

CHARTE GRAPHIQUE OPSYCOURS

INTRODUCTION

La charte graphique d'**OPSYCOURS** rassemble les éléments visuels officiels de cette association humanitaire dédiée à la **santé mentale** et au soutien **psychosocial d'urgence** (notamment au Cameroun).

Ce document garantit une identité visuelle cohérente, professionnelle et immédiatement reconnaissable sur l'ensemble des supports de communication.

L'approche visuelle choisie est dynamique, bienveillante et surtout non stigmatisante, en accord avec la devise de l'association : « **Priorité zéro étiquette en santé mentale** ». Chaque section ci-dessous détaille les règles d'utilisation du logo, des couleurs, des typographies et des visuels afin de refléter fidèlement les valeurs d'OPSYCOURS avec crédibilité et engagement.

LOGO DE L'ASSOCIATION ET SES DÉCLINAISONS

Le logo d'OPSYCOURS est le pilier de son identité visuelle. Il existe en plusieurs **déclinaisons** autorisées pour s'adapter à différents besoins tout en maintenant une image cohérente. On présente ci-après le **logo principal** et ses variantes (avec slogan, monochrome, compact, horizontal, inversé, mention *Association*, badge *CIUP*, version sensibilisation), avec pour chacune une description, des spécifications graphiques et des exemples d'usages recommandés.

Logo principal (version maître)



Le logo principal OPSYCOURS (*version couleur sur fond blanc*). Ce logo combine un **symbole visuel** et un **logotype**, formant ensemble le cœur de l'identité visuelle de l'association. Le symbole met en scène deux mains ouvertes et protectrices soutenant un cercle labyrinthique dans lequel court une silhouette humaine, il évoque l'**urgence psychologique**, la **quête de sens** et la dynamique de **soin**. Le logotype, quant à lui, correspond au mot « OPSYCOURS » en typographie distinctive bleu foncé, avec une lettre **P** stylisée en forme de lettre grecque **psi** (Ψ), emblème universel de la psychologie. L'ensemble du logo symbolise à la fois la notion de **prise en charge psy d'urgence** (« *Psy-cours !* »), le **secours humanitaire** (« *Au secours !* »), ainsi que le **parcours de déstigmatisation** au cœur de l'engagement d'OPSYCOURS.

Couleurs : Le logo principal utilise la palette officielle d'OPSYCOURS, à savoir des nuances de **bleu**. Le **bleu OPSYCOURS** principal (Pantone **072 C**, HEX **#004B8D**) est employé pour les éléments majeurs. Un **bleu clair** (HEX **#7ABCE2**) peut être utilisé pour des détails du symbole (par exemple les tracés du labyrinthe) afin d'apporter de la profondeur. Le texte **SYCOURS** et les contours principaux figurent en **bleu nuit** très foncé (aux alentours de HEX **#002D52**), garantissant lisibilité et contraste. L'ensemble offre un rendu sobre et professionnel.

Typographie : Le mot *OPSYCOURS* du logotype est dessiné dans une police avec empattements (style serif élégant) rappelant le sérieux et le classicisme d'une fonte comme Garamond, tandis que la stylisation du *P* en *psi* lui confère une touche unique. Ce lettrage est propre au logo et ne doit pas être recréé manuellement.

Mise en forme : Le logo principal s'utilise de préférence **en couleurs sur fond blanc**, pour une lisibilité optimale. Veillez à toujours conserver des **marges de protection** autour du logo (espace “respirant” équivalent au moins à la hauteur du cercle du logo – voir section *Zone de protection*). Ne placez aucun élément parasite à l'intérieur de cette zone. Évitez également de coller le logo trop près d'un bord de page : on recommande de laisser au minimum la marge de protection vis-à-vis des bords

pour éviter un effet “logo coupé”. Alignez le logo soit **au centre**, soit sur une grille ou une marge définie (par ex. aligné à gauche avec le texte d'une lettre) afin de conserver un équilibre visuel.

Usages recommandés : Le logo principal en couleur est à privilégier sur les **documents officiels** (papier en-tête, certificats, rapports), pour l'**identité numérique** (site web, documents PDF, newsletters) ainsi que sur les **affiches** et supports de communication institutionnels. Il incarne à lui seul l'image d'OPSYCOURS et doit apparaître dès que possible pour signer visuellement les communications de l'association.

Logo avec slogan et mention ASSOCIATION



Pour certains usages officiels, le logo principal peut être enrichi de la mention « **ASSOCIATION** ».

Dans cette variante, le mot **ASSOCIATION** apparaît **au-dessus** du nom SYCOURS, et le slogan demeure en dessous. L'ajout de cette mention souligne le statut

légal de l'organisme et l'identifie explicitement comme une association.

Spécificités graphiques : Le terme **ASSOCIATION** sera écrit dans une police sobre et neutre (typiquement la police secondaire définie par la charte, ou une police sans empattement en capitales). Il est conseillé de le mettre en **majuscules** pour le distinguer du nom OPSYCOURS et en taille nettement plus petite que ce dernier. Par exemple, on peut utiliser la police Arial 8 ou 10 pts en **gras**, de couleur bleu OPSYCOURS ou gris foncé, et le placer centré au-dessus du logo, avec un espacement équivalent à la moitié de la hauteur des lettres. La largeur du mot **ASSOCIATION** devrait approximativement correspondre à celle de “SYCOURS” en dessous pour un rendu équilibré visuellement, ou être légèrement inférieure.

Cette déclinaison intègre également le slogan officiel de l'association « *Priorité zéro étiquette en santé mentale* », sous le logo principal. Le slogan est disposé **sous le mot OPSY COURS**, centré horizontalement, dans une police plus petite et plus discrète. Cette version souligne la mission de l'association en liant visuellement la devise au logo.

Style du slogan : Le texte du slogan est présenté dans une **typographie sans empattement**, fine et en **italique** (par exemple Lato Italic ou Open Sans Italic) pour trancher délicatement avec le logotype plus massif. Deux codes couleur sont autorisés pour le slogan :

- Un **gris foncé institutionnel** (HEX #1B1B1B, proche de "Charcoal Black"), sobre et lisible.
- Un **jaune or soutenu** (Pantone 124 C, HEX #EAAA00), apportant chaleur et visibilité.



Dans les deux cas, la couleur du slogan doit contraster suffisamment avec le fond pour être lisible, sans éclipser le nom OPSYCOURS. Et le terme ASSOCIATION doit garder son **Gris anthracite profond**.

Positionnement : Le slogan est centré sous le logo, généralement **aligné à la largeur du mot OPSYCOURS**. On veillera à laisser un léger espace vertical (par exemple ~10 px en numérique, ou quelques millimètres en impression) entre la base du logo et le texte du slogan pour que ce dernier "respire". Cet espace correspond idéalement à la hauteur de la police du slogan lui-même. Le slogan doit toujours être **proportionné** par rapport au logo : ni trop petit (illisible), ni trop grand (il ne doit pas rivaliser d'importance avec le nom de l'association). En cas de réduction du logo, assurez-vous que le texte du slogan ne descende pas en dessous d'une taille lisible (~5-6 points en impression). Si le slogan devient illisible du fait d'une taille trop réduite, mieux vaut l'omettre plutôt que de le conserver de façon illisible.

Usages recommandés : Cette déclinaison du logo, intégrant la mention **ASSOCIATION** ainsi que le **slogan officiel**, est à privilégier sur les supports de **communication externe** où le **rappel du statut légal** de l'organisation et l'**affirmation de sa devise** renforcent la portée du message.

Supports adaptés :

- Kakemonos et roll-ups lors d'événements institutionnels
- Affiches de sensibilisation à destination du grand public
- Pages d'accueil du site internet
- Ouvertures de rapports pédagogiques, dossiers de plaidoyer ou de présentation officielle

L'ajout du slogan, dans ces contextes, permet de clarifier les **valeurs fondatrices** de l'association, notamment son engagement pour une santé mentale sans stigmatisation.

