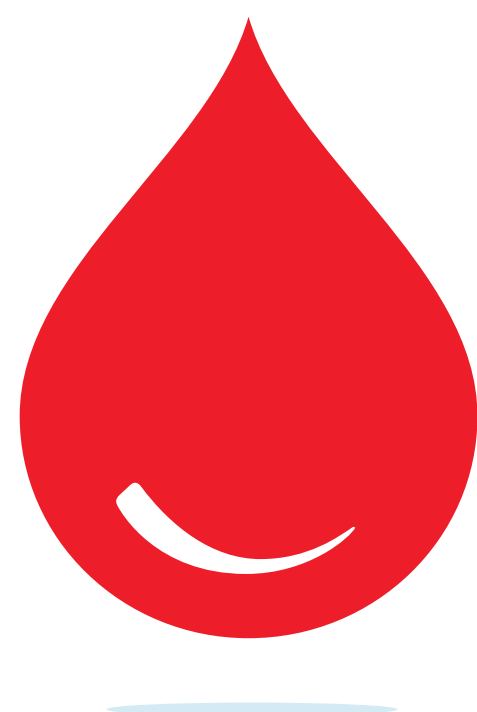


CHARTRE GRAPHIQUE MARQUE DONNEUR



PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG !

01 PLATEFORME DE MARQUE

Qu'est-ce que la marque donneur ? _ 4

Activités et missions de la marque _ 5

Valeurs et signature _ 6

Plateforme de marque _ 7

Quelle marque doit parler ? _ 8

À qui s'adresse la marque donneur ? _ 9

02 IDENTITÉ DE MARQUE

Logo _ 11

Couleurs _ 22

Typographies _ 24

Goutte _ 27

Marie-Louise _ 31

QR code _ 32

Iconographie _ 33

Illustrations _ 35

Pictogrammes _ 41

Charte édito _ 42

03 APPLICATION PRINT

Construction du print _ 44

Encart presse _ 49

Brochure - guide - dépliant _ 50

Fiche et formulaire _ 51

Document de sécurité transfusionnelle _ 52

Types d'affichage _ 53

Papeterie de collecte générique _ 54

Papeterie de collecte _ 55

Papeterie de collecte repiquable _ 57

04 DIGITAL APPLICATION RÉSEAUX SOCIAUX

Logo _ 65

Construction d'un post _ 67

Publications fixes _ 68

Formats des publications _ 69

Exemples de publications fixes _ 70

Publications animées _ 71

Exemples de publications animées _ 72

05 DIGITAL APPLICATION WEB

Logo _ 74

Couleurs _ 77

Typographies _ 79

UI _ 80

Emailing _ 87

06 GOODIES

Application logo _ 89

Exemples _ 91

Insigne _ 93

07 SIGNALÉTIQUE INTÉRIEURE

Principes généraux _ 95

Signalétique pérenne _ 97

Signalétique temporaire _ 99

Kakémono _ 101

08 SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE

Principes généraux _ 103

Maison du don _ 104

Collectes _ 113

01 LA PLATEFORME DE MARQUE

Qu'est-ce que la marque donneur ? Vision	4
Activités et missions de la marque	5
Valeurs et signature	6
Plateforme de marque	7
Quelle marque doit parler ?	8
À qui s'adresse la marque donneur ?	9

QU'EST-CE QUE LA MARQUE DONNEUR ?

Il ne s'agit pas de l'EFS, que ce soit en tant qu'organisation, marque institutionnelle, ou marque employeur. Mais de la marque qui s'adresse aux donneurs de sang.

La marque donneur s'adresse aux donneurs de 18 ans à 70 ans mais aussi à toutes les personnes qui soutiennent le don de sang (personnes contre indiquées, ambassadeurs, les associations de donneur).

LA VISION

LA SANG EST UNE RESSOURCE VITALE, QUE NOUS AVONS TOUS EN NOUS ET QUE NOUS POUVONS PARTAGER.

Notre sang est une ressource vitale pour chacun de nous. Mais il a aussi l'extraordinaire propriété de pouvoir être partagé et de devenir une source de soins pour les autres.

En partageant un peu de son sang, on ne se prive donc de rien mais on peut aider, voire sauver les autres.



LA MISSION DE LA MARQUE

**FAIRE QU'UN MAXIMUM DE FRANÇAIS
PARTAGENT LEUR SANG RÉGULIÈREMENT.**

LES FAÇONS D'ACCOMPLIR LA MISSION

En sensibilisant les citoyens à l'importance vitale du don de sang.

En faisant du don une expérience simple, sûre et agréable.

En valorisant le statut de donneur.

ACTIVITÉS DE LA MARQUE

Des campagnes et des contenus pour sensibiliser et mobiliser en permanence le plus grand nombre, et en particulier les nouvelles générations.

Des services et des lieux de collecte qui rendent mémorable l'expérience du don.

Un programme relationnel pour créer de la fierté, de la fidélité et de la recommandation.



LES VALEURS

SOLIDAIRE

Une marque qui promeut le partage, le sens de la générosité et de la solidarité.

ÉTHIQUE

Une conception éthique du don qui associe anonymat, volontariat, non profit et bénévolat.

RASSURANTE

Une exigence de rigueur et d'efficacité pour proposer une expérience mémorable avec les plus hauts standards de sécurité et ainsi créer de la confiance.

CONVIVIALE

Un sens de l'accueil et un état d'esprit qui favorise le bien-être et le sentiment d'appartenance à une communauté. Une proximité dans la relation avec les donneurs et les patients ainsi qu'au niveau territorial.



LA SIGNATURE

**PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG!**

LA VISION :

Le sang est une ressource précieuse et renouvelable à partager.

LA MISSION :

Faire qu'un maximum de citoyens partagent leur sang régulièrement.

LA FAÇON DE FAIRE :

Permettre aux donneurs de vivre une relation humaine, valorisante et moderne tout au long de leur parcours et en toute sécurité.

LES ACTIVITÉS :

Des campagnes, des contenus, des services, des collectes, un programme relationnel.

LES VALEURS :

Solidaire, éthique, rassurante, conviviale.

LA SIGNATURE :

Partagez votre pouvoir, donnez votre sang !



QUELLE MARQUE DOIT PARLER ?

La marque donneur est un outil pour recruter et fidéliser les donneurs.

Elle doit être utilisée pour toutes les communications directes à destination des donneurs. Ainsi toutes les prises de parole directes qui ont pour objectif de recruter, de mettre en valeur et de fidéliser des donneurs sont portées par la marque donneur. Dans ce cadre-là, la marque institutionnelle EFS est présente sur les communications en tant que marque caution. Son rôle est de rassurer les Français en apportant confiance, crédibilité et sérénité, qui sont des valeurs liées à l'établissement public qu'est l'EFS.

Les communications mettant en avant la façon dont l'EFS opère le don de sang, toute la chaîne transfusionnelle et autres activités doivent être portées par la marque institutionnelle EFS. Ainsi, toutes les prises de parole destinées aux entreprises, aux parties prenantes (tutelles, associations) et liées à la marque employeur sont signées exclusivement par la marque institutionnelle EFS.

Pour la communication interne, c'est la marque institutionnelle EFS qui est utilisée.

Ainsi tous les éléments destinés aux collaborateurs sont signés exclusivement par la marque institutionnelle EFS. Cette règle est valable pour tous les supports y compris les fonds d'écran Teams. Dans les cas où il y a un besoin de mettre en avant un projet interne, comme Innovadon, la marque institutionnelle EFS reste l'émetteur principal. Dans le cas où la marque donneur organise un événement interne, elle peut être co-émettrice du message.



A QUI S'ADRESSE LA MARQUE DONNEUR ?

La marque donneur cible les donneurs de sang de 18 ans à 70 ans, tout type de don (don de sang, don de plasma, don de plaquettes, don de moelle osseuse, don de cornée, don de saignée).

Elle s'adresse également à toutes les personnes qui soutiennent le don de sang et font rayonner la marque donneur à savoir les personnes contre-indiquées, les associations de donneurs ou encore les ambassadonneurs.

LES AVANTAGES POUR LES PARTIES PRENANTES

Avoir une marque donneur forte permettra à nos partenaires, aux associations et aux donneurs de comprendre les activités et le positionnement de cette marque, en recevant les bons messages et en identifiant les valeurs associées. Cela favorisera la mise en place d'actions communes avec la marque donneur.



02 IDENTITÉ DE MARQUE

Logo _____	11
Couleurs _____	22
Typographies _____	24
Goutte _____	27
Marie-Louise _____	31
QR code _____	32
Iconographie _____	33
Illustrations _____	35
Pictogrammes _____	41
Charte éditó _____	42

RÈGLES D'UTILISATION :

Le logo est toujours composé : de la goutte avec son sourire, de la petite ombre, du halo lumineux, du phylactère avec la signature sur deux lignes.

Le logo doit vivre sur fond bleu donneur. Cas exceptionnel, il peut aussi vivre sur fond blanc. Dans ce cas, tous les éléments prennent la couleur du bleu donneur : le phylactère à 100% et l'ombre sous la goutte à 20% d'opacité.

Bien veiller à ce que l'intérieur du phylactère soit lisible.

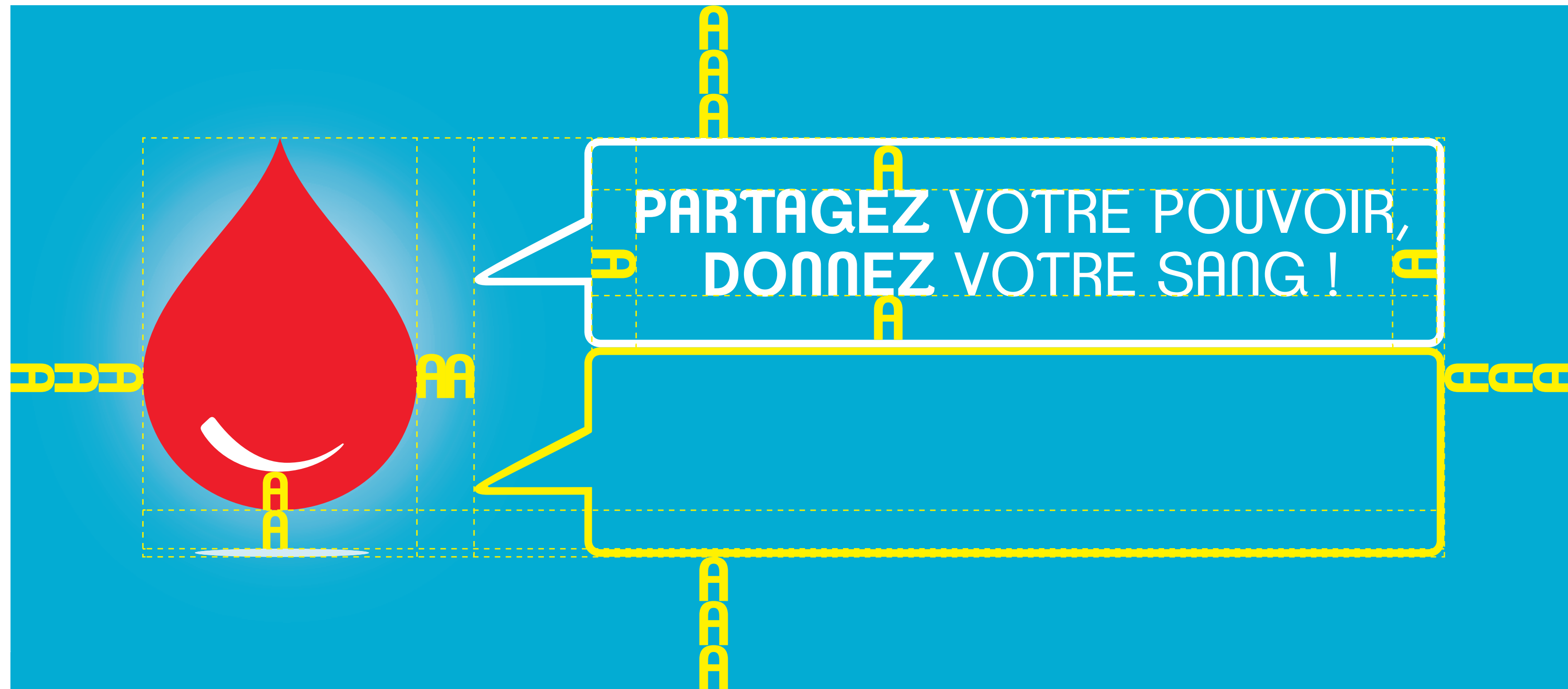
Privilégier la disposition du logo en bas à gauche des supports.

Ne pas changer les éléments du logo de place, ni de taille. Il n'y a qu'un seul logo et pas de variation.

Le halo, derrière la goutte n'est que présent lorsque le logo est sur le fond bleu donneur.

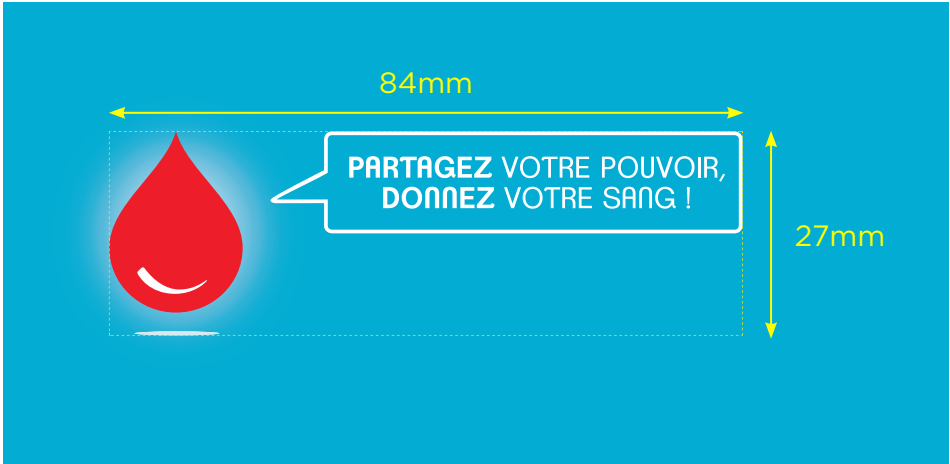
Donc ne pas utiliser le phylactère seul. Ne pas changer le contenu du phylactère / ne pas mettre un autre message que « Partagez votre pouvoir, donnez votre sang ! »





Principes d'utilisation :

Taille minimum



Zone de protection



LOGO

DO

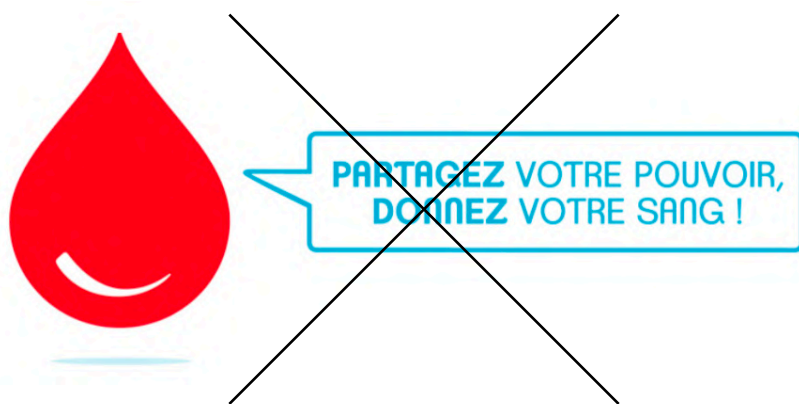


MONOCHROME

Exception pour certains goodies (défonce blanche sur fond bleu ou rouge).



DON'T



Le phylactère n'est pas orienté dans le bon sens.



Le phylactère est à gauche et non à droite de la goutte.



Le phylactère n'est pas pas au bon format.



Le message du phylactère ne peut être changé, de même que l'organisation du logo.



Le message du phylactère ne peut être changé dans le cadre du logo.



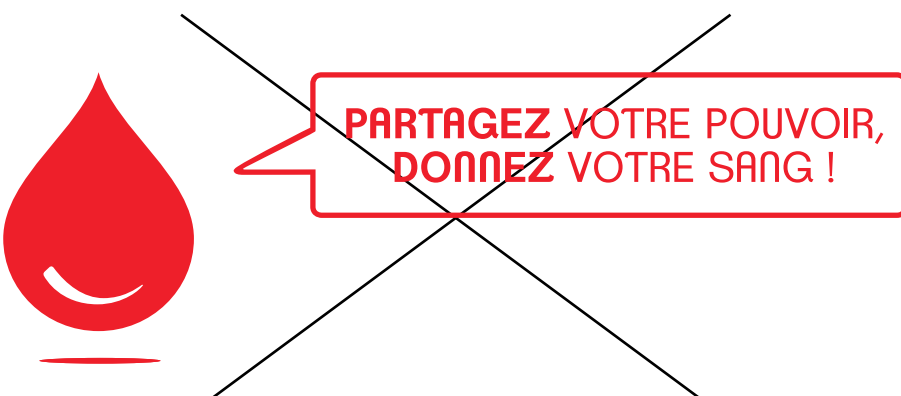
Le logo ne vit que sur fond bleu ou blanc et le message ne peut être changé.



Le logo ne varie pas en fonction des saisonnalités ou des événements.



La goutte ne doit pas être mise en scène.



Les couleurs du logo ne sont pas respectées.



VERSION ADAPTATIVE DU LOGO

RÈGLES D'UTILISATION :

Ce logo doit être utilisé sur le digital (voir les détails dans les parties associées), les posts réseaux sociaux et exceptionnellement sur les goodies ou sur certains supports print de petites tailles pour une question de lisibilité.

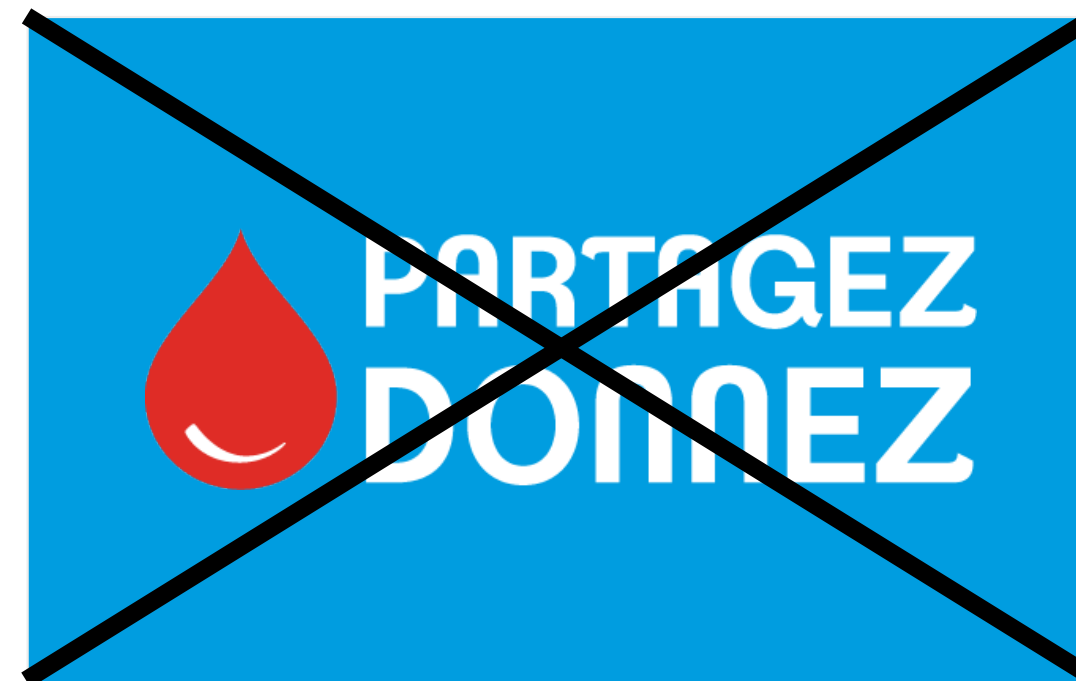
Le logo est toujours composé : de la goutte avec son sourire et de la signature raccourcie sur deux lignes.

Ne pas changer les éléments du logo de place, ni de taille. Et garder le message « Partagez donnez ».

Version générique



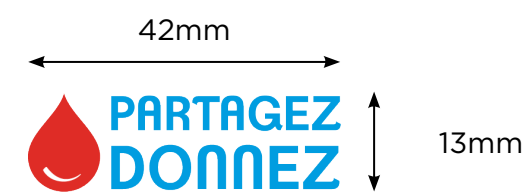
Versions monochrome



VERSION ADAPTATIVE DU LOGO

RÈGLES D'UTILISATION :

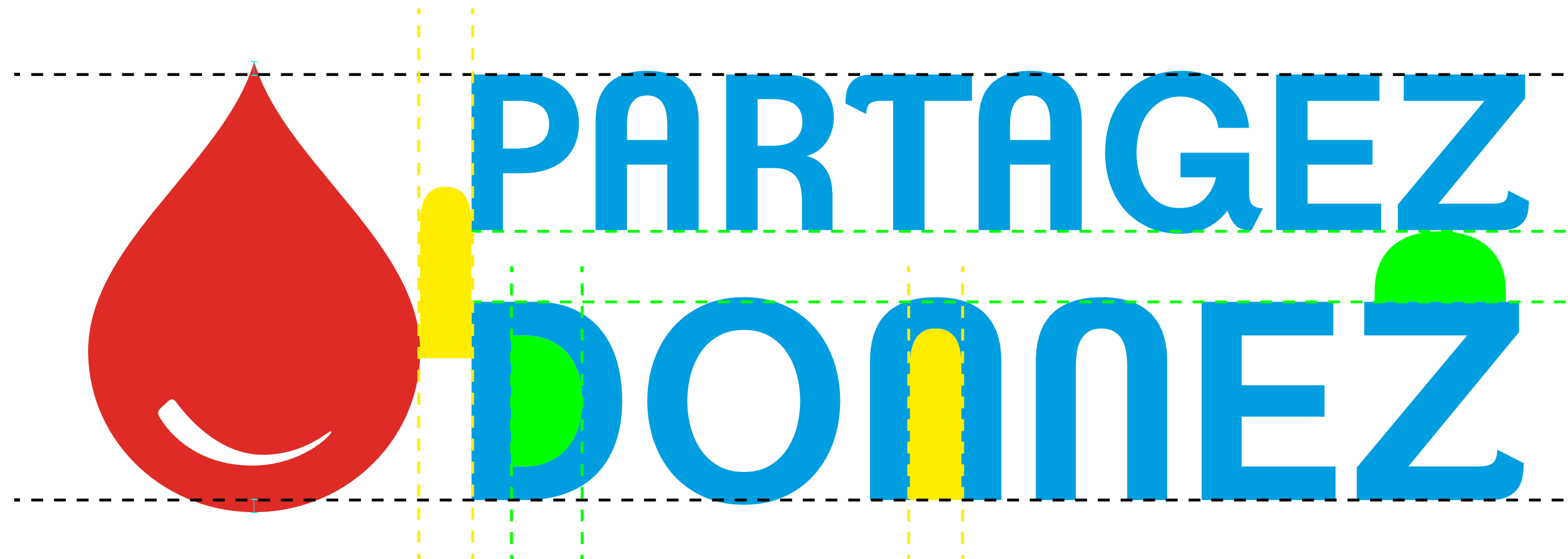
Taille minimum



Zone de protection



Construction



INTÉGRATION DU LOGO EFS

L'EFS étant la marque mère de la marque donneur, son logo doit être présent sur les différents supports, mais en mineur.

RÈGLES D'UTILISATION :

Sur les supports simples, privilégier la disposition du logo en haut à gauche, aligné au logo marque donneur.

Sur les supports types livret, brochure ou dépliant, mettre le logo sur la dernière page.

Taille minimale : 27 mmx27mm.

Taille maximale : 34mmx34mm

Respecter les applications concernant le contour du logo d'après la charte EFS selon les divers fonds :

LE LOGOTYPE



SUR FONDS DIVERS



FONDS INSTITUTIONNELS



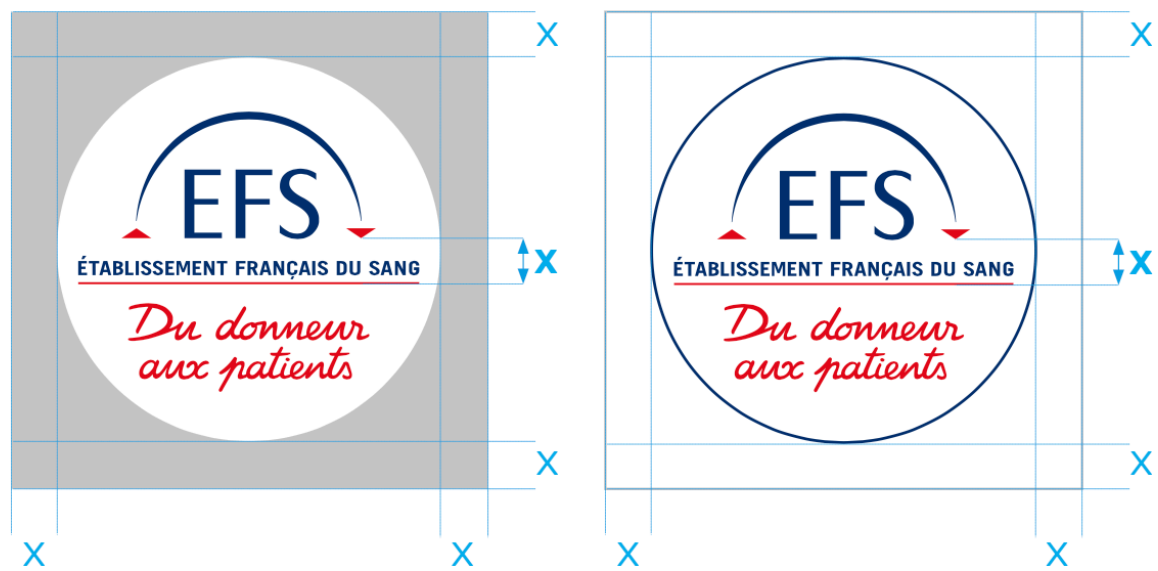
FONDS COULEURS



FONDS PHOTOS



L'ESPACE DE PROTECTION



DÉFINITION DE "X"



TAILLE MINIMALE D'UTILISATION



L'espace de protection correspond à la zone dans laquelle aucun élément graphique ou texte ne doit apparaître.

L'espace de protection s'applique de façon identique sur les versions «bloc marque blanc» et «bloc marque filet».

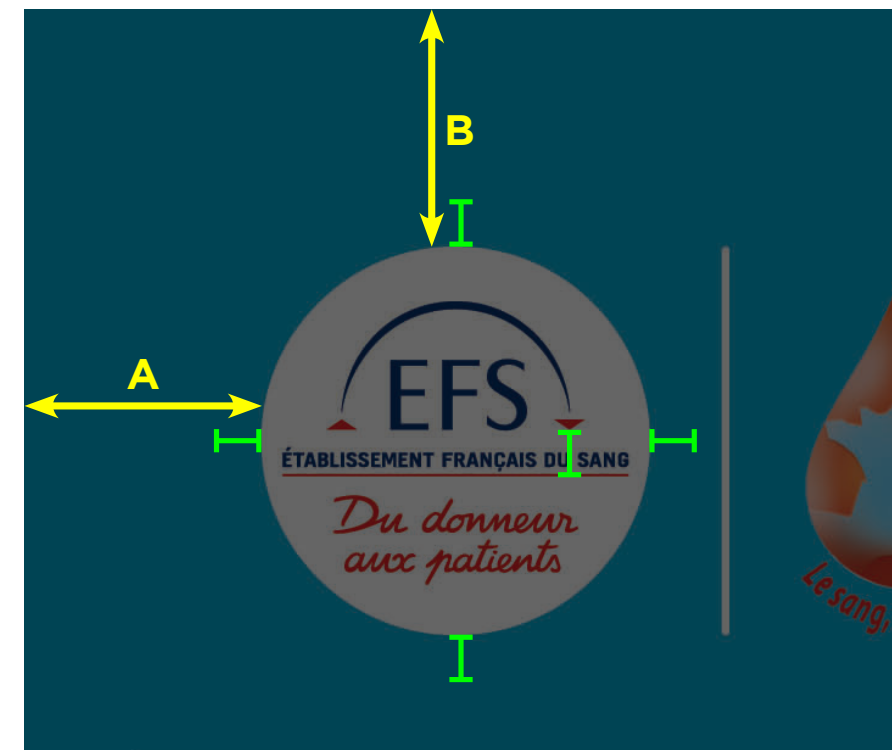
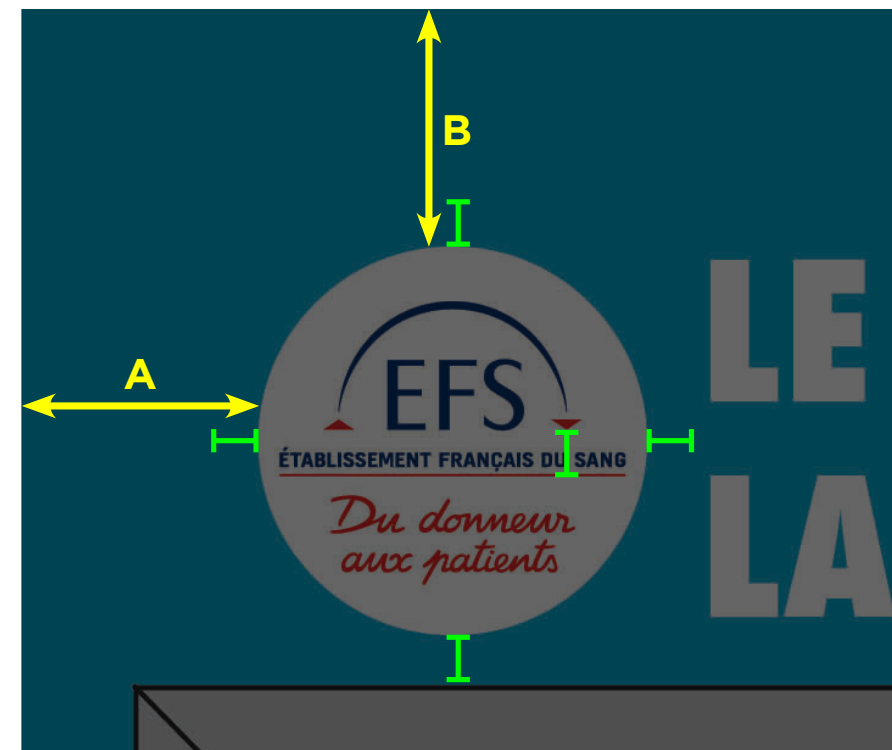
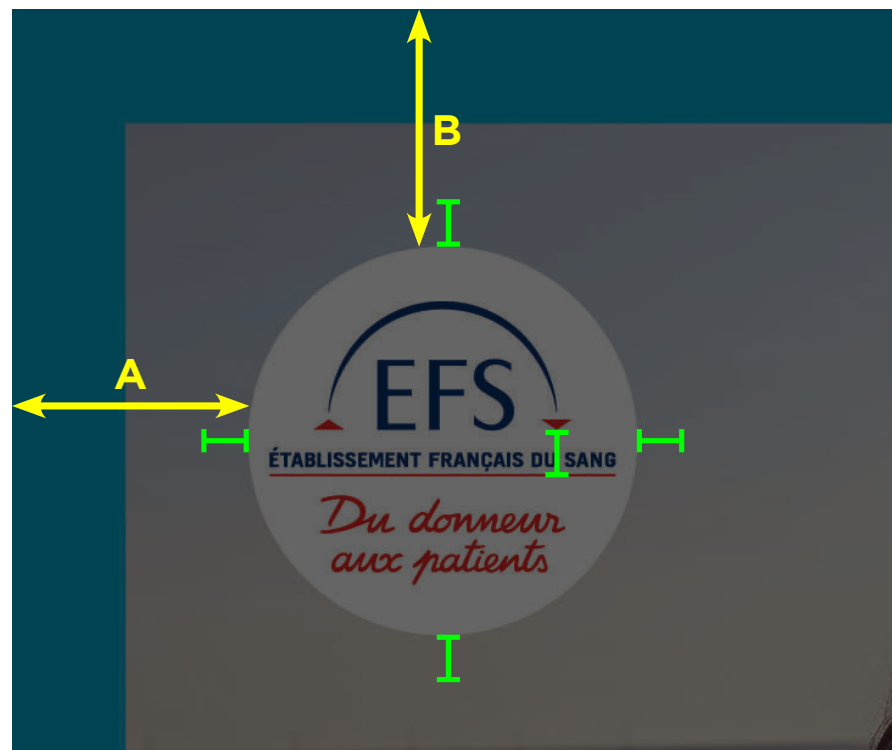
La taille minimale : 100 pixels



DISPOSITION DU LOGO EFS

Les marges du logo EFS doivent être les mêmes que celles du logo marque donneur. Quelque soit le format, si les deux logos apparaissent sur la même page, les distances A et B sont égales.

