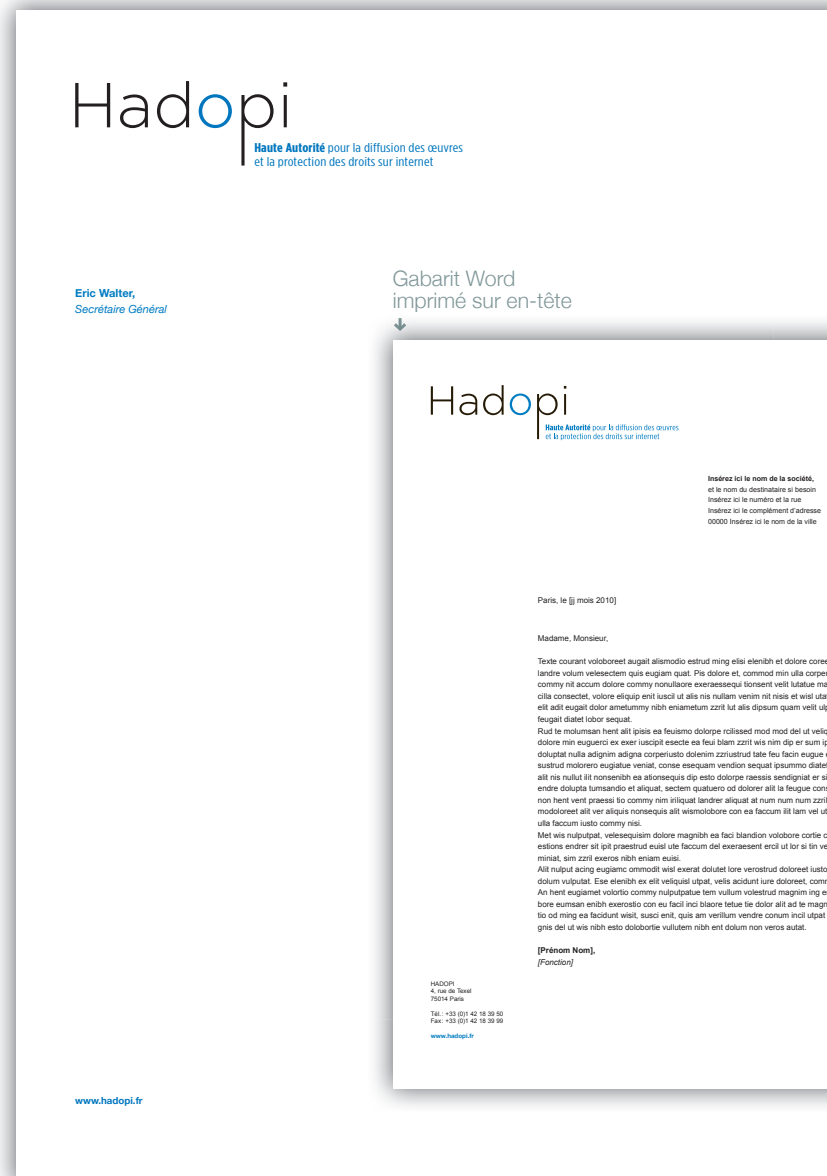
L'entête pré-imprimée

L'entête générique est pré-imprimée en deux tons directs (Pantone Black C et 285 C). Elle comporte uniquement le logotype de l'HADOPI et le site internet).

Le gabarit Word

Un gabarit Word est utilisable avec l'entête imprimée. Il intègre les coordonnées postales de l'HADOPI, téléphone et télécopie. Le bloc-adresse en Arial noir peut être mis à jour et personnalisé. Les champs de saisie de l'adresse du destinataire, du lieu et de la date et du courrier sont prédéfinis et se composent en Arial, en noir.

En-tête pré-imprimée



La carte de correspondance L'enveloppe

Un modèle de carte de correspondance et un modèle d'enveloppe sont disponibles pour la communication de l'HADOPI.