Usages officiels : Documents à portée administrative ou institutionnelle

Cette version du logo est **obligatoire** pour tous les documents nécessitant une **identification formelle** de l'association en tant que structure légalement constituée. Elle doit apparaître notamment sur :

- Les statuts de l'association, les comptes rendus ou rapports adressés aux partenaires institutionnels
- Les certificats officiels (adhésion, formation, reconnaissance, etc.) où la légitimité est centrale
- Les correspondances aux autorités administratives (lettres, demandes, conventions), pour souligner le cadre juridique de l'entité.

Logo monochrome

Description : Le logo monochrome est une version **unie en un seul ton** (une seule couleur) de l'identité OPSYCOURS. Il est utilisé dans les contextes où l'usage de la couleur est restreint ou impossible (impression en noir et blanc, gravure, tampons, etc. En version monochrome, toutes les parties du logo (symbole et texte) s'affichent dans une teinte unique, assurant une lisibilité maximale par fort contraste.

Variantes autorisées :

- **Bleu OPSYCOURS** sur fond blanc (le bleu institutionnel #004B8D utilisé seul).



- **Noir** sur fond blanc (pour des impressions économiques en niveaux de gris).



- **Blanc** (logo inversé) sur fond noir ou foncé (pour les documents inversés ou sur supports sombres).



Dans tous les cas, aucune autre couleur ne doit apparaître : le logo est 100% d'une seule teinte. La silhouette, le labyrinthe et le texte se fondent donc visuellement en un même aplat. Si nécessaire, on peut également réaliser le logo monochrome dans une autre couleur officielle de la charte (par exemple tout en jaune or foncé sur fond blanc) pour un effet spécifique, **mais cela doit rester exceptionnel et justifié**.

Usages recommandés : Le logo monochrome s'impose pour les usages suivants :

- Les **tampons** encreurs ou cachets officiels (souvent réalisés en une couleur, encre bleue ou noire).
- Les **impressions noir et blanc** ou supports où la quadrichromie n'est pas disponible (photocopies, fax, gravure laser, etc.).
- Le **filigrane** (watermark) : une version monochrome très claire ou en transparence du logo peut servir de fond discret sur un document sans distraire la lecture.

Dans ces contextes, la version monochrome assure que le logo reste identifiable même sans ses couleurs habituelles. Il est important de choisir la variante monochrome offrant le meilleur contraste avec le support (par exemple, sur un papier de couleur claire, le bleu OPSYCOURS ou le noir conviennent bien, tandis que sur un fond foncé il faudra utiliser le blanc).

Logo compact (icône seule)



Description : Le logo compact est constitué **du seul symbole** sans le texte « OPSYCOURS ». On y retrouve donc uniquement l'icône des mains, du labyrinthe et du personnage, isolée. Cette version épurée est **hautement reconnaissable** et impactante, même en petite taille. Elle capitalise sur la force du symbole graphique de l'association.

Spécificités graphiques : L'icône seule peut être utilisée en **couleurs** (en conservant par exemple le bleu OPSYCOURS pour les mains et un bleu plus clair ou du blanc pour le personnage et les tracés internes) ou en **version monochrome** selon les besoins. Sur un fond uni de couleur de la charte, on privilégiera souvent l'icône en **blanc** pour un contraste optimal (par exemple, mains et silhouette blanches sur un rond bleu OPSYCOURS). À très petite échelle, il peut être nécessaire de simplifier légèrement l'icône pour qu'elle reste lisible : s'assurer que les traits du labyrinthe et la silhouette ne se confondent pas.



Usages recommandés : Cette déclinaison **compacte** du logo est idéale pour les cas où le format est réduit ou carré :

- Photo de **profil** sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram...) : l'icône sans texte s'intègre parfaitement dans un cadre circulaire ou carré et reste identifiable même en vignette.
- Icône d'**application mobile** ou de logiciel : le symbole seul est suffisamment évocateur pour représenter l'association sur un écran d'accueil.
- **Signalétique de terrain** : sur de petits objets ou panneaux (pin's, écussons, pictogrammes de direction), le symbole seul peut apparaître plus clairement que le logo complet.
- **Favicon** de site web : la petite icône affichée dans l'onglet du navigateur peut reprendre l'emblème du logo, généralement en simplifiant les détails et en utilisant une version très contrastée (par ex. symbole blanc sur fond bleu).

En somme, dès que l'espace disponible est limité ou que le format est carré, l'icône seule assure la continuité de l'identité visuelle d'OPSYCOURS.

Logo inversé (sur fond sombre)

Description : Le logo inversé est la version du logo conçue pour une utilisation sur fonds foncés. Concrètement, il s'agit d'afficher le logo en **blanc** (ou dans une teinte très claire) sur un arrière-plan sombre (bleu nuit, noir, photo sombre, etc.). Cela garantit un contraste suffisant et une bonne visibilité du logo là où le logo couleur normal se perdrait.

Spécificités graphiques : La déclinaison inversée est souvent fournie sous forme d'un fichier à fond transparent où tous les éléments du logo sont en blanc (ou éventuellement en une autre couleur très claire de la palette, comme le bleu clair ou le jaune, si cela convient au fond). Aucune ombre ni effet n'est ajouté : le logo reste plat, simplement recoloré en clair. Sur certains supports, un *liseré* ou une très légère ombre portée peut être ajoutée autour du logo blanc pour le détacher si le fond est complexe, mais seulement en dernier recours et avec validation graphique (mieux vaut dans l'idéal utiliser un fond uni ou un aplat semi-transparent derrière le logo).

Usages recommandés : Le logo inversé s'applique dès que l'on imprime ou affiche sur un fond foncé ou chargé :

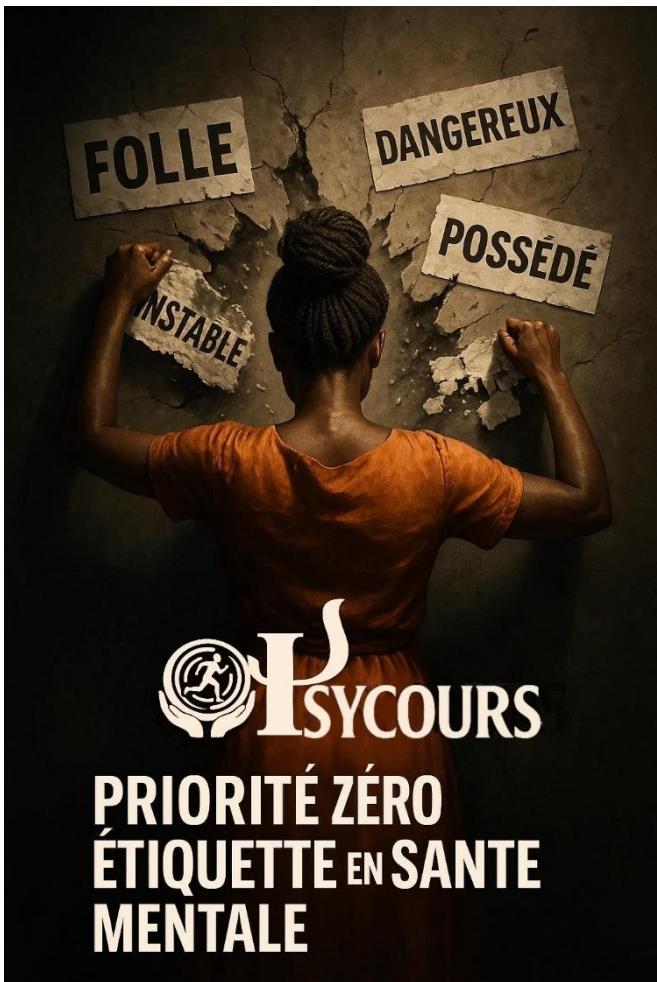
- **Textiles colorés** : sur un t-shirt bleu marine ou noir, on imprimera ou brodera le logo en blanc pour qu'il se détache nettement.
- **Panneaux et signalétique** sur site (par exemple un kakemono avec un fond photo sombre, ou un stand avec fond bleu nuit) : la version blanche du logo assure la lisibilité.
- **Affiches événementielles** ou visuels avec fond obscurci : par exemple, sur une affiche comportant une photo sombre en arrière-plan, il faudra utiliser le logo en blanc par-dessus.