Dans ces marges, il rentre la zone de protection du logo EFS, comme indiqué slide précédente. Voir ci-dessous, plusieurs exemples : sur fond image, placé près d'un titre ou d'un logo partenaire.



**TIUM QUIS DITATUR.
UPTATEM UT VORES EST
QUE NIS MAXIMUSAE !**

PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG !

CALL TO ACTION

dondesang.efs.sante.fr



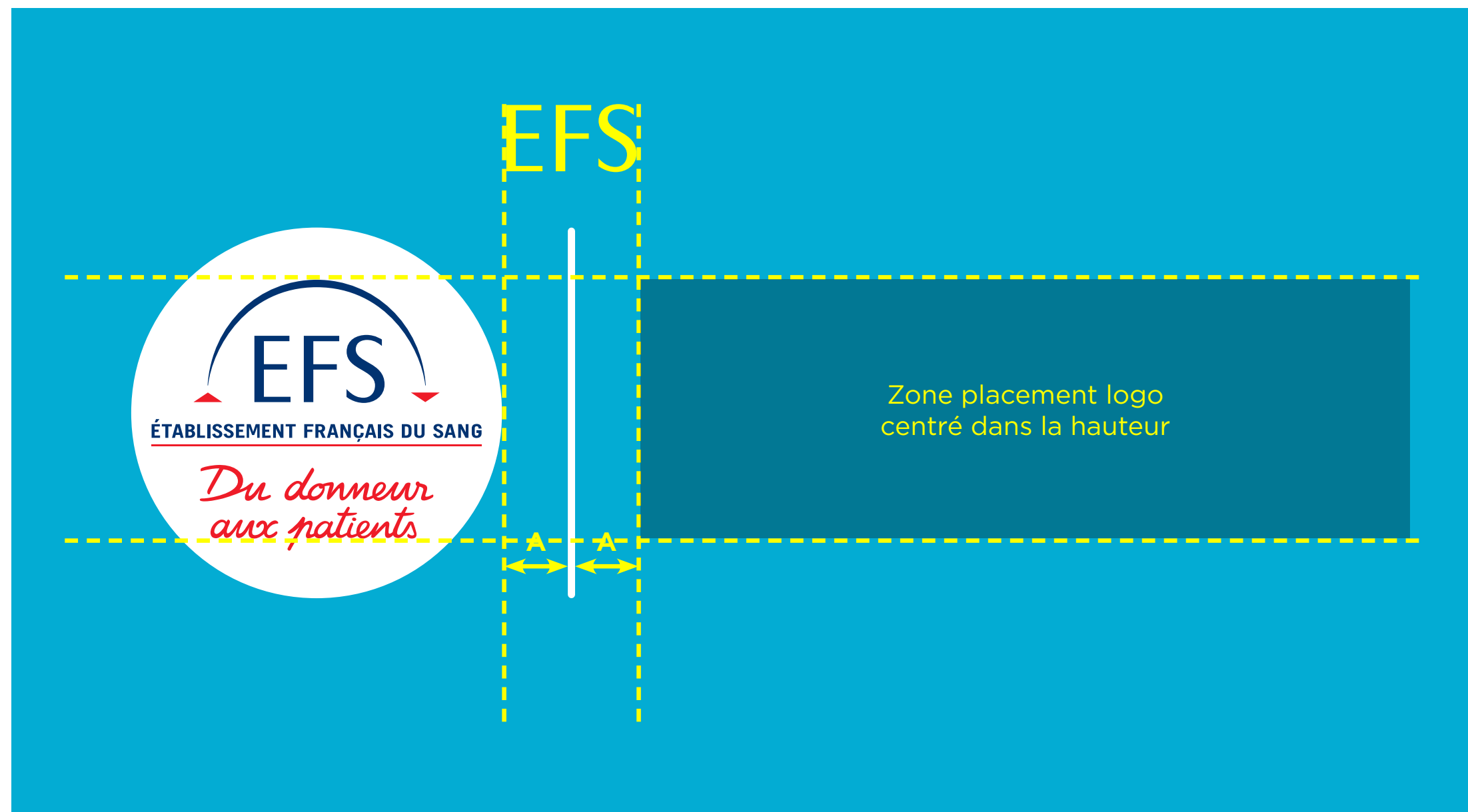
CO-BRANDING

Le logo EFS en co-branding répond à des règles de construction permettant de valoriser l'ensemble des marques.

RÈGLES D'UTILISATION :

- Le logo partenaire se positionne à droite du logo EFS.
- Les logos vivent sur fond blanc ou bleu donneur.
- Un filet de séparation se place entre les deux logos, et fait la hauteur du logo EFS.
- **Exception** pour le logo de la FFDSB en papeterie de collecte, il faut que celui-ci soit aussi gros que celui de l'EFS.

CONSTRUCTION



EXEMPLE



LOGO TRIMAN

Ce logo doit apparaître sur tous les supports à destination directe des donneurs (dépliant, fiche, formulaire, livret, document de sécu, flyer, invitation, etc.)

RÈGLES D'UTILISATION :

Il doit être en monochromie sur fond contrastant, de manière à être visible, lisible, clairement compréhensible et indélébile.

Il faut éviter de l'apposer sur des zones peu visibles pour le consommateur au moment du geste de tri.

Ne doit en aucune façon être dissimulé, voilé ou séparé par d'autres indications ou images.

Ne peut être modifié, ni barré, ses proportions doivent être respectées.

Ne peut pas faire l'objet d'indications (messages ou signalétiques) contradictoires avec cette signalétique ou qui seraient de nature à perturber sa compréhension par le consommateur au moment du geste de tri.

Privilégier son placement en bas des documents, dans le footer.

Il n'y a pas d'obligation pour les papiers dont la surface du plus grand des côtés mesure moins de 10cm².

Le logo Triman doit être dans un cartouche avec les éléments : «LE TRI + FACILE», «PROSPECTUS», le logo bac de tri.

DIMENSIONS



CARTOUCHE ET COULEUR



Interdiction de modifier le cartouche.
Celui-ci doit être monochrome :
blanc sur fond bleu.



LOGO TRIMAN

Exemples

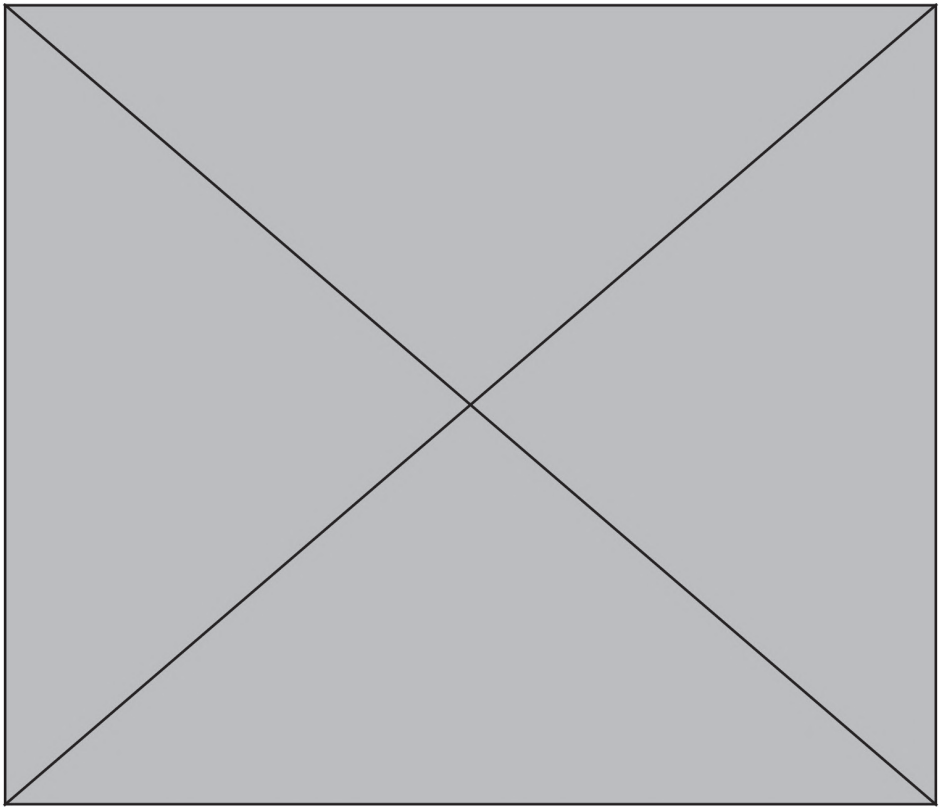
Flyer A5



DON DE SANG



MUS ES MIN REM QUATURI!



Ipsam restem alis dolor ma sequi blab is es recea derro te rest, coribus que entiam, volorit et ipsam alit am sit autatis abore nobit abor aut libusci mincti te qui re is rat res dellab idellup tatisti usapici quate laut est, sitat ut.



PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG !

RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE



dondesang.efs.sante.fr

0 800 109 900

Service à appl. gratuite

LE TRI FACILE

PROSPECTUS

Entête de lettre A4





Vos données à caractère personnel font l'objet de traitements par l'EFS, en tant que responsable de traitement et dont le siège se situe 20 avenue du Stade France, 93218 La Plaine Saint-Denis Cedex. Ce traitement est destiné à vous inviter aux collectes organisées sur [le(s)] lieu(x) où vous avez manifesté vouloir donner votre sang, dans le cadre des activités de promotion du don de l'EFS. Les données collectées sont conservées par l'EFS pendant la durée nécessaire à l'organisation de votre convocation au don, et en tout état de cause, seront supprimées dans un délai maximum de 2 ans (sauf si vous devenez candidat ou donneur de sang). Les personnels habilités de l'EFS ont accès aux données collectées en raison de leur mission relative à la promotion du don ou des besoins du service auquel ils appartiennent au sein de l'établissement. Conformément aux lois et règlements en vigueur en matière de protection des données et à condition de justifier de votre identité, vous bénéficiez d'un droit d'accès, de rectification, d'effacement, de limitation, d'opposition ainsi que du droit à la portabilité de vos données. Enfin, vous disposez du droit d'introduire une réclamation auprès de la Commission Nationale Informatique et Libertés (CNIL). Vous pouvez exercer vos droits auprès de l'EFS en vous adressant au Directeur de l'établissement de transfusion sanguine de la région dont dépend le site de collecte. L'EFS a désigné un délégué à la protection des données ou DPO - que vous pouvez contacter en envoyant un message à l'adresse suivante : efs.dpo@efs.sante.fr



PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG !

RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE



dondesang.efs.sante.fr

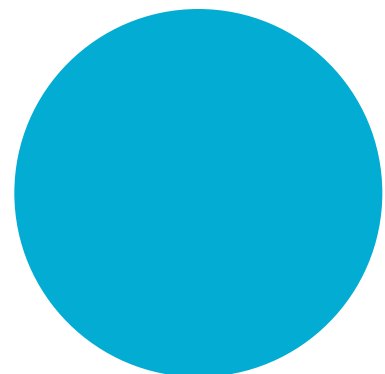
LE TRI FACILE

PROSPECTUS

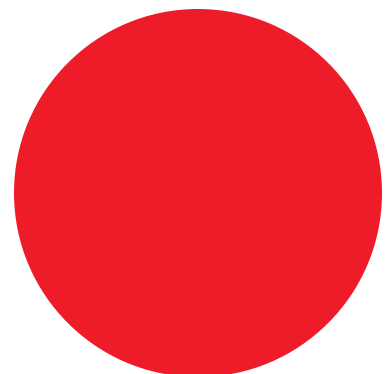


COULEURS

Deux couleurs principales incarnent la marque donneur :

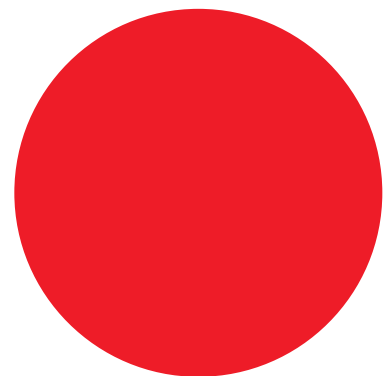


BLEU DONNEUR
C75 M10 J11 N0
#00aad3
Ref Pantone : 299 C

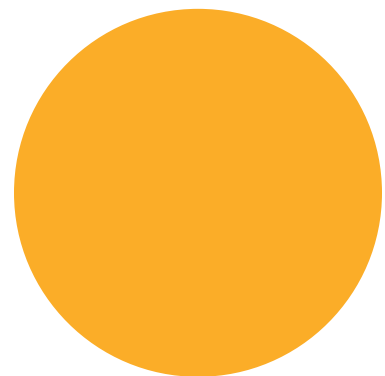


ROUGE DONNEUR
C0 M100 J95 N0
R227 V5 B27
#e3051b
Ref Pantone : 485 C

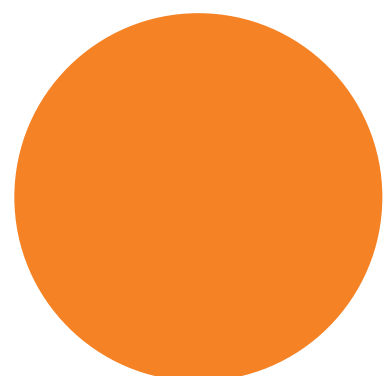
Couleurs des 4 types de don :



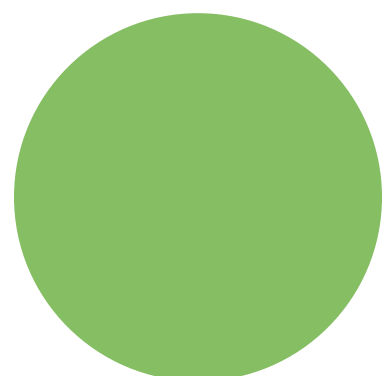
**DON DE SANG
(ROUGE DONNEUR)**
C0 M100 J95 N0
R227 V5 B27
#e3051b



DON DE PLAQUETTES
C0 M36 J94 N0
R249 V175 B14
#f9af0e



DON DE PLASMA
C0 M60 J98 N0
R239 V125 B10
#ef7d0a



DON DE MOELLE OSSEUSE
C50 M0 J100 N0
R145 V188 B85
#91bb55

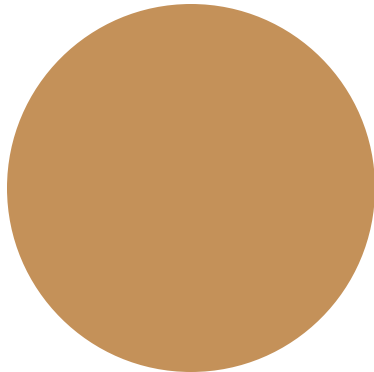
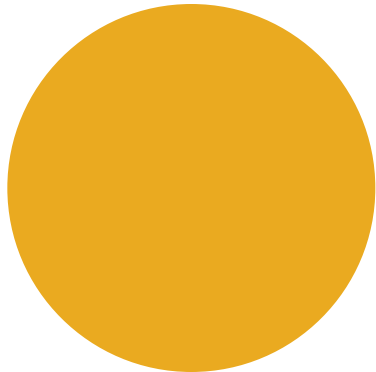
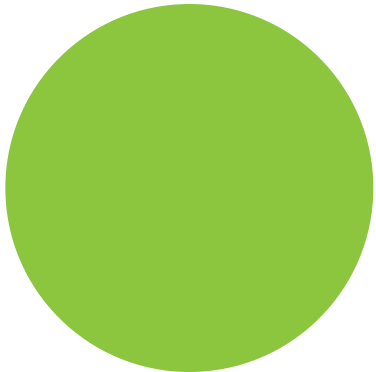
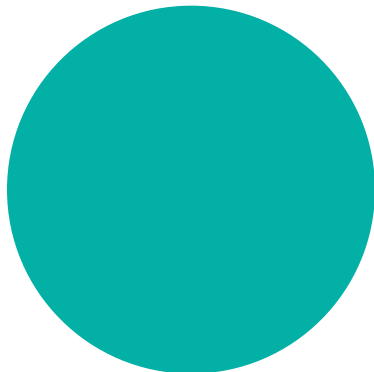
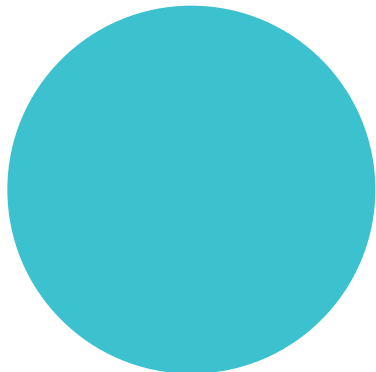
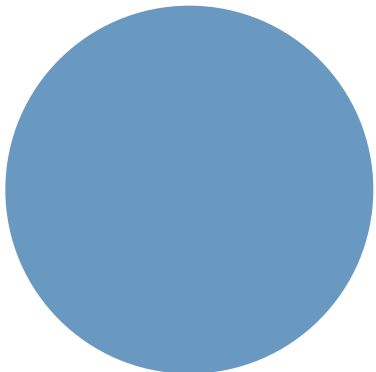
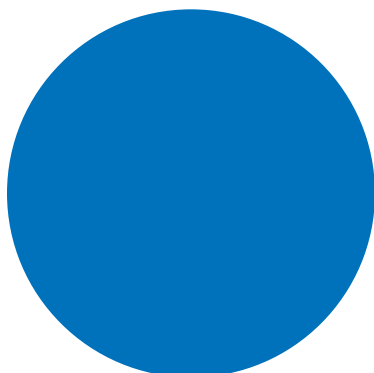
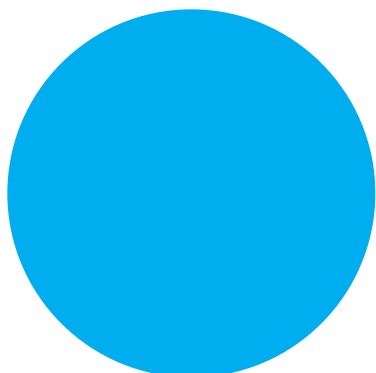
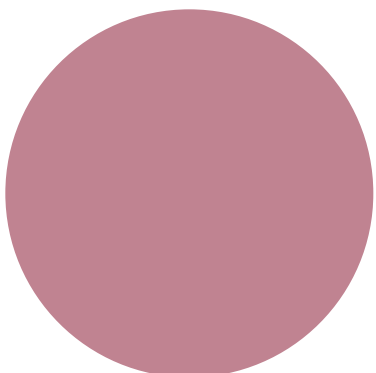
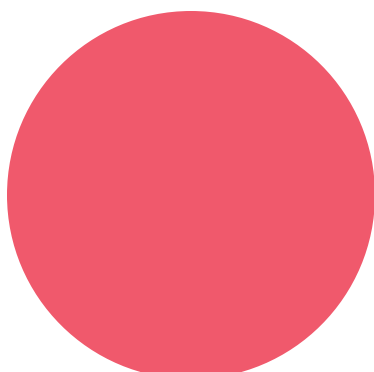
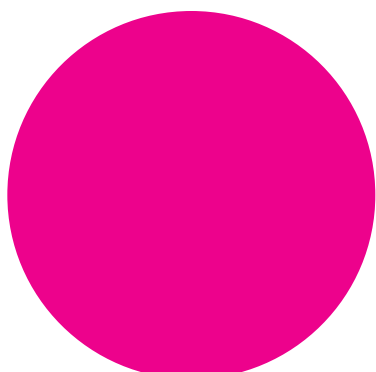
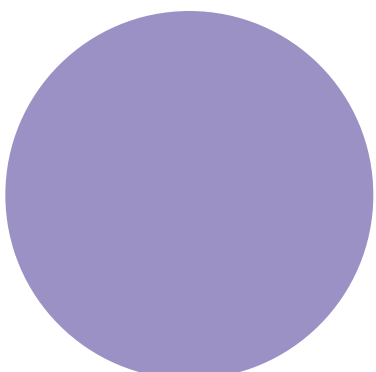
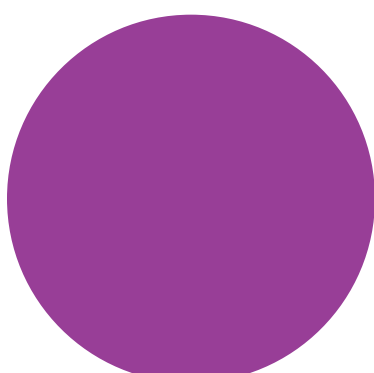
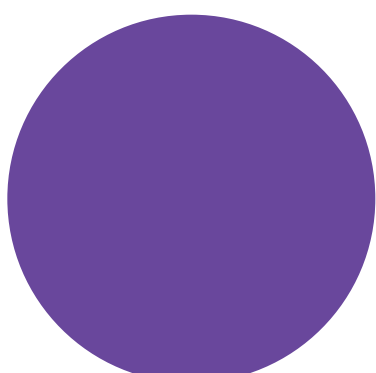
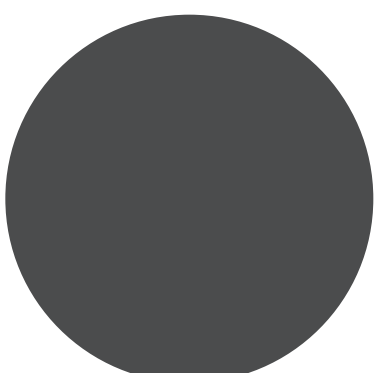
Quel que soit le message ou don mis en avant, le bleu donneur doit être la couleur dominante dans chaque support.



Les couleurs des différents types de don doivent être utilisées uniquement dans les supports les mentionnant.

COULEURS SECONDAIRES

Si nécessaire, il existe une palette de couleurs secondaires qui peut être utilisée, notamment pour les pictogrammes :

	C25 M45 J75 N0 R201 V147 B81 #c99351		C08 M35 J100 N0 R235 V172 B0 #ebac00		C50 M0 J100 N0 R149 V193 B31 #95c11f
	C75 M0 J40 N5 R0 V171 B164 #00aba4		C65 M0 J20 N0 R75 V190 B207 #4bbeef		C60 M30 J10 N0 R113 V157 B198 #719dc6
	C100 M50 J0 N0 R0 V105 B180 #0069b4		C100 M0 J0 N0 R0 V159 B227 #009fe3		C25 M55 J30 N0 R198 V134 B148 #c68694
	C0 M80 J45 N0 R234 V81 B103 #ea5167		C0 M100 J0 N0 R230 V0 B126 #e6007e		C45 M45 J0 N0 R156 V145 B197 #9c91c5
	C45 M90 J0 N0 R159 V53 B139 #9f358b		C70 M85 J0 N0 R109 V62 B145 #6d3e91		C0 M0 J0 N85 R74 V74 B73 #4a4a49



TITRE ACCROCHE	Futura Std Extra Bold Condensed	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 123456789
SOUS TITRE	Gotham Bold	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 123456789
CHAPEAU TEXTE COURANT MENTION LÉGALE	Gotham Bold	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 123456789
	<i>Gotham Bold Oblique</i>	<i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 123456789</i>
	Gotham Book	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 123456789
	<i>Gotham Book Oblique</i>	<i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 123456789</i>
	Gotham Light	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 123456789
LOGO	Clemente SemiBlod	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 123456789
	Clemente Book	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 123456789



RÈGLES TYPOGRAPHIQUES

TITRE OU ACCROCHE

Futura Std Condensed ExtraBold

En CAPITALES

En **bleu donneur**, en **rouge donneur** sur fond blanc

En blanc sur fond bleu ou image

Ferré à gauche

Corps de la police x **1,15** = interlignage

Approche : 0

Corps du texte courant x **1,37** = taille minimum

SOUS-TITRE

Gotham bold

En bas de casse

En **bleu donneur**, en **rouge donneur** sur fond blanc

En blanc sur fond bleu ou image

Ferré à gauche

Corps de la police x **1,2** = interlignage

Approche : 10

TEXTE COURANT, CHAPEAU OU MENTION LÉGALE

Gotham bold, book ou light

En bas de casse

En noir sur fond blanc

En blanc sur fond bleu

Ferré à gauche

Corps de la police x **1,2** = interlignage

Approche : 10

Des mots ou phrases peuvent être mises en avant

en les mettant en **Bold** et/ou en couleur : **bleu**

donneur ou **rouge donneur**.

LE DON DE SANG C'EST QUOI ?

Un acte citoyen et solidaire

Une **expérience** à travers laquelle donneurs et patients sont **au coeur** d'une dynamique de partage.

LE DON DE SANG C'EST QUOI ?

Un acte citoyen et solidaire

LE DON DE SANG C'EST QUOI ?

Un acte citoyen et solidaire

LE DON DE SANG C'EST QUOI ?

Un acte citoyen et solidaire



RÈGLES TYPOGRAPHIQUES - LISIBILITÉ

Les titres ou textes doivent être lisibles quel que soit le choix iconographique. Voir les règles slide : ICONOGRAPHIE.

Privilégier les images qui ne sont pas trop chargées ou qui présentent une zone foncée pour y mettre le texte.

Pour aider à la lisibilité, on peut rajouter entre le texte et l'image, un dégradé, du noir au transparent en opacité réduite.

Ce dégradé doit être le plus discret possible, il n'existe que pour aider la lecture.

Si le texte est illisible sur la photo, c'est peut-être qu'il ne convient pas.

Exceptionnellement, et après validation de la direction de la communication du national, il est possible de surligner le texte, si la lisibilité est mauvaise et si cela ne gêne pas la visibilité du visuel.



LA GOUTTE

La goutte avec son sourire est un élément graphique propre à la marque donneur. Elle devient un codant, une ponctuation. Elle peut être utilisée de 2 manières différentes :

RÈGLES D'APPLICATION

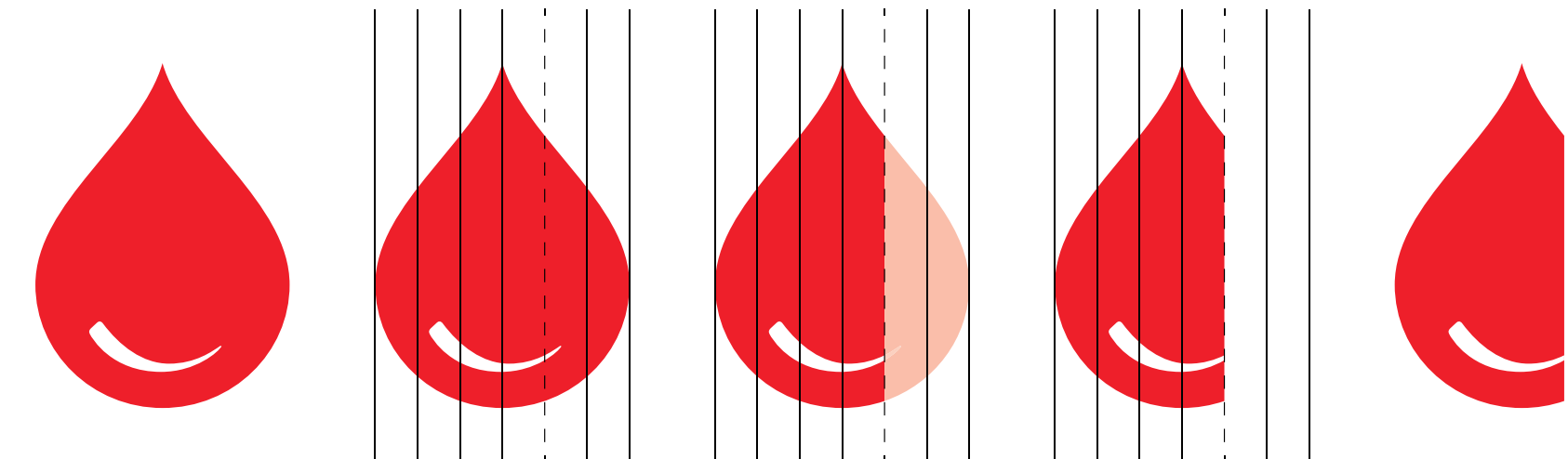
ENTIÈRE

La goutte entière avec son sourire se place à la fin des accroches.
Elle vit donc toujours sur la partie droite du support.
Sa taille doit faire la hauteur d'une ou deux lignes max de l'accroche, maximum.
Sa taille doit être minimum de 27 mm.