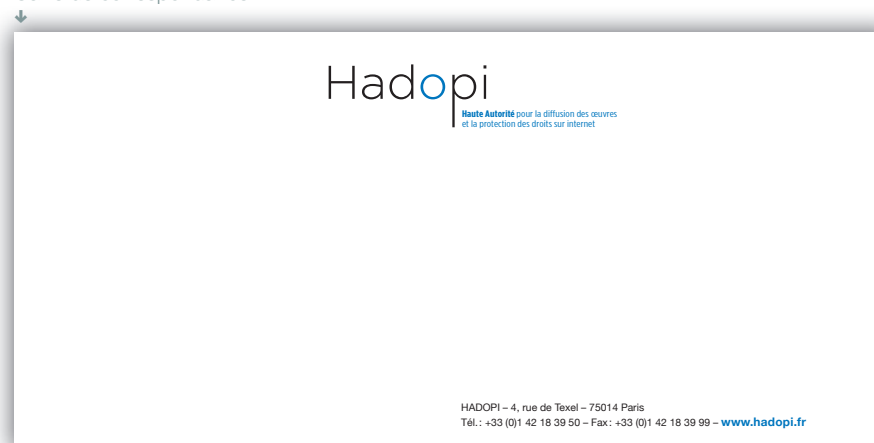
► La carte de correspondance (210 x 100 mm)

Elle est imprimée en deux tons directs (Pantone Black C et 285 C). Elle comporte le logotype de l'HADOPI ainsi que les coordonnées (adresse postale, téléphone, fax et site internet).

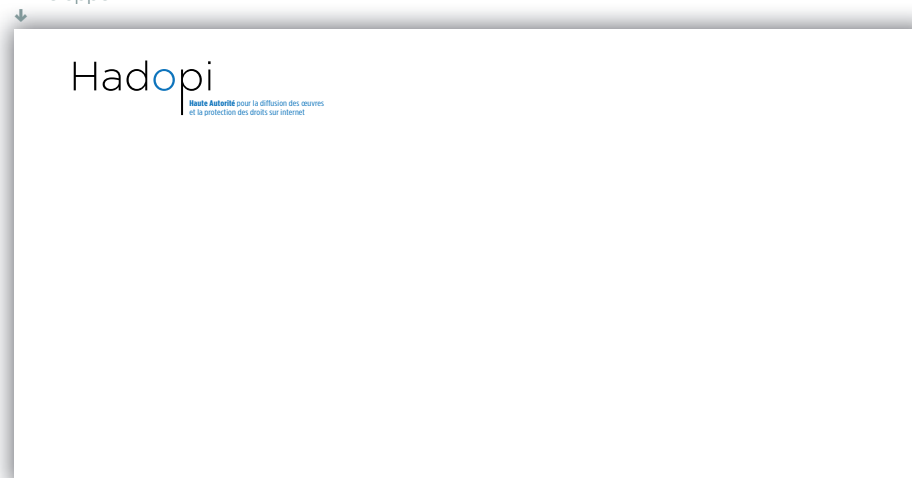
► L'enveloppe commerciale (220 x 110 mm)

Elle est imprimée en deux tons directs (Pantone Black C et 285 C). Elle comporte uniquement le logotype de l'HADOPI.

Carte de correspondance



Enveloppe



La carte de visite

Un modèle de carte de visite est disponible pour la communication de l'HADOPI. Ce modèle est en version bilingue.

► Le recto

Le recto est en deux tons directs noir et bleu (pantone BlackC et pantone 285C).

Seule la fonction se décline en français et en anglais.

► Le verso

Le verso est en une couleur, bleu (pantone bleu 285C).



4

Les documents
d'édition

Usage du logotype en couverture

Formats A5
ou homothétiques*
+
Formats carrés

► Le principe de placement du logotype

Le logotype se place toujours en bas des couvertures d'édition. Sa taille est déterminée en fonction du plus petit côté du format, appelé X. Son placement s'effectue selon le schéma ci-contre.

Attention ! Le fût du "p" doit être au centre de la largeur.

