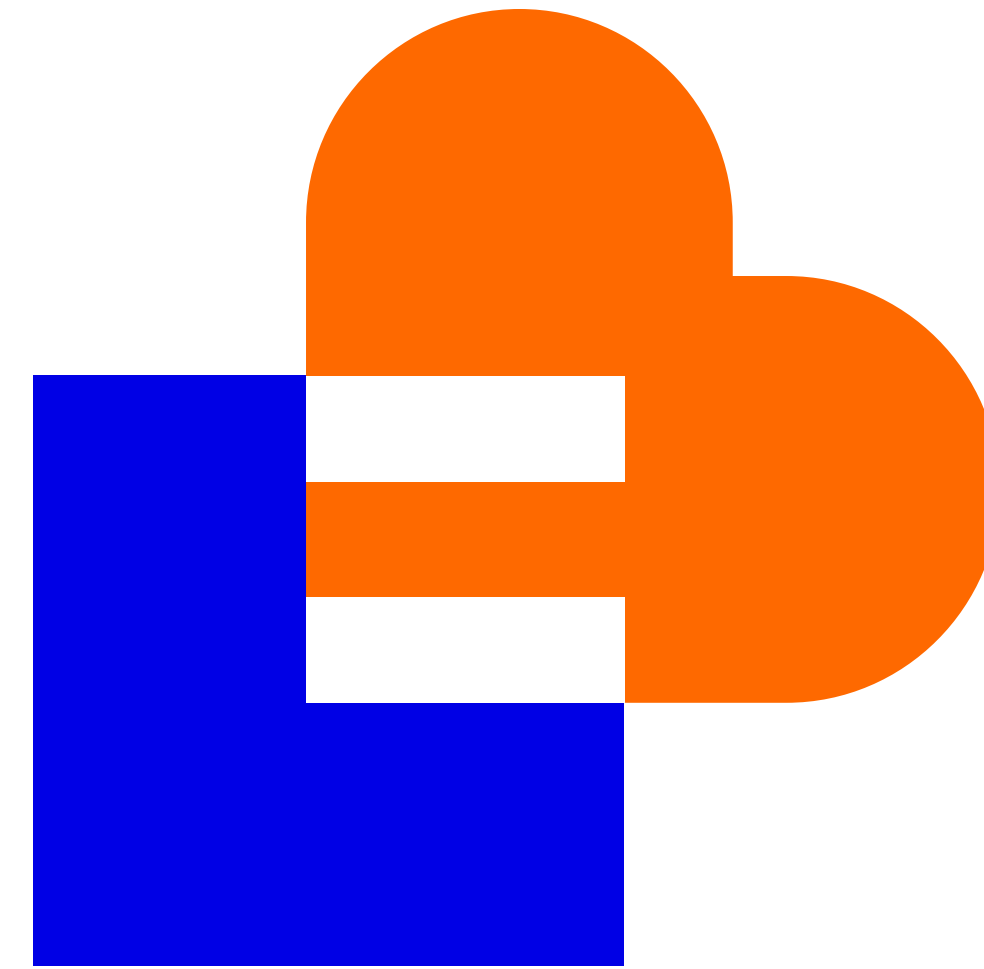


**LA LIGUE
CONTRE
LE CANCER**



Charte graphique

Janvier 2025

INTRODUCTION

Nouvelle marque, nouvel élan

La Ligue contre le cancer a récemment entrepris une évolution de son identité visuelle pour renforcer son impact et continuer à résonner avec ses publics dans à un contexte en pleine mutation.

Ce travail visuel est l'incarnation d'une réflexion stratégique profonde pour permettre à la marque de prendre un nouvel élan, tout en préservant son héritage et ses valeurs fondamentales, et la doter des meilleurs outils pour affronter les combats futurs. Cette charte graphique a pour objectif de guider l'utilisation cohérente et uniforme de la nouvelle identité visuelle sur l'ensemble des supports de communication de la Ligue. Elle détaille les éléments-clés tels que le logo, la typographie, les couleurs et leur application dans divers contextes, assurant ainsi une image unifiée et reconnaissable de l'association dans toutes ses actions de lutte contre le cancer.

Sommaire

PARTIE 1 FONDAMENTAUX DE LA MARQUE

1. Le logotype	
Le logotype	5
Différentes versions	6
Versions couleurs	7
Utilisation sur fonds	8
Les interdits	9
2. L'architecture de marque	10
3. Les ingrédients graphiques	
Couleurs	11
Typographie	14
Iconographie	15
Territoire graphique	18

PARTIE 2 APPLICATIONS

1. Print / édition	
Affiches	25
Brochures	26
Kakémono	27
Papeterie	28
2. Bureautique	
Signature mail	29
Powerpoint®	30
3. Digital	
Home page	32
Réseaux sociaux	33

PARTIE 1

Fondamentaux de la marque



1. LE LOGOTYPE

Le logotype

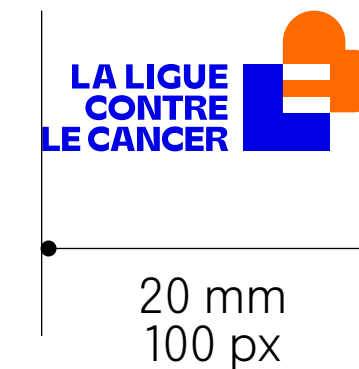
Le logotype constitue l'élément central de l'identité de la Ligue contre le cancer. Il existe dans diverses versions présentées en détail dans cette charte graphique. Son dessin, ses couleurs et ses proportions sont invariables et doivent être respectés. Quels que soient les supports. Le logotype en couleur est à utiliser en priorité sur tous les supports.

Afin de préserver la visibilité et la lisibilité de tous les éléments constitutifs du logotype, un espace de protection et une taille minimum ont été définis.

- 1 L'espace protégé autour du logotype est défini ci-contre à partir de la hauteur du L de « LIGUE ».
- 2 La taille minimum est égale à 20 mm (100 pixels) sur la largeur du logotype. Selon les procédés d'impression il peut être nécessaire d'augmenter cette taille (ex. : sérigraphie).