COUPÉE

La goutte et son sourire doivent être toujours coupés à 1/3 (2/6) en partant de la droite, pour ne pas «casser» le sourire.
Taille doit être minimum de 37 mm
Taille maximum : 1/3 verticalement (schéma slide suivante).



INTERDICTIONS :

- Ne pas écrire dans la goutte, même les groupes sanguins. IL N'Y A PAS D'EXCEPTION.
- La goutte doit toujours être de couleur rouge (ne peut pas être jaune, orange ou bleue).
- La goutte ne peut pas être mise à la place de ponctuation : guillemets, bullet points...
- La goutte ne doit pas être plus petite que la goutte du logo (taille minimale : 27mm).
- La goutte ne peut pas vivre sans son sourire.

LA GOUTTE

Lorsque la goutte est utilisée coupée, la taille de celle-ci peut varier tant qu'elle ne dépasse pas les deux ci-dessous :

Taille minimale : 37 mm - La goutte ne doit jamais être plus petite ou aussi grande que la goutte du logo.

Taille maximale : 1/3 verticalement - La goutte ne doit pas être plus grosse qu'un tiers de la hauteur du format.

Une fois la taille respectée, l'emplacement de la goutte est à adapter sur la hauteur, selon le viseur, tant que la règle de la diagonale est respectée (précisions slide suivante).



LA GOUTTE

Sur tous les supports, la goutte est soit entière et placée à la fin de l'accroche, soit la goutte est coupée et elle est placée sur le bord droit du support. Nous plaçons le logo en bas à gauche pour créer une diagonale visuelle. La goutte doit vivre dans la zone, partie de droite du support. Cela permet d'équilibrer les masses et de ne pas être redondant avec les codants de la marque.

RÈGLES DE POSITIONNEMENT



APPLICATION DE LA GOUTTE - EXCEPTIONS

Nous ne devons pas utiliser la goutte lorsque celle-ci est plus petite ou égale que la goutte du logo.
Taille minimale de la goutte : 37 mm

(Voir encart presse)



Possibilité de mettre seulement la goutte sur des goodies.
Par exemple : cache caméra ou stickers comme ci-dessous.



MARIE-LOUISE

La Marie-Louise doit être présente sur chacun de nos supports.
Elle vient encadrer notre propos, structurer et elle ramène la couleur principale de la marque : le bleu donneur.

RÈGLES D'UTILISATION :

- Sa couleur est le bleu donneur.
La goutte coupée est placée par-dessus la Marie-Louise.
Son épaisseur varie selon les formats :
- A5 = 5 mm
 - A4 = 8 mm
 - A3 = 10 mm

A5 = 5mm



PROMESSE DE DON

VOS COORDONNÉES :
Mme M.
*Nom d'usage (marital) :
*Nom de naissance :
*Prénom :
Adresse :
Code postal : Commune :
Téléphone : Portable :
Email :@.....

VOTRE PROFIL :
*Date de naissance (JJ/MM/AAAA) :
*Lieu de naissance (ville + pays) :
Avez-vous déjà donné votre sang ? oui non

VOS 2 CHOIX DE LIEU POUR LA PROCHAINE INVITATION AU DON :
Commune 1 :
Commune 2 :

VOTRE PROCHAIN DON :
Inscription : le / /

**SANG**

**PLASMA**

**PLAQUETTES**

**DVMO****

**Chaque don est suivi par un questionnaire de suivi, avec l'objectif de mieux connaître les besoins en donneurs et de mieux cibler les actions de recrutement. Ce questionnaire est envoyé par email ou par courrier. Il est important de le remplir et de le retourner à l'adresse indiquée. Les données sont utilisées pour améliorer le service et pour mieux cibler les actions de recrutement. Les données sont utilisées pour améliorer le service et pour mieux cibler les actions de recrutement.



PARTAGEZ VOTRE POUVOIR.
DONNEZ VOTRE SANG !

dondesang.efs.sante.fr

A4 = 8mm



DON DE SANG

RENDEZ-VOUS SUR NOTRE SITE





PARTAGEZ VOTRE POUVOIR.
DONNEZ VOTRE SANG !



dondesang.efs.sante.fr 0 800 109 900

A3 = 10mm



**TIUM QUIS DITATUR.
UPTATEM UT VORES EST
QUE NIS MAXIMUSAE !**



PARTAGEZ VOTRE POUVOIR.
DONNEZ VOTRE SANG !



CALL
TO ACTION

dondesang.efs.sante.fr

QR CODE

Sur tous les supports prints qui invitent aux dons, nous plaçons du QR code. Il a pour rôle d'amener directement sur le site pour prendre rendez-vous.

RÈGLES D'UTILISATION :

- Il est toujours blanc sur fond bleu donneur et se place dans le footer.
- Il est toujours accompagné d'un call to action.
- Il ne doit pas être customisé, mais être le plus simple possible : droit et carré.

- Il doit faire la même hauteur que le logo.
- Et il est placé à la même distance du bord que le logo.



ICONOGRAPHIE



Mettre en avant la diversité des personnes et représenter un moment de vie réaliste : l'idée est d'utiliser des visuels qui racontent quelque chose et qui semblent être un moment « pris sur le vif ».

Le but étant d'améliorer la qualité des clichés homogénéisant les traités photographiques.

MANDATORY

Pas d'enfants.

Pas de personnes âgées.

Pas de photos générées par intelligence artificielle.

Privilégier les photos en journée, pas de nuit.

Privilégier les photos qui permettent de surperposer un texte blanc.

Photos pas trop chargées pour laisser le texte respirer.



EXEMPLE DE RETOUCHE

**NEQUIAND ELESTIIS
ABORE ACIUNT.
XIM DEST, NOSSUS**

PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG !

CALL
TO ACTION

dondesang.efs.sante.fr

**NEQUIAND ELESTIIS
ABORE ACIUNT.
XIM DEST, NOSSUS**

PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG !

CALL
TO ACTION

dondesang.efs.sante.fr



ILLUSTRATION

La marque donneur privilégie des illustrations pour 3 types d'utilisation :

- sur la papeterie événementielle qui regroupe les marroniers,
- sur les réseaux sociaux,
- sur des supports un peu plus pédagogiques où la marque a besoin d'informer d'une manière simple et efficace, en particulier sur les questions médicales.

En dehors de ces cas, il faut privilégier la photographie.

IMPORTANT :

- Avoir un traité illustratif commun, permet d'homogénéiser chaque prise de parole, de garder de la cohérence et être qualitatif.
- Les illustrations doivent parler à une même cible : les jeunes adultes et adultes. Elles ne doivent surtout pas être enfantines.
- Globalement, le traité est en flat design, les illustrations doivent être simples avec des aplats de couleurs et pas trop détaillées.
- C'est l'action qui est importante, la plupart du temps engagée par un personnage. Le fond et le décor sont secondaires.
- Choisir des couleurs un ton en dessous du rouge et du bleu donneur.



ILLUSTRATION - PERSONNAGES

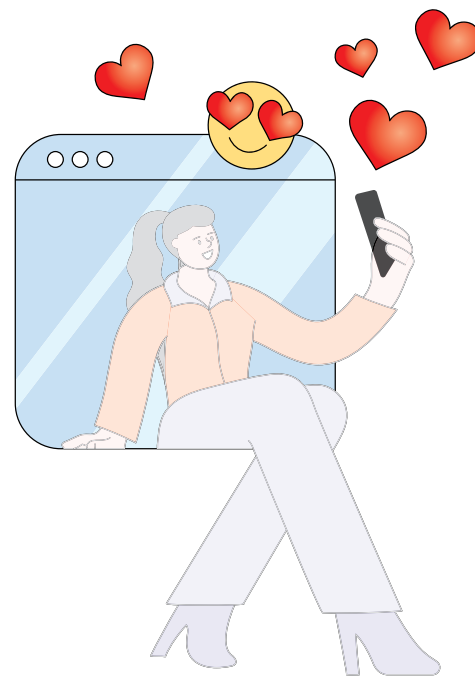
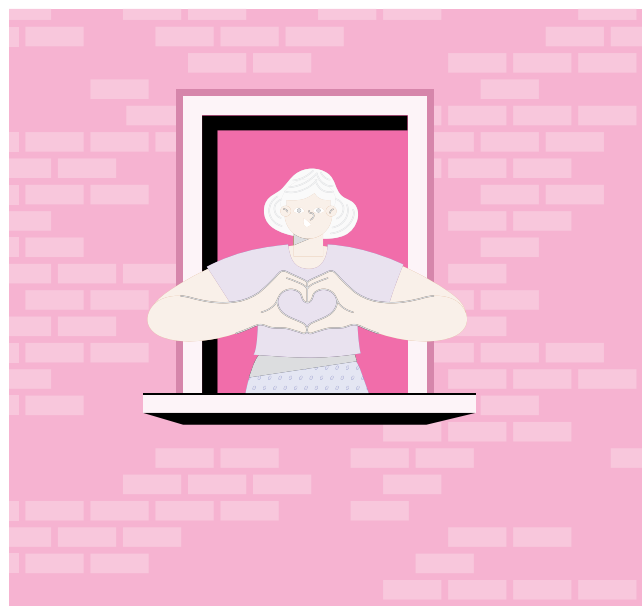


- Avoir de la diversité (âges, genres, couleur de peau,...)
- Avoir des corps qui ont une forme unique qui règlent le souci de norme physique, ce qui se veut beaucoup plus inclusif.
- Toujours mettre un visage aux personnages.
- Percevoir une émotion (positive) sur les visages.
- Montrer l'action avec les mains.



ILLUSTRATION - DÉCORS

Rester simple sur l'environnement qui entoure l'action.



Avoir des fonds unis ou simples, dans les tons pastels.



Intégrer seulement des objets simples.



ILLUSTRATION - ACTIONS



- L'action doit être ce qui ressort le plus de l'illustration.
- Elle se manifeste la majeure partie du temps par un ou des personnages.
- Les personnages sont en mouvement, en action.
- Ne pas hésiter à mettre les mains en avant.
- Des objets peuvent aider à la compréhension de l'action.

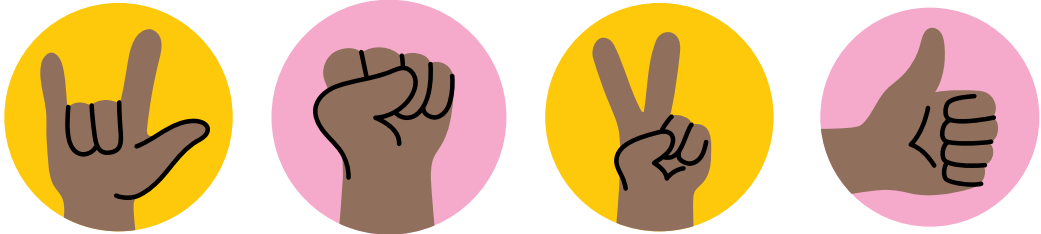
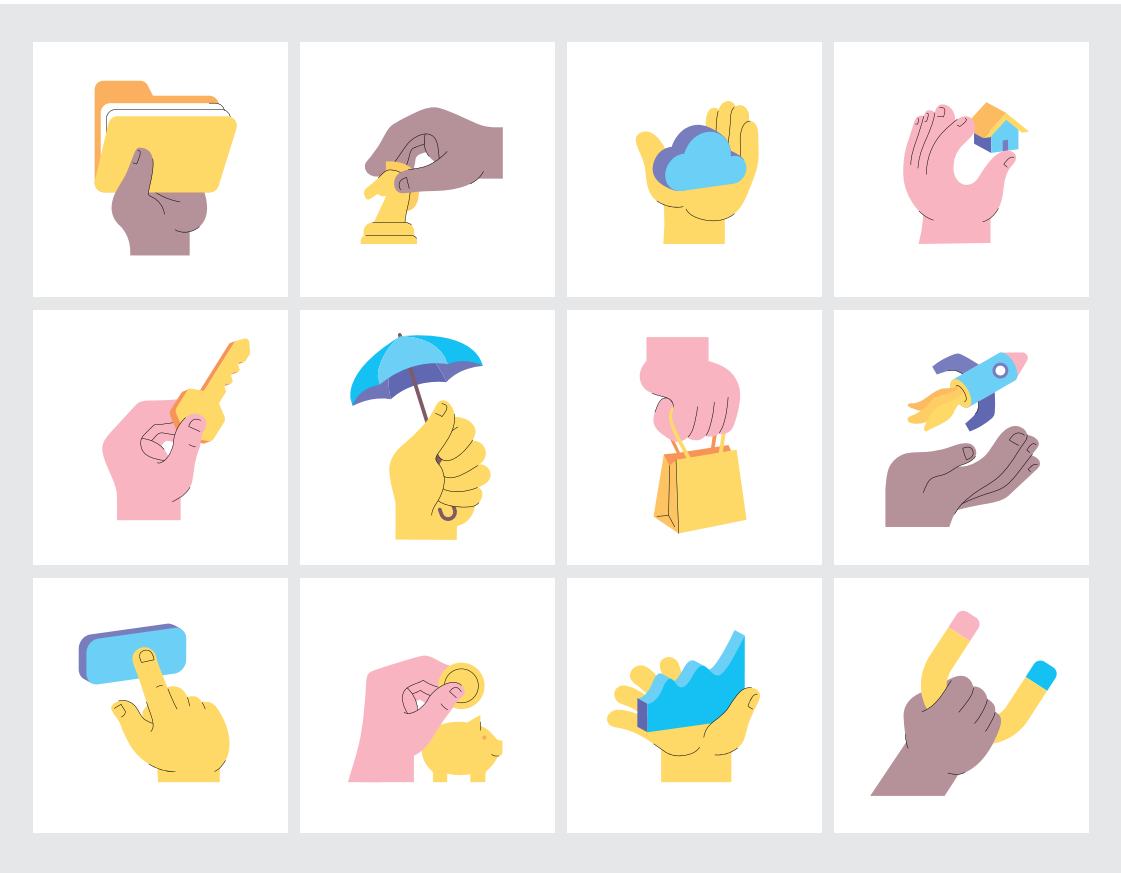
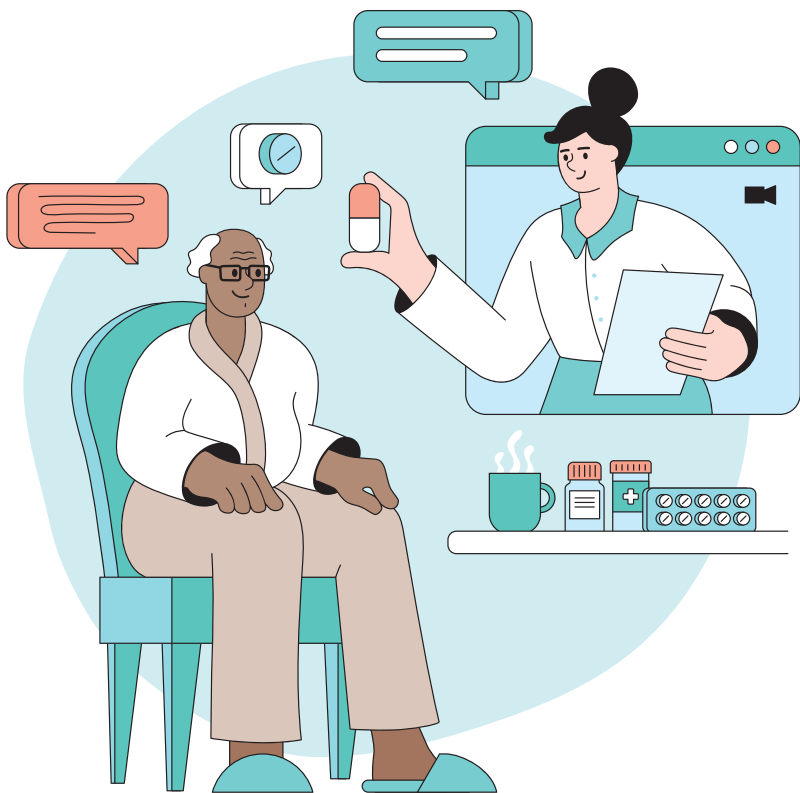
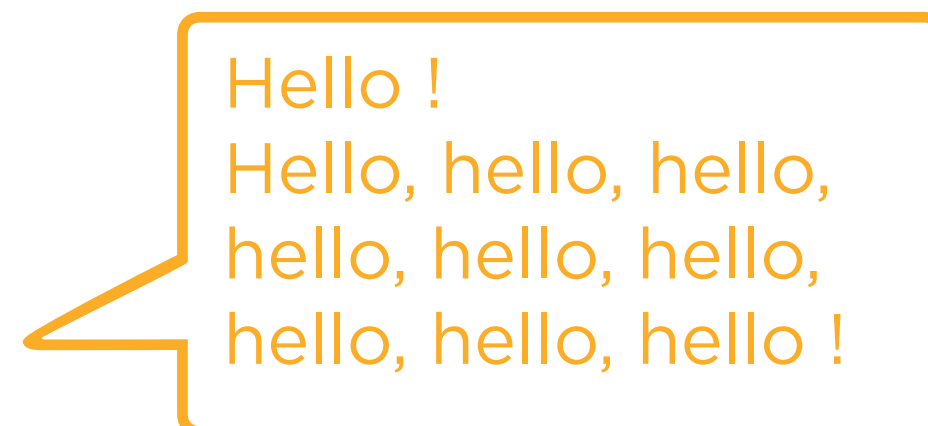


ILLUSTRATION - INSPIRATIONS MÉDICALE



ILLUSTRATION - PRISE DE PAROLE



Pour prendre la parole dans les illustrations, on peut utiliser le phylactère pour créer une bulle et écrire avec la typographie **Gotham**.

Attention, ne pas reprendre la police du logo. Le logo et la bulle de parole dans l'illustration doivent être deux éléments différents.

Possibilité de donner la taille et la couleur qu'on souhaite au phylactère. Il doit néanmoins garder une forme rectangulaire avec des angles arrondis. De même, afin d'éviter toute confusion, le phylactère ne doit pas être bleu.



NB : Ce phylactère ne doit en aucun cas être utilisé pour faire parler la goutte. En effet, la goutte ne s'exprime que dans le cadre du logo de la marque donneur.

PICTOGRAMMES

Ils seront utilisés pour clarifier et faciliter la compréhension d'un sujet difficilement matérialisable.

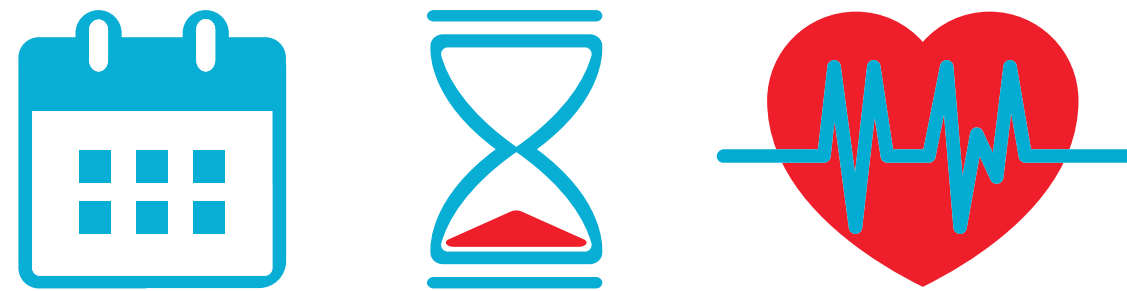
Comme pour les illustrations, avoir un traité pictographique commun permet d'homogénéiser chaque prise de parole, de garder de la cohérence et être qualitatif. Les pictos doivent parler aux jeunes adultes et adultes et ne pas être enfantins.

RÈGLES D'UTILISATION :

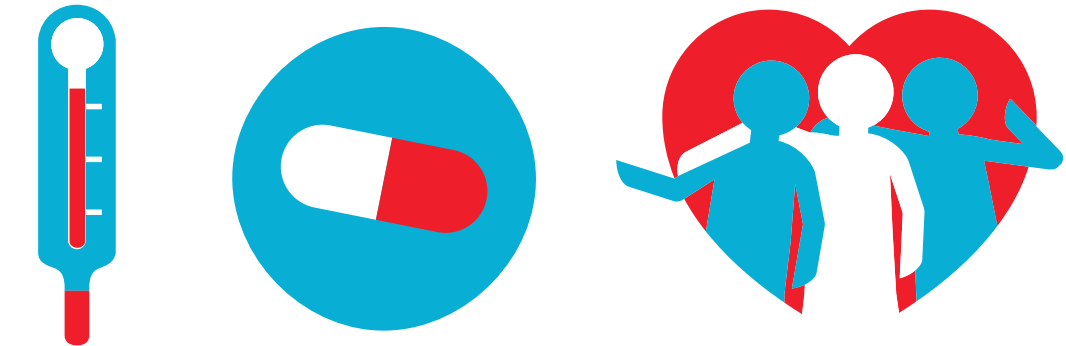
DO



Pictogrammes homogènes
(même taille et similaire
l'un à l'autre)



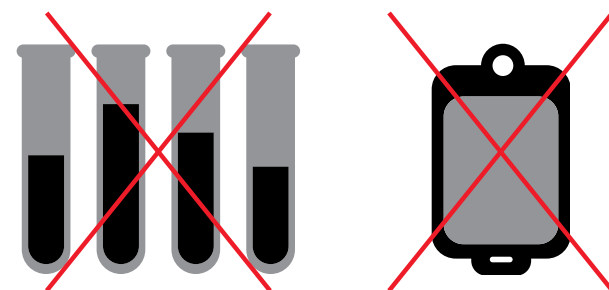
Traits de la même épaisseur et arrondis au bout



Couleurs entre 1 à 3 sur le même
pictogramme et/ou du ton en dessous
du rouge et du bleu donneurs



DON'T



Pas de noir et blanc



Traits trop épais et pas homogènes



Utiliser la même typologie
de personnages (cf. ci-dessus)

CHARTRE ÉDITORIALE

La marque donneur s'exprime toujours à la **2ème personne du pluriel**.

Cette règle est valable même si une seule personne est présente visuellement sur l'outil de communication.

Le temps à employer exclusivement est le **présent**.

Le terme « Donneur » lorsqu'il fait référence à la communauté des donneurs de sang reste au singulier.
Exemple : «Rejoignez-nous, devenez donneur».

Il convient de favoriser l'**écriture inclusive** sur les supports où cela est pertinent.

Ainsi cela ne sera pas systématique dans les outils media pour conserver une lecture fluide et immédiate du message mais l'écriture inclusive pourra être utilisée sur des éléments où le temps de lecture est considéré comme long (brochures, questionnaires...).

La **ponctuation simple** est favorisée dans l'expression des messages. Ainsi le « . » est à favoriser par rapport au « ! ». Les éléments de ponctuations doivent être adaptés à la teneur du message. Dans les prises de parole liées à des urgences le « ! » peut être utilisé, il pourra aussi être utilisé dans le cadre de communications liées à la reconnaissance des donneurs (pour remercier notamment).

Les **émojis** sont autorisés sur le social media. Ils doivent s'adapter à la teneur du message et au public visé.

La tonalité des prises de parole de la marque donneur doit être tournée vers le **positif et délivrer de l'optimisme**, en utilisant une pointe d'humour pour faire sourire le lecteur.

Ce ton doit être présent sur l'ensemble des communications quel que soit l'objectif recherché : mobiliser, informer, illustrer, recruter, fidéliser.

Les termes utilisés sont le plus simple possible tout en respectant la **précision nécessaire** à notre activité.



03 APPLICATION PRINT

Construction du print _____	44
Encart presse _____	49
Brochure - guide - dépliant _____	50
Fiche et formulaire _____	51
Document de sécurité transfusionnelle _____	52
Types d’affichage _____	53
Papeterie de collecte générique _____	54
Papeterie de collecte _____	55
Papeterie de collecte repiquable _____	57

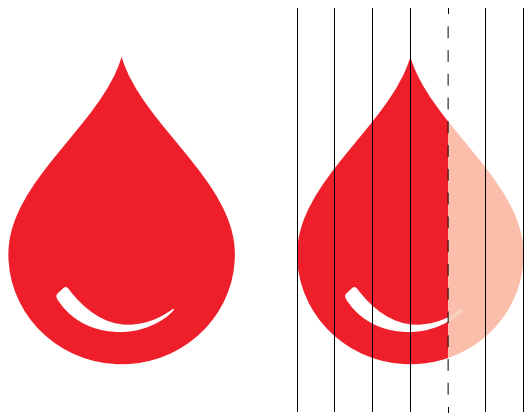
CONSTRUCTION DU PRINT

Pour garder une cohérence entre les différents supports prints, il y a des éléments qui doivent toujours apparaître.

Visuel (illustratif ou photographique)



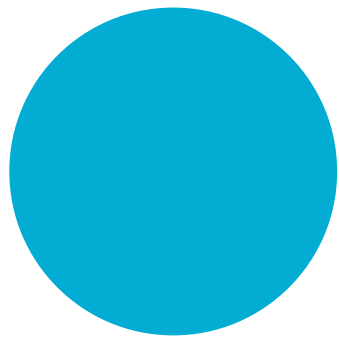
Goutte



Accroche

**REJOIGNEZ
NOUS,
DEVENEZ
DONNEUR.**

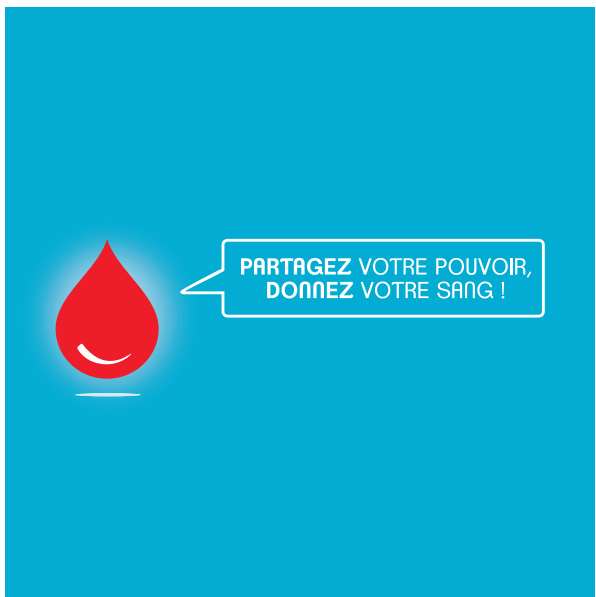
Le bleu donneur
(Marie-Louise + footer)



Logo EFS



Logo marque
donneur



Call To Action +
Drive To Web +
filet de séparation



CONSTRUCTION DU PRINT - FOOTER

Sur tous les supports prints, nous avons volontairement sélectionné 3 éléments qui doivent apparaître dans le footer / pied de page :

LOGO MARQUE DONNEUR : Élement indispensable pour représenter la marque.

UN CALL TO ACTION : Le QR code et la phrase qui renvoient à une action pour inciter à facilement s'inscrire et créer de l'engagement.

UN DRIVE TO WEB : Marqueur de la marque mettant en avant les termes «don de sang» et «EFS».

Pourquoi enlever les pictos réseaux sociaux et les badges applications ?

Aujourd'hui, toutes les marques ont des pages dédiées sur les réseaux sociaux. De même, les applications sont la suite logique des sites Internet. Leur usage est courant, il n'est donc pas nécessaire d'en faire mention. Cela permet de limiter les informations dans le footer. C'est important afin de ne pas perdre l'attention de la cible.



CONSTRUCTION DU PRINT - FOOTER - FORMAT VERTICAL



CONSTRUCTION

- Conserver le bas de page (footer) en bleu donneur.
 - Logo marque donneur en bas à gauche pour créer une diagonale avec l'élément graphique : la goutte.
 - CTA, en bas à droite.
 - L'url sous le CTA quand il y en a un.
 - Utiliser un filet soit au dessus de l'url (support avec CTA), soit sous l'url (support sans CTA).
 - L'épaisseur du filet doit être la même que celle du phylactère.
- Taille du footer = hauteur du logo + Marie-Louise.



CONSTRUCTION DU PRINT - FOOTER - FORMAT VERTICAL



CONSTRUCTION DU PRINT - FOOTER - EXEMPLE AVEC NUMÉRO VERT



CONSTRUCTION

Pour rajouter le numéro vert au footer, il faut le placer sur la même ligne que l'url. Ces deux éléments doivent être de la même hauteur. Ferrés à droite par rapport au QR code. Ne pas empiéter sur la zone de sécurité du logo.

NB : le numéro est obligatoire uniquement sur les papeteries de collecte.



ENCARTS PRESSE REPIQUABLE - 1/4 PAGE

Format portrait 162x192mm



**REJOIGNEZ NOUS,
DEVENEZ DONNEUR.**



DON DE SANG



**PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG !**

**RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE**



dondesang.efs.sante.fr

Format paysage 162x120mm



**REJOIGNEZ NOUS,
DEVENEZ DONNEUR.**



Donner votre sang.
Avant de vous déplacer, vérifiez votre éligibilité au don et prenez RDV.



**PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG !**

**RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE**



dondesang.efs.sante.fr



**REJOIGNEZ NOUS,
DEVENEZ DONNEUR.**



DON DE SANG



**PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG !**

**RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE**



dondesang.efs.sante.fr



Dépliant

UN DONNEUR AVERTI EN VAUT DEUX !

Os eaquiatore consed quia veris ilit facesequo voluptate doloresecto

Con periam rem eaque consed et dolor as escitatem re qui magnis reroreius arum alitibum volorem porunt rescit ius, volorerum ero officae. Itataeseque commis endignatia enescient aut utat. Hut lacil explit vollessequod ma verum, qui quo ipsam fugit as a que doloreheni.

Ovit expedit fuga. Hilla dolorro tem rae simodit aspiciu mquiatint utem qui atur, velit derum faceperoris **restem et rent lam ulles simet eos volorenimus assit quat es vernatibusam** lacepudani doluptatur, velibus ate eum everita ssimperiscit laborepero dessi connim nienimet mo exceputit et omnis cuption sector apitotia conet officid ucipis num ut et hillaut que nissit abo. Nusa fugitas nis minverro tem doluptatis ditinveni rem. Ut harum sus, invent que eni tes pre nameneni conse et reiciatur.

SAVOIR OÙ DONNER !

