



FFR



CHARTE LOGOTYPE

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE RUGBY

DÉCEMBRE 2019

PROPRIÉTÉ >>>>I

Tous les éléments graphiques présentés au sein de la charte graphique sont la propriété exclusive de la Fédération Française de Rugby. Ils sont protégés par les lois nationales et internationales, ainsi que les conventions relatives aux droits d'auteur et aux marques déposées. Toute reproduction, même partielle, ou toute exploitation de ceux-ci sans autorisation préalable sont strictement interdites.

DROITS D'EXPLOITATION >>>>I

La présente charte graphique ne peut être utilisée que par des personnes qui en auront été expressément et préalablement autorisées par la Fédération Française de Rugby.

Seuls les éléments fournis accompagnant la présente charte graphique peuvent être utilisés.

Il est formellement interdit de re-créeer et/ou modifier tout ou une partie des éléments.

CONFIDENTIALITÉ >>>>I

La présente charte graphique contient des informations confidentielles. Il est strictement interdit de diffuser, reproduire ou utiliser, dans son ensemble ou partiellement, la présente charte graphique, sans en avoir reçu l'accord préalable et écrit de la Fédération Française de Rugby.

SOMMAIRE

1.

LA MARQUE INSTITUTIONNELLE FFR

p 06-11

- Le logotype FFR p 8
- Les autres versions du logotype p 9
- La zone de protection p 10
- Les interdits p 11

2.

LA MARQUE COMMERCIALE FRANCE RUGBY

p 12-17

- Le logotype France Rugby p 14
- Les autres versions du logotype France Rugby p 15
- La zone de protection p 16
- Les interdits p 17



En plus de 100 ans, le logotype de la Fédération Française de Rugby a évolué de nombreuses fois.

Pour clarifier son positionnement, assumer son histoire et se tourner vers l'avenir, la Fédération a décidé de faire évoluer les signes et les symboles qui la définissent.

Pour imposer cette nouvelle identité, il est indispensable que l'ensemble des acteurs, des collaborateurs, des partenaires et des prestataires renoncent définitivement à ce qui est désormais notre ancien logo pour imposer avec force et conviction notre nouvel emblème.

A travers ses missions, la Fédération Française de Rugby continue de s'adresser à tous les acteurs et amateurs de rugby, aux connaisseurs et néophytes, aux pratiquantes et pratiquants, aux spectateurs et aux joueurs de tous âges et de tous niveaux.

LE RUGBY SE REGARDE, SE PRATIQUE ET SE PARTAGE.

Le rugby évolue comme beaucoup d'autres disciplines sportives, et la fédération doit faire la promotion de cette offre de pratiques grandissante : rugby à XV, rugby à X, beach rugby, rugby à 7, et rugby à 5, pratiqués par des hommes ou des femmes. Elles sont la traduction de l'évolution de notre sport.

Pour satisfaire à la problématique de ses deux missions, la Fédération Française de Rugby a créé sous un même emblème :

UNE MARQUE INSTITUTIONNELLE : FFR

UNE MARQUE COMMERCIALE : FRANCE RUGBY

Cette charte graphique en définit les règles et les usages de sorte que tous les utilisateurs puissent disposer d'une vision claire et stratégique de nos nouvelles ambitions.

ROLE ET ENDOSSEMENT DES DEUX MARQUES FÉDÉRALES

FFR >>>>|

La marque qui endosse toutes les prises de parole institutionnelles relatives au bon fonctionnement fédéral. Son organisation, qui s'exprime à travers les ligues régionales, les comités départementaux et les clubs, s'inscrira dans le prolongement de la marque FFR. De la même façon, la formation ainsi que les commissions fédérales dépendront de la logique identitaire FFR.

- CIBLES PRIORITAIRES :**
- Communication interne,
 - Salariés,
 - Réseau fédéral,
 - Instances.

FRANCE RUGBY >>>>|

Elle a vocation à promouvoir toute l'activité marketing et commerciale liée aux pratiques du rugby.

Rugby à XV, rugby à X, beach rugby, rugby à 7 et rugby à 5, rugby féminin et masculin seront ainsi endossées par France Rugby. Cette organisation intègre également la promotion billetterie, toutes rencontres confondues.

France Rugby est également la marque par laquelle s'exprime la relation partenariale entre nos équipes nationales et nos partenaires issus d'entreprises publiques ou privées. Par extension elle sera chargée du développement des offres hospitalité, de la mise en place du merchandising et des contrats de licensing. Elle aura potentiellement la charge de créer ou de développer toutes les opérations susceptibles d'accroître les ressources de la Fédération.