1



2

1. LE LOGOTYPE

Différentes versions

1 Logotype générique horizontal

C'est la version principale du logotype. Cette version est à privilégier sur tous les supports.

2 Logotype générique vertical

Cette version sera utilisée dans les cas où l'espace réservé à l'application du logotype ne garantit pas l'intégrité et la protection de la version horizontale (sponsoring, cas de co-branding, etc.)

3 Symbole seul

L'utilisation du symbole seul est réservée à des cas spécifiques (goodies ex. : pin's, communications visuelles épurées ex. : affiches minimalistes, supports où le nom complet serait redondant).

L'utilisation de cette version est soumise à la validation de la direction de la communication.

4 Logotype comités

Ces versions (horizontale et verticale) sont réservées à l'usage des comités départementaux uniquement.

5 Versions adaptées des logotypes pour les réseaux sociaux

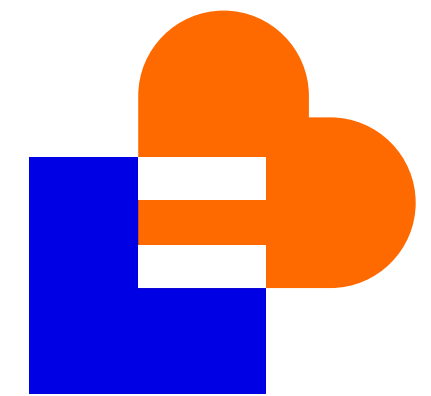
Chaque comité dispose désormais d'un logotype spécifiquement conçu et optimisé pour les plateformes de médias sociaux.



1



2



3



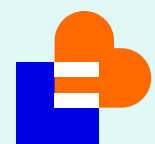
4



4



5



1. LE LOGOTYPE

Versions couleurs

1 Le logotype en couleur

Le logotype de la Ligue contre le cancer est composé de 3 couleurs : bleu, orange et blanc. L'utilisation de cette version est à privilégier sur tous les supports.

2 Le logotype monochrome blanc

Cette version exceptionnelle est à privilégier sur fonds foncés non perturbés (ex. : pour un marquage d'objet).

4 Le logotype monochrome noir

Lorsque pour des raisons techniques ou de coûts, le logotype ne peut être imprimé dans ses couleurs principales, on utilisera la version monochrome noire.

N.B. : Toute reproduction de ces versions doit se faire à partir des fichiers d'exécution disponibles sur demande auprès de la direction de la communication.



1



2



4

1. LE LOGOTYPE

Utilisation sur fonds

1 Le logotype en couleur

L'utilisation de cette version est à privilégier sur tous les supports fonds blancs ou très clairs.

2 Le logotype monochrome blanc

Cette version est à utiliser dès que la version couleur n'est pas lisible notamment sur les fonds foncés.



1



2



1. LE LOGOTYPE

Les interdits

Quelques exemples non exhaustifs d'utilisations erronées ou interdites du logotype de la Ligue contre le cancer.

- 1 Ne pas déformer le logotype
- 2 Ne pas modifier la typographie du logotype
- 3 Ne pas déplacer les éléments graphiques du logotype
- 4 5 Ne pas utiliser les différentes versions du logotype sur fonds perturbés qui peuvent nuire à sa lisibilité
- 6 Ne pas modifier les couleurs du logotype.
- 7 8 Ne pas appliquer sur les fonds proches des couleurs du logotype
- 9 Sur les fonds denses, appliquer le logotype blanc
- 10 Ne pas modifier le symbole présent dans le logotype
- 11 12 Ne pas utiliser les versions monochromes sur les fonds proches en contraste qui nuisent à la lisibilité de la marque



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12

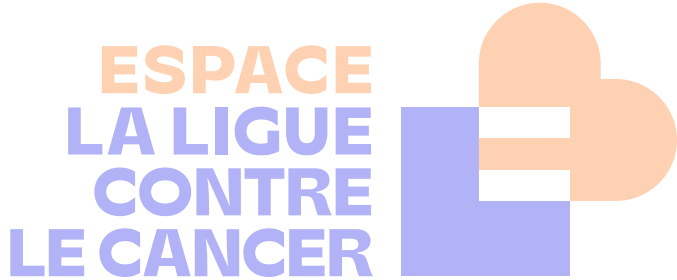
2. L'ARCHITECTURE DE MARQUE

TRAVAIL EN COURS

MARQUE-MÈRE



INCARNATION PHYSIQUE
DE LA MARQUE-MÈRE



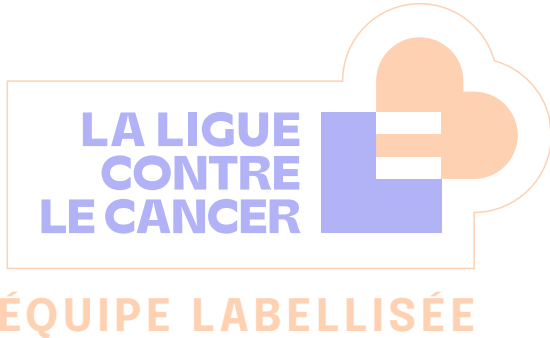
MARQUES DE SERVICES



MARQUES ÉVÉNEMENTIELLES



MARQUES INSTITUTIONNELLES
ET COBRANDING



3. LES INGRÉDIENTS GRAPHIQUES

Couleurs

La palette colorielle de la Ligue contre le cancer comprend :

• 3 couleurs principales :

le orange, le bleu et le blanc du logotype

• Et 8 couleurs secondaires

Dans notre palette de couleurs secondaires, 4 teintes distinctes ont été attribuées à nos missions fondamentales : Recherche, Accompagnement, Prévention, Démocratie en santé.