En résumé, cette déclinaison garantit qu'OPSYCOURS reste identifiable quelles que soient les couleurs du support. Il est crucial de toujours vérifier le contraste



: un logo inversé doit être bien visible, d'où l'importance de choisir un fond suffisamment sombre ou de prévoir un aplat derrière le logo pour le détacher.

Logo sensibilisation



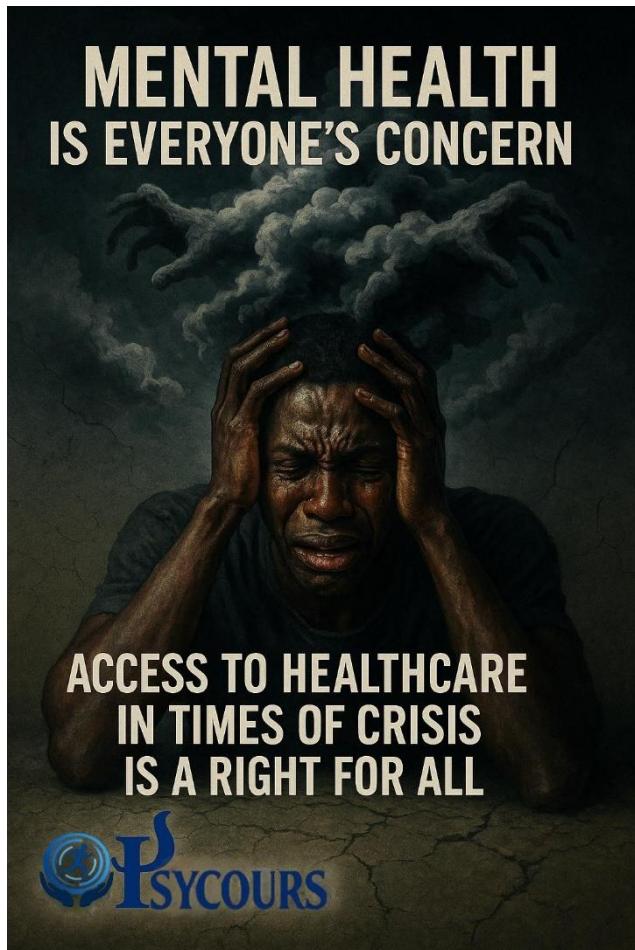
Description : Le “logo sensibilisation” n'est pas un logo différent à proprement parler, mais l'usage du logo intégré dans une **composition visuelle à visée de sensibilisation**. Concrètement, il s'agit d'intégrer le logo OPSYCOURS dans un visuel photographique percutant, en mettant en avant le slogan de manière très proéminente et une mise en page à forte charge **émotionnelle**. Cette approche sert pour les campagnes de communication destinées à toucher le public sur des thématiques sensibles.

Mise en œuvre graphique : Pour ce type de visuels, on utilise généralement une **photographie** de fond évocatrice (par ex. une scène d'entraide psychosociale, un portrait qui suscite l'empathie, etc.). On peut appliquer sur la photo un voile de couleur semi-transparent (bleu OPSYCOURS assombri, ou un dégradé du bleu vers le noir) afin de garantir la lisibilité des textes par-dessus. Le **slogan** de l'association (« *Priorité zéro étiquette en santé mentale* ») sera affiché en très grand, comme un titre central

de l'affiche ou de l'image, dans une typographie bien lisible (la police principale ou secondaire de la charte, en blanc ou en jaune selon le contraste souhaité). Le logo complet (symbole + OPSYCOURS) vient s'insérer de manière visible mais secondaire, par exemple en bas de visuel ou dans un coin, éventuellement en blanc si le fond est sombre. L'ensemble doit dégager une forte **cohérence visuelle** aux couleurs de l'association et transmettre un message positif malgré le sujet potentiellement grave (ton solidaire, humain, sans stigmatisation).



Usages recommandés : Cette approche est réservée aux supports de campagne :



- **Réseaux sociaux (posts de sensibilisation) :** infographies ou visuels destinés à Facebook, Twitter, Instagram pour des campagnes (#JournéeMondiale par exemple) où l'on souhaite frapper les esprits. Le slogan y tient lieu de message principal, soutenu par le logo.
- **Affiches à impact émotionnel :** affiches de sensibilisation grand format (dans la rue, en centre communautaire, etc.) où l'image et le slogan prennent le dessus.
- **Journées mondiales ou campagnes thématiques (journée de la santé mentale, prévention du suicide,**

lutte contre les VBG, etc.) : chaque visuel peut intégrer le logo OPSY COURS en filigrane ou en signature, avec un design aux couleurs de la charte pour que la patte OPSY COURS reste identifiable malgré le thème spécifique.

Dans tous les cas, veillez à ce que le logo ne soit pas écrasé par le reste du visuel : même si le slogan est au premier plan, l'identité de l'association doit apparaître clairement (par exemple via le symbole, les couleurs, ou le logo en bas de création).

FORMATS DE FICHIERS RECOMMANDÉS

Pour garantir un rendu optimal du logo sur différents supports, il est important d'utiliser le **format de fichier** adapté à chaque usage. Les déclinaisons du logo OPSY COURS seront fournies dans plusieurs formats. Voici les formats recommandés et leur utilisation :

FORMAT DE FICHIER	UTILISATION RECOMMANDÉE
PNG (fond transparent, haute résolution)	Usage web et écran : insertion dans les pages web, documents bureautiques, emails ou visuels digitaux, avec un fond transparent pour s'adapter à tous les arrière-plans.
JPEG (fond uni)	Usage impression simple : documents Word, diaporamas imprimés ou autres supports sans exigence de transparence. Convient aux impressions domestiques ou aux visuels où le fond du logo est blanc de toute façon.
SVG / EPS (vectoriel)	Impression professionnelle et grand format : logos vectoriels adaptés à l'impression haute résolution (offset, sérigraphie...) ou à l agrandissement (kakemonos, bannières) sans perte de qualité.
PDF vectoriel	Documents imprimables de précision : idéal pour l'envoi du logo à un imprimeur ou l'intégration dans un PDF de haute qualité (rapports, affiches) en conservant les vecteurs.

Fichier source modifiable (Canva, PSD, AI)	Création collaborative ou adaptation : permet aux graphistes de modifier la mise en page si besoin. Par exemple, un fichier Adobe Illustrator (AI/EPS) ou Photoshop (PSD calques) pour ajuster le slogan, ou un modèle Canva pour usage interne.
---	---

En règle générale, privilégiez toujours les **fichiers fournis par l'association** pour le logo afin d'avoir les bonnes couleurs et proportions. Évitez de convertir ou copier-coller le logo depuis des documents déjà compressés (risque de pixellisation ou de couleurs altérées). Pour les travaux d'impression de haute qualité, utilisez systématiquement les formats vectoriels (SVG, EPS ou PDF HD).

BONNES PRATIQUES D'UTILISATION DU LOGO

Pour préserver l'intégrité de l'identité visuelle d'OPSYCOURS, il est impératif de respecter certaines règles d'utilisation du logo. Voici les **bonnes pratiques** à suivre (et en creux, les erreurs à ne pas commettre) :

- **Respect des proportions** : Ne déformez jamais le logo. Toute **étirement** ou **aplatissement** disproportionné est interdit. Le rapport hauteur/largeur du logo doit toujours rester constant, ne l'écrasez pas et ne l'allongez pas.
- **Utilisation groupée des éléments** : N'isolez pas ou ne séparez pas les éléments du logo. Le symbole et le logotype forment un tout indissociable. Par exemple, n'utilisez pas les mains sans le texte, ni "PSYCOURS" sans le symbole (sauf pour le cas très spécifique de l'icône seule autorisée pour les petits formats). De même, n'ajoutez aucun élément graphique étranger au logo ni ne le combinez avec un autre logo ou un slogan non approuvé.