Un numéro national unique : **0 800 109 900** Service & appel gratuits
Service & appel gratuits

- Grand Est
- Grand Est
- Grand Est
- Grand Est
- Grand Est
- Grand Est
- Grand Est
- Grand Est

Sauf pour :

- Grand Est : **0 800 109 900** Service & appel gratuits
Service & appel gratuits
- Grand Est : **0 800 109 900** Service & appel gratuits
Service & appel gratuits

SAVOIR OÙ DONNER !

Huo totatquodi nihit eruptatem consequo oditiur, **alitas ilita cum** laut eum fugitaquam, tionsam quia di te labor remos aut pra velestorpor.



dondesang.efs.sante.fr



À 18 ANS, JE DONNE MON SANG !



PARTAGEZ VOTRE POUVOIR, DONNEZ VOTRE SANG !

Brochure

SAVOIR OÙ DONNER !

Un numéro national unique : **0 800 109 900** Service & appel gratuits
Service & appel gratuits

- Grand Est
- Grand Est
- Grand Est
- Grand Est
- Grand Est
- Grand Est
- Grand Est
- Grand Est

Sauf pour :

- Grand Est : **0 800 109 900** Service & appel gratuits
Service & appel gratuits
- Grand Est : **0 800 109 900** Service & appel gratuits
Service & appel gratuits

Ferem lamenda eperionsecto qui acerfer ehendis et et quo totatquodi nihit eruptatem consequo oditiur. Ferem lamenda eperionsecto qui acerfe.



dondesang.efs.sante.fr



LES CONTRES-INDICATIONS DON DU SANG



PARTAGEZ VOTRE POUVOIR, DONNEZ VOTRE SANG !

4e de couv

1er de couv

SAVOIR OÙ DONNER !

Un nFeram lamenda eperionsecto qui acerfer ehendis et et quo totatquodi nihit eruptatem consequo oditiur. Ex eos aut dolor **mos vollutatia iliquat** iur aut faciumet.

Ut pe natis dusdae commojo dignatquo dios dicae descime volorer rumquas moluptatis dolum, omnis volectur alibus.

Ut pe natis dusdae commodi squosse dignatquo dios dicae descime volorer rumquas moluptatis dolum, omnis volectur alibus.

As autro molum ab iumquost od moluptamusa que eos est alignam fugia voluptam quat **doluptur re, illectem int, solest aut enis estem as molorum endisinctem** lit ma verere, eos sintat iistibusda sedit, qui optiore stibusame sint vendigenit officid.

quo earibus dandusam et, simaion ratur, tentios rem que cum lantem aperum.

SAVOIR OÙ DONNER !

Un nFeramns totatquodi nihit eruptatem consequo oditiur. Ex eos aut dolor **mos vollutatia iliquat** iur aut faciumet.

Dicae descime volorer rumquas moluptatis dolum.

SAVOIR OÙ DONNER !

Un nFeram lamenda eperionsecto qui acerfer ehendis et et quo totatquodi nihit eruptatem consequo oditiur. Ex eos aut dolor **mos vollutatia iliquat** iur aut faciumet.

 Nectlist, officpsam reptus aut est quo et que nitiium, aut:Maioere velibus et labor.	 Nec quo et qtiist, officpsam reptus autquo et que nitiium, aut: Maioere velibus et labor. Instiure, sit minctur, omnis quaece pellaturiam.
 Nectlist, officpsam reptus aut est quo et que nitiium, aut:Fic torenchitium quaspeditat alisit rerciatem ea pra di nis eatur sed untus, volorep eligendit quam recab.	 Nectlist, officpsam reptus aut est quo et que nitiium, aut:Maioere velibus et labor.
 Nectlist, officpsam reptus aut est quo et que nitiium, aut:Fic torenchitium quaspeditat alisit rerciatem.	 Nectlist, officpsam reptus aut est quo et que nitiium, aut:Maioere velibus et labor.
 Nectlist, officpsam reptus aut est quo et que nitiium, aut:Maioere velibus et labor.	 Nectlist, officpsam reptus aut est quo et que nitiium, aut:Fic torenchitium quaspeditat alisit rerciatem.
 Nectlist, officpsam reptus aut est quo et que nitiium, aut:Fic torenchitium quaspeditat alisit rerciatem ea pra di ni.	 Nectlist, officpsam reptus aut est quo et que nitiium, aut:Fic torenchitium quaspeditat alisit rerciatem.
 Nectlist, officpsam reptus aut est quo et que nitiium, aut: Maioere que nitiu velibus et labor.	 Nectlist, officpsam reptus aut est quo et que nitiium, aut:Fic torenchitium quaspeditat alisit rerciatem ea pra di nis eatur sed untus, voit quam recab.

Ut pe natis dusdae commodi squosse dignatquo dios dicae descime volorer rumquas moluptatis dolum, omnis

FICHE ET FORMULAIRE - RECTO SEUL

Ces supports ne nécessitent pas de photo pour un gain de place, ils ont un caractère informatif.

Le titre du document se place dans le header. Comme pour les autres documents, le titre doit être plus gros que le contenu. Le choix de le mettre sur une, deux ou trois lignes dépend de sa longueur et de sa taille. Le titre doit respecter la zone de protection du logo.

Il n’y a pas besoin de QR code sur les documents qui précèdent un don.

Pas de codant goutte, car elle serait de taille égale à celle du logo.



PROMESSE DE DON

VOS COORDONNÉES :

Mme M.

*Nom d'usage (marital) :

*Nom de naissance :

*Prénom :

Adresse :

Code postal : Commune :

Téléphone : Portable :

Email :@.....

VOTRE PROFIL :

*Date de naissance (JJ/MM/AAAA) :

*Lieu de naissance (ville + pays) :

Avez-vous déjà donné votre sang ? oui non

VOS 2 CHOIX DE LIEU POUR LA PROCHAINE INVITATION AU DON :

Commune 1 :

Commune 2 :

VOTRE PROCHAIN DON :

Inscription : le / /

SANG

PLASMA

PLAQUETTES

DVMO**

</

Exemple de mise à la charte d'un document de sécurité transfusionnelle (ici, le questionnaire préalable au don).
Exception, il n'y a pas le codant goutte sur les DST.

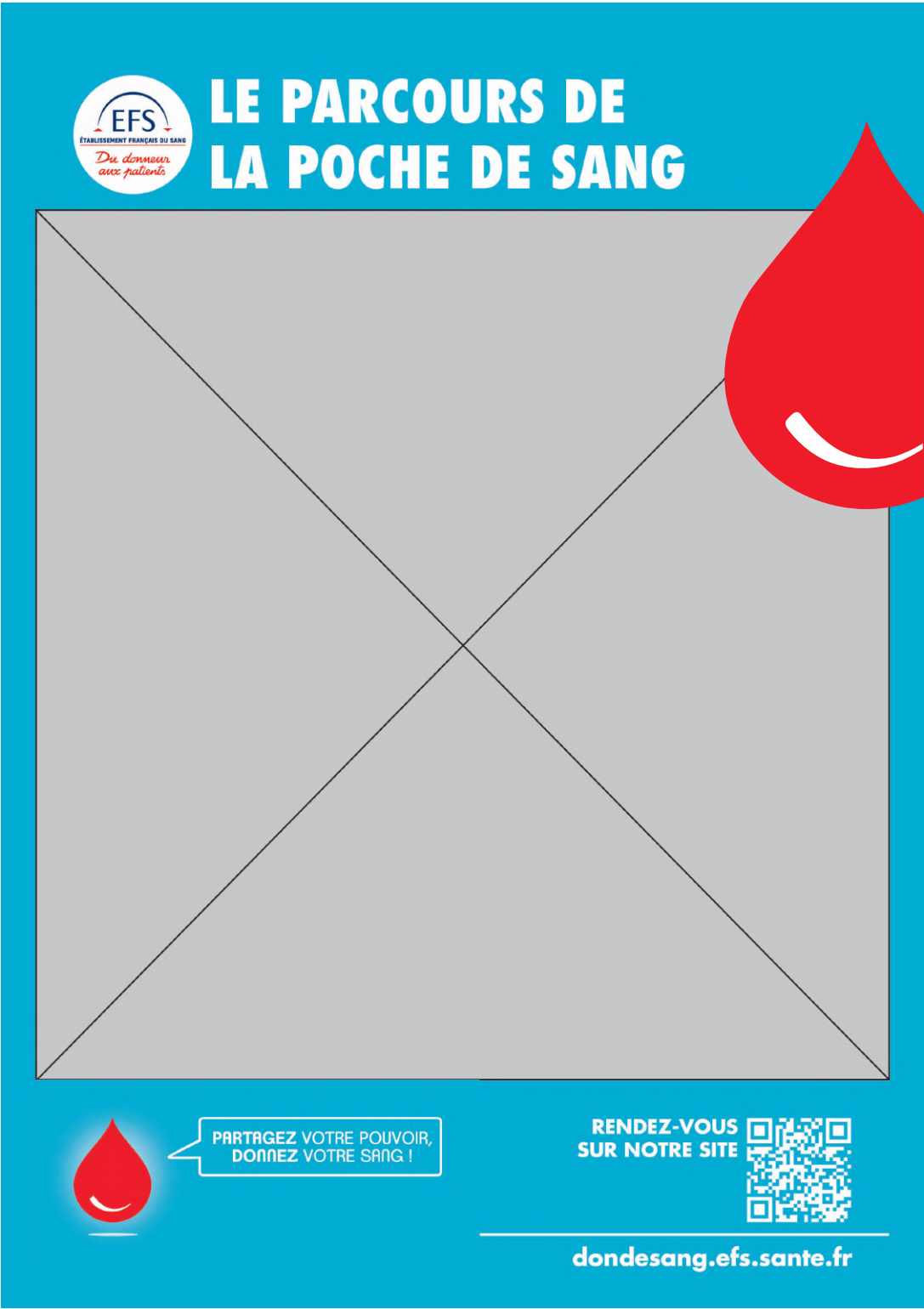


4 TYPES D’AFFICHAGE :

ICONOGRAPHIQUE



ILLUSTRATIF / INFOGRAPHIE



CONTEXTUELLE*



INFORMATIVE



**Dans le cas où nous ne disposons pas d’iconographie(s) nous recommandons d’utiliser le bleu donneur sur tout le fond de l’affiche et d’y ajouter des éléments typographiques aux couleurs de la marque donneur.*

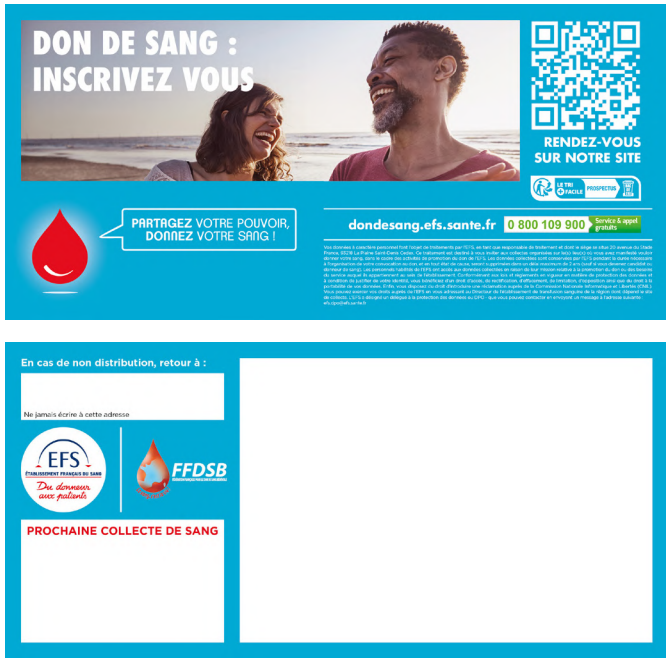
PAPETERIE DE COLLECTE GÉNÉRIQUE

Utilisation du principe iconographique sur tous les supports de papeterie de collecte et tout au long de l’année.
Utilisation d’un visuel générique, porteur d’un message et de valeurs qu’incarnent la marque donneur.
Ne pas rajouter de textes ou d’accroches sur le visuel. Le visuel porte à lui seul le message.

La structure de la papeterie reste la même pour chaque support, seul le visuel change selon les temps forts de la marque (été - Hiver - Saint Valentin - Noël - Halloween).

NB : Les instructions pré-don (type : se munir de sa carte d’identité) sont mis sur les supports digitaux en lien avec la prise de rendez-vous.

INVITATION



AFFICHE DE COLLECTE

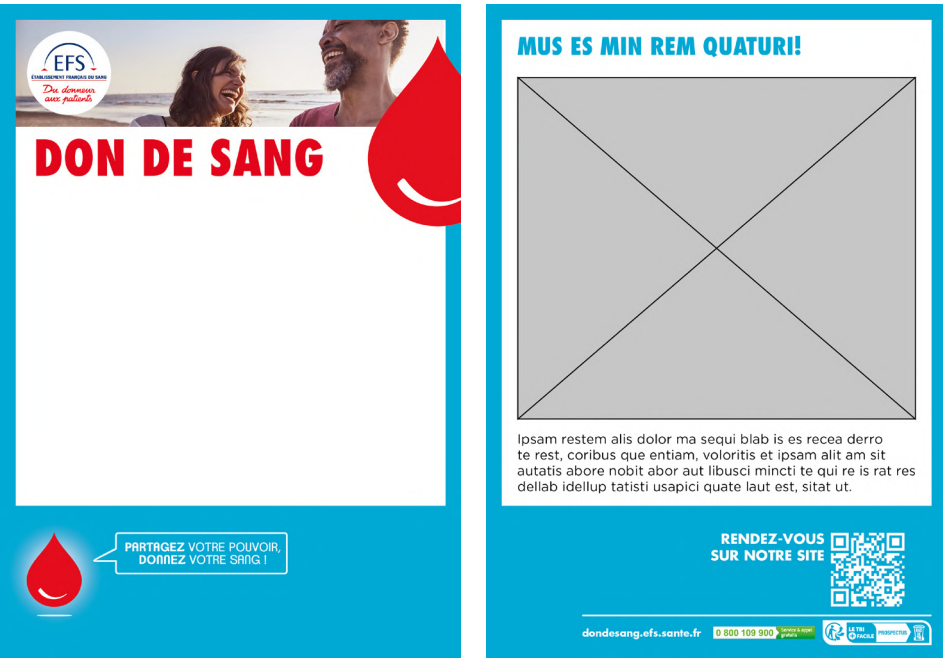


Générique

Collecte sur RDV

Co-branding

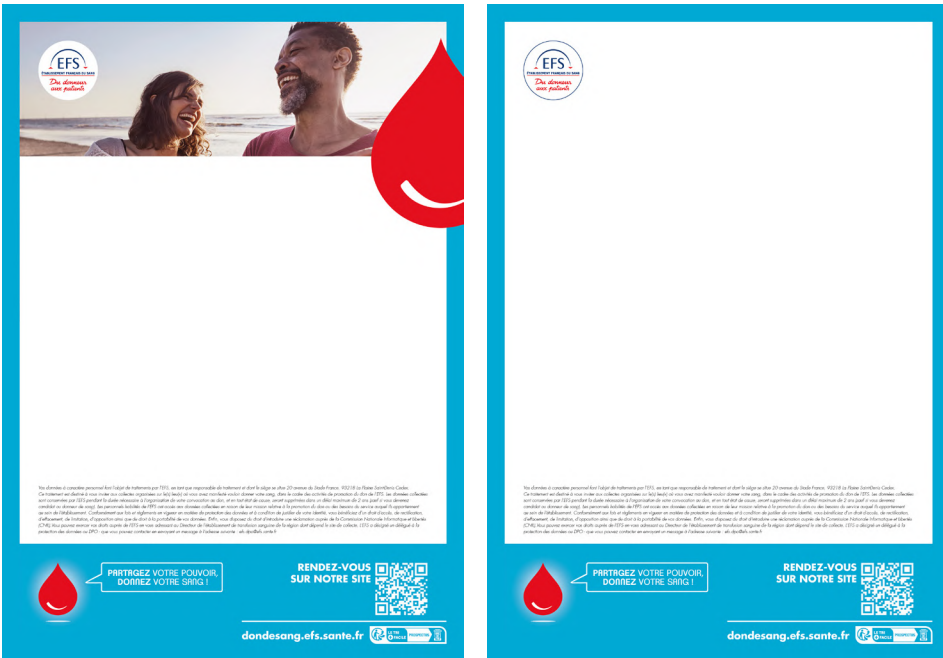
FLYER



Recto

Verso

PAPIER ENTÊTE



Classique

Enveloppe à fenêtre



PAPETERIE DE COLLECTE - ENTÊTE DE LETTRE A4

COURRIERS RECTO SEUL : DEUX VERSIONS

COURRIER RECTO/VERSO

Lettre classique

Lettre pour enveloppe à fenêtre

recto

verso

Vos données à caractère personnel font l'objet de traitements par l'EFS, en tant que responsable de traitement et dont le siège se situe 20 avenue du Stade Français, 93218 La Plaine Saint-Denis Cedex. Ce traitement est destiné à vous inviter aux collectes organisées sur le(s) lieu(s) où vous avez manifesté vouloir donner votre sang, dans le cadre des activités de promotion du don de l'EFS. Les données collectées sont conservées par l'EFS pendant la durée nécessaire à l'organisation de votre convocation ou don, et en tout état de cause, seront supprimées dans un délai maximum de 2 ans sauf si vous devenez candidat ou donneur de sang. Les personnels habilités de l'EFS ont accès aux données collectées en raison de leur mission relative à la promotion du don ou des besoins du service auquel ils appartiennent ou sein de l'établissement. Conformément aux lois et règlements en vigueur en matière de protection des données et à condition de justifier de votre identité, vous bénéficiez d'un droit d'accès, de rectification, d'effacement, de limitation, d'opposition ainsi que du droit à la portabilité de vos données. Enfin, vous disposez du droit d'introduire une réclamation auprès de la Commission Nationale Informatique et Libertés (CNIL). Vous pouvez exercer vos droits auprès de l'EFS en vous adressant au Directeur de l'établissement de transfusion sanguine de la région dont dépend le site de collecte. L'EFS a désigné un délégué à la protection des données ou DPO - que vous pouvez contacter en envoyant un message à l'adresse suivante : efs.dpo@efs.sante.fr.

Partagez votre pouvoir,
donnez votre sang !

RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE

dondesang.efs.sante.fr

Vos données à caractère personnel font l'objet de traitements par l'EFS, en tant que responsable de traitement et dont le siège se situe 20 avenue du Stade Français, 93218 La Plaine Saint-Denis Cedex. Ce traitement est destiné à vous inviter aux collectes organisées sur le(s) lieu(s) où vous avez manifesté vouloir donner votre sang, dans le cadre des activités de promotion du don de l'EFS. Les données collectées sont conservées par l'EFS pendant la durée nécessaire à l'organisation de votre convocation ou don, et en tout état de cause, seront supprimées dans un délai maximum de 2 ans sauf si vous devenez candidat ou donneur de sang. Les personnels habilités de l'EFS ont accès aux données collectées en raison de leur mission relative à la promotion du don ou des besoins du service auquel ils appartiennent ou sein de l'établissement. Conformément aux lois et règlements en vigueur en matière de protection des données et à condition de justifier de votre identité, vous bénéficiez d'un droit d'accès, de rectification, d'effacement, de limitation, d'opposition ainsi que du droit à la portabilité de vos données. Enfin, vous disposez du droit d'introduire une réclamation auprès de la Commission Nationale Informatique et Libertés (CNIL). Vous pouvez exercer vos droits auprès de l'EFS en vous adressant au Directeur de l'établissement de transfusion sanguine de la région dont dépend le site de collecte. L'EFS a désigné un délégué à la protection des données ou DPO - que vous pouvez contacter en envoyant un message à l'adresse suivante : efs.dpo@efs.sante.fr.

Partagez votre pouvoir,
donnez votre sang !

RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE

dondesang.efs.sante.fr

Vos données à caractère personnel font l'objet de traitements par l'EFS, en tant que responsable de traitement et dont le siège se situe 20 avenue du Stade Français, 93218 La Plaine Saint-Denis Cedex. Ce traitement est destiné à vous inviter aux collectes organisées sur le(s) lieu(s) où vous avez manifesté vouloir donner votre sang, dans le cadre des activités de promotion du don de l'EFS. Les données collectées sont conservées par l'EFS pendant la durée nécessaire à l'organisation de votre convocation ou don, et en tout état de cause, seront supprimées dans un délai maximum de 2 ans sauf si vous devenez candidat ou donneur de sang. Les personnels habilités de l'EFS ont accès aux données collectées en raison de leur mission relative à la promotion du don ou des besoins du service auquel ils appartiennent ou sein de l'établissement. Conformément aux lois et règlements en vigueur en matière de protection des données et à condition de justifier de votre identité, vous bénéficiez d'un droit d'accès, de rectification, d'effacement, de limitation, d'opposition ainsi que du droit à la portabilité de vos données. Enfin, vous disposez du droit d'introduire une réclamation auprès de la Commission Nationale Informatique et Libertés (CNIL). Vous pouvez exercer vos droits auprès de l'EFS en vous adressant au Directeur de l'établissement de transfusion sanguine de la région dont dépend le site de collecte. L'EFS a désigné un délégué à la protection des données ou DPO - que vous pouvez contacter en envoyant un message à l'adresse suivante : efs.dpo@efs.sante.fr.

Partagez votre pouvoir,
donnez votre sang !

RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE

dondesang.efs.sante.fr

Vos données à caractère personnel font l'objet de traitements par l'EFS, en tant que responsable de traitement et dont le siège se situe 20 avenue du Stade Français, 93218 La Plaine Saint-Denis Cedex. Ce traitement est destiné à vous inviter aux collectes organisées sur le(s) lieu(s) où vous avez manifesté vouloir donner votre sang, dans le cadre des activités de promotion du don de l'EFS. Les données collectées sont conservées par l'EFS pendant la durée nécessaire à l'organisation de votre convocation ou don, et en tout état de cause, seront supprimées dans un délai maximum de 2 ans sauf si vous devenez candidat ou donneur de sang. Les personnels habilités de l'EFS ont accès aux données collectées en raison de leur mission relative à la promotion du don ou des besoins du service auquel ils appartiennent ou sein de l'établissement. Conformément aux lois et règlements en vigueur en matière de protection des données et à condition de justifier de votre identité, vous bénéficiez d'un droit d'accès, de rectification, d'effacement, de limitation, d'opposition ainsi que du droit à la portabilité de vos données. Enfin, vous disposez du droit d'introduire une réclamation auprès de la Commission Nationale Informatique et Libertés (CNIL). Vous pouvez exercer vos droits auprès de l'EFS en vous adressant au Directeur de l'établissement de transfusion sanguine de la région dont dépend le site de collecte. L'EFS a désigné un délégué à la protection des données ou DPO - que vous pouvez contacter en envoyant un message à l'adresse suivante : efs.dpo@efs.sante.fr.

Partagez votre pouvoir,
donnez votre sang !

RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE

dondesang.efs.sante.fr



PAPETERIE DE COLLECTE REPIQUABLE - DIMENSIONS DU HEADER SELON LES DIFFÉRENTS CAS

Les mesures suivantes sont sur la base d'un format A4.

GÉNÉRIQUE



Exemple avec logo co-branding

COLLECTE SUR RDV



Exemple avec logo co-branding

PAPETERIE DE COLLECTE REPIQUABLE - FONDS DE COULEUR ET EXEMPLES

Les mesures suivantes sont sur la base d'un format A4.

NB : Les précisions du type « ne pas venir à jeun » ou « venir avec sa carte d'identité » ne sont pas à inscrire sur les affiches de collecte mais sur les flyers ou les emails de relance.





DON DE SANG

VENDREDI 12 JUILLET
13H45 - 18H

Site de BELGES
Salle d'Appel
BORDEAUX



PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG !

**RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE**

dondesang.efs.sante.fr

0 800 109 900

Service à appel
gratuit





DON DE SANG

BORDEAUX

**VENDREDI
7 JUIL.
8H - 18H**
Site de BELGES
Salle d'Appel

**VENDREDI
7 JUIL.
8H - 18H**
Site de BELGES
Salle d'Appel



PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG !

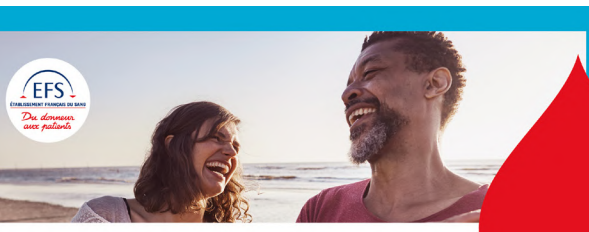
**RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE**

dondesang.efs.sante.fr

0 800 109 900

Service à appel
gratuit





DON DE SANG



PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG !

**RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE**

dondesang.efs.sante.fr

0 800 109 900

Service à appel
gratuit





DON DE SANG



PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG !

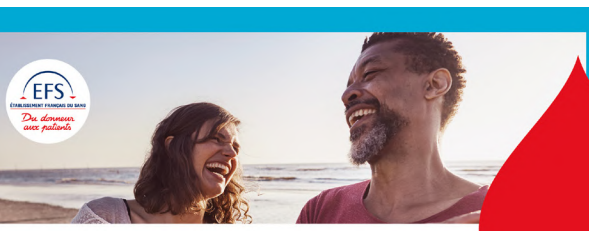
**RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE**

dondesang.efs.sante.fr

0 800 109 900

Service à appel
gratuit





DON DE SANG



PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG !

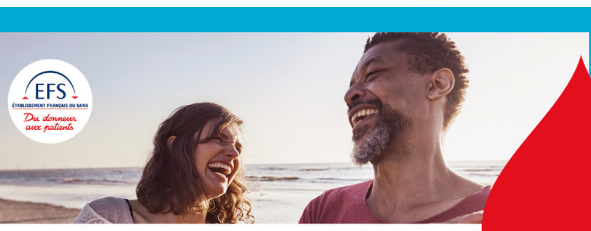
**RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE**

dondesang.efs.sante.fr

0 800 109 900

Service à appel
gratuit





DON DE SANG



PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG !

**RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE**

dondesang.efs.sante.fr

0 800 109 900

Service à appel
gratuit



PAPETERIE DE COLLECTE REPIQUABLE - AFFICHE SAISONNIÈRE

Déclinaison de la papeterie de collecte « générique » pour une utilisation en papeterie saisonnière où seule l'image est remplacée selon la saison. La saisonnalité est donc à présent portée par le visuel.

Été



DON DE SANG



Partagez votre pouvoir,
donnez votre sang !

RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE



dondesang.efs.sante.fr 0 800 109 900 Service à appel gratuit

Hiver



DON DE SANG



Partagez votre pouvoir,
donnez votre sang !

RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE



dondesang.efs.sante.fr 0 800 109 900 Service à appel gratuit



PAPETERIE DE COLLECTE REPIQUABLE - AFFICHE À THÈME

Reprise du template de la papeterie de collecte générique et adaptation du visuel en fonction du public ciblé.
NB : Le visuel portant le message de la cible visée, ne pas rajouter d'accroche.

ENTREPRISE



DON DE SANG





Partagez votre pouvoir,
donnez votre sang !

RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE



dondesang.efs.sante.fr 0 800 109 900 Service & appel
gratuits

ÉTUDIANTS



DON DE SANG





Partagez votre pouvoir,
donnez votre sang !

RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE



dondesang.efs.sante.fr 0 800 109 900 Service & appel
gratuits

LIEUX D'EXCEPTION*



DON DE SANG





Partagez votre pouvoir,
donnez votre sang !

RENDEZ-VOUS
SUR NOTRE SITE



dondesang.efs.sante.fr 0 800 109 900 Service & appel
gratuits

*Mettre en avant les lieux de collecte d'exception, ne pas mettre des photos de personnes.

PAPETERIE DE COLLECTE REPIQUABLE - AFFICHE ÉVÉNEMENTIELLE

Nous conservons le traité illustratif concernant les 3 marronniers (St Valentin - Halloween - Noël).
Sur la base des templates de papeterie de collecte générique (pour le print) et des templates digitaux de la papeterie saisonnière où seule la partie dédiée au visuel est remplacée (ici par un visuel au traité illustratif).



PAPETERIE DE COLLECTE REPIQUABLE - AFFICHE CO-BRANDING

Parfois il existe des cas particuliers, comme pour certains partenaires associatifs où certaines règles sont à respecter :

- ne pas mettre de photos (ni d'humain, ni de lieu).
- ne pas mettre d'illustration EFS mais avec les illustrations vues avec le partenaire.

Affiche de collecte



Zone A > emplacement du logo partenaire centré dans la hauteur.

Zone B > intégration de visuels ou illustrations vues avec le partenaire.

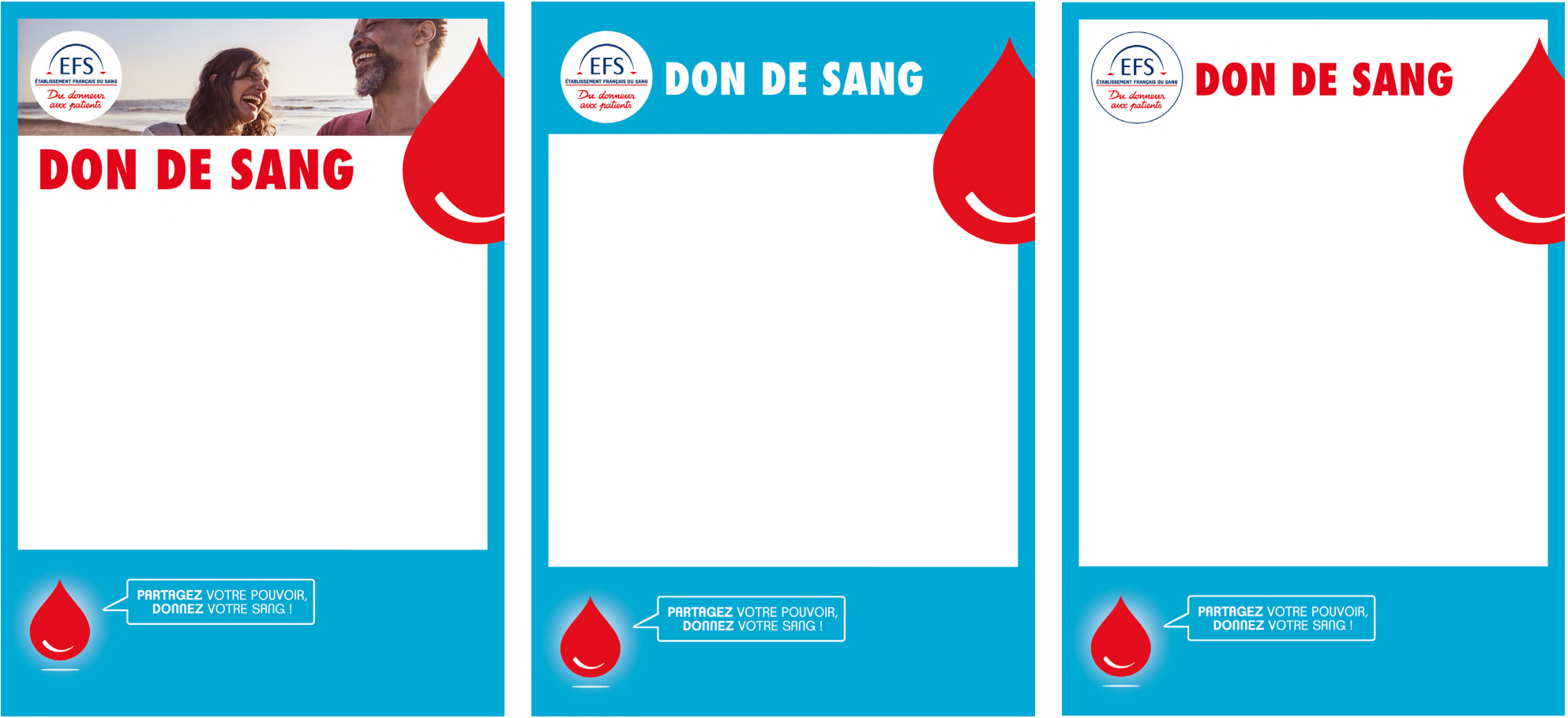


PAPETERIE DE COLLECTE REPIQUABLE - FLYER A5

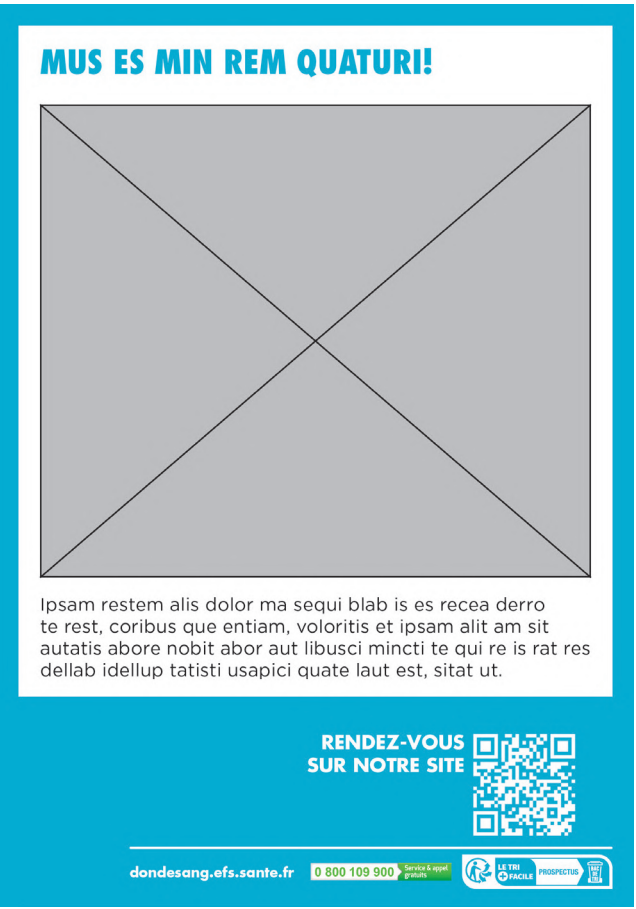
La taille du logo marque donneur sur du format A5 est la plus petite possible (84x27 mm).
Se référer à la slide 51 «construction du footer» pour gérer les tailles des autres éléments constituant le footer.

OPTION RECTO/VERSO

Plusieurs versions de recto

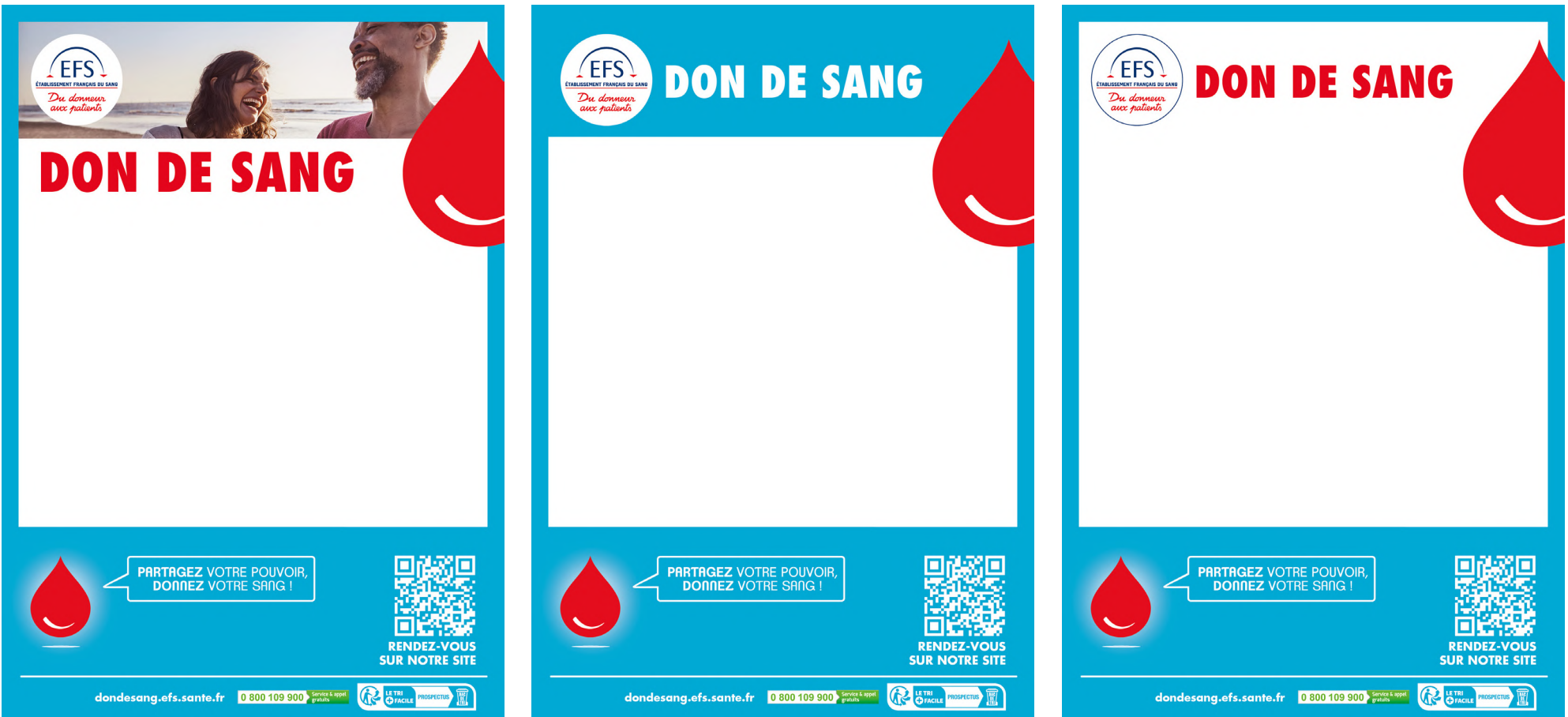


Verso



OPTION RECTO SEUL

Plusieurs versions de recto seul



04 DIGITAL APPLICATION SOCIAL MEDIA

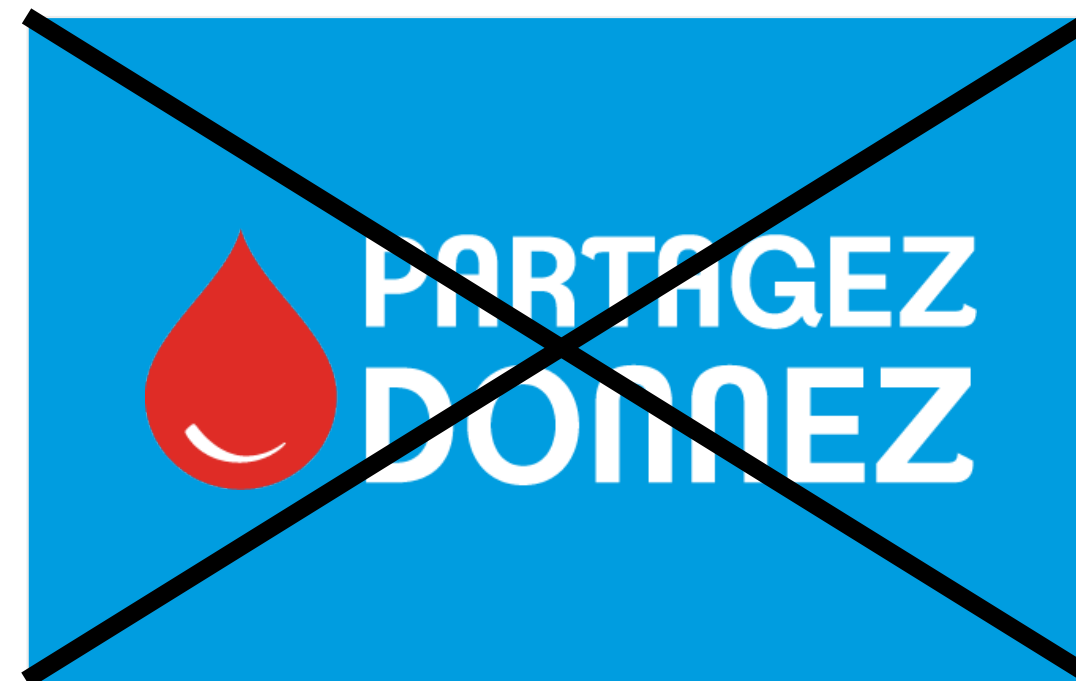
Logo _____	65
Construction d'un post _____	67
Publications fixes _____	68
Formats des publications _____	69
Exemples de publications fixes _____	70
Publications animées _____	71
Exemples de publications animées _____	72

VERSION ADAPTATIVE DU LOGO

Sur le digital, c'est toujours le logo adaptatif qui est utilisé. Il est toujours composé : de la goutte avec son sourire et de la signature raccourcie sur deux lignes.

Ne pas changer les éléments du logo de place, ni de taille. Et garder le message « Partagez donnez ».

Version générique



Versions monochrome



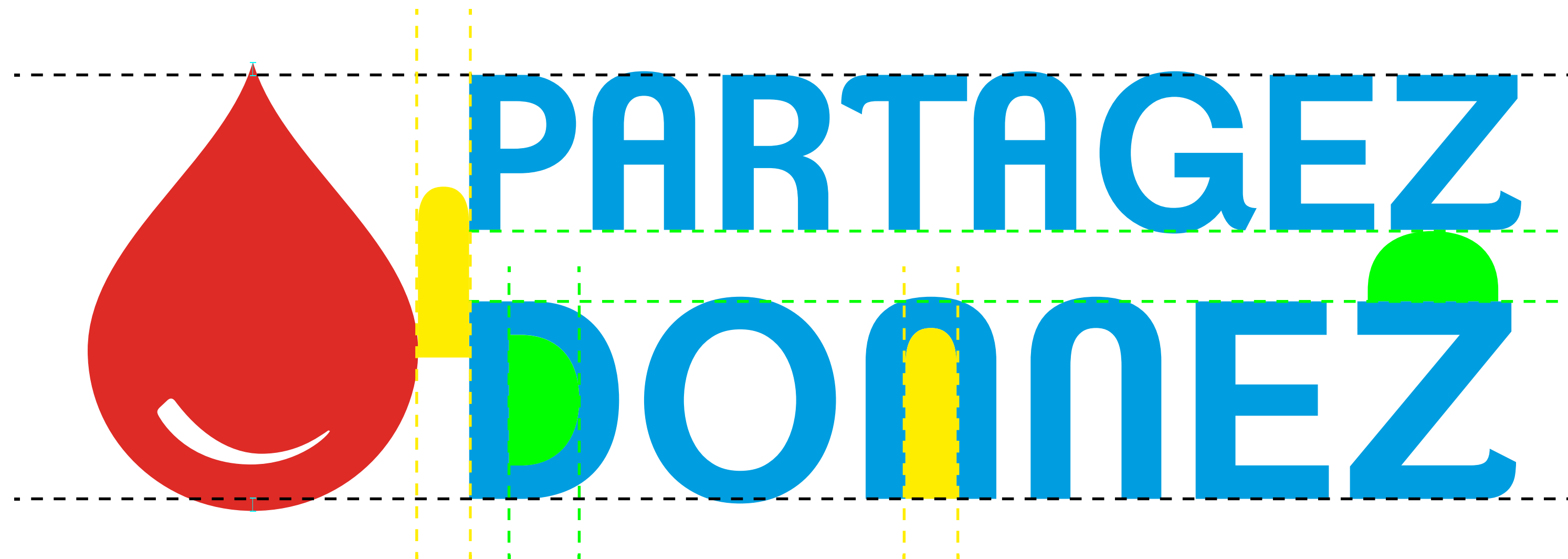
VERSION ADAPTATIVE DU LOGO

RÈGLES D'UTILISATION :

Zone de protection



Construction



CONSTRUCTION D'UN POST SUR LE SOCIAL MEDIA

Pour garder une cohérence entre les différents supports social media, il y a des éléments qui doivent toujours apparaître. Sur les formats animés, nous ne sommes pas obligés d'avoir tous les éléments en même temps.

NB : les règles graphiques sont une adaptation de la charte, légèrement précisées pour s'adapter aux supports. Le logo adaptatif est toujours utilisé sur le digital.

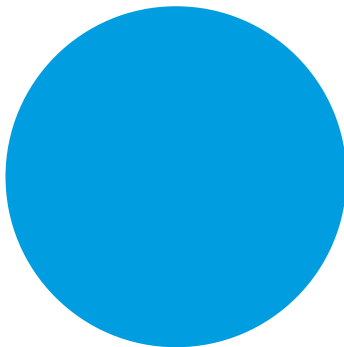
Visuel (illustratif ou photographique)



Accroche

**REJOIGNEZ
NOUS,
DEVENEZ
DONNEUR.**

Le bleu donneur (web)
(Marie-Louise
ou texte)



Logo EFS
(que sur twitter)



Logo adaptatif
marque donneur



LES RÈGLES D'UTILISATION :

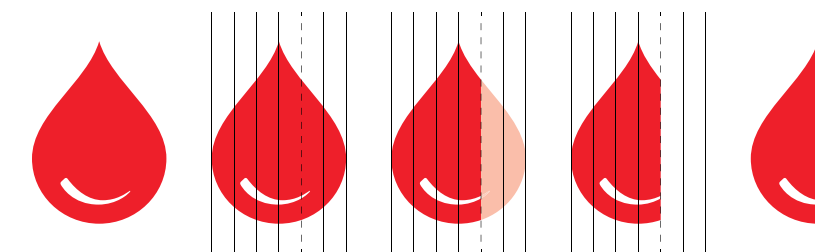
- Ne pas mettre le logo EFS, car c'est déjà l'émetteur du post. Sauf sur Twitter.
- Dominance des couleurs de la marque donneur (Bleu / Blanc / Rouge). Et utilisation de la Marie-Louise bleue en discontinue > en bas et à droite. Si le fond de la publication est bleu, la Marie-Louise change de disposition et devient blanche > en haut et à droite.
- Utilisation de la typographie :
Futura Std Condensed ExtraBold - En CAPITALES
Ferrée à gauche ou justifiée si il y a un jeu typographique
Corps de la police x **1,15** = interlignage - Approche : 0
- Utilisation de la typographie des sous-titres et textes :
Gotham bold et Gotham book - En CAPITALES ou en bas de casse
Ferrée à gauche
Corps de la police x **1,2** = interlignage - Approche : 10

- Utilisation de la goutte :
Entière en ponctuation. Elle vit toujours à droite de l'accroche et sa taille doit faire une ou deux lignes max.

**REJOIGNEZ
NOUS,
DEVENEZ
DONNEUR.** 

**REJOIGNEZ NOUS,
DEVENEZ DONNEUR.** 

Coupée à 1/3 (2/6) en partant de la droite, pour ne pas casser le sourire.



La goutte peut être utilisée seule. Elle est toujours utilisée rouge avec son sourire blanc et il faut la mettre de préférence sur fond blanc.



FORMATS DES PUBLICATIONS

Utiliser les trois formats suivants, à adapter selon l'utilisation des réseaux sociaux : carré (Instagram et Facebook), bannière (Linkedin et Twitter) et story (Instagram et Facebook).

format carré (exemple FB)
1080x1080px



format bannière (exemple TW)
608x1080px



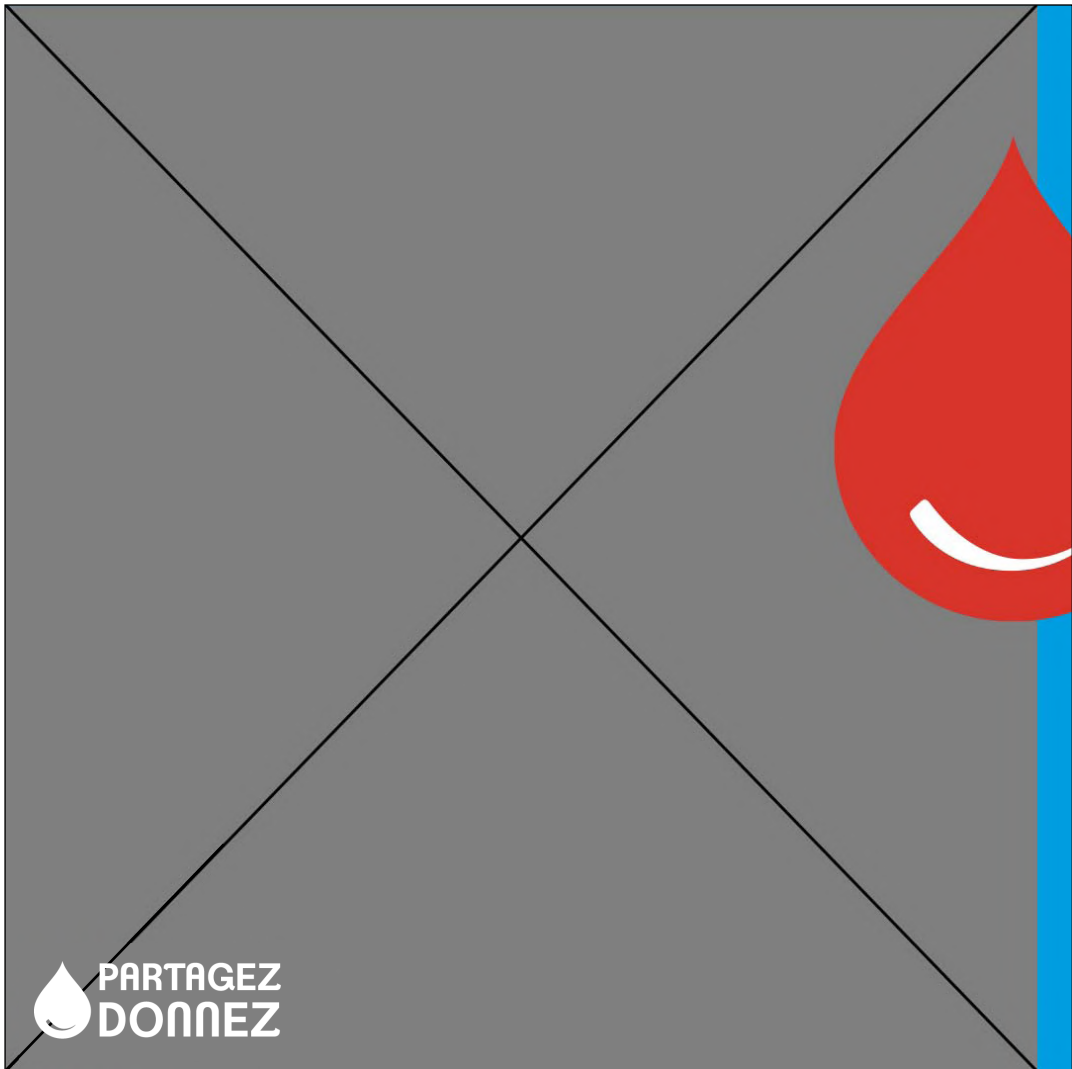
format story (exemple Instagram)
1920x1080px



EXEMPLES DE PUBLICATIONS FIXES - LOGO ADAPTATIF

Plusieurs possibilités s'offrent à vous pour faire les posts des réseaux sociaux : avec des photos, des illustrations et du texte.

4 OPTIONS AU CHOIX :



LES RÈGLES D'UTILISATION :

- Ne pas mettre le logo EFS, car c'est déjà l'émetteur du post. Sauf sur Twitter.
 - Dominance des couleurs de la marque donneur (Bleu / Blanc / Rouge). Et utilisation de la Marie-Louise bleue en discontinue > en bas et à droite. Si le fond de la publication est bleu, la Marie-Louise change de disposition et devient blanche > en haut et à droite.
 - Utilisation de la typographie :
 - Futura Std Condensed ExtraBold** - En CAPITALES
 - Ferrée à gauche ou justifiée si il y a un jeu typographique
 - Corps de la police x **1,15** = interlignage - Approche : 0
- Sur le digital, nous avons la possibilité d'utiliser des cartouches de couleur pour donner plus de lisibilité aux textes.
- Utilisation de la typographie des sous-titres et textes :
 - Gotham bold** et Gotham book - En CAPITALES ou en bas de casse
 - Ferrée à gauche
 - Corps de la police x **1,2** = interlignage - Approche : 10

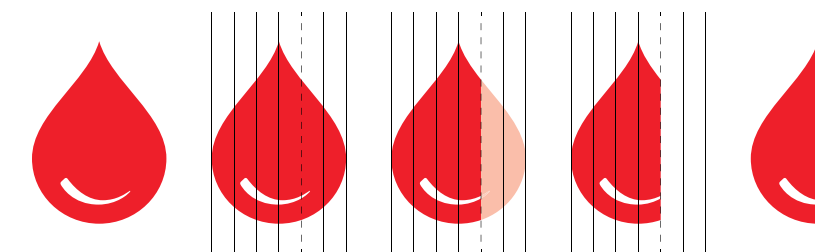
Rappel : Sur les formats animés, nous ne sommes pas obligés d'avoir tous les éléments en même temps.

- Utilisation de la goutte :
Entière en ponctuation. Elle vit toujours à droite de l'accroche et sa taille doit faire une ou deux lignes max.

**REJOIGNEZ
NOUS,
DEVENEZ
DONNEUR.** 

**REJOIGNEZ NOUS,
DEVENEZ DONNEUR.** 

Coupée à 1/3 (2/6) en partant de la droite, pour ne pas casser le sourire.



La goutte peut être utilisée seule. Elle est toujours utilisée rouge avec son sourire blanc et il faut la mettre de préférence sur fond blanc.



EXEMPLE D'UNE PUBLICATION ANIMÉE

Vidéo teaser de la campagne de marque - format carré



05 DIGITAL APPLICATION

WEB

Logo	74
Couleurs	77
Typographies	79
UI	80
Emailing	87

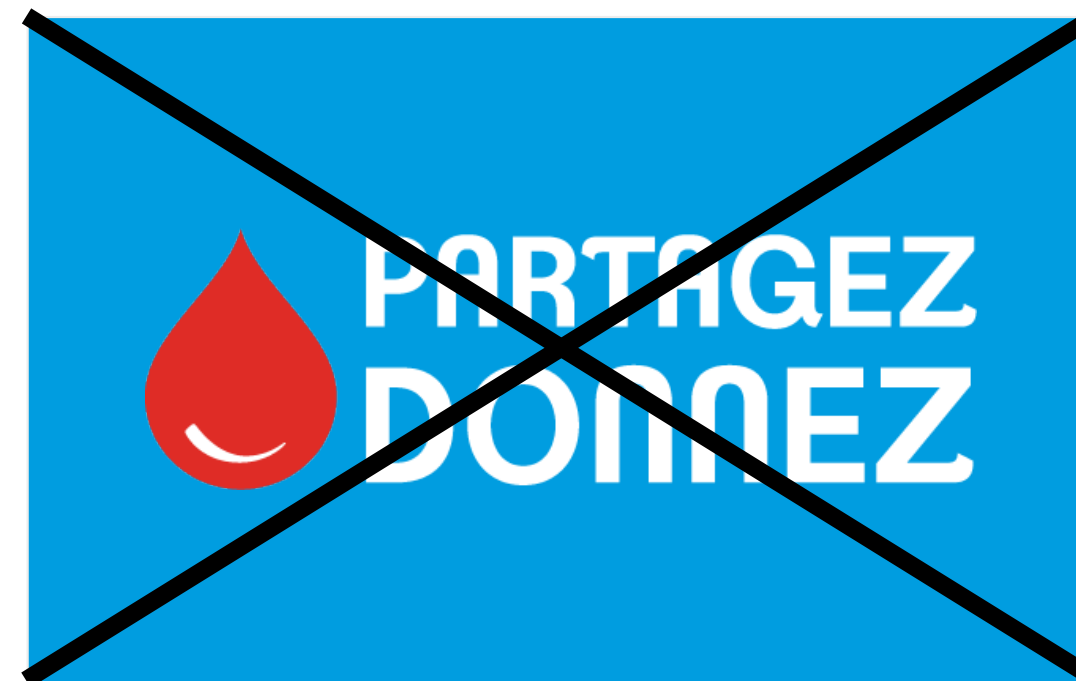
Sur le digital, c'est toujours le logo adaptatif qui est utilisé. Il est toujours composé : de la goutte avec son sourire et de la signature raccourcie sur deux lignes.

Ne pas changer les éléments du logo de place, ni de taille. Et garder le message « Partagez donnez ».

Version générique



Versions monochrome



LOGO

Règles d'utilisation :

Privilégier la disposition du logo sur la gauche pour le format Desktop et au centre pour le format Tablette/Mobile en utilisant la taille maximale.

Logo Desktop :

Taille maximale : 128x40px

Taille minimale : 96x30px

Logo Tablette :

Taille maximale : 128x40px

Taille minimale : 96x30px

Logo Mobile :

Taille maximale : 128x40px

Taille minimale : 96x30px

Taille maximale :



Taille minimale :



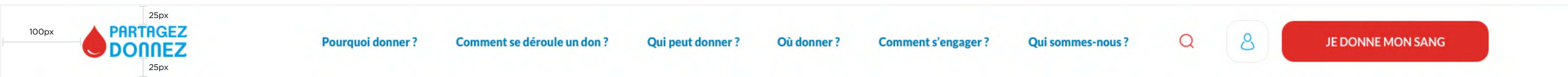
Zone de protection



LOGO

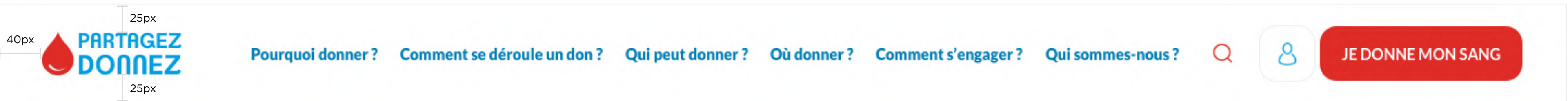
Toujours utiliser la goutte rouge avec son sourire blanc et la mettre sur fond blanc dans la navigation.
Privilégier la disposition du logo sur la gauche pour le format Desktop et au centre pour le format Tablette/Mobile.