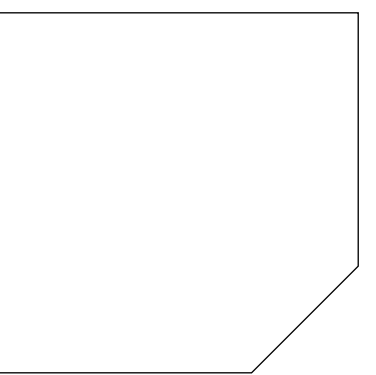
Ces couleurs spécifiques servent à identifier visuellement nos différents domaines d'action et à renforcer l'identité de chaque mission dans nos communications.

Les couleurs secondaires sont à utiliser en complément pour enrichir les mises en page de supports, les titres, etc.

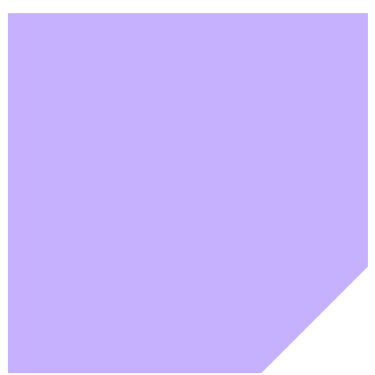
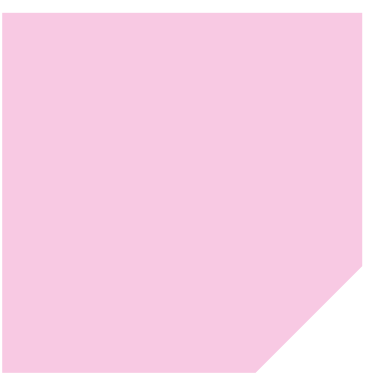
Ces couleurs peuvent être utilisées en aplat à 100 % ou tramées de 75 % à 15 %.

Les références couleurs sont données ci-contre en ton direct Pantone pour l'impression et le marquage, en quadrichromie pour l'impression offset et numérique, en RVB pour les applications sur écrans et en hexadécimale (#) pour le développement internet (html).

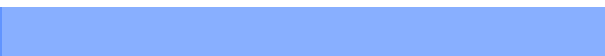
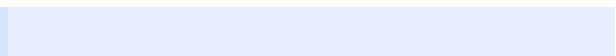
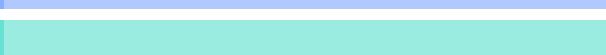
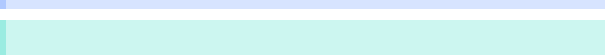
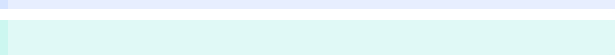
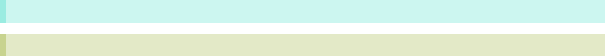
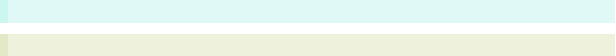
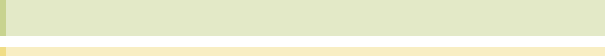
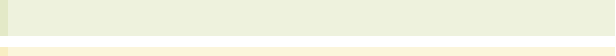
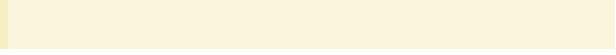
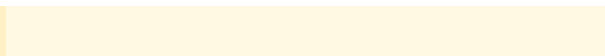
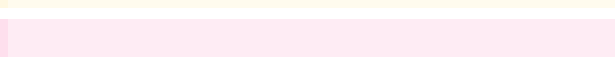
COULEURS PRINCIPALES

	
Pant. P 2026C CMJN 0 75 80 0 RVB 254 105 0 Hexa #FE6900	Pant. P 2126C CMJN 100 75 0 0 RVB 0 0 229 Hexa #0000E5
	
Pant. - CMJN 0 0 0 0 RVB 255 255 255 Hexa #FFFFFF	

COULEURS SECONDAIRES

Recherche	Accompagnement	Prévention	Démocratie en santé
			
Pant. 2381 C CMJN 65 30 0 0 RVB 97 148 255 Hexa #6194FF	Pant. 2239 C CMJN 65 0 35 0 RVB 52 217 195 Hexa #34D9C3	Pant. 271 C CMJN 40 40 0 0 RVB 197 177 255 Hexa #C5B1FF	Pant. 110 C CMJN 15 25 100 0 RVB 226 187 15 Hexa #E2BB0F
			
Pant. 218 C CMJN 0 65 0 0 RVB 251 129 182 Hexa #FB81B6	Pant. 217 C CMJN 0 30 0 0 RVB 248 201 227 Hexa #F8C9E3	Pant. 134 C CMJN 0 13 70 0 RVB 255 226 141 Hexa #FFE28D	Pant. 7746 C CMJN 50 25 100 0 RVB 145 168 30 Hexa #91A81E

TRAMAGE

				
				
				
				
				
				
				
100 %	75 %	50 %	25 %	15 %

3. LES INGRÉDIENTS GRAPHIQUES

Couleurs

Combinaisons

La gamme de couleurs de la Ligue contre le cancer se combine suivant les associations ci-contre.

Le logotype s'applique sur toutes les couleurs secondaires sauf le rose P 218C.

P 2126 C

P 2026 C

P 2381 C

P 2239 C

P 7746 C

P 110 C

P 134 C

P 271 C

P 217 C

P 218 C

3. LES INGRÉDIENTS GRAPHIQUES

Couleurs

Accessibilité

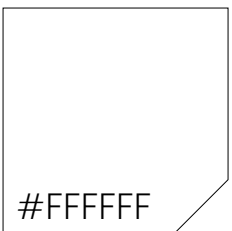
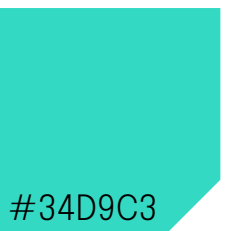
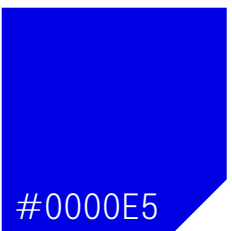
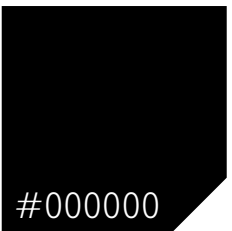
Concernant les couleurs, la norme WCAG définit deux niveaux de rapport de contraste :

- AA (contraste minimum)
- AAA (contraste amélioré)

Le **niveau AA** exige un rapport de contraste d’au moins 4,5:1 pour un texte normal et de 3:1 pour un texte de grande taille (au moins 18 pts) ou un texte en gras.