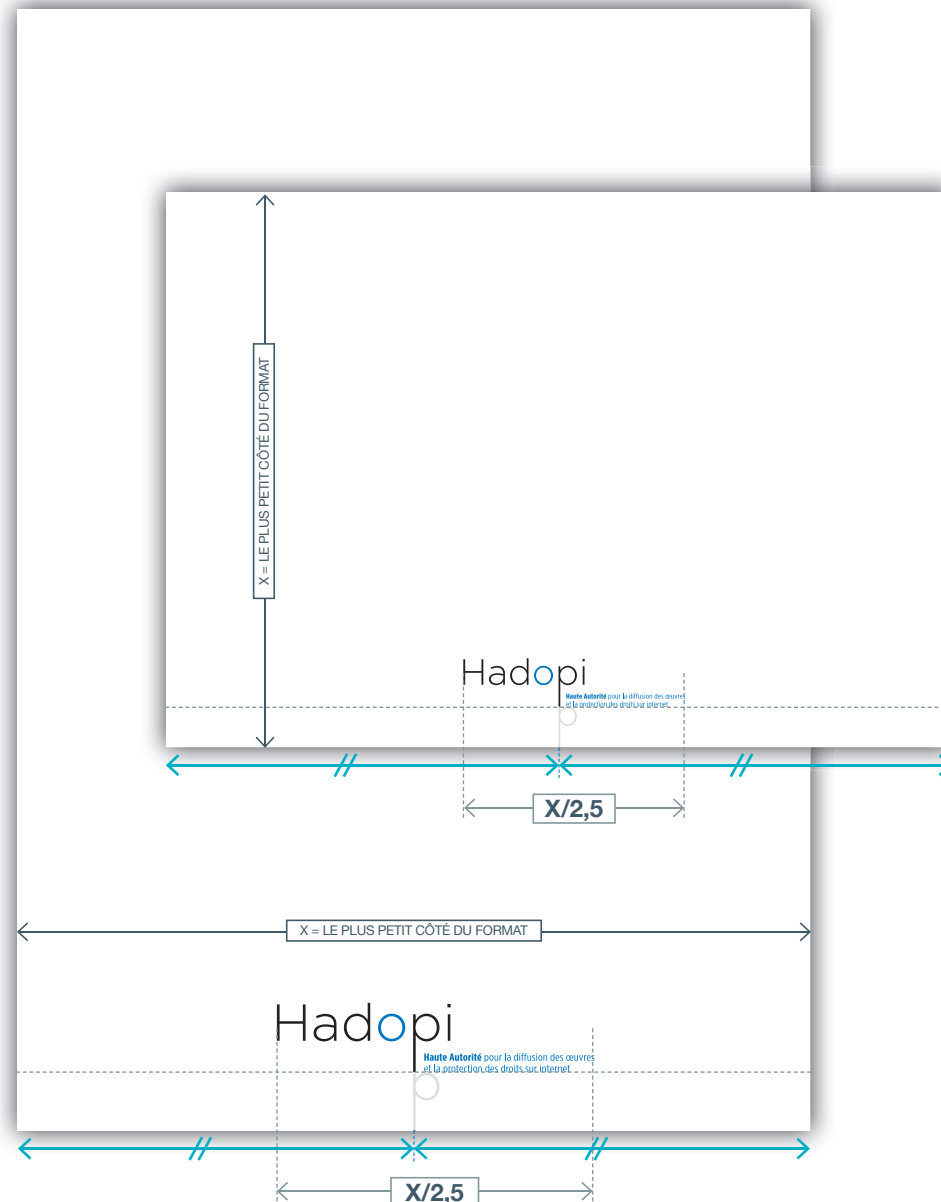
► Un même principe, quelle que soit l'orientation du document

Le principe de placement du logotype s'applique que le document soit d'orientation portrait ou paysage.

► Un même principe, quelle que soit la nature du document

Ce même principe de placement du logotype s'applique que le document soit une première de couverture d'édition, une affiche ou un panneau d'exposition.

* Comprend les formats A4, A3, A6 ou de rapport approchant. Attention, si votre document a un format étroit, reportez-vous à la double page suivante.



Usage du logotype en couverture

Formats étroits

► Le principe de placement du logotype

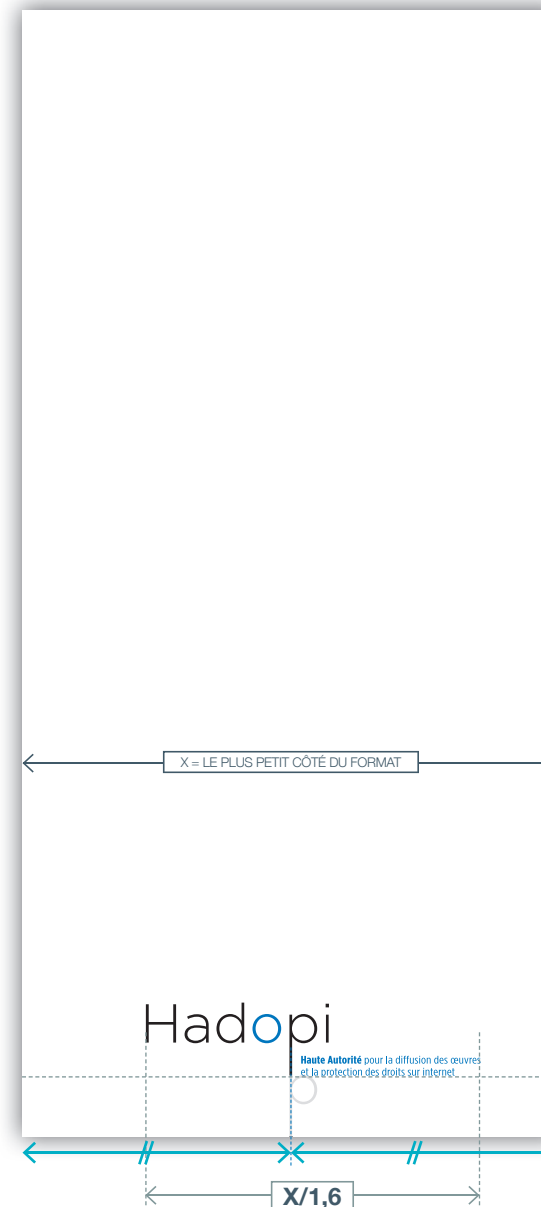
Le logotype se place toujours en bas des couvertures d'édition. Sa taille est déterminée en fonction du plus petit côté du format, appelé X. Son placement s'effectue selon le schéma ci-contre.

Attention ! Le fût du "p" doit être au centre de la largeur.

► Un même principe, quelle que soit la nature du document

Ce même principe de placement du logotype s'applique que le document soit une première de couverture d'édition, une affiche ou un panneau d'exposition.

* Attention, si votre document a un format carré, A4 ou homothétique, reportez-vous à la double page précédente.



Exemples d'application de l'univers en édition institutionnelle

► l'application de l'univers graphique

Les exemples ci-contre illustrent les possibilités d'application de l'univers graphique :

- l'usage de la gamme institutionnelle de sept couleurs
- l'intégration de la typographie Helvetica Neue spécifique aux documents d'édition
- les éléments formel constitués par le filet.

► l'application du logotype

Le placement du logotype reprend les règles définies :

- le logotype est centré en partie basse du document
- il est en couleur ou en réserve selon le fond de couleur choisi.



Exemples d'application de l'univers en édition

grand public

► l'application de l'univers graphique

Les exemples ci-contre illustrent les possibilités d'application de l'univers graphique :

- l'usage de la gamme grand public de onze couleurs
- l'intégration de la typographie Helvetica Neue spécifique aux documents d'édition
- les éléments formel constitués par le filet.

► l'application du logotype

Le placement du logotype reprend les règles définies :

- le logotype est centré en partie basse du document
- il est en couleur ou en réserve selon le fond de couleur choisi.