Desktop 1920px



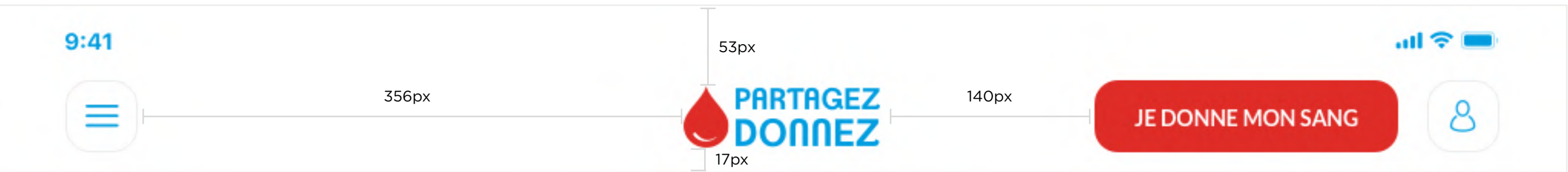
Taille du Logo : 128x40px

Desktop 1440px



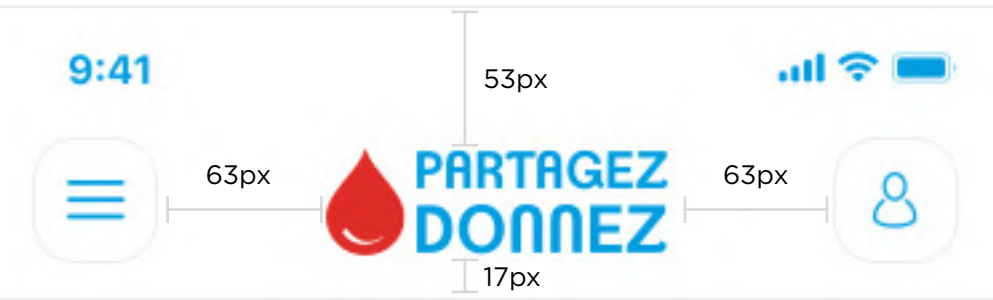
Taille du Logo : 128x40px

Tablette 1024px



Taille du Logo : 128x40px

Mobile 375px

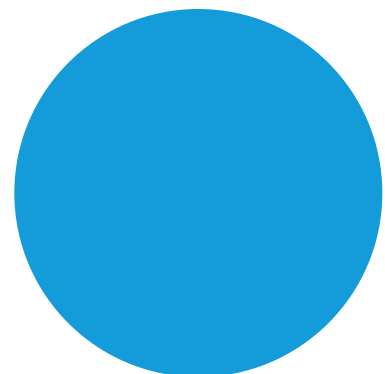


Taille du Logo : 128x40px

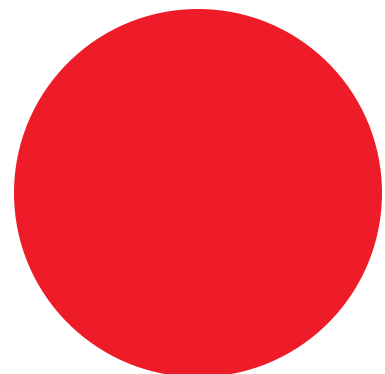


COULEURS

Deux couleurs principales incarnent la marque donneur :

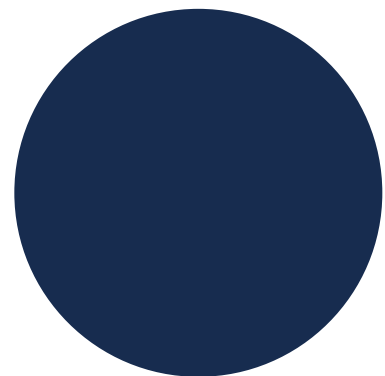


BLEU DONNEUR
R0 V157 B224
#009DE0

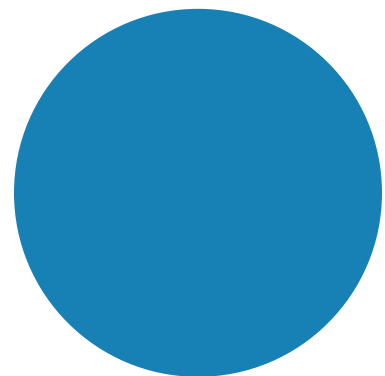


ROUGE DONNEUR
R227 V5 B27
#e3051b

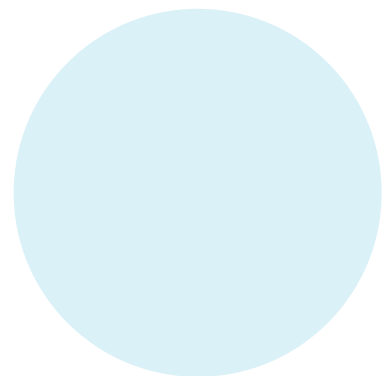
Couleurs secondaires :



R37 V45 B78
#252D4E



R0 V125 B179
#007DB3



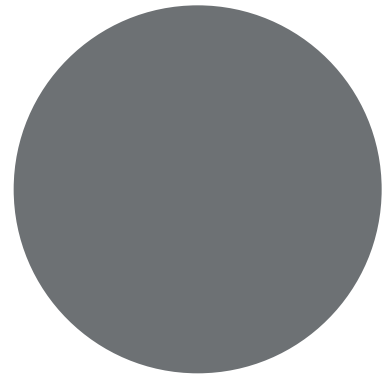
R229 V245 B251
#E5F5FB



R245 V245 B245
#F5F5F5



R237 V237 B237
#EDEDED

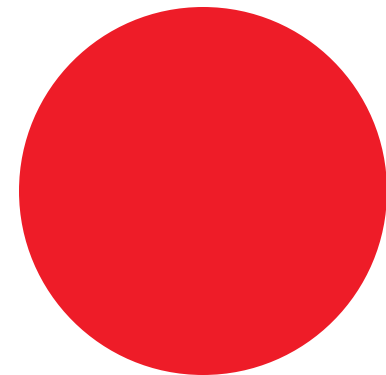


R119 V119 B121
#777779



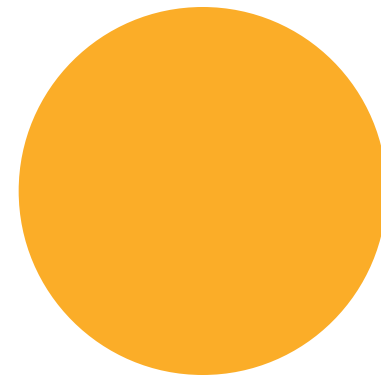
COULEURS

Couleurs des 4 types de don :



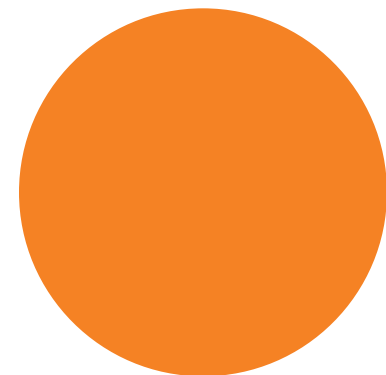
**DON DE SANG
(ROUGE DONNEUR)**

R227 V5 B27
#e3051b



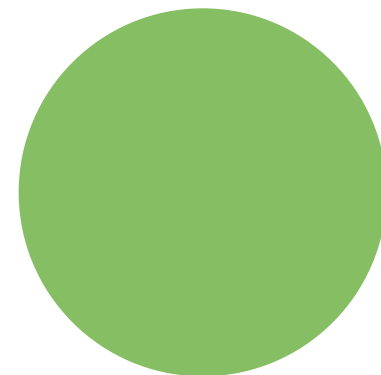
DON DE PLAQUETTES

R249 V175 B14
#f9af0e



DON DE PLASMA

R239 V125 B10
#ef7d0a



DON DE MOELLE OSSEUSE

R145 V188 B85
#91bb55



Nous adaptons les couleurs en version Digital afin de répondre aux critères RGAA (Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité). L'objectif est de rendre les ressources digitales accessibles aux plus grand nombre d'utilisateurs.

La typographie sur le Web désigne le choix des polices de caractères, la mise en page et l’intégration de nouvelles fontes sur le site web. Pour répondre aux contraintes du web, nous devons adapter les différentes typographies.

Les titres ou textes doivent être lisibles quel que soit le choix iconographique.
Pour aider à la lisibilité, on peut rajouter entre le texte et l’image, un aplat noir transparent en opacité réduite.

Futura abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 123456789

Lato abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 123456789

H1 FUTURA CONDENSED EXTRA BOLD 55PX

H2 FUTURA CONDENSED EXTRA BOLD 42PX

H3 Lato Light 28px

H4 Lato Bold 26px

H5 Lato Regular/**Black** 22px

H6 Lato Regular/**Bold/Black** 18px

H7 Lato Bold 16px

H8 Lato Regular/**Bold/Black** 14px

H9 LATO BLACK 12PX

H10 Lato Regular 12px



Un bouton principal est censé diriger les utilisateurs pour réaliser l'action que vous voulez leur faire réaliser, dans ce cas là il faut lui donner plus de poids visuel.

Bouton Principal - Etat OFF

Couleur du texte : Blanc (#ffffff)

Couleur du fond : Rouge donneur (#e3051b)

Bords arrondis : 15px

Bouton Principal - Etat ON

Couleur du texte : Blanc (#ffffff)

Couleur du fond : Rouge (#C12C26)

Bords arrondis : 15px

État - OFF



État - ON



Un bouton secondaire est utilisé quand nous avons besoin de faire savoir aux utilisateurs que l'action est possible mais pas prioritaire, même si le bouton n'est pas dans le contexte.

Bouton Secondaire - Etat OFF

Couleur du texte : Rouge donneur (#e3051b)

Couleur du fond : Blanc (#ffffff)

Couleur du contour : Rouge donneur (#DF2C26)

Bords arrondis : 15px

État - OFF



État - ON



Bouton Secondaire - Etat ON

Couleur du texte : Blanc (#ffffff)

Couleur du fond : Rouge (#e3051b)

Bords arrondis : 15px



UI (User Interface)

Les bordures arrondies vont varier selon les éléments qui l'accompagnent, afin d'être le plus harmonieux pour l'utilisateur.

Bords arrondis

Fond blanc : 20px
Visuel: 15px

Carte avec visuel



Bords arrondis

Fond blanc : 20px
Fond icon : 12px
Contour rdv : 15px

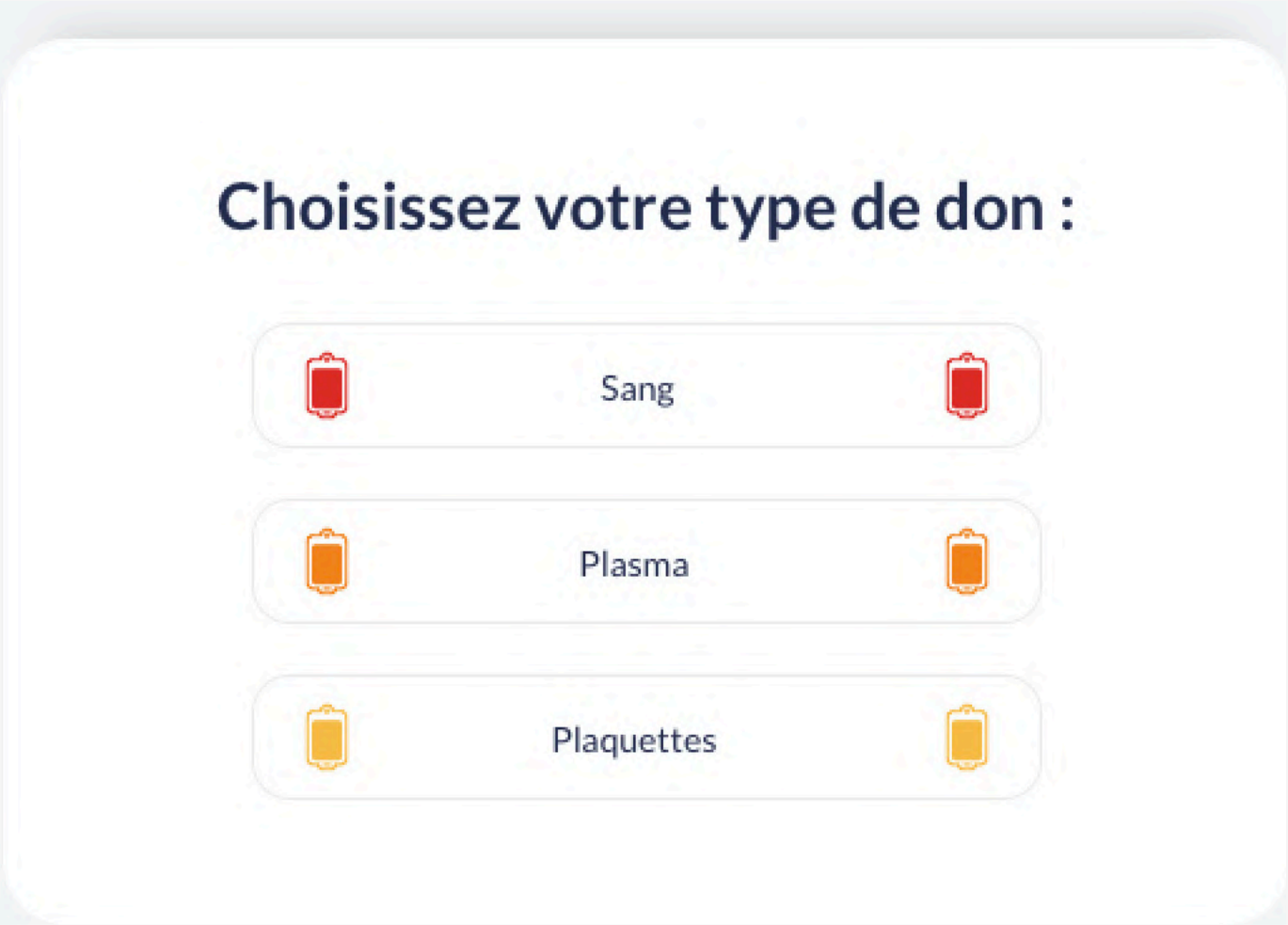
Carte adresse



Bords arrondis

Fond blanc : 256px
Contour type de don : 15px

Carte type de don



Les bordures arrondies vont varier selon les éléments qui l’accompagnent, afin d’être le plus harmonieux pour l’utilisateur.

Bords arrondis
Fond blanc : 25px

Carte citation



« Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit, sed do
eiusmod tempor incididunt ut labore et
dolore magna aliqua. Lorem ipsum dolor
sit amet, consectetur adipiscing elit, sed
do eiusmod tempor incididunt ut labore
et dolore magna aliqua. »



ISABELLE, 45 ANS

Lorem ipsum dolor sit



Bords arrondis
Fond blanc : 20px

Carte notation

8,97 /10

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit, sed do
eiusmod tempor incididunt ut labore
et dolore magna aliqua lorem ipsum
dolor sit amet, consectetur.



Principe d'animation

L'explication par l'animation c'est le moindre effort pour l'utilisateur, pour une compréhension dans le confort. Montrer l'action à faire, anticiper l'interaction, afficher des guides visuels, cela facilite et encourage l'action de l'utilisateur.

Le regard se tourne toujours vers le mouvement. Le principe d'animation joue ce rôle important de guider le regard de l'utilisateur vers les points importants du parcours. Un texte mis en valeur, une image qui s'affiche progressivement, cela va créer un décalage avec le contexte/fond et va mettre en valeur l'élément voulu.

Liste - OFF

Quelles sont les conditions pour donner son sang ?

Liste - ON

Quelles sont les conditions pour donner son sang ?

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Champs - OFF

Saisir ici le pays

Champs - ON

Saisir ici le pays

Filtre - OFF

Lorem ipsum

Filtre - ON

Lorem ipsum

Pagination - OFF

1 2 3 ...

Pagination - ON

1 2 3 ...

Icon OFF

>

Icon ON

>

Icon OFF

X

Icon ON

X

Animation Icon

→ → → → →

Icon OFF

↑

Icon ON

↑

Icon OFF

▶

Icon ON

▶

Icon Slider

[Progress bar with dots]



Liste avec Groupe Sanguin - ON

A	38% de la population française du groupe A.	▼
B	8% de la population française du groupe B.	⬆
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.		
AB	3% de la population française du groupe AB.	▼
O	36% de la population française du groupe O.	▼

Liste sans Icon - ON

Vous manquez de temps.	⬆
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.	
Vous avez peur d’avoir faim.	▼
Vous craignez les aiguilles.	▼
Vous pensez qu’il y a assez de dons.	▼

Liste avec Icon - ON

👓	1. L’anonymat	▼
🤝	2. Le non-profit	▼
🧰	3. Le volontariat	⬆
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.		
📝	4. Le bénévolat	▼

UI (User Interface)

Navigation - OFF



Navigation - ON 01

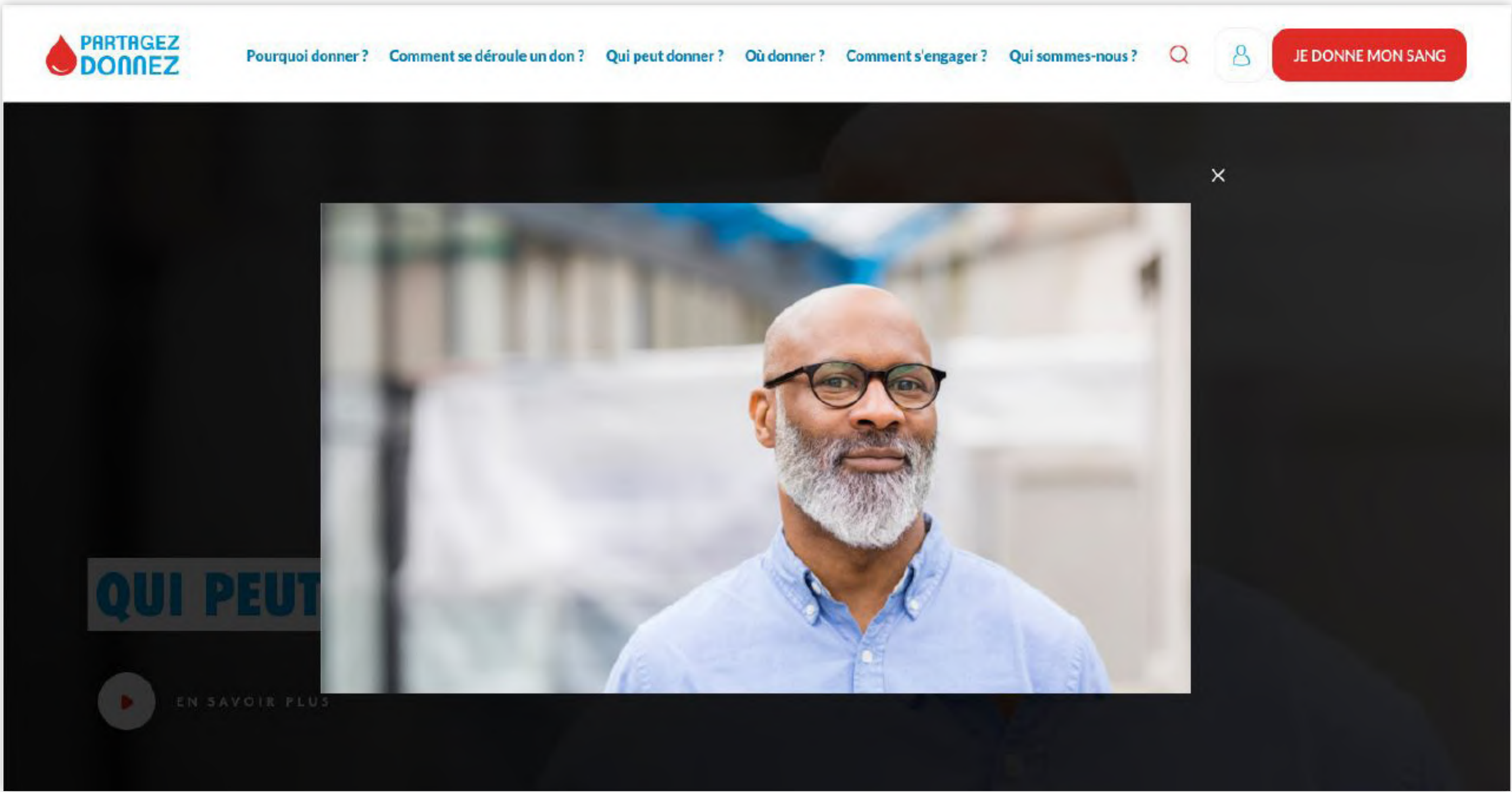


Navigation - ON 02

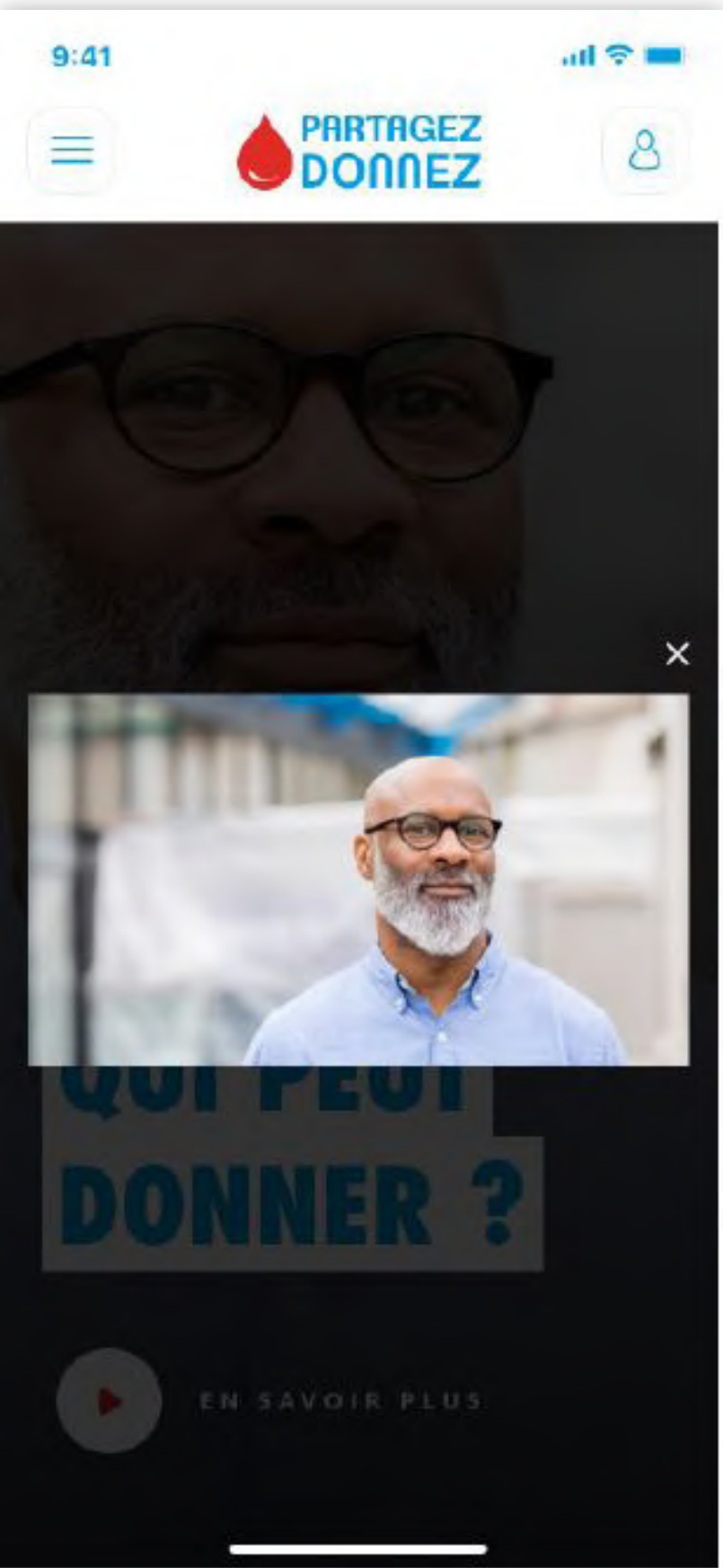


UI (User Interface)

Video ON desktop



Video ON mobile

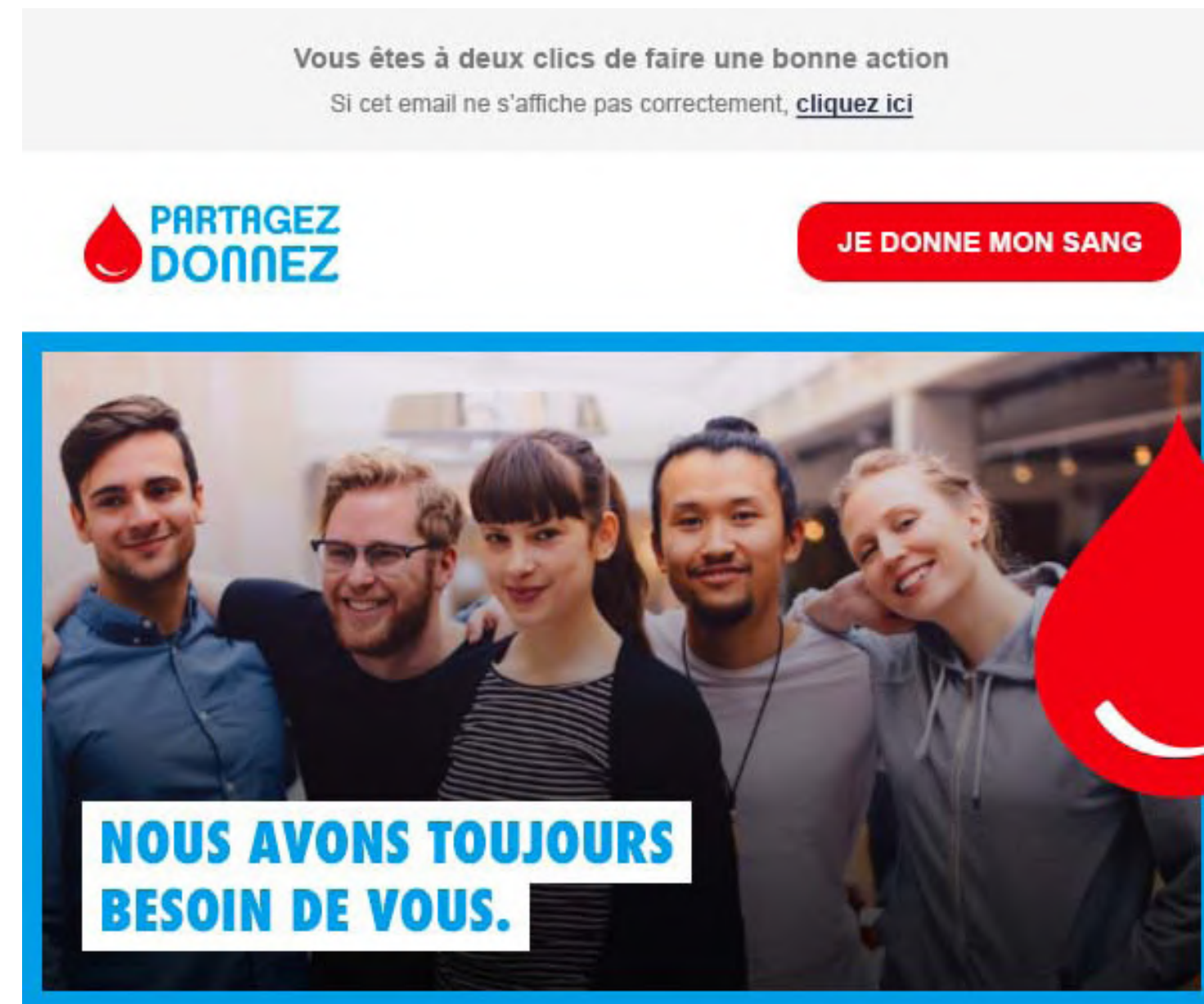


EMAILING - HEADER

Pour répondre aux contraintes du web d'un emailing, nous devons adapter les différentes typographies. Il faut utiliser une police système déjà installée sur les ordinateurs. Pour l'EFS nous utiliserons la police Arial sauf exception pour le titre présent dans le header, nous resterons sur la Futura.

- Logo toujours à gauche sur fond blanc.
- CTA toujours à droite
- Toujours avoir un cadre bleu autour du visuel.
- Toujours avoir le titre avec un fond blanc, dès qu'il a un visuel.

Header Invitation Classique



06 GOODIES

Application logo	89
Exemples	91
Insigne	93

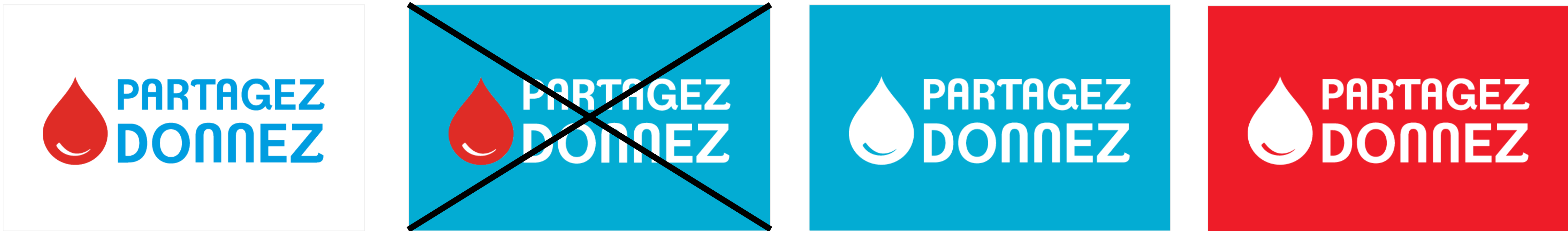
APPLICATION LOGO

Selon la taille des goodies et pour une question de lisibilité, on peut choisir de mettre le logo ou sa version adaptative.
Privilégier sa version adaptative pour les petits formats (exemple : cache-caméra). Et seulement avec la goutte rouge et le «Partagez donnez» en bleu donneur. Jamais sur fond bleu.
Pour des raisons techniques, il est possible d'utiliser les versions du logo monochrome.

VERSION PRINT



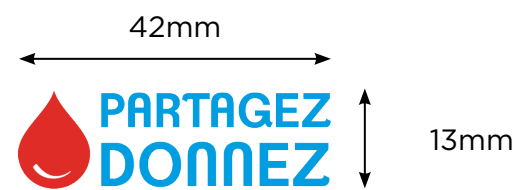
VERSION ADAPTATIVE



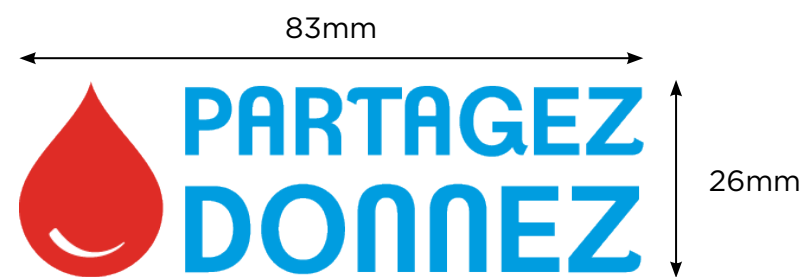
APPLICATION LOGO

RÈGLES D'UTILISATION :

Taille minimum sur supports fermés (papier, mug, métal...). C'est la même taille que sur du print.



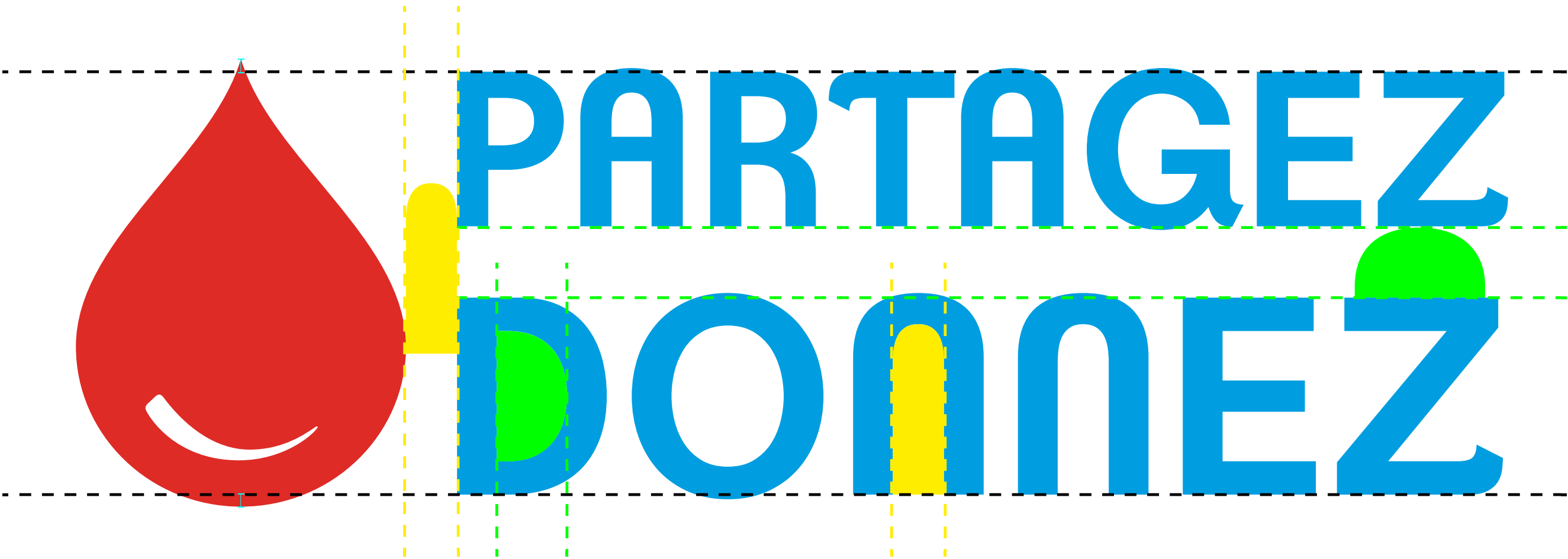
Taille minimum sur supports ouverts (tissus, mousse...). Il faut doubler la taille du logo, car le support et la technique d'impression ont plus de chance de faire dégorger l'encre.



Zone de protection



Construction



EXEMPLES - GOODIES



EXEMPLES - GOODIES

Exemples et exceptions du logo adaptatif :

Possibilité de mettre «Partagez donnez» en blanc parce qu'il y a le bleu donneur sur l'objet.



Possibilité de mettre le logo en monochrome



Possibilité de mettre seulement la goutte dans des petits formats du type stickers.



INSIGNE - DONNEUR ÉMERITE

AVANT



RECO

Changement de typo, et on ramène le bleu donneur



07 SIGNALÉTIQUE INTÉRIEURE

Principes généraux _____	95
Signalétique pérenne _____	97
Signalétique temporaire _____	99
Kakémono _____	101

PRINCIPES

En maison du don, les règles graphiques de la charte donneur s'appliquent, mais sont à adapter dans un cadre bâti. La signalétique intérieure détaillée dans ce document ne concerne que les zones accessibles aux donateurs (et non au personnel).

Pour tout nouvel aménagement, ou réaménagement de maison du don, il est demandé d'appliquer les règles fixées dans le document du concept store maison du don disponible sur Gedeon.



TYPES DE SIGNALÉTIQUE INTÉRIEURE

La signalétique intérieure en maison du don mélange supports pérennes et temporaires.

LA SIGNALÉTIQUE PÉRENNE

> Permet de guider le donneur dans son parcours du don et se repérer à chaque étape. L'application des règles de la présente charte et du concept store est la même pour chaque maison du don.

LA SIGNALÉTIQUE TEMPORAIRE

> Supports imprimés dans des espaces identifiés (cf concept store) pour les informations liées à la saisonnalité ou pour la mise en avant d'une thématique propre au lieu de don.

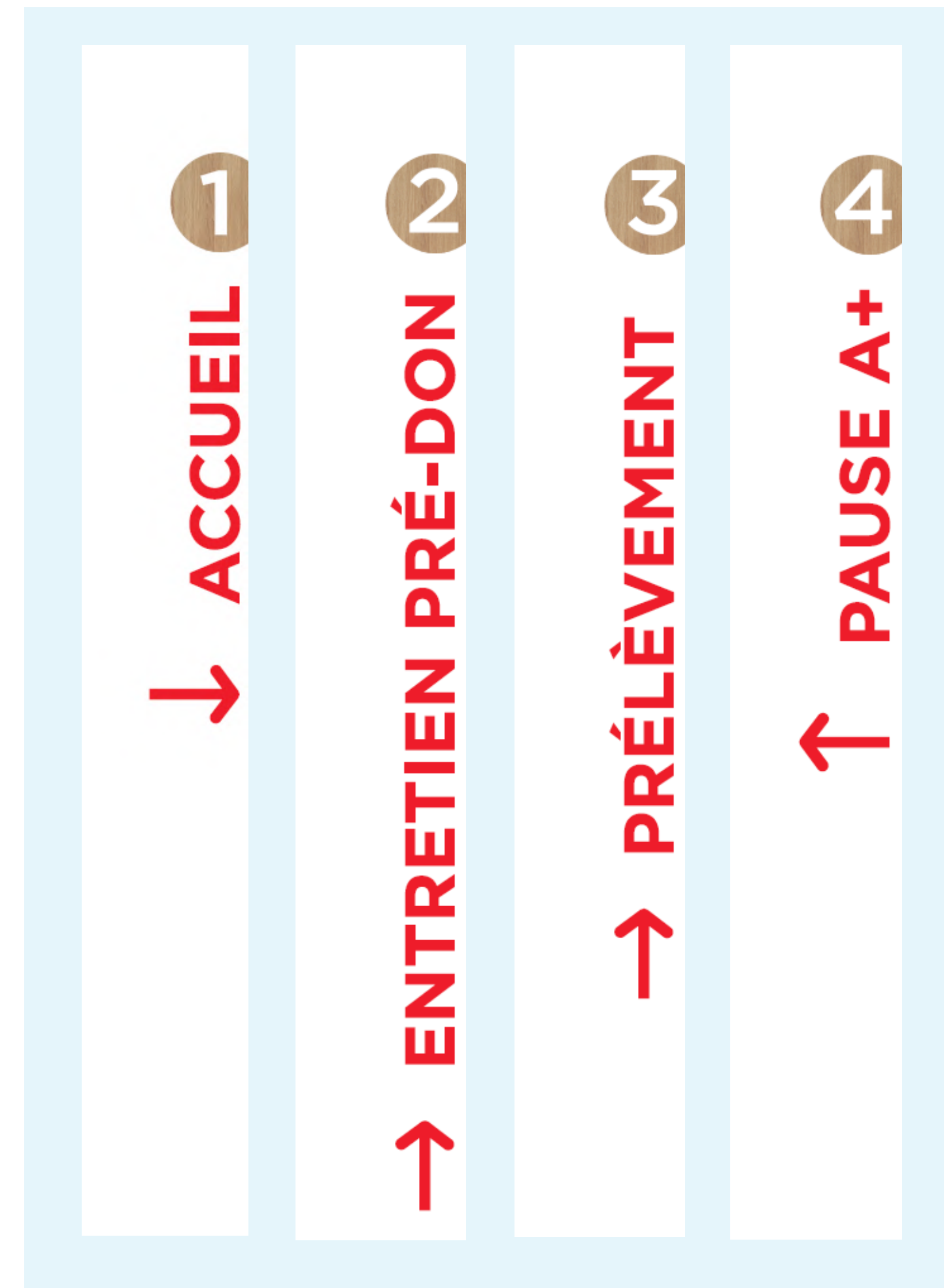
Pour chaque cas, les règles graphiques applicables sont celles présentées dans cette charte. Celle-ci intégrera également à terme des indications de signalétique interne de collecte.



SIGNALÉTIQUE INTÉRIEURE PÉRENNE

LES RÈGLES D'UTILISATION :

- Utilisation de la typographie :
Gotham bold
En bas de casse
Corps de la police x **1,2** = interlignage
Caractères : 10mm d'épaisseur
- Ne pas utiliser la goutte rouge avec le sourire hors des cadres définis dans le concept store.
- Les supports présentés dans cette partie doivent conserver leurs couleurs respectives (marque donneur et chêne).
- Il est possible d'habiller des vitres intérieures avec les groupes sanguins. Les règles applicables sont à retrouver dans la partie «Signalétique extérieure».
- Pour les matériaux et dimensions, se référer au concept store.



Indications de zone (panneaux verticaux).
Le texte doit être en rouge donneur.



BONJOUR,
RAVIS DE VOUS
(RE) VOIR !

BIENVENUE !

Zone accueil (aspect chêne)

AB⁺

Porte entretien préalable au
don (exemple)

DON DE SANG
DON DE PLASMA
DON DE PLAQUETTES

Zone de prélèvement



Plateforme d'expérience (intégrant un miroir en forme de goutte)

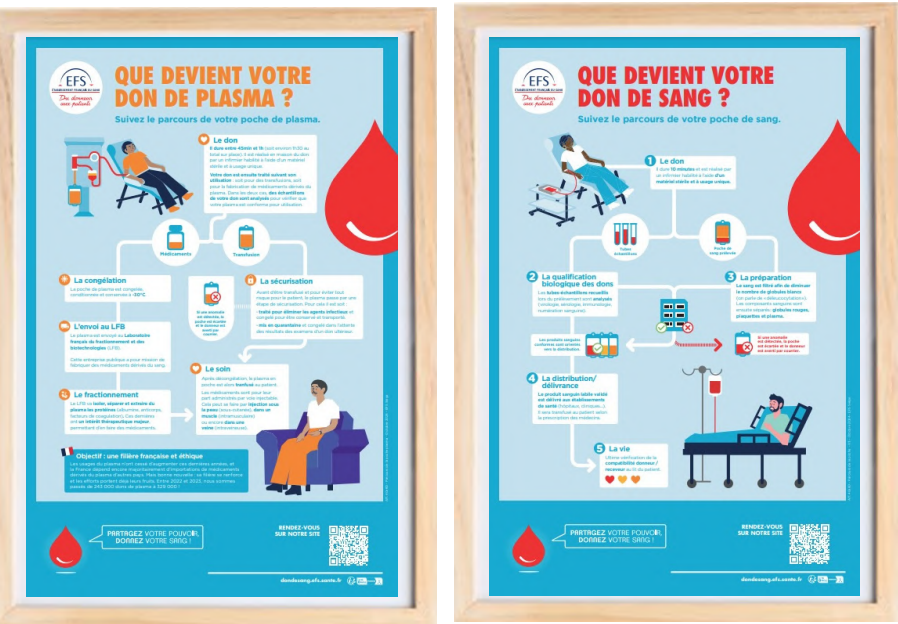


SIGNALÉTIQUE INTÉRIEURE TEMPORAIRE

Les supports imprimés, complémentaires à la signalétique pérenne, doivent être disposés dans des zones définies, et au sein de cadres bois / aspect bois. Le nombre de cadres présent par zone est soumis à appréciation, mais ne doit pas nuire au parcours du donneur.

Zone 1 - Accueil

Zone d'attente



Zone 2 - Espace préalable au don



Suivant dons proposés dans la maison du don

Zone 3 - Prélèvement



Exemples

Zone 4 - Pause A+



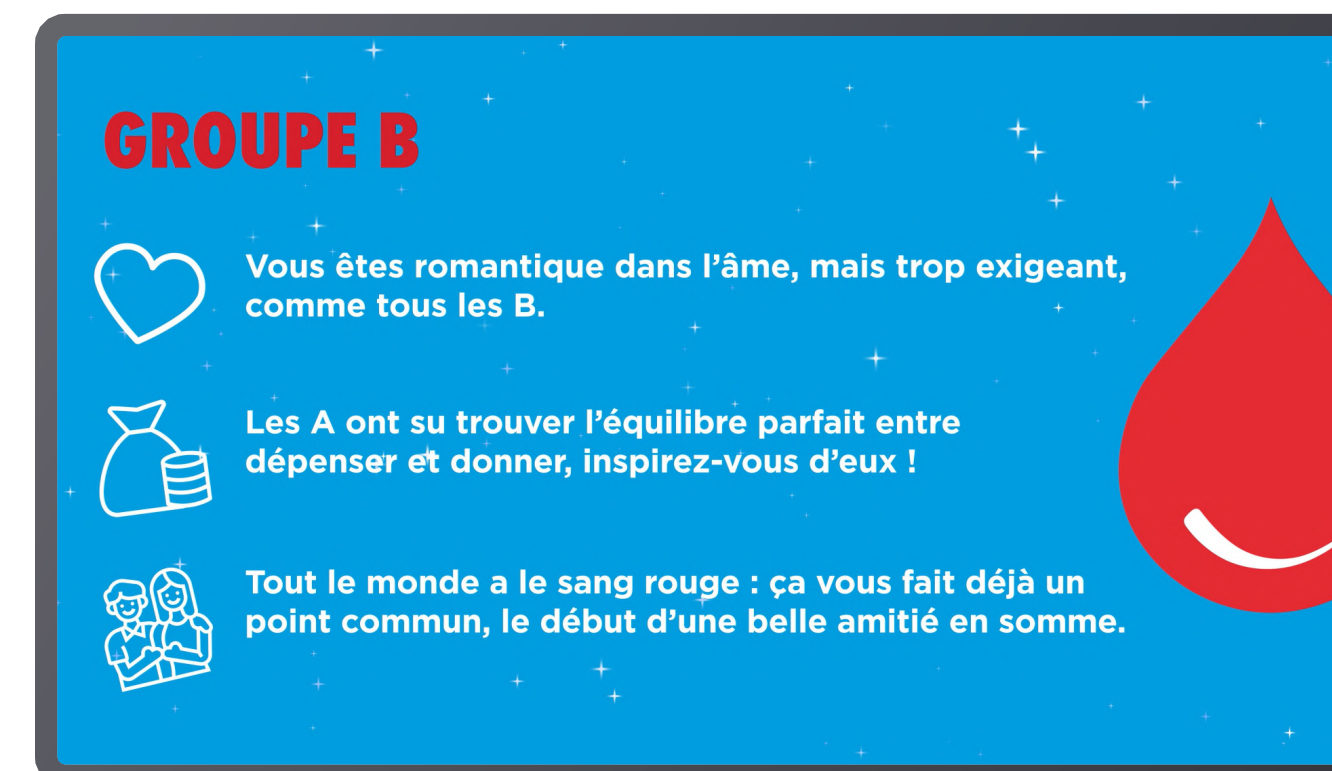
SIGNALÉTIQUE INTÉRIEURE - ECRANS DYNAMIQUES

Les écrans en maison du don doivent être disposés au long du parcours du don, suivant les possibilités locales.

Les écrans en lieu de collecte diffusent trois types de contenus :

- **Les productions génériques** (témoignages, horoscope sanguin, etc.) **et modèles** à personnaliser.
- **Les productions saisonnières** (printemps, été, automne, hiver).
- **Les contenus régionaux** (promotion de collecte, partage d'événements locaux, autres.)

L'organisation des messages par zone doit se faire en cohérence avec l'expérience du donneur en collecte (exemple : contenus longs à des endroits d'attente). Lorsque la maison du don ne dispose pas d'un écran par zone, les messages peuvent être réorganisés pour suivre l'ordre du parcours donneur.



SIGNALÉTIQUE INTÉRIEURE - KAKEMONOS ET ROLL-UPS

Il est possible de compléter la signalétique murale par des kakémonos et/ou roll-ups thématiques. Ceux-ci doivent être à la charte donneur et ne pas être trop nombreux afin de ne pas nuire à l'expérience des donneurs. Quelques exemples ci-dessous :



Modèle générique



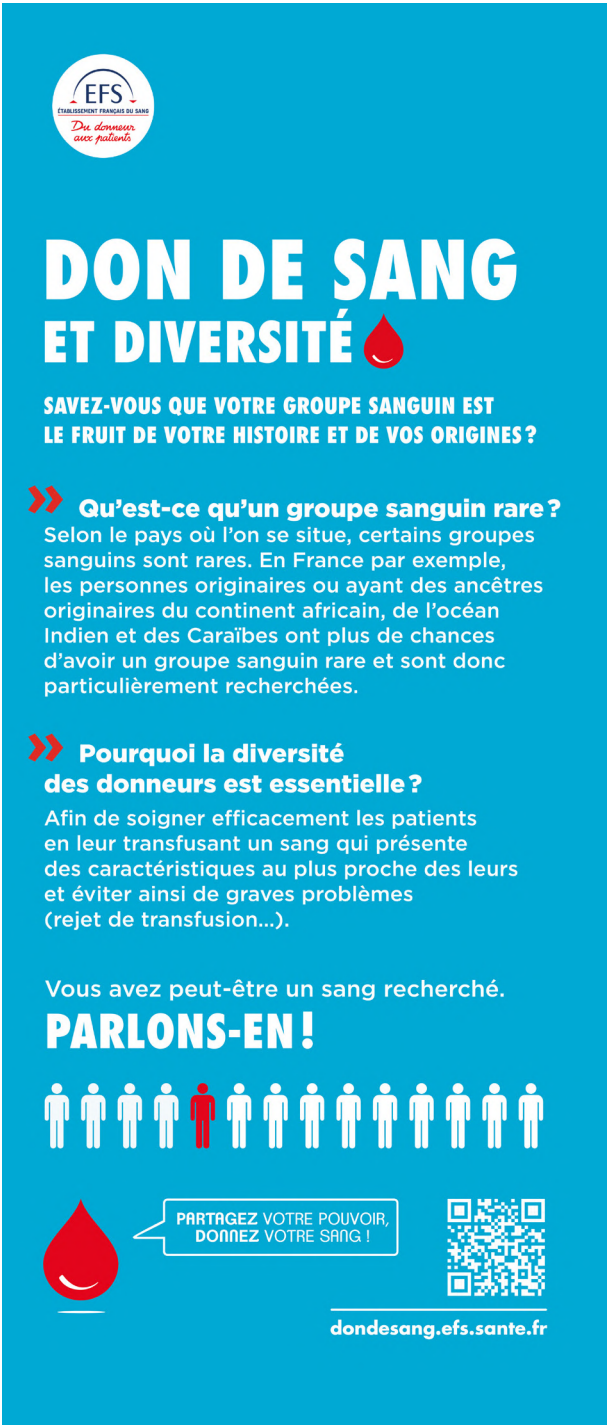
Recrutement (plasma)



Pédagogique (rendez-vous)



Duo : Recrutement et pédagogique (sangs rares)



Les kakémonos sont utilisables en maison du don, collecte mobile, ou tout lieu permettant la sensibilisation du grand public.



08 SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE

Principes de signalétique extérieure _____	103
Règles pour les maisons du don _____	104
Règles pour les collectes mobiles _____	113

SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE - DÉCLINAISONS DE SUPPORTS

La signalétique extérieure peut être de deux natures différentes : pérenne (MDD) ou temporaire (collecte).

Suivant les configurations des lieux ou contraintes de prestataires, il s'agira d'adapter les informations suivant les formats en gardant en tête ces principes :

Lisibilité : supports pensés pour être rapidement et facilement compréhensibles.

Synthétique : privilégier les informations essentielles, permettant aussi une meilleure pérennité.

Respect de l'univers graphique et éléments présents dans cette charte.

Certains cas (bloc marque, goutte, vitrophanie) disposent de leurs règles spécifiques, présentées dans les pages suivantes.

ÉLÉMENTS DE SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE

POLICE

**GOTHAM BOLD
MAJUSCULE**

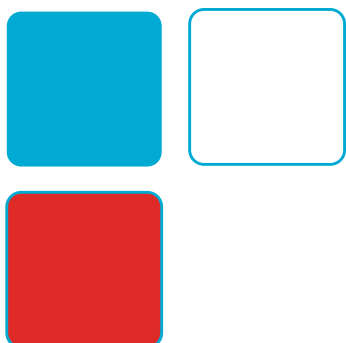
Obligatoire

FOND



Obligatoire
sauf contrainte

COULEURS



Obligatoire

GOUTTE



Suivant règles décrites
ci-après

LOGO EFS



Suivant règles décrites
ci-après

*La référence RAL peut être revue suivant le type de matériau utilisé, en restant le plus proche possible de la référence Pantone.



SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE - BLOC MARQUE MDD

Pour l’enseigne de la maison du don, il convient d’utiliser le bloc marque ci-présent. Celui-ci mentionne la maison du don et met en valeur la présence de l’EFS. La goutte rouge ne doit pas être présente dans ce bloc.

LES RÈGLES D’UTILISATION :

Gotham bold

En CAPITALES

Logo EFS sans filet / Pas de goutte

Bleu print - Pantone 299 C / RAL 5015

Trait séparateur entre les deux lignes

Caractères et logo en relief (si possible)

En cas de relief de l’enseigne :

Caractères et logo : entre 2 et 10cm d’épaisseur

Bloc : suivant réglementation et appréciation

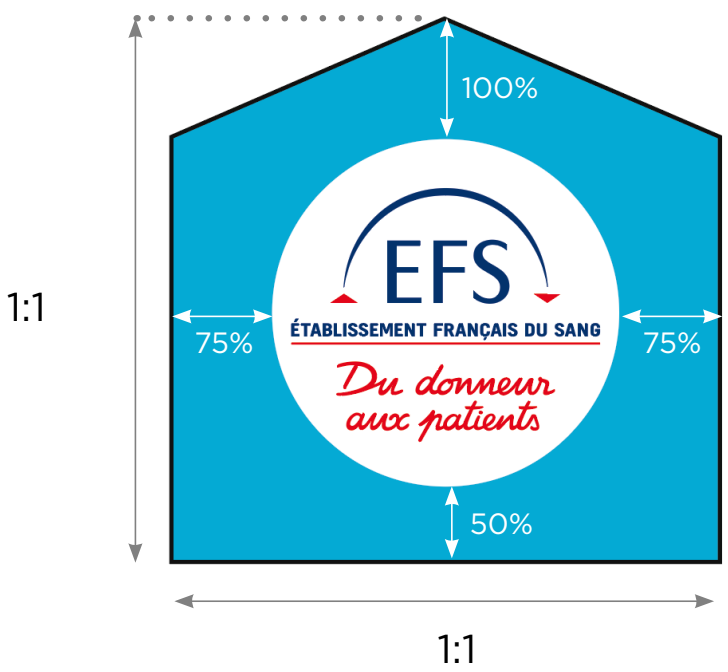
Les éléments du bloc marque peuvent être rétro-éclairés afin d’en améliorer la visibilité.

Matériaux recommandés : tôle aluminium laquée ou panneau composite aluminium.

VERSIONS HORIZONTALES



Référence de marge : hauteur du M



DRAPEAU ENSEIGNE

Référence de marge : hauteur de «EFS»

Dimensions minimum du drapeau :
50cm x 50cm

SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE - EXCEPTIONS BLOC MARQUE MDD

EXCEPTION 1 :

En cas d'impossibilité d'avoir un fond bleu (en raison de contraintes bâtementaires ou règles d'urbanisme) on utilise le bloc-marque de façon détournée.

On veillera alors à avoir les éléments présents en relief et/ou rétro-éclairés (afin d'apporter du contraste et assurer la visibilité des caractères).



VERSION CLASSIQUE
(À PRIVILÉGER)



EXEMPLE SANS FOND

EXCEPTION 2 :

Si, et seulement si, il n'est pas possible d'avoir un bloc-marque horizontal classique, celui-ci peut être adapté. Dans ce cas, il convient de toujours faire figurer maison du don en première intention, et veiller à la visibilité du nom Établissement français du sang.



SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE - VITROPHANIE MDD

L'ajout de caractères sur la vitrophanie vient conforter notre identité, et habiller discrètement la façade d'une maison du don.

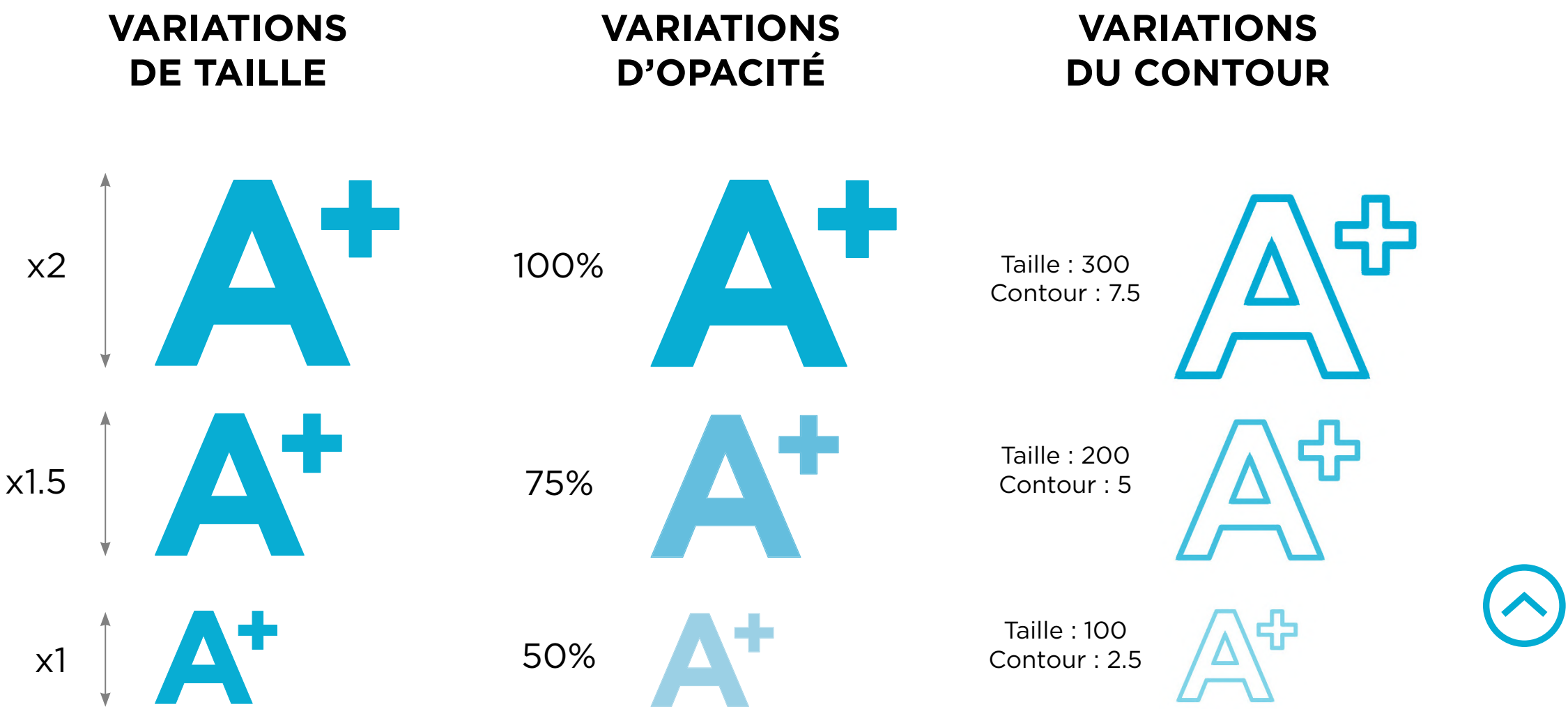
LES RÈGLES D'UTILISATION :

- Gotham Bold** en CAPITALES
- Couleurs : Bleu et/ou blanc (suivant rendu).
- Variation des caractères entre contours et pleins.
- Groupes (A, B, AB, O) et rhésus (-, +)
- Opacité des lettres : 50%, 75% et 100%*
- Aspect cristal (transparence). Pas d'épaisseur de caractères.

AJOUT DE VITRAGE SABLÉ

Si besoin d'opacifier la vitre (notamment pour des questions de confidentialité), il convient d'utiliser un vitrage sablé blanc, en extérieur comme intérieur. Opacité à déterminer suivant les caractéristiques du lieu.

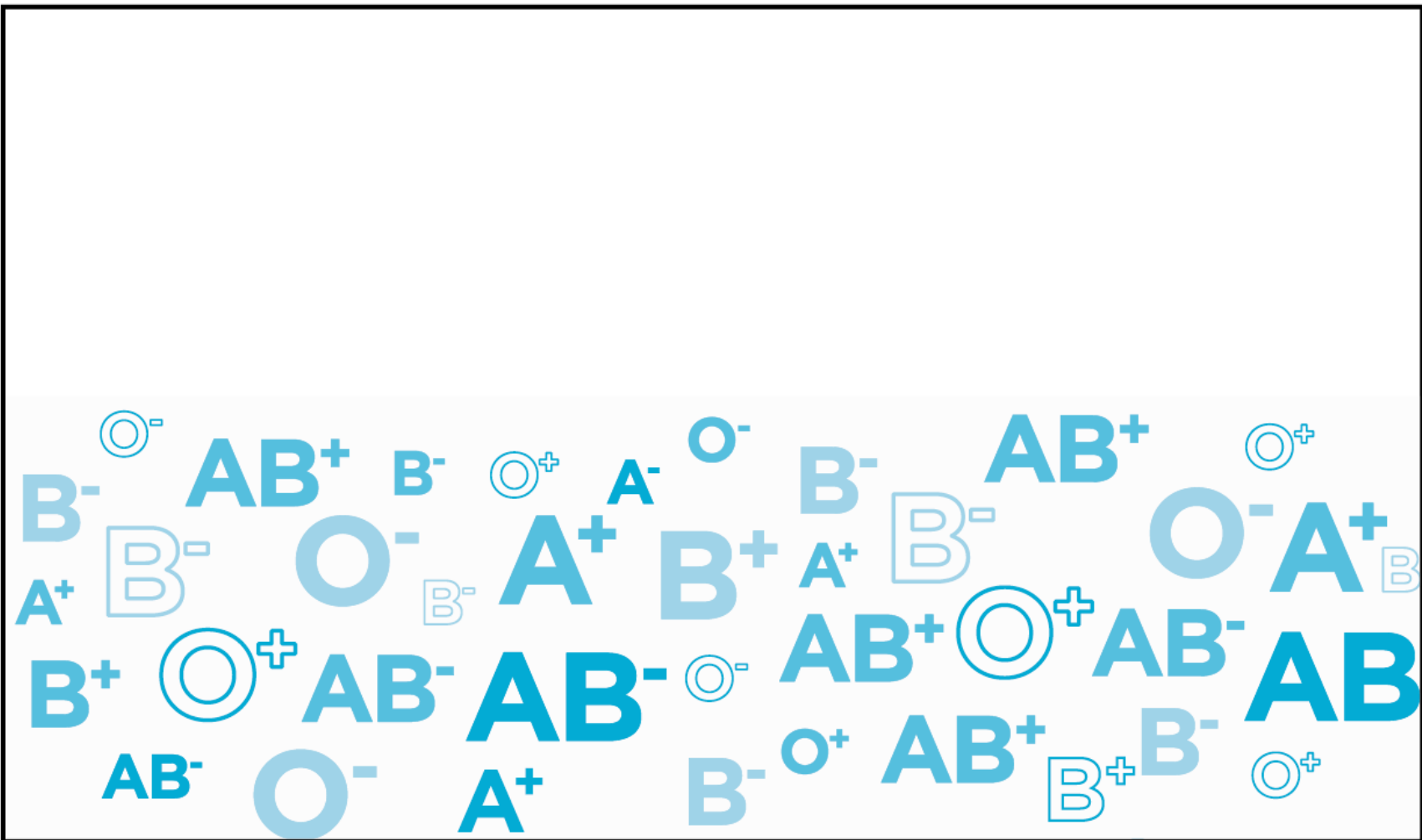
Cet habillage ne doit pas se faire au détriment de la luminosité et ne doit pas bloquer la vue de l'intérieur. La disposition des caractères, leur couleur, leur densité, ainsi que l'ajout d'un vitrage sablé se font donc au cas par cas, suivant appréciation du rendu final.



SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE - VITROPHANIE MDD

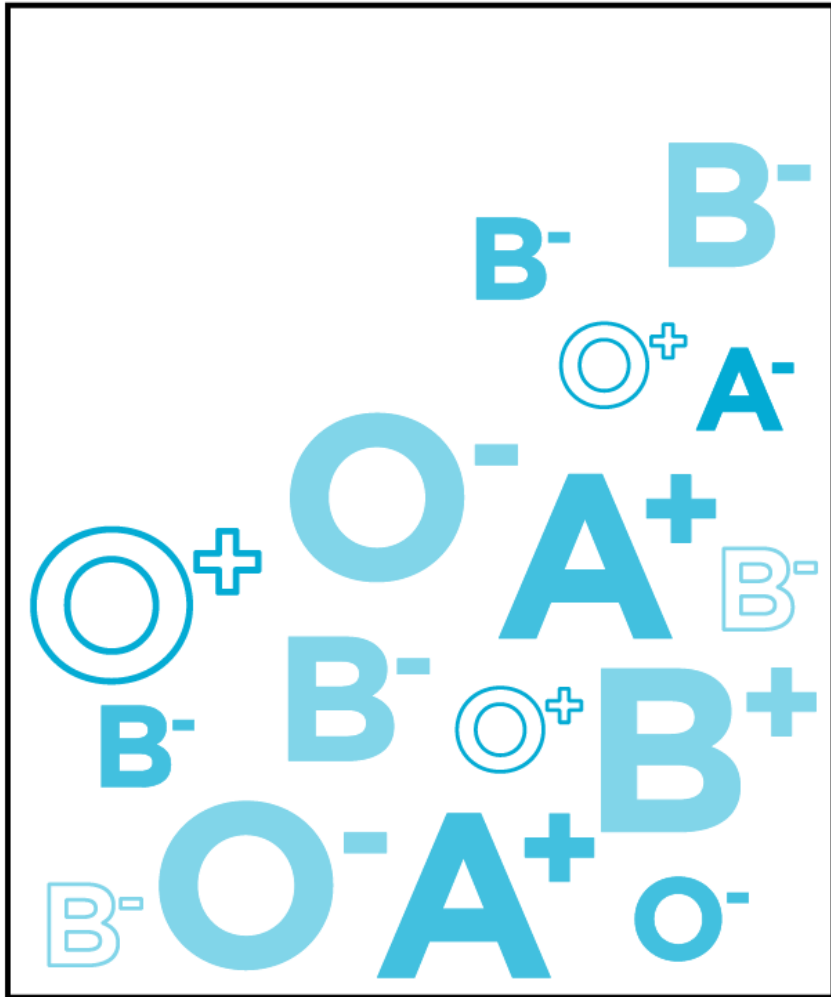
Les caractères doivent être positionnés pour être visibles de l'extérieur. Dans certains cas où la vitre ne donne pas sur la rue (exemple : salle de collation donnant sur un jardin), les caractères doivent être lisibles depuis l'intérieur.

FAÇADE LARGE



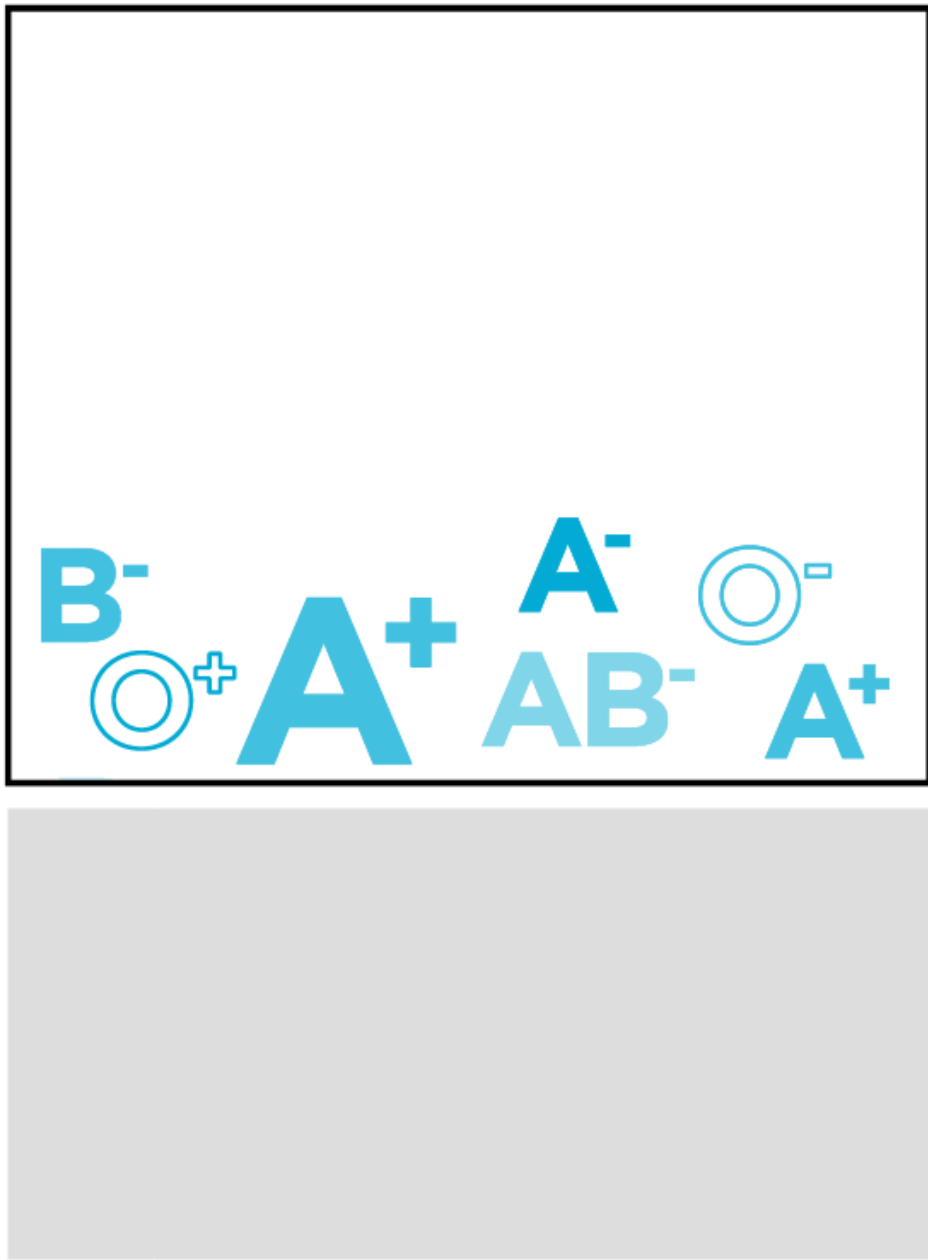
Hauteur des caractères : à adapter suivant propriétés de la vitrine. Ne pas dépasser 50% de vitrine totale, et 1,5 mètre de hauteur.

FAÇADE ADAPTÉE



Exemple de variation de disposition des caractères pour renforcer la confidentialité d'une zone.

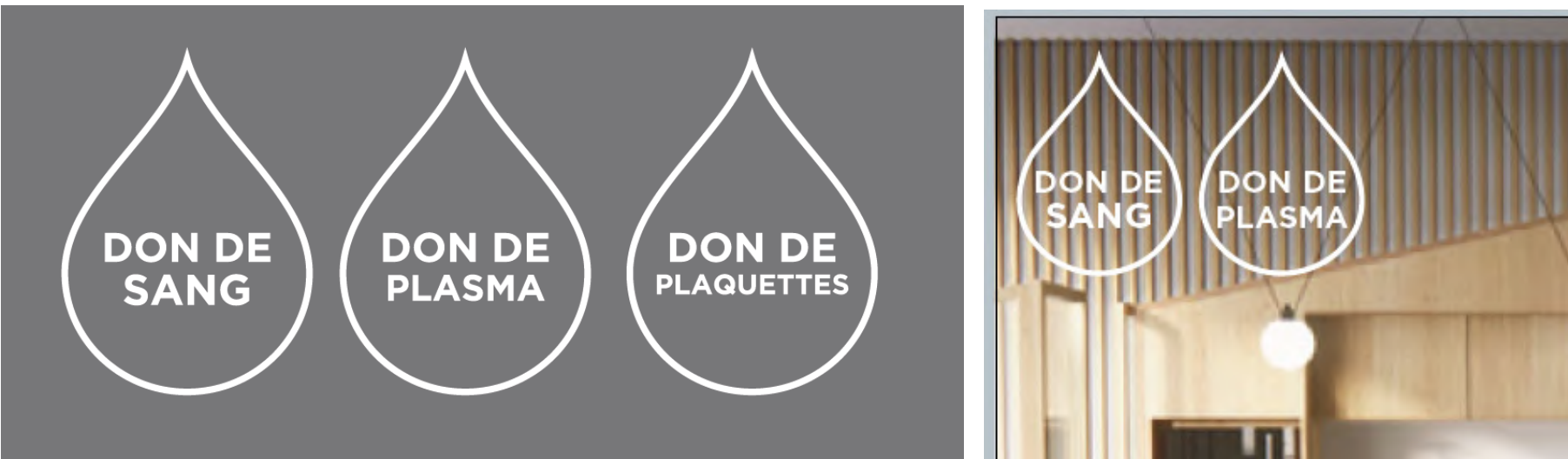
VITRE AU-DESSUS D'UN MUR



SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE - VITROPHANIE MDD

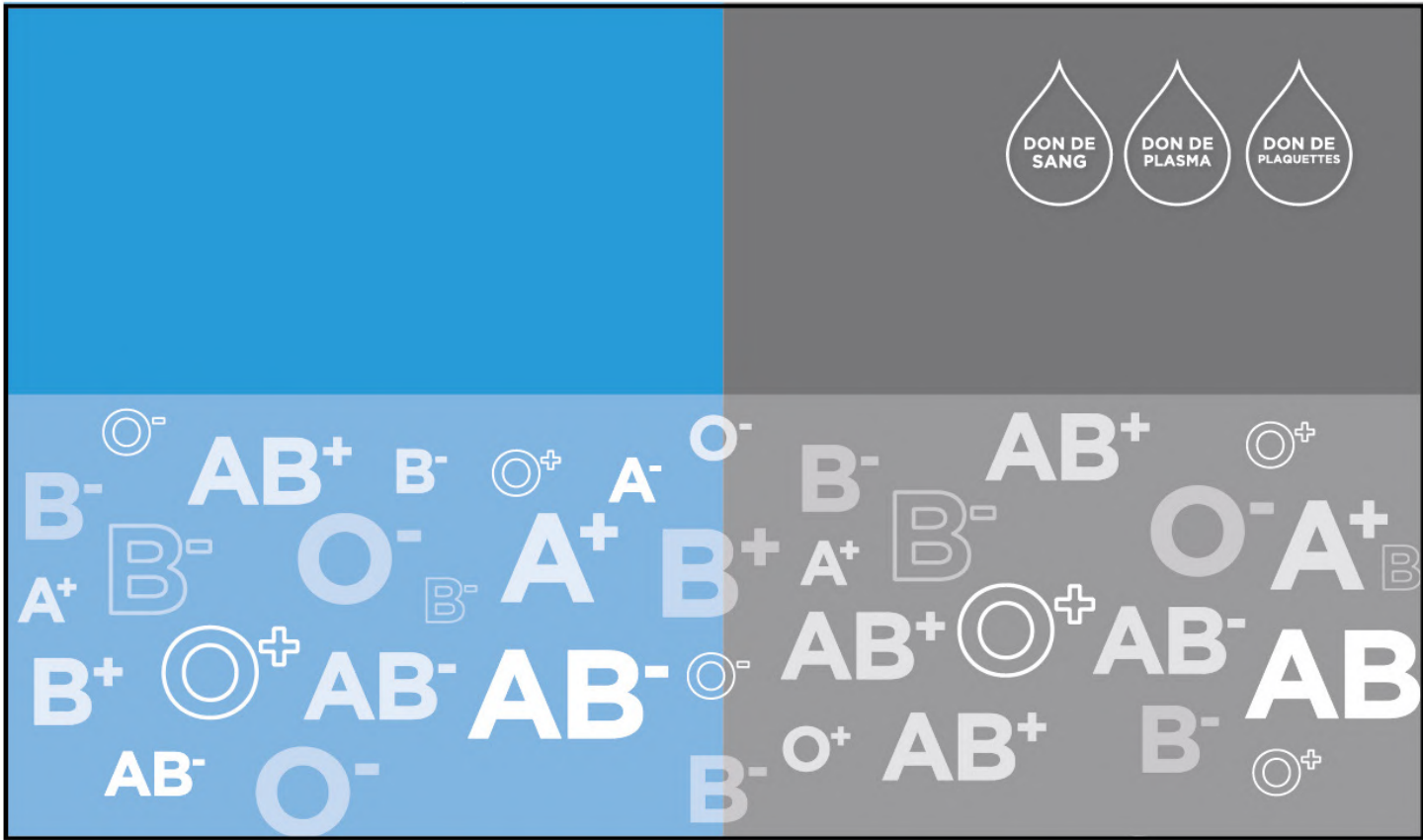
La vitrine principale doit aussi mentionner les dons possibles dans la maison du don. Pour cela, il convient d'ajouter les types de dons, mis en forme dans des gouttes blanches évidées comme ceci :

DISPOSITION DES GOUTTES



Ferrage dans un coin supérieur.
Hauteur minimum : 30cm
Espacement minimum avec le bord : 20cm x 20cm

MISE EN SITUATION COMPLÈTE



Si possible, privilégier une impression des caractères sur la face extérieur, afin d'avoir un rendu contrasté.



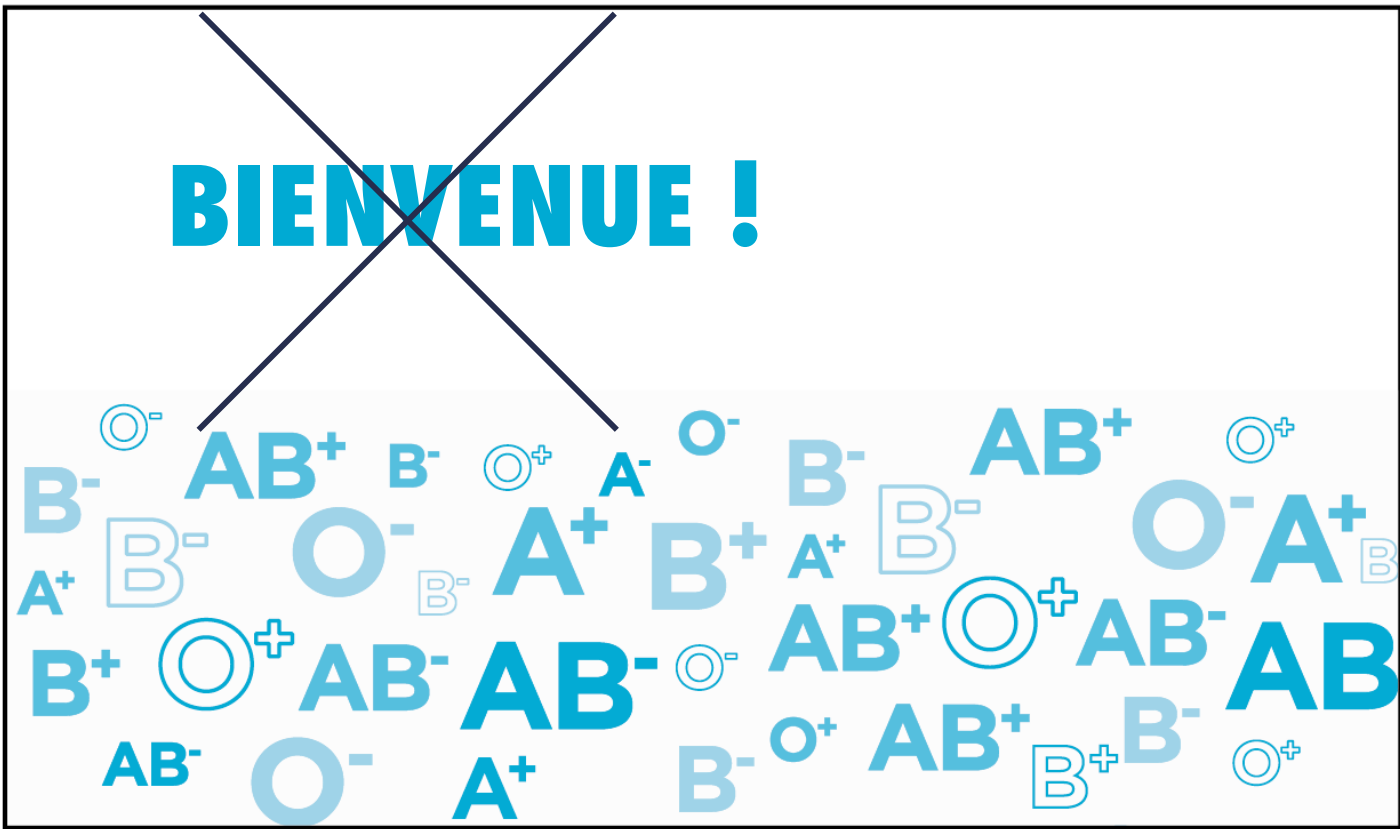
SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE - VITROPHANIE MDD

AFFICHAGE SUR VITRE



L'ajout d'affiches (recommandé : 40x60) est autorisé pour mettre en avant des campagnes nationales et/ou temps fort, à condition d'être dans un emplacement balisé.

AJOUT DE TEXTE



Interdiction d'écrire des messages conversationnels sur la vitrophanie.

ABSENCE DE VITRE



Il est possible d'habiller les murs de la maison du don avec des groupes sanguins, uniquement si les vitres ne sont pas suffisamment grandes.



SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE - UTILISATION DE LA GOUTTE

La goutte est utilisable sur la façade la maison du don uniquement sur sa porte.*

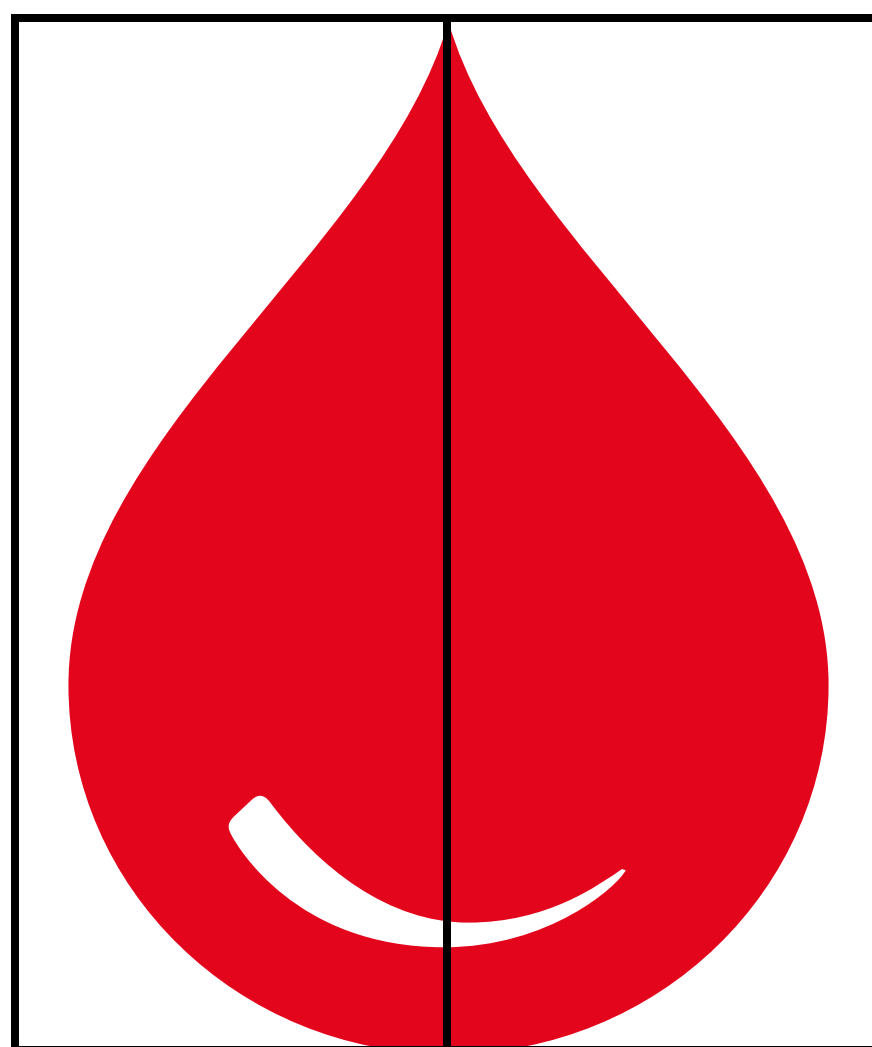
LES RÈGLES D'UTILISATION :

- > Taille de la goutte entre 2/3 et 3/3 de la hauteur de la porte.
- > Goutte aspect opaque et brillant. Possibilité d'avoir un aspect cristal. (transparence >80%) si besoin d'améliorer la luminosité du lieu.
- > Ferrer la goutte à droite si porte simple, et au centre si porte double.
- > Privilégier une porte vitrée non-colorée, sinon appliquer un fond bleu.

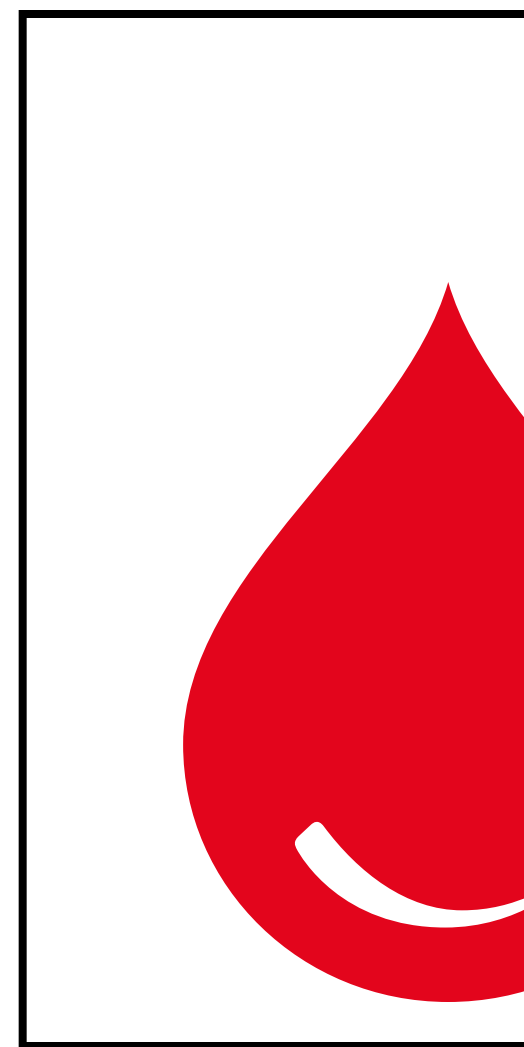
À NOTER

Privilégier une pose extérieure pour améliorer sa visibilité. En cas d'impératif de pose intérieure, veiller à ce que sa teinte et matière permettent un rendu de couleur fidèle depuis l'extérieur.

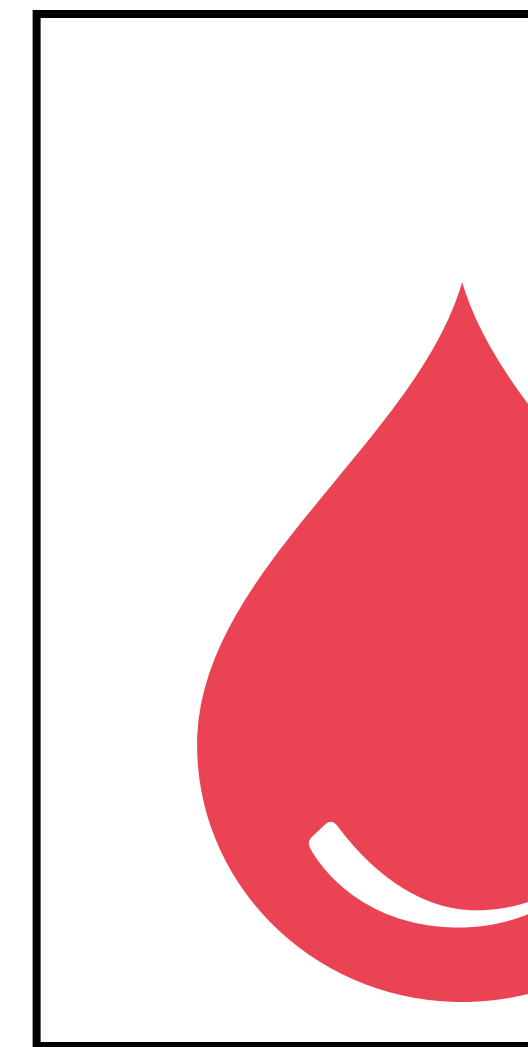
**DISPOSITION PORTE DOUBLE
(100% HAUTEUR - MAX)**



**DISPOSITION PORTE SIMPLE
(66% HAUTEUR - MIN)**



**PORTE EN VERRE
(GOUTTE CRISTAL)**



**PORTE PLEINE
(GOUTTE OPAQUE)**

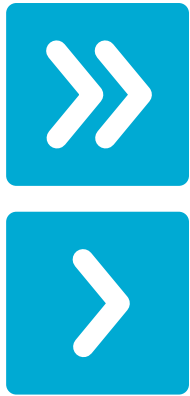


*En cas d'impossibilité de faire figurer la goutte rouge sur la porte, la disposer sur une vitre à proximité.



SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE - EXEMPLES MAISON DU DON

En cas de besoin d'intégration de fléchage, il est obligatoire d'utiliser ces flèches (pleines).



Les supports doivent être adaptés au cas par cas et faire l'objet d'une création spécifique pour chaque projet de signalétique, toujours en respectant la charte graphique.

Panneau de ville



Flèches 60x15



Unités exprimées en centimètres.

Panneau parking



Panneau 110x55 (façade)



Panneau 180x55 (façade)



Panneau 400x100 (habillage)



Il est préconisé de ne pas afficher les informations susceptibles d'évoluer (horaires précis, numéro régional, etc.) sur de la signalétique pérenne.

Habillage inspiré des règles de vitrophanie. Faible opacité des lettres pour ne pas nuire à la lisibilité des éléments textuels et informationnels.

SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE - EXEMPLES MAISON DU DON

Les totems sont un élément clé de visibilité. Leur contenu doit être adapté au lieu où il se trouvent, et suivant leur proximité avec la maison du don.

Ainsi, les totems à proximité directe n'ont par exemple pas l'obligation de mentionner « maison du don », contrairement aux totems le long d'axes routiers.

Pour leur création (au cas par cas), les règles précisées dans la page précédente s'appliquent.

Totem 220x70



Totem proche

Totem 300x100



Totem à distance

Panneau 110x55



Façade



SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE - EXEMPLES COLLECTE MOBILE

La signalétique extérieure de collecte vise à la rendre visible, et guider le candidat au don. Les supports doivent donc être synthétiques, disposés suivant la configuration des lieux, et respecter l'univers graphique de la charte. Voici quelques exemples :

Oriflamme



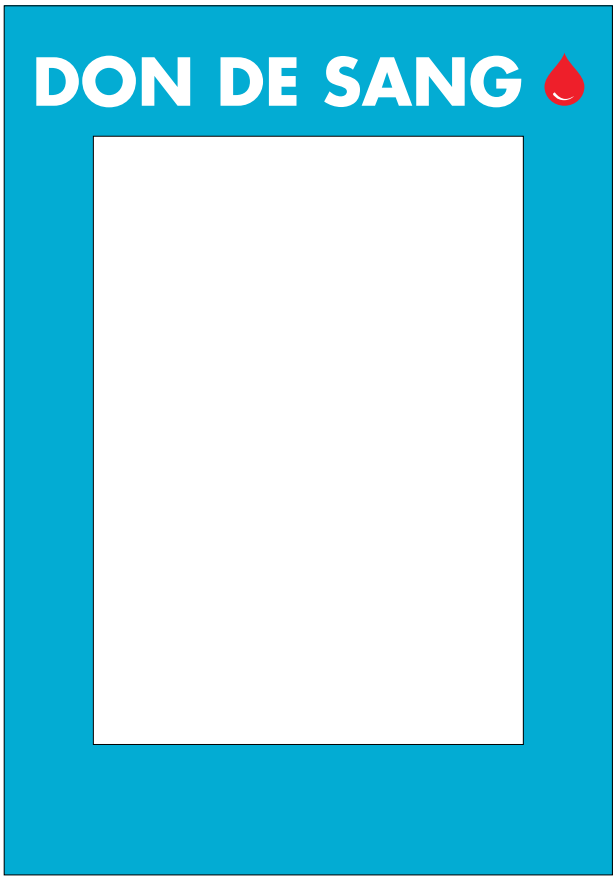
Goutte gonflable



Flèches 600x150 (direction)

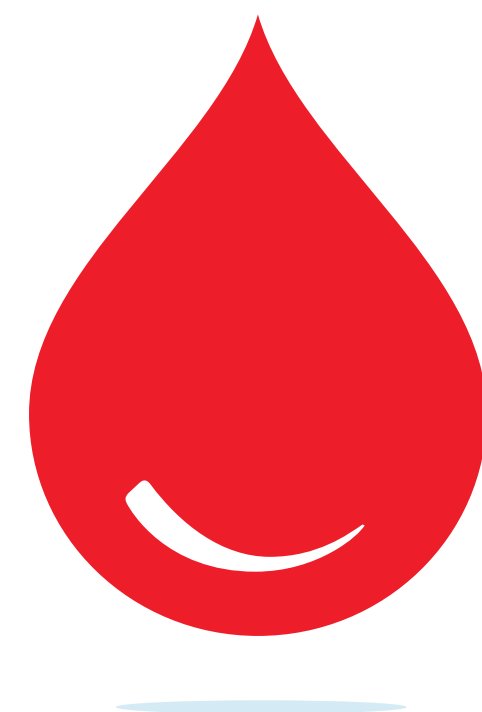


Panneau akylux 600x420



Drapeau DDS 3000x700





**PARTAGEZ VOTRE POUVOIR,
DONNEZ VOTRE SANG !**