- **Typographie du logo intouchable** : Ne changez pas la police de caractère du mot **OPSYCOURS** dans le logo. Le lettrage est spécifique et fait partie intégrante de l'identité visuelle ; on ne doit ni le remplacer par une autre fonte, ni le redessiner différemment. Si vous devez écrire le nom de l'association dans un texte courant, utilisez la police recommandée par la charte (voir section *Typographies*), mais pour le logo lui-même, n'y touchez pas.
- **Couleurs officielles uniquement** : N'altérez pas les couleurs du logo. Il est interdit de recolorier un élément du logo individuellement (par exemple mettre le symbole en vert fluo ou le texte en orange). Utilisez uniquement les couleurs validées de la charte (bleu OPSYCOURS, bleu clair, bleu nuit, blanc, noir, et éventuellement le jaune pour le slogan). Proscrivez les effets de dégradé ou textures à l'intérieur du logo, il doit toujours apparaître dans des aplats unis.
- **Aucun effet graphique superflu** : N'ajoutez pas d'ombre portée, de contour fluorescent, de reflet, d'effet 3D, de flou ou tout autre effet spécial autour ou sur le logo. Le logo doit rester dans son style plat et épuré d'origine. Ces effets nuisent à la lisibilité et au sérieux du logo.
- **Pas de rotation ni de miroir** : N'inclinez pas le logo et ne le faites pas pivoter librement. Il doit apparaître bien droit, horizontal, tel qu'officialisé. Évitez également tout effet miroir (ne pas inverser le logo de gauche à droite). L'orientation d'origine garantit une lecture immédiate et conforme.
- **Fond adapté obligatoire** : Ne placez pas le logo sur des fonds qui nuisent à sa lisibilité. Par exemple, évitez de mettre le logo bleu sur un fond bleu similaire, ou le logo couleur sur une image à motifs complexes sans aucune adaptation. Si le support est chargé, envisagez d'utiliser une version inversée (blanche) du logo ou de poser un aplat de couleur uni derrière le logo pour le détacher. Ne collez jamais le logo avec un fond blanc rectangulaire sur un fond coloré : utilisez toujours les versions à fond transparent fournies.
- **Slogan lisible ou absent** : Si le logo comporte le slogan, ne réduisez pas celui-ci à une taille illisible et ne le repositionnez pas n'importe où. Le slogan doit

rester centré sous le logo et garder une taille proportionnée. S'il devient trop petit pour être lu clairement, il vaut mieux ne pas le mettre du tout plutôt que de le laisser en petit pâté de texte indistinct.

- **Pas d'anciennes versions** : Depuis l'adoption de cette charte, toute ancienne version du logo (anciens coloris, ancien slogan, etc.) est obsolète. N'utilisez jamais d'anciens logos ou de variantes non validées. Assurez-vous de toujours employer la **dernière version officielle** du logo dans vos documents. Un logo périmé ou modifié de manière non officielle affaiblirait la marque et pourrait créer de la confusion.

En respectant scrupuleusement ces bonnes pratiques, on maintient une cohérence visuelle sur tous les supports et on renforce la **force de l'identité OPSYCOURS** sur la durée. En cas de doute sur un usage particulier non couvert ici, il est recommandé de consulter le référent communication de l'association avant diffusion.

TYPOGRAPHIES

Une utilisation cohérente des **typographies** est essentielle pour renforcer l'identité visuelle et garantir la lisibilité des communications, qu'elles soient imprimées ou numériques. OPSYCOURS a défini une combinaison de polices complémentaires : une police principale pour les titres, une police secondaire pour les textes courants, et une police alternative de secours. L'objectif est d'assurer un équilibre entre **impact visuel** (titres accrocheurs) et **confort de lecture** (textes longs clairs).

Police principale (titres et accroches)

La police principale, utilisée pour les **titres**, les slogans mis en avant et les accroches, est idéalement une police avec **empattements** (sérif) à la fois élégante et classique, en écho au style du logo. Par exemple, la famille **Garamond** convient très bien (ou **Georgia** en équivalent web). Ce sont des polices sobres, lisibles, perçues

comme professionnelles, qui confèrent du sérieux aux documents tout en restant chaleureuses. Elles rappellent le lettrage du logo OPSYCOURS, renforçant ainsi la cohérence visuelle.

Cette police principale sera déployée pour tous les éléments courts devant transmettre le ton de l'association : titres de documents, en-têtes de lettres, couvertures de rapports, slogans affichés, etc. Idéalement, lorsque le slogan «*Priorité zéro étiquette en santé mentale* » accompagne le logo, il devrait reprendre une fonte de style proche de cette police principale (ou la même en version italique) afin de conserver une unité graphique forte.

Police secondaire (textes courants)

Pour les paragraphes de texte, le courrier courant, les articles et tout contenu long, il est recommandé d'utiliser une police **sans empattements** (sans-serif) moderne, garantissant une excellente lisibilité même en plus petite taille. La police **Arial** est un choix sûr, universellement lisible et présent sur la plupart des systèmes. On peut également opter pour **Calibri** (par défaut dans les suites Office récentes) ou la police libre **Open Sans**, qui apportent une touche de modernité tout en restant très lisibles.

Ces polices secondaires seront employées pour le corps du texte des lettres, des rapports, des publications web... bref, pour tout le texte courant. Elles se marient très bien avec la police de titre serif en créant un contraste visuel harmonieux (police sans empattement vs avec empattement) tout en restant neutres et lisibles sur de longs blocs. L'important est d'assurer un confort de lecture optimal sur tout support (imprimé ou écran) grâce à ces fontes secondaires.

Police alternative (de secours)

En environnement numérique ou lorsque les polices ci-dessus ne sont pas disponibles, il convient de prévoir une police de remplacement passe-partout. On

choisira une police **sans serif universelle** comme **Helvetica** (sur macOS), **Tahoma/Verdana** ou tout simplement **Arial** (sur Windows). Cette police de secours sera spécifiée dans les feuilles de style (par exemple une famille générique *sans-serif* en CSS pour les pages web) pour garantir que si la police principale n'est pas chargée, le texte reste malgré tout présenté dans une typographie cohérente et lisible.

L'idée est qu'en toute circonstance (un email en texte brut, un document ouvert sur un ordinateur ne disposant pas des polices OPSYCOEURS, etc.), l'identité visuelle subsiste à travers une typographie neutre mais conforme (pas de police farfelue par défaut).

Bonnes pratiques typographiques

- **Cohérence des titres et textes** : Utilisez la police principale **systématiquement pour les titres de premier niveau** et les éléments que l'on veut rapprocher du style du logo, et la police secondaire pour tous les textes courants. Par exemple, toutes les en-têtes de lettres et titres de sections d'un rapport en police sérif principale, et tout le corps du texte en Arial/Calibri. Cette cohérence renforce l'identité et le professionnalisme des documents.
- **Limiter le nombre de polices** : Évitez de multiplier les typographies. Deux polices distinctes suffisent généralement (trois maximum en incluant l'alternative de secours). Au-delà, la mise en page devient confuse. Restez fidèle aux choix de la charte pour donner une impression homogène.
- **Exploiter les variantes (gras, italique)** : Privilégiez l'usage des styles (gras, italique) au sein d'une même police plutôt que d'ajouter de nouvelles polices pour créer du contraste. La police principale choisie devrait comporter des versions **bold/italic** pour styliser un titre ou un slogan au besoin, et de même pour la police secondaire (utilisez l'italique ou le gras pour mettre en relief des mots-clés dans un paragraphe plutôt que de changer de police).
- **Usage des majuscules/minuscules** : En règle générale, pour les textes longs, utilisez la casse mixte (Majuscules en début de phrase puis

minuscules) qui est plus facile à lire. Réservez les **MAJUSCULES** aux titres courts ou aux acronymes si nécessaire. Un texte entier en capitales est moins lisible et peut donner une impression agressive, donc à manier avec parcimonie.

En suivant ces principes, on garantit une identité textuelle claire et professionnelle, venant compléter harmonieusement l'identité visuelle véhiculée par le logo et les couleurs.

ZONE DE PROTECTION ET DIMENSIONS MINIMALES DU LOGO

Pour que le logo conserve son impact visuel et sa lisibilité, il faut respecter autour de lui un espace vide minimal et éviter de le reproduire en-dessous d'une certaine **taille minimale**.

- **Zone de protection** : C'est la marge de sécurité tout autour du logo dans laquelle aucun autre élément ne doit venir empiéter. Pour OPSYCOURS, on définit cette zone de protection comme étant au minimum égale à la hauteur du symbole psi (Ψ) de chaque côté. En pratique, cela correspond à environ la hauteur du " Ψ " du logotype. Aucun texte, image ou trait ne doit entrer dans ce périmètre. Cette zone vide garantit que le logo "respire" et reste bien identifiable, sans interférence visuelle. Il s'agit là d'un minimum absolu : lorsque c'est possible, n'hésitez pas à laisser encore plus d'espace blanc autour du logo pour le mettre en valeur, surtout dans une mise en page aérée (par exemple sur une affiche, éviter de coller d'autres logos ou du texte trop près ; laisser au logo OPSYCOURS son halo de visibilité).

- **Alignement et marge par rapport aux bords** : Lorsque le logo est placé sur un document, veillez à ce qu'il ne soit pas trop près d'un bord de page. Idéalement, on conservera au moins la zone de protection vis-à-vis des

bords du format également. Un logo collé au bord donnerait une impression d'élément coupé ou étouffé. Par ailleurs, alignez le logo soit clairement **au centre** de votre mise en page, soit clairement **sur une grille** ou une marge (par exemple en en-tête de lettre, aligné à gauche sur la même verticale que le bloc de texte principal). Un mauvais alignement (logo placé de façon approximative) peut nuire à l'équilibre visuel de la composition.

- **Taille minimale** : En-deçà d'une certaine dimension, le logo perd en lisibilité (notamment s'il comporte le slogan). Il convient donc de ne jamais l'utiliser trop petit. À titre indicatif : pour le logo **sans slogan**, on recommande une **largeur minimale d'environ 20 mm** (2 cm) en impression. En dessous de ce seuil, la silhouette et même le mot "OPSYCOURS" deviennent difficiles à lire. Pour le logo **avec slogan**, la largeur minimale conseillée est d'environ **30 mm** afin que le slogan reste lisible. Sur le web ou l'écran, évitez d'afficher le logo complet en dessous de **150 à 200 pixels** de large. Et de manière générale, ne jamais rendre le texte du slogan plus petit qu'environ **5-6 pt** en équivalent impression. Sur un écran standard, un logo d'environ 60 px de large est un minimum absolu pour commencer à être identifiable correctement, mais il est préférable de viser au moins 100 px de large dans la plupart des cas. Si vous avez besoin d'une présence de marque en plus petit format que ces recommandations, optez pour la **version icône seule** plutôt que de forcer l'affichage du logo complet trop réduit.

En respectant ces règles de zone de protection et de taille, le logo OPSYCOURS conservera toujours son **impact visuel** et son **élégance**, quel que soit le support. Un logo trop petit ou visuellement encombré perd de son efficacité, alors qu'avec suffisamment d'espace autour de lui, il gagne en présence et en lisibilité.

APPLICATIONS SUR LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

Après avoir défini les éléments fondamentaux (logo, couleurs, typos), il est utile d'illustrer comment ceux-ci s'appliquent concrètement aux **différents supports** de communication courants. En établissant des gabarits (modèles) de mise en page cohérents, on facilite la création de nouveaux documents tout en garantissant le respect de la charte graphique. Vous trouverez ci-dessous des exemples de recommandations pour divers supports : présentations, papier à lettre, cartes de visite, visuels web et supports vestimentaires.

Présentations (diaporamas PowerPoint/Keynote)

Les présentations projetées doivent reprendre l'univers visuel d'OPSYCOURS pour paraître professionnelles et homogènes :

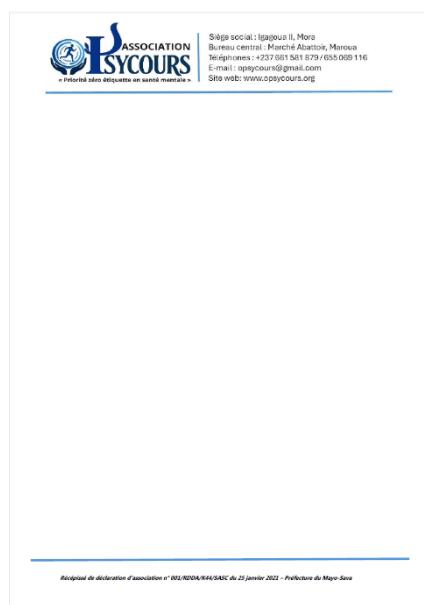
- **Diapositive de couverture** : sur la slide de titre, placer le **logo complet** (couleur, sans slogan ou avec slogan en sous-titre) de préférence **au centre** de la page ou en haut à gauche sur fond blanc. Le titre de la présentation sera écrit dans la police principale (sérif) en bleu OPSYCOURS pour un maximum d'impact. On peut également intégrer un élément graphique de la charte pour décorer sans surcharger : par exemple, un aplat bleu en bas de page, une bande horizontale jaune, ou un motif de cercles (rappel du logo) en filigrane.
- **Diapositives intérieures** : privilégiez un **fond clair** uni (blanc de préférence) pour toutes les slides de contenu, éventuellement agrémenté d'un léger motif discret issu du logo (par ex. quelques cercles labyrinthiques en transparence). Chaque **titre de slide** sera en bleu OPSYCOURS, en police principale (taille adaptée à l'écran, p.ex. 36 pt), et les **textes** de contenu en police secondaire (Arial, Open Sans...) de couleur gris foncé sur blanc, afin d'assurer une lecture aisée. Il est conseillé d'insérer le logo (version simplifiée,

sans slogan) en petit, par exemple en bas de page ou en filigrane, sur chaque diapositive pour rappeler l'identité sans distraire le public.

- **Graphiques et illustrations** : assurez-vous que tous les éléments visuels de la présentation respectent la palette de couleurs OPSYCOURS. Par exemple, utilisez le jaune Pantone 124 C (HEX #EAAA00) pour mettre en évidence un élément clé dans un graphique, le bleu OPSYCOURS pour colorer les icônes des listes à puces, etc. De cette manière, l'ensemble de la présentation conservera une **unité visuelle** forte. On évitera les styles qui s'écartent de la charte (pas de pages avec des polices ou des couleurs totalement différentes d'une slide à l'autre).

Globalement, une présentation doit donner une impression **professionnelle, dynamique et cohérente** avec l'univers OPSYCOURS (le public doit reconnaître au premier coup d'œil la "patte" de l'association dans le choix des couleurs, des polices et des visuels), ce qui renforce la crédibilité du propos.

Papier à en-tête (lettre officielle)



Le papier à en-tête officiel est destiné à toutes les correspondances formelles de l'association OPSYCOURS : courriers administratifs, attestations, lettres aux partenaires, certificats, convocations, etc. Il reflète le **professionnalisme**, la **crédibilité** et l'**ancrage légal** de l'organisation. La mise en page doit être claire, sobre et structurée, tout en intégrant l'identité visuelle complète d'OPSYCOURS.

- **Format et logo** : utiliser un format A4 (21×29,7 cm) sur fond blanc. Marges standards recommandées : haut 2,5 cm – bas 2,5 cm – gauche/droite 2 cm. En haut de page, insérer le **logo couleur avec ou sans slogan** d'environ 4 à 5 cm de large, placé de préférence dans le coin supérieur gauche. Respectez la zone de protection autour du logo, notamment vis-à-vis des bords du papier et du texte (ne pas coller le logo trop près du bord supérieur ou gauche).

- **Coordonnées** : les informations de l'association (adresse, téléphone, email, site web, etc.) peuvent se positionner soit immédiatement à droite du logo en en-tête, soit en pied de page selon la maquette choisie. Dans tous les cas, ces textes seront en **police secondaire** (par exemple Arial 10 pt) de couleur gris foncé ou bleu nuit, alignés de façon propre et aérée.
- **Éléments graphiques** : il est possible d'ajouter une fine **ligne horizontale** de couleur bleu OPSYCOURS (Pantone 072 C) pour délimiter visuellement l'en-tête. Cette ligne peut se situer en bas de l'en-tête, juste au-dessus du corps de la lettre, afin de rappeler discrètement la couleur institutionnelle sans surcharger.
- **Contenu de la lettre** : le corps du texte sera saisi en police secondaire (Calibri, Arial ou équivalent) de couleur noire ou gris foncé (#3C3C3C) sur le fond blanc, taille 11 ou 12 pt pour un confort de lecture. On veillera à conserver une mise en page épurée et classique (marges standard, pas de polices fantaisie dans le corps du texte). Alignement justifié ou à gauche, selon préférence, avec paragraphes aérés (espacement après chaque paragraphe : 6 pt). Ne pas dépasser 65–70 caractères par ligne pour garder un bon confort de lecture.
- **Pied de page** : En bas de la page, une **seconde ligne horizontale bleue** (même couleur, même épaisseur que celle de l'en-tête) encadre la zone de mentions légales. En dessous de cette ligne se trouve la mention légale officielle en petits caractères : Récépissé de déclaration d'association n° 001/RDDA/K44/SASC du 25 janvier 2021 – Préfecture du Mayo-Sava, *centerer ce texte, taille 7 à 8 pt, couleur gris foncé ou bleu OPSYCOURS.*

Le résultat recherché est un papier à en-tête **sobre**, mettant en valeur le logo et renvoyant une image sérieuse et crédible de l'association. Utilisé pour toutes les correspondances officielles, il contribue à l'uniformité de la communication écrite d'OPSYCOURS.

Consignes générales :

- Ne jamais modifier la structure de l'en-tête : les coordonnées doivent rester à droite, le logo à gauche.
- Toujours utiliser les **fichiers sources** du logo (PNG haute qualité ou SVG) pour éviter les pixels ou déformations.
- Ne pas surcharger la lettre avec des logos secondaires, sauf s'ils sont officiellement partenaires.
- Pour les documents recto-verso, seule la **première page** porte l'en-tête. Les pages suivantes peuvent être vierges ou porter un en-tête simplifié (par exemple seulement le logo en haut à gauche, en plus petit).
- Le modèle doit pouvoir être utilisé aussi bien en version **imprimée** qu'en **PDF interactif** (ex : lettre officielle envoyée par email).

Cartes De Visite

Pour les cartes de visite du personnel et des bénévoles d'OPSYCOURS, on adoptera un format standard **85×55 mm** (carte de crédit) en impression recto-verso. Les principes de design suivants assurent la cohérence avec la charte :

- **Recto (face avant)** : on peut choisir de couvrir tout le recto d'un **aplat bleu OPSYCOURS** (le bleu principal) sur lequel le logo sera placé en **version inversée blanche** au centre. Ce visuel plein cadre avec le logo blanc offre un impact immédiat et attire l'attention sur le nom OPSYCOURS. Alternativement, un recto blanc avec le logo couleur centré est possible si l'on préfère la sobriété, mais l'option fond bleu est plus identitaire.
- **Verso (face arrière)** : opter pour un fond blanc (ou très clair). Reprendre en en-tête le **logo couleur** en petit (par exemple 15 mm de large) soit centré en haut, soit dans un coin. En dessous, disposer les **coordonnées** de la personne : Nom et prénom, fonction, téléphone, e-mail, etc. Utiliser la **police secondaire** (Arial, Calibri...) en couleur bleu nuit ou gris anthracite pour ces informations. Pour hiérarchiser, on peut mettre le nom en

un peu plus grand ou en gras, la fonction en italique ou en bleu OPSYCOURS. Les intitulés importants (par ex. « Psychologue », « Coordinateur·trice ») peuvent être en bleu ou en gras pour ressortir.

- **Éléments additionnels** : si l'espace le permet, on peut rappeler le **slogan** en bas de carte, en italique gris moyen 7-8 pt. Éventuellement, une touche de **jaune** peut être ajoutée pour égayer : par exemple un petit pictogramme ou une fine bande colorée jaune (Pantone 124 C) quelque part sur la carte, à condition que cela reste discret et harmonieux.
- **Lisibilité et marges** : attention à conserver des **marges intérieures** suffisantes : aucun texte ou logo ne doit être trop proche du bord de coupe (laisser au moins 5 mm de marge). De plus, ne descendez pas en-dessous de **7 pt** de taille de police pour les textes de contact afin qu'ils restent lisibles. L'ensemble de la carte doit rester sobre et professionnel : éviter toute surcharge graphique, rester sur des fonds unis (bleu, blanc) et limiter les polices à celles de la charte.

Le design final de la carte de visite doit refléter l'image d'OPSYCOURS : une association sérieuse, moderne et humaine. Même de petite taille, la carte véhicule l'identité visuelle par ses couleurs et sa mise en page épurée.

Visuels pour les réseaux sociaux

Sur les réseaux sociaux, les formats d'images et contraintes diffèrent, mais la charte graphique doit rester reconnaissable instantanément par les internautes. Voici quelques conseils :

- **Photo de profil** : pour la photo de profil des pages Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, etc., il est recommandé d'utiliser le **logo compact**, c'est-à-dire le symbole seul (mains + cercle + silhouette), sur un **fond bleu OPSYCOURS** uni. Cette icône, sans texte, s'adapte parfaitement aux cadres carrés/ronds des avatars. Veillez à ce que l'icône soit bien centrée et éventuellement augmentée en contraste (par ex. symbole en blanc sur rond bleu) pour rester lisible même en très petite taille (sur mobile notamment).

- **Image de couverture** : pour les bannières d'en-tête (par ex. la cover photo Facebook ou LinkedIn), on peut créer un visuel combiné. Utilisez une **photographie évocatrice** en arrière-plan (illustrant l'esprit d'OPSYCOURS : scène de soutien, visage rassuré, etc.) et appliquez-y un voile de couleur semi-transparent (bleu foncé) pour assombrir légèrement et améliorer la lisibilité. Par-dessus, placez le **logo complet** (souvent en blanc) avec éventuellement le slogan, de façon à ce qu'il ressorte bien sur le fond assombri. Positionnez ce bloc logo/slogan de préférence dans une zone peu chargée de la photo, par exemple aligné à gauche. Tout texte additionnel (titre de page, accroche) doit utiliser les **polices de la charte**, police principale ou secondaire, en blanc ou en jaune selon le contraste, et rester concis.
- **Publications et images partagées** : pour les visuels intégrés aux posts (Twitter, Facebook, Instagram...), il est bon d'**inclure le logo** de manière discrète dans un coin de l'image. Par exemple, un petit logo blanc en bas à droite sur une image photo. Ainsi, chaque contenu partagé porte la marque OPSYCOURS. De plus, utilisez la **palette de couleurs** de la charte dans vos créations : un bouton "Call-to-action" sera par exemple coloré en jaune OPSYCOURS plutôt qu'en une couleur aléatoire ; un encadré ou une infographie utilisera du bleu OPSYCOURS pour les titres, etc. Sur Instagram, où le format carré domine, vous pouvez concevoir un template type : fond blanc, logo dans un angle, texte ou visuel principal occupant le reste, le tout en respectant le code couleur. Le ton des images doit rester positif et inclusif, conforme à l'approche "zéro étiquette" (pas de photo stigmatisante, pas de visuel anxiogène gratuit).
- **Reconnaissance immédiate** : dans l'ensemble, l'identité OPSYCOURS sur les réseaux doit être immédiatement perceptible : en voyant un post aux couleurs et au style de l'association, l'abonné doit savoir d'un coup d'œil qu'il s'agit d'OPSYCOURS. D'où l'importance de conserver des **couleurs cohérentes**, un style d'icônes homogène (utiliser les mêmes pictogrammes que sur le site ou les documents, par ex.), et la présence systématique, même discrète, du logo sur les visuels.

En appliquant ces principes, les pages et publications OPSYCOURS sur les médias sociaux gagneront en **uniformité visuelle** et en impact de marque.

Vêtements promotionnels et goodies

Les vêtements arborant le logo permettent de diffuser l'image de l'association lors d'événements ou sur le terrain. Quelques recommandations pour les **t-shirts, casquettes, badges textiles** et autres goodies :

- **T-shirts blancs** : imprimer le **logo en couleurs** au centre de la poitrine, assez grand (8 à 10 cm de large minimum) pour être visible de loin. On peut choisir de le mettre en plein centre ou côté cœur. Le slogan peut être ajouté **sous le logo** si le visuel est assez grand, ou bien au dos du t-shirt en plus gros. Par exemple, sur l'arrière du t-shirt, écrire le slogan en lettres blanches ou jaunes, de façon arquée en haut du dos ou centré, en utilisant la police principale ou secondaire de manière cohérente (pas de fantaisie dans la police).
- **T-shirts colorés ou foncés** : privilégier la version **inversée** du logo, c'est-à-dire le logo tout blanc sans fond, pour un contraste optimal sur un textile bleu marine, noir ou autre foncé. Si le t-shirt est de la couleur bleu OPSYCOURS lui-même, le logo blanc ressortira très bien. Éviter d'imprimer le logo couleur normal sur un textile bleu similaire car on perdrait la lisibilité.
- **Autres vêtements et accessoires** : sur une **casquette** bleue OPSYCOURS, par exemple, il sera plus simple de broder uniquement le *symbole* en blanc à l'avant (les détails fins du texte pourraient mal rendre en broderie). Sur un **tote bag** en toile claire, au contraire, on peut imprimer le logo couleur en bonne résolution. Pour un **gilet** ou un polo de volontaire, une option est d'utiliser l'écusson badge CIUP (logo compact + mention) afin d'identifier l'intervenant. Chaque support textile a ses contraintes : la broderie nécessite de simplifier le logo (pas de petits détails), l'impression sur coton clair rend fidèlement les couleurs mais sur polyester foncé il faut des encres couvrantes, etc. Dans tous les cas, respecter scrupuleusement les **couleurs Pantone** officielles lors de la production (le fabricant de t-shirts doit suivre les codes fournis pour obtenir le bon bleu, le bon jaune...).
- **Proportions et lisibilité** : ne jamais altérer les proportions du logo pour "faire rentrer" sur un objet : s'il est trop large, prenez la version compacte ou réduisez uniformément la taille, mais ne condensez pas ou n'étirez pas.

Assurez-vous également que le **nom OPSYCOURS** reste lisible : sur un petit goodies (stylo, pin's), il peut être préférable de n'utiliser que le symbole ou le sigle de l'association si le texte serait illisible.

En fournissant aux fabricants des maquettes conformes (par exemple un fichier vectoriel du logo blanc pour impression sur t-shirt bleu, ou un gabarit de casquette avec le symbole), on garantit que le résultat final sera fidèle à l'image d'OPSYCOURS.

ÉLÉMENTS GRAPHIQUES COMPLÉMENTAIRES

Au-delà du logo, des couleurs et des polices, l'univers visuel d'OPSYCOURS peut être enrichi par des éléments graphiques additionnels. Ces composants visuels secondaires viennent renforcer l'identité sur les supports, tout en illustrant les thèmes chers à l'association (l'urgence, la santé mentale, la bienveillance). Voici quelques pistes d'éléments graphiques cohérents à développer :

Pictogrammes thématiques

Il est utile de disposer d'une série de **pictogrammes** ou icônes représentant les domaines d'intervention et valeurs d'OPSYCOURS. Par exemple :

- Un pictogramme de **trousse de secours** ou une **croix médicale** pour symboliser l'urgence et l'intervention rapide.
- Une icône de **cerveau stylisé** ou de silhouette de tête avec une main pour la santé mentale et le soutien psychologique.
- Un **cœur** ou des **mains enlacées** pour la bienveillance, l'entraide.

Ces pictogrammes doivent partager un style homogène : idéalement un design **flat** (aplats simples, sans effets 3D) utilisant les **couleurs de la charte**. Par

exemple, ils peuvent être dessinés en trait blanc sur un rond bleu foncé, ou en bleu foncé sur fond blanc, avec éventuellement des touches de jaune pour accentuer certains détails. Les formes doivent être **simples** et **immédiatement reconnaissables** pour une bonne lisibilité (surtout qu'ils seront parfois petits). On veillera à ce que l'**épaisseur du trait** de ces icônes soit cohérente entre elles et, si possible, alignée sur l'épaisseur des traits du symbole du logo (les cercles du labyrinthe). Cela renforcera l'unité visuelle entre le logo et les pictogrammes.

Ces icônes pourront servir sur le site web (rubriques "Nos missions", "Formation"...), dans les brochures, ou sur les réseaux sociaux. En disposant d'une **bibliothèque d'icônes** sur mesure, on évite d'utiliser des pictos génériques non alignés avec l'identité, et on enrichit le langage visuel de l'association.

Formes et motifs graphiques

Le logo OPSYCOURS lui-même fournit des motifs exploitables en tant qu'éléments graphiques de décor. On peut notamment réutiliser le **motif circulaire concentrique** qui entoure la silhouette du logo. Par exemple :

- Des **cercles concentriques** semi-transparents (reprenant le cercle du logo) pourraient être placés en arrière-plan de documents (affiches, slides) pour rappeler subtilement le logo – cela évoque aussi les ondes de choc d'une crise ou les cercles de soutien successifs.
- La forme des **mains ouvertes** du logo peut inspirer un motif en filigrane en ton sur ton dans un coin de page, symbolisant la protection ou l'accueil.
- La lettre grecque **Ψ (psi)**, symbole de la psychologie, est déjà suggérée dans le logo (le P stylisé). On pourrait l'intégrer de façon discrète dans certains visuels pour renforcer l'ancre "psy" : par exemple, un grand psi translucide en arrière-plan d'un kakemono, ou répété en motif. Il faut veiller à le styliser dans l'esprit OPSYCOURS, par exemple en reprenant la même courbe que le P du logo, pour que cela s'intègre harmonieusement.

Ces motifs doivent rester **discrets** et élégants : l'idée n'est pas de distraire mais d'habiller légèrement les supports. Ils permettent d'éviter les aplats vides tout en restant dans le thème. Par exemple, un document interne pourrait avoir en arrière-plan un très léger tracé de labyrinthe agrandi, ton sur ton, pour égayer la page sans gêner la lecture.

Textures et arrière-plans

Plutôt que d'avoir de larges fonds blancs ou unis, on peut concevoir des **textures légères** aux couleurs de l'association pour agrémenter les visuels. Quelques idées :

- Un **motif répétitif** de petits symboles OPSYCOURS : par exemple, en reprenant en miniature le logo, le cœur, le psi, etc., disposés en quinconce. Réalisé en *ton sur ton* (blanc sur blanc, bleu très clair sur bleu plus foncé...), ce pattern peut servir de fond discret sur une présentation ou l'intérieur d'une couverture de dossier. Il doit être suffisamment pâle pour ne pas nuire à la lisibilité du texte par-dessus.
- Un **dégradé** de couleur évoquant le passage de la détresse vers l'espoir : par exemple un gradient qui part d'un bleu froid vers un jaune clair lumineux. Ce type de fond peut être utilisé sur un flyer ou une infographie pour donner de la profondeur. Il faut l'utiliser parcimonieusement et en s'assurant qu'il s'accorde bien avec le reste de la palette et le texte (un texte sur dégradé doit rester lisible, quitte à ajouter un aplat derrière le texte).
- Des **aplats texturés** : on peut imaginer un fond bleu OPSYCOURS avec une légère texture "papier" ou un motif géométrique très fin pour ajouter du caractère aux documents institutionnels.

Le maître-mot reste la **sobriété** : ces textures et fonds doivent enrichir le design sans le surcharger. Toujours penser à la lisibilité : par exemple, un motif ne doit pas être trop contrasté sinon le texte par-dessus deviendra illisible.

Style photographique

Bien que la photographie ne soit pas un élément “graphique” dessiné, le style des images utilisées contribue fortement à l’identité visuelle globale. Pour OPSYCOEURS, privilégiez des photos **authentiques et positives** :

- Thèmes recommandés : des intervenants à l’écoute avec empathie, un groupe de parole, un bénéficiaire qui sourit soulagé, une scène de terrain où l’on voit de la coopération, etc. Montrer l'**humain** et le **soulagement**.
- Éviter : les clichés stigmatisants ou trop négatifs. Par exemple, proscrire les images caricaturales de la “folie” (personnes menottées, regards hagards dramatisés) ou du désespoir absolu sans espoir. OPSYCOEURS prône le “zéro étiquette”, donc les visuels doivent refléter la dignité et l’espoir, pas la stigmatisation ou la peur.
- Traitement : si nécessaire, appliquez un **filtre coloré** sur les photos pour les harmoniser avec la charte – par exemple, une légère teinte bleutée ou un voile bleu sur une série de photos leur donnera un rendu cohérent entre elles et avec les couleurs OPSYCOEURS. On peut également en post-production diminuer la saturation ou le contraste des images trop vives, pour mieux les fondre dans les designs (et permettre au texte par-dessus de ressortir).
- Intégration avec le graphisme : combinez toujours les photos avec les éléments graphiques dans le respect de la lisibilité. Par exemple, si vous placez du texte sur une photo, assurez-vous que la zone soit assombrie ou éclaircie pour que le texte blanc/bleu soit lisible. N’hésitez pas à insérer le **logo en filigrane** sur certaines images (par exemple en bas d’une photo de couverture Facebook) de manière à marquer le visuel sans le dominer.

En résumé, le style photo doit transmettre à la fois le **sérieux** (images maîtrisées, professionnelles, couleurs sobres dominantes comme le bleu) et l'**optimisme** (touches de jaune, visages souriants, gestes de soutien)

d'OPSYCOURS. Chaque visuel photographique choisi doit être en adéquation avec les valeurs de l'association et être validé quant à sa pertinence et son ton.

En intégrant ces éléments graphiques complémentaires de manière cohérente, on enrichit la communication visuelle d'OPSYCOURS sans la dénaturer. Ils apportent de la variété et de la personnalité aux supports tout en respectant **l'esthétique globale** : simple, contemporaine, centrée sur l'humain et crédible.

CONCLUSION

Cette charte graphique OPSYCOURS est le guide de référence pour toute création visuelle relative à l'association. En respectant le logo et ses déclinaisons, en appliquant correctement les couleurs officielles et les typographies choisies, et en s'inspirant des gabarits et éléments graphiques proposés, chacun de vos supports de communication renforcera l'image d'OPSYCOURS. L'objectif est qu'au **premier coup d'œil**, le public identifie vos documents grâce à une identité visuelle forte et homogène, porteuse des valeurs de dynamisme, de crédibilité et de solidarité sans stigmatisation.

N'hésitez pas à enrichir ce document de **cas concrets** et d'exemples visuels (*bonnes et mauvaises pratiques*) pour faciliter son appropriation par tous. En cas de doute lors de la conception d'un support, revenez toujours aux principes de base ici établis, ils garantissent que **l'esprit d'OPSYCOURS** transparaîtra dans chaque affiche, chaque publication, chaque support, consolidant ainsi la confiance et la notoriété autour de votre mission.

LEXIQUE TECHNIQUE

Aplat : surface de couleur unie, sans dégradé ni motif. Un aplat de couleur (par exemple un fond bleu plein) est souvent utilisé pour donner de la présence à un design tout en restant simple.

CIUP : acronyme employé par OPSYCOURS pour “Cellule d’Intervention d’Urgence Psychologique” (ou sa Carte d’Identité). Un badge *CIUP* désigne la carte ou le brassard d’identification porté par les intervenants de terrain en psychologie d’urgence, comportant le logo de l’association et la mention CIUP.

Empattement (serif) : petite extension décorative à l’extrémité des traits d’une lettre dans certaines polices de caractère (ex : *Times New Roman* possède des empattements). Les polices “avec empattements” sont appelées *sérif* et évoquent un style classique.

Sans empattement (sans-serif) : se dit d’une police de caractère sans fioritures aux extrémités des lettres (ex : *Arial*). Ces polices ont un aspect plus moderne et épuré, et offrent généralement une meilleure lisibilité à l’écran.

Favicon : petite icône associée à un site web, affichée dans l’onglet du navigateur ou devant l’URL (généralement en 16×16 px ou 32×32 px). Pour OPSYCOURS, il s’agira d’une version miniature du logo (souvent le symbole seul, simplifié).

Filigrane : élément graphique (image ou texte) incorporé en arrière-plan d’un document, de manière très atténuee (transparente). Par exemple, le logo OPSYCOURS en filigrane peut être placé au centre d’un certificat, en gros et en transparence 10%, pour marquer le document sans gêner la lecture.

HEX (code hexadécimal) : code de 6 caractères (chiffres et/ou lettres) utilisé en informatique pour représenter une couleur (en codant les valeurs Rouge-Vert-Bleu). Par exemple, **#004B8D** est le code hexadécimal du bleu OPSYCOURS. Ce code est notamment utilisé dans le développement web ou les logiciels de graphisme pour reproduire exactement une couleur.

Kakemono : support de communication vertical de grand format, généralement une bannière souple suspendue ou montée sur un enrouleur. Souvent utilisé dans les salons et conférences, le kakemono présente un visuel (logo, slogan, images) en hauteur, facile à transporter et à exposer.

Pantone : système universel de correspondance des couleurs utilisé en imprimerie. Un code Pantone (ex : Pantone 072 C pour le bleu OPSYCOURS) permet à l'imprimeur de reproduire exactement la teinte souhaitée. C'est une référence de couleur "spot" (tons directs) garantissant un rendu identique d'un tirage à l'autre.

Roll-up : similaire au kakemono, c'est un panneau d'affichage vertical enroulable dans une base en aluminium. On le déroule sur place pour présenter un visuel autoportant. Le roll-up est pratique pour les stands mobiles et les événements car il se monte et se démonte facilement.

N/B : abréviation de "Noir et Blanc". Une impression N/B signifie qu'on imprime sans couleur, uniquement en niveaux de gris (par exemple pour économiser de l'encre ou sur un copieur monochrome).

VBG : abréviation de "Violences Basées sur le Genre". Ce terme peut apparaître dans le contexte des journées de sensibilisation (ex : Journée de lutte contre les VBG) auxquelles OPSYCOURS pourrait participer. Il est cité ici comme exemple de thématique de campagne de sensibilisation.