

À faire / à éviter

Synthèse transversale des bons et mauvais usages de la marque, tous supports confondus — les règles spécifiques au logo, aux couleurs ou à la typographie restent sur leurs pages dédiées dans "Identité visuelle".

À FAIRE

Exemple à faire : toujours utiliser les couleurs et le logo officiels, jamais une version retrouvée en ligne ou une ancienne version.

À ÉVITER

Exemple à éviter : composer un visuel sans se référer à cette charte, "à l'instinct".