- CIBLES PRIORITAIRES :**
- Communication externe,
 - Grand public,
 - Médias,
 - Partenaires.







1.

LA MARQUE
INSTITUTIONNELLE
FFR

Le logotype vertical FFR

La marque FFR, s'exprime principalement et prioritairement à partir du logotype qui associe verticalement, le symbole du coq à l'acronyme FFR. Le dessin du coq, le dessin typographique des lettres, leurs couleurs respectives et la composition des deux éléments forment un tout, qui ne peut en aucun cas être modifié ou déformé.

Aucun élément du logotype ne peut être isolé ou extrait pour toute raison que ce soit. Seul, le strict respect de ses règles peut garantir à la marque FFR, authenticité, reconnaissance, attribution et préférence.

Pour renforcer sa reconnaissance, le logotype de la marque FFR, s'appuie sur une typographie exclusive et une palette de couleurs composée de trois teintes. Un bleu associé à deux nuances de rouge. Ces références font partie des fondamentaux de l'univers graphique.

Le logotype vertical dans sa version couleur est à privilégier autant que possible.

LE LOGOTYPE VERTICAL



Fond clair



Fond sombre



Monochrome

LES COULEURS

Pantone **281 C**

CMJN : 100, 85, 10, 40
RVB : 0, 42, 97
#002a61

Pantone **485 C**

CMJN : 0, 95, 95, 0
RVB : 226, 31, 32
#e21f20

Pantone **1805 C**

CMJN : 0, 100, 100, 25
RVB : 182, 7, 24
#b60718



Les autres versions du logotype FFR

Il existe 3 autres variantes pour exprimer la marque FFR.

LE LOGOTYPE TYPOGRAPHIQUE

Il a été imaginé pour compléter et signer les supports de communication institutionnelle et endosser les prises de parole des deux marques. Dépourvu de symbole, le logotype typographique a été conçu pour exprimer l'endossement de la Fédération Française de Rugby sur les deux marques de l'institution. Sauf exception, il n'est pas prévu qu'il vive seul.

LE LOGOTYPE HORIZONTAL

Le logotype horizontal ne constitue pas une alternative esthétique destinée à l'identification des supports de communication. C'est une alternative technique permettant de pallier à un déficit de lisibilité potentiel du logotype institutionnel sur certains types de supports (panneautique terrain par exemple). L'utilisation du logotype horizontal doit rester très exceptionnelle.

LE LOGOTYPE SIMPLIFIÉ

C'est une alternative technique pour permettre à la marque d'être reproduite en très petite taille. Cette version, exclusivement destinée à cette application permet de garantir une reproduction qualitative de la marque à petite échelle. Il sera possible de l'utiliser dans l'univers du digital pour les identifications à petite échelle. Il est recommandé d'utiliser cette version lorsque la hauteur du coq est inférieure ou égale à 12 mm.

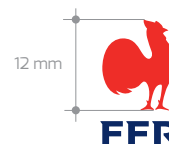
LE LOGOTYPE TYPOGRAPHIQUE

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE RUGBY

LE LOGOTYPE HORIZONTAL



LE LOGOTYPE SIMPLIFIÉ



logo_FFR_typo
logo_FFR_horiz
logo_FFR_simpl

La zone de protection

Pour que le logotype s'exprime de façon efficace et qualitative, il est impératif de préserver le symbole de la marque par une zone de neutralité appelée « zone de protection ».

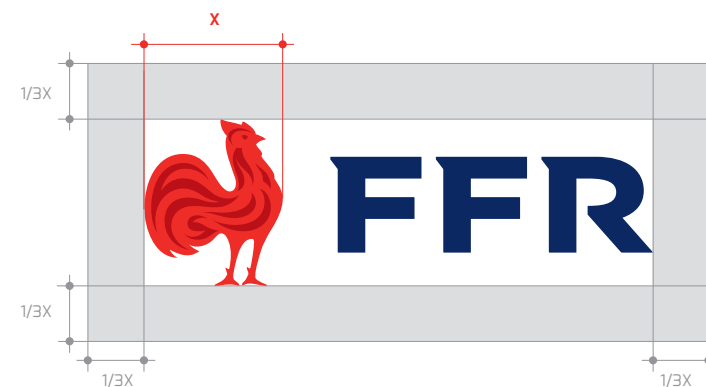
Cette zone interdit à tout élément extérieur (marges, textes, tableaux, illustrations, autres logotypes, etc...) de venir perturber l'expression de la marque FFR. La zone de protection s'applique également aux supports (panneaux, bâches, banderoles, drapeaux...) de visibilité de la marque. La marge entre le bord du format et le logotype doit impérativement respecter les proportions de la zone de protection.

La mise en place et le contrôle de la zone de protection sont réalisables selon les schémas ci-contre.

LE LOGOTYPE VERTICAL



LE LOGOTYPE HORIZONTAL



LE LOGOTYPE TYPOGRAPHIQUE



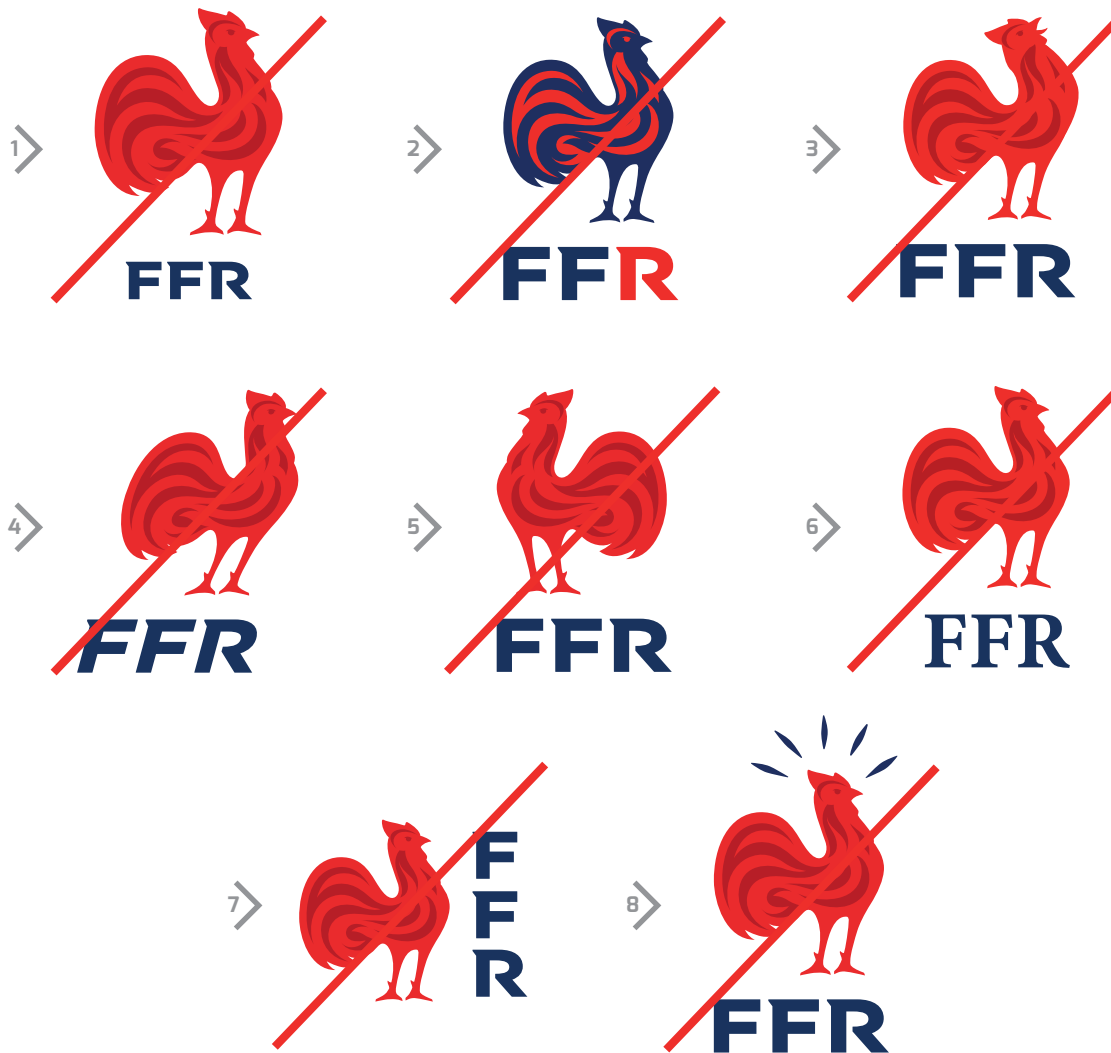
Les interdits

Quelques soient ses utilisations, les formes, les couleurs et les proportions du logotype sont invariables.

De la même façon les éléments constitutifs de la marque ne peuvent en aucun cas être modifiés, déformés ou adaptés. Il est primordial que dans toutes ses prises de parole, la marque FFR ne s'exprime que d'une seule et même voix.

Les interdits ci-dessous représentent de façon non-exhaustive les erreurs à ne pas commettre. Ils s'appliquent à toutes les variantes de composition, à tous les fichiers techniques et à toutes les références notamment colorielles du logotype.

1. Ne pas modifier les proportions des éléments
2. Ne pas modifier ou changer les couleurs
3. Ne pas modifier ou animer le symbole
4. Ne pas déformer ni le symbole, ni la typographie
5. Ne pas jouer avec le sens du symbole
6. Ne pas changer la typographie
7. Ne pas réorganiser les éléments
8. Ne pas ajouter d'éléments





FRANCE
RUGBY



GILBERT
SAINT-GERMAIN
GASBARIAN
FRANCE RUGBY

GILBERT



2.

**LA MARQUE
COMMERCIALE
FRANCE RUGBY**

Le logotype vertical France Rugby

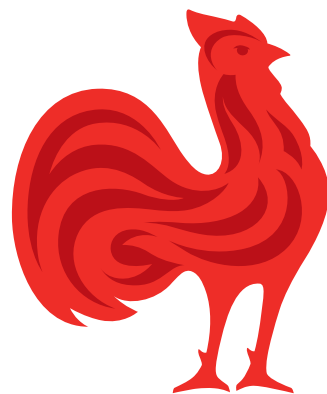
Comme la marque FFR, la marque France Rugby s'exprime principalement et prioritairement à partir du logotype qui associe verticalement, le symbole du coq à sa dénomination. Le dessin du coq, le dessin typographique des lettres, leurs couleurs respectives et la composition des deux éléments forment un tout, qui ne peut en aucun cas être modifié ou déformé.

Aucun élément du logotype ne peut être isolé ou extrait pour toute raison que ce soit. Seul, le strict respect de ces règles peut garantir à la marque France Rugby, authenticité, reconnaissance, attribution et préférence.

Pour renforcer sa reconnaissance, le logotype de la marque France Rugby, s'appuie sur une typographie exclusive et une palette de couleurs composée de trois teintes. Un bleu associé à deux nuances de rouge. Ces références font partie des fondamentaux de l'univers graphique.

Le logotype vertical dans sa version couleur est privilégier autant que possible.

LE LOGOTYPE VERTICAL



**FRANCE
RUGBY**

Fond clair



**FRANCE
RUGBY**

Fond sombre



**FRANCE
RUGBY**

Monochrome

LES COULEURS

Pantone **281 C**

CMJN : 100, 85, 10, 40
RVB : 0, 42, 97
#002a61

Pantone **485 C**

CMJN : 0, 95, 95, 0
RVB : 226, 31, 32
#e21f20

Pantone **1805 C**

CMJN : 0, 100, 100, 25
RVB : 182, 7, 24
#b60718



Les autres versions du logotype France Rugby

Il existe 2 autres variantes pour exprimer la marque France Rugby.

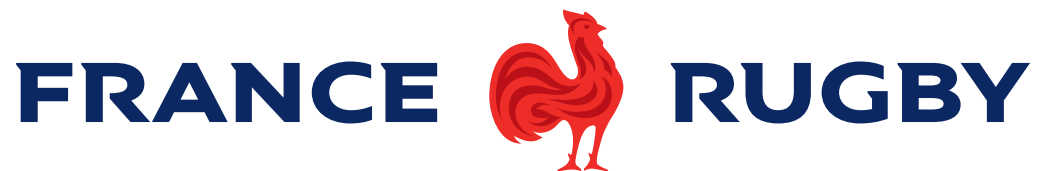
LE LOGOTYPE HORIZONTAL

Le logotype horizontal ne constitue pas une alternative esthétique destinée à l'identification des supports de communication. C'est une alternative technique permettant de pallier à un déficit de lisibilité potentiel du logotype institutionnel sur certains types de supports (panneautique terrain par exemple). Le logotype horizontal se caractérise par le symbole centré entre les dénominations FRANCE et RUGBY, son utilisation doit rester très exceptionnelle.

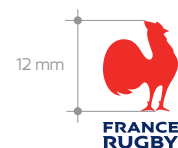
LE LOGOTYPE SIMPLIFIÉ

C'est une alternative technique pour permettre à la marque d'être reproduite en très petite taille. Cette version, exclusivement destinée à cette application permet de garantir une reproduction qualitative de la marque à petite échelle. Il sera possible de l'utiliser dans l'univers du digital pour les identifications à petite échelle. Il est recommandé d'utiliser cette version lorsque la hauteur du coq est inférieure ou égale à 12 mm.

LE LOGOTYPE HORIZONTAL



LE LOGOTYPE SIMPLIFIÉ



logo_FRANCE_RUGBY_horiz
logo_FRANCE_RUGBY_simpl

La zone de protection

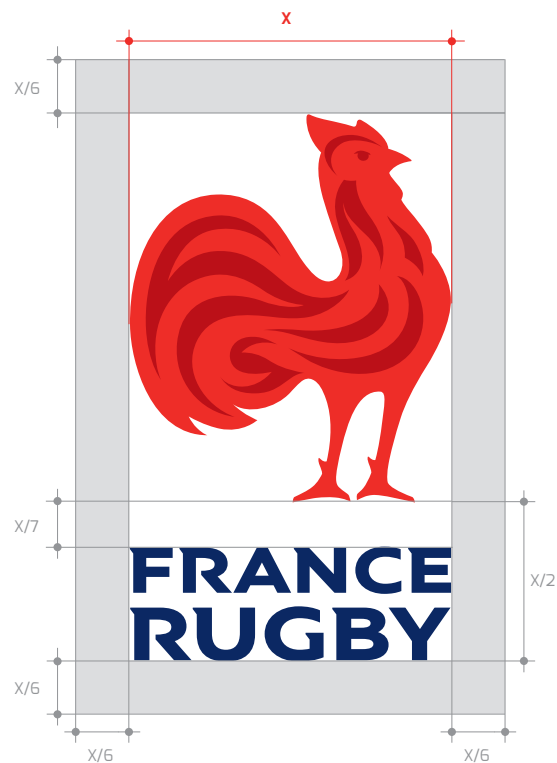
Pour que le logotype s'exprime de façon efficace et qualitative, il est impératif de préserver le symbole de la marque par une zone de neutralité appelée « zone de protection ».

Cette zone interdit à tout élément extérieur (marges, textes, tableaux, illustrations, autres logotypes, etc...) de venir perturber l'expression de la marque France Rugby.

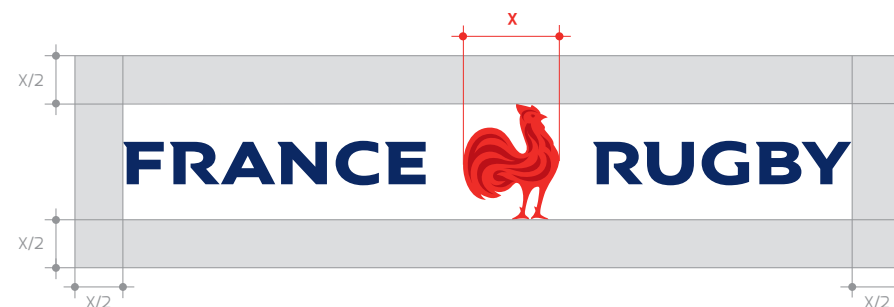
La zone de protection s'applique également aux supports (panneaux, bâches, banderoles, drapeaux...) de visibilité de la marque. La marge entre le bord du format et le logotype doit impérativement respecter les proportions de la zone de protection.

La mise en place et le contrôle de la zone de protection sont réalisables selon les schémas ci-contre.

LE LOGOTYPE VERTICAL



LE LOGOTYPE HORIZONTAL



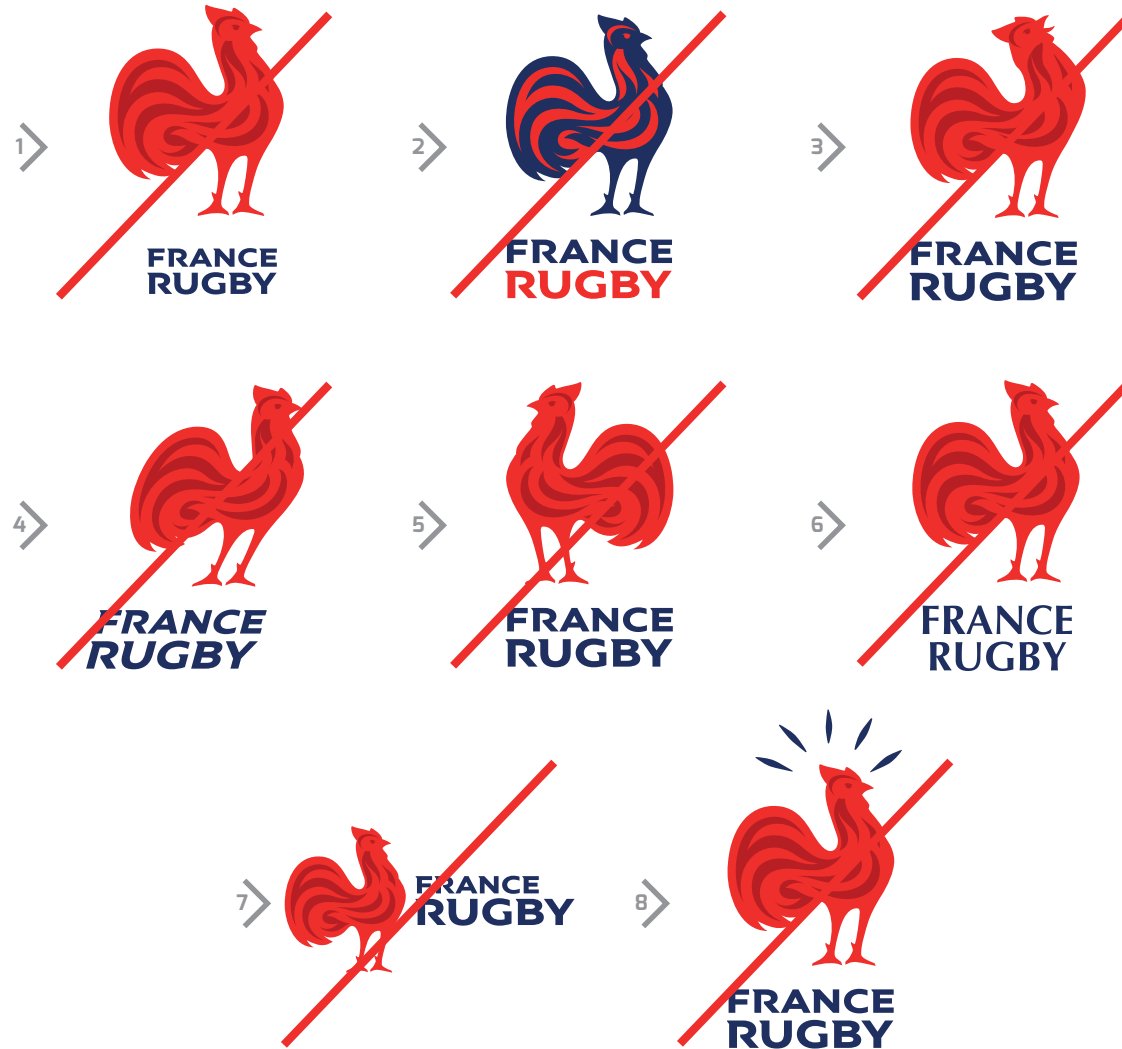
Les interdits

Quelques soient ses utilisations, les formes, les couleurs et les proportions du logotype sont invariables.

De la même façon les éléments constitutifs de la marque ne peuvent en aucun cas être modifiés, déformés ou adaptés. Il est primordial que dans toutes ses prises de parole, la marque France Rugby ne s'exprime que d'une seule et même voix.

Les interdits ci-dessous représentent de façon non-exhaustive les erreurs à ne pas commettre. Ils s'appliquent à toutes les variantes de composition, à tous les fichiers techniques et à toutes les références notamment colorielles du logotype.

1. Ne pas modifier les proportions des éléments
2. Ne pas modifier ou changer les couleurs
3. Ne pas modifier ou animer le symbole
4. Ne pas déformer ni le symbole, ni la typographie
5. Ne pas jouer avec le sens du symbole
6. Ne pas changer la typographie
7. Ne pas réorganiser les éléments
8. Ne pas ajouter d'éléments





FÉDÉRATION FRANÇAISE DE RUGBY

3 - 5 rue Jean de Montaigu - 91463 Marcoussis Cedex

Tél : 01 69 63 64 65