Le **niveau AAA** exige un rapport de contraste d’au moins 7:1 pour un texte normal et de 4,5:1 pour un texte de grande taille ou un texte en gras.

NIVEAUX D’ACCESSIBILITÉ

	 #FE6900	 #FFFFFF	 #6194FF	 #34D9C3	 #91A81E	 #E2BB0F	 #FFE28D	 #F8C9E3	 #FB81B6	 #C5B1FF
 #0000E5	3.39 ✕	9.85 AAA	3.37 ✕	5.56 AA	3.67 ✕	5.32 AA	7.75 AAA	6.78 AA	4.18 ✕	5.21 AA
 #000000	7.23 AAA	21 AAA	7.19 AAA	11.86 AAA	7.82 AAA	11.35 AAA	16.52 AAA	14.46 AAA	8.92 AAA	11.11 AAA

EXEMPLES

	Contraste AAA	Contraste AAA	Contraste AA
Titre (≤ 18 pt) ou texte gras (≤ 14 pt)	Essequatur modist, susaniam volorro in exerumque Sandictum ut ium facest, quas modit hillect atesecu ptibus.	Essequatur modist, susaniam volorro in exerumque Sandictum ut ium facest, quas modit hillect atesecu ptibus.	Essequatur modist, susaniam volorro in exerumque Sandictum ut ium facest, quas modit hillect atesecu ptibus.
Texte courant (≤ 14 pt)	Essequatur modist, susaniam volorro in exerumque sandictum ut ium facest, quas modit hillect atesecu ptibus. Sed que nos et ea consequae porerat empossu ntotaturibus exeressi as eatquae con re voluptus, eos alit litaqui alibus erfernam dunt rerrum ipsam, temo quaspide aut aut alissimi,	Essequatur modist, susaniam volorro in exerumque sandictum ut ium facest, quas modit hillect atesecu ptibus. Sed que nos et ea consequae porerat empossu ntotaturibus exeressi as eatquae con re voluptus, eos alit litaqui alibus erfernam dunt rerrum ipsam, temo quaspide aut aut alissimi,	Essequatur modist, susaniam volorro in exerumque sandictum ut ium facest, quas modit hillect atesecu ptibus. Sed que nos et ea consequae porerat empossu ntotaturibus exeressi as eatquae con re voluptus, eos alit litaqui alibus erfernam dunt rerrum ipsam, temo quaspide aut aut alissimi,
	#FFFFFF #000000	#0000E5 #FFFFFF	#34D9C3 #0000E5

3. LES INGRÉDIENTS GRAPHIQUES

Typographie

La Google font « Epilogue » a été choisie comme typographie institutionnelle et utilisée pour tous les textes des documents d’édition. L’utilisation de cette typographie sur l’ensemble des supports participe à la cohérence graphique de la communication de la Ligue contre le cancer.

Télécharger la fonte

Epilogue

Epilogue Light
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890&@/!/?€#*

Epilogue Regular
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890&@/!/?€#*

Epilogue Medium
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890&@/!/?€#*

Epilogue SemiBold
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890&@/!/?€#*

Epilogue Bold
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890&@/!/?€#*

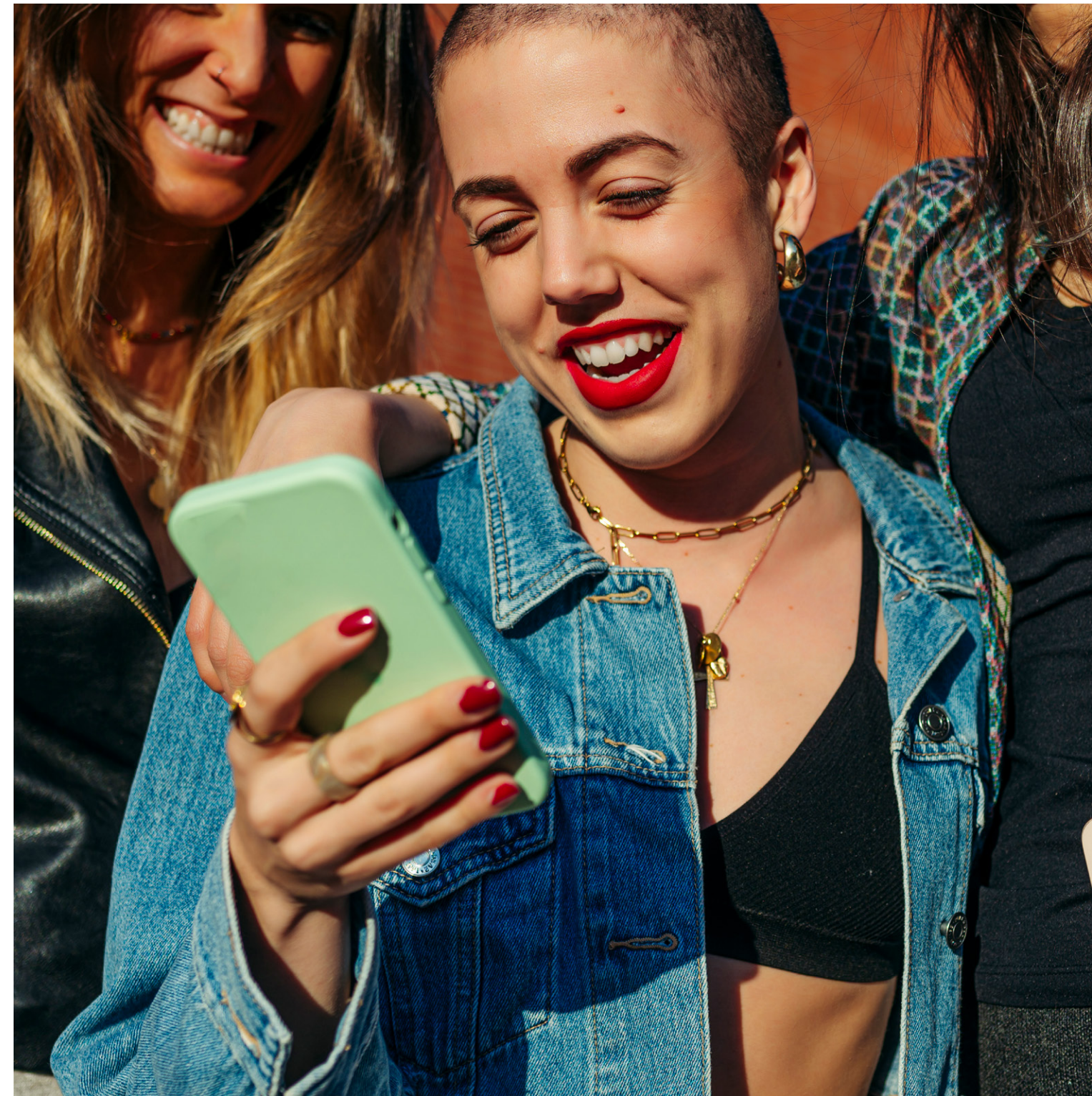
Epilogue ExtraBold
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890&@/!/?€#*

3. LES INGRÉDIENTS GRAPHIQUES

Iconographie

Le style iconographique de la Ligue contre le cancer repose sur mélange de photos et d'illustrations. Cette alliance permet d'exprimer à la fois une modernité ancrée dans le réel, tout en y intégrant une part de créativité et de légèreté grâce à des illustrations minimalistes.

PHOTOGRAPHIE



ILLUSTRATION



3. LES INGRÉDIENTS GRAPHIQUES

Iconographie

Photographie

Ambiance : Les photographies doivent transmettre un sentiment d'authenticité et de spontanéité. Les sujets doivent apparaître naturels, dans des moments de vie réelle, favorisant les interactions et les émotions positives.

Personnages : Des personnages diversifiés et inclusifs, reflétant la pluralité des individus. Les expressions et postures doivent dégager de la convivialité, de la confiance et une certaine modernité.

Palette de couleurs : La photographie utilise des couleurs naturelles mais vives. Le contraste entre la peau claire, le rouge à lèvres vif, et les tenues comme la veste en jean décontractée donne un aspect contemporain et dynamique. Ces couleurs peuvent être reprises pour un style coloré mais cohérent.

Cadrage : Les portraits peuvent se focaliser sur des moments intimes ou des interactions sociales, avec un cadrage qui place les individus au centre de l'image. Une lumière naturelle doit être privilégiée.

Sélection non exhaustive. D'autres images sont disponibles sur demande auprès de la direction de la communication.



3. LES INGRÉDIENTS GRAPHIQUES

Iconographie

Illustration

Style graphique : Les illustrations doivent être simples, minimalistes et expressives. Comme les exemples montrés, les contours épais sont mis en avant pour créer des formes reconnaissables qui permettent de traiter avec plus de légèreté certaines thématiques qui pourraient être difficiles à illustrer en style photographique.

Palette de couleurs : Le trait unicolore (bleu de la marque) des illustrations s'applique sur les surfaces en aplat de notre palette.

Sujets : Les personnages illustrés sont abstraits et stylisés, avec des proportions simplifiées. Ils peuvent représenter des figures humaines dans des postures détendues et expressives, sans pour autant être hyperréalistes.

Ambiance : Les illustrations doivent dégager une certaine douceur et être accessibles, avec des formes fluides qui ne cherchent pas à être trop détaillées mais plutôt à évoquer un sentiment de simplicité et d'ouverture.

Usage : Elles peuvent être utilisées en complément de la photographie pour adoucir le visuel global et ajouter une touche créative et unique.

Sélection non exhaustive. D'autres images sont disponibles sur demande auprès de la direction de la communication.

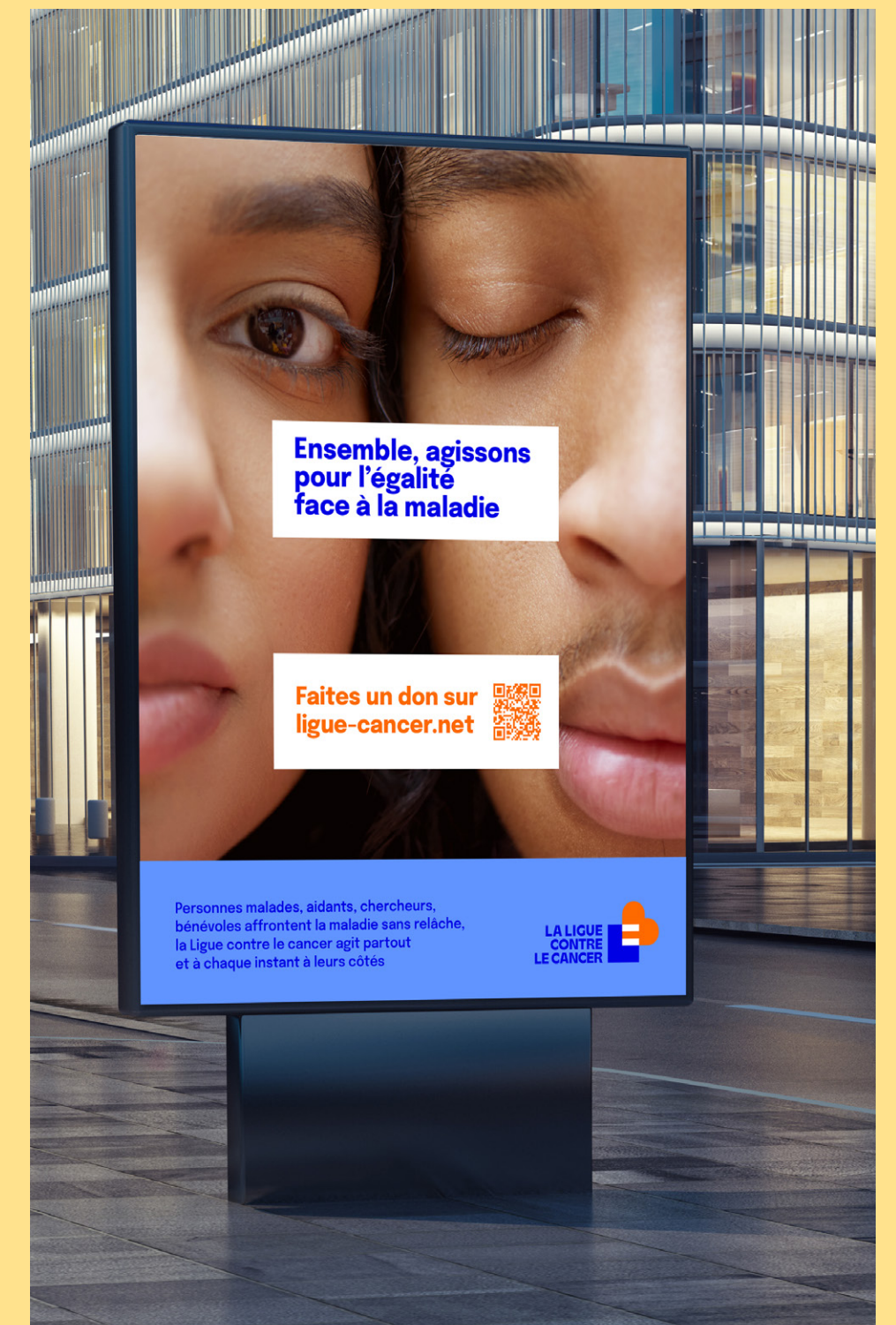
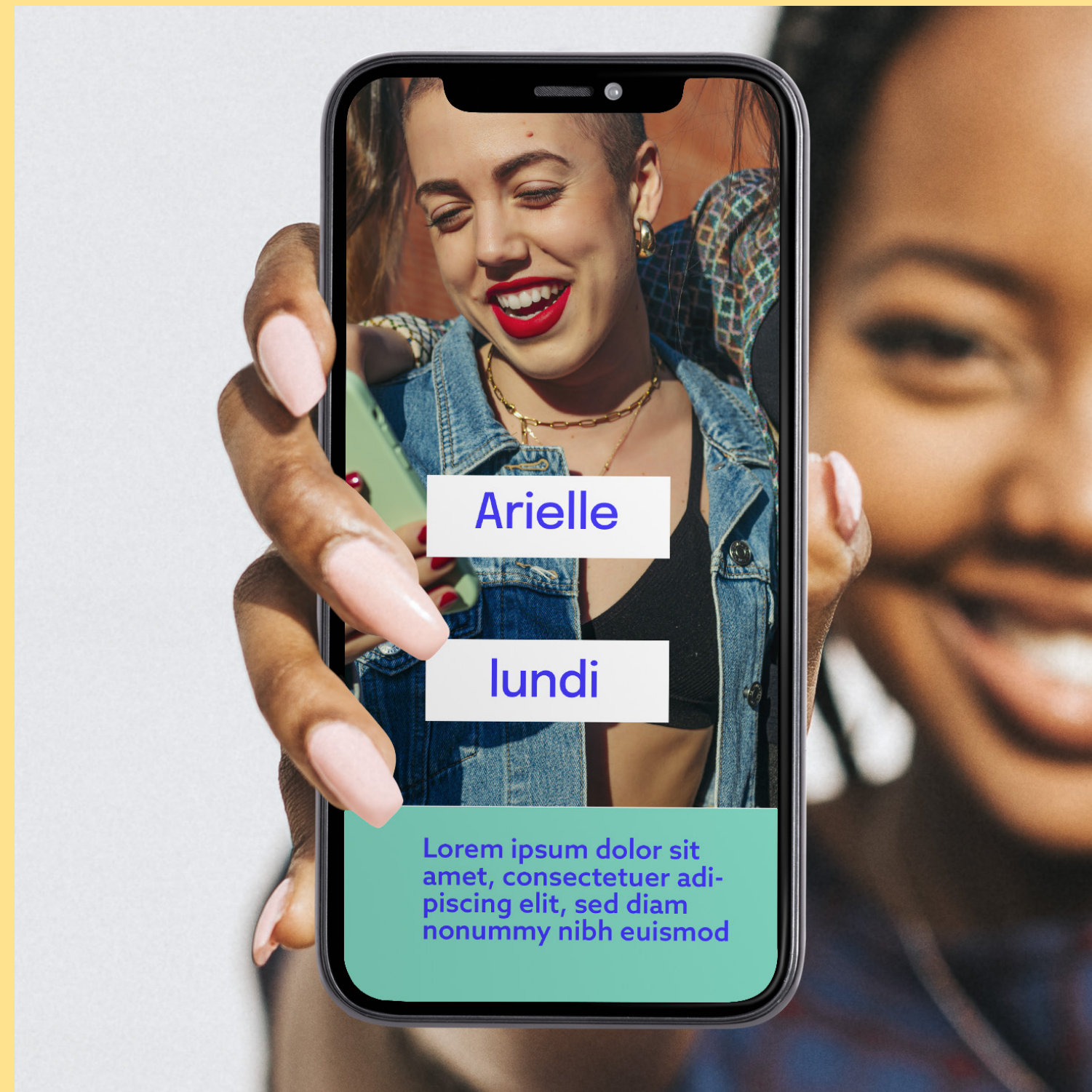


3. LES INGRÉDIENTS GRAPHIQUES

Territoire graphique

Le territoire graphique de la Ligue contre le cancer s'articule autour d'éléments visuels forts et symboliques issus de son nouveau logotype.

Le signe égal présent dans le logotype sert de base à un système graphique cohérent et flexible, permettant une adaptation harmonieuse sur divers supports de communication. La palette de couleurs ainsi que la typographie soigneusement choisie viennent compléter cet ensemble. L'utilisation judicieuse de ces éléments graphiques permet à la Ligue de créer une empreinte visuelle unique et immédiatement reconnaissable, renforçant ainsi son message de solidarité et d'équité dans la lutte contre le cancer.



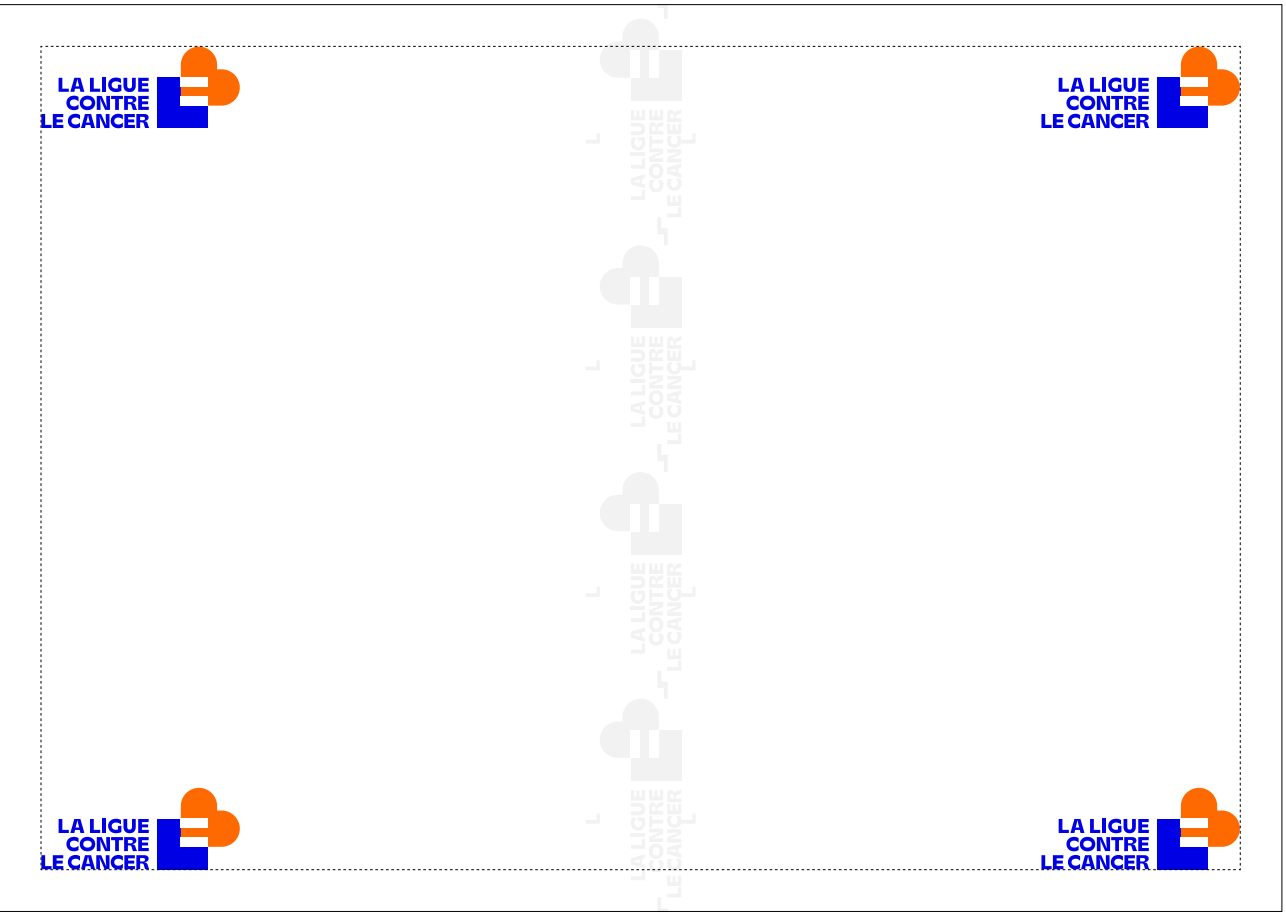
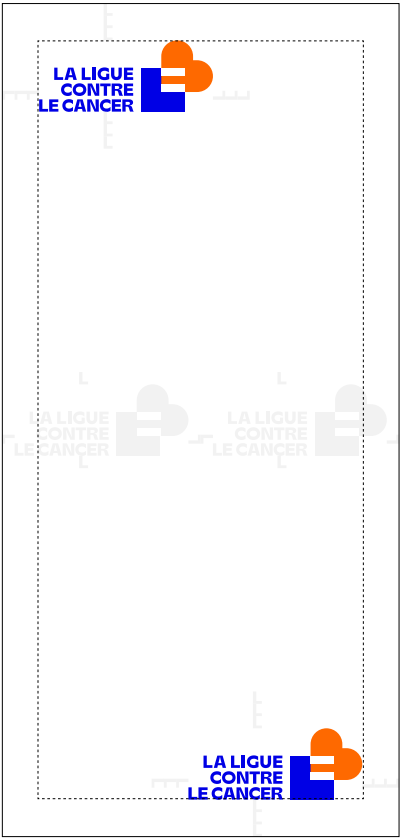
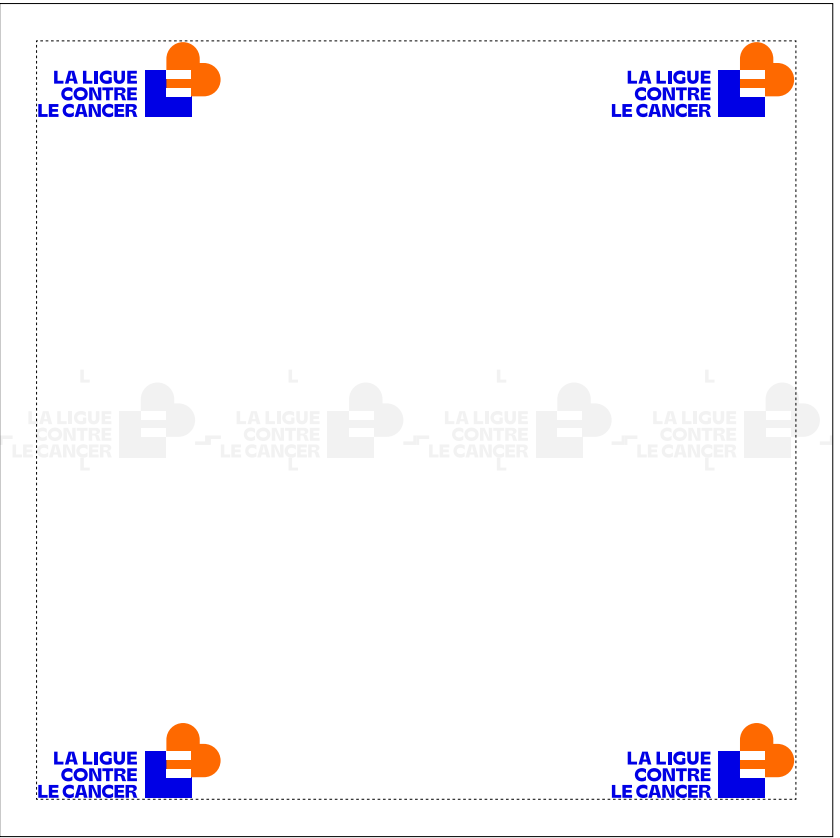
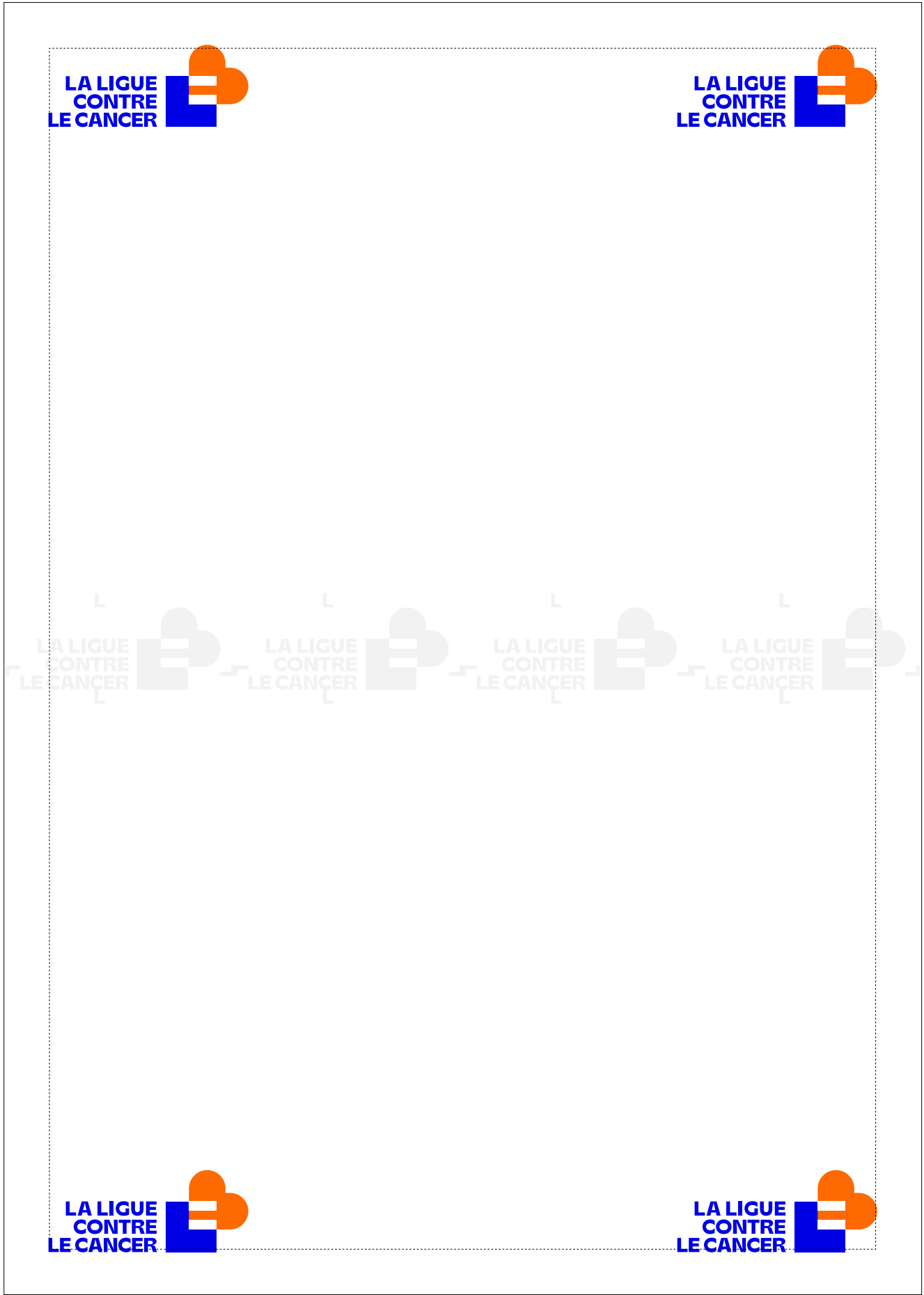
3. LES INGRÉDIENTS GRAPHIQUES

Territoire graphique

1 Placement du logotype

Le logotype peut se positionner au choix dans les 4 coins du format. Son échelle est comprise entre 1/4 et 1/2 du petit côté.

Pour les compositions, la zone de protection du logotype est triplée (soit = 3L) et doit toujours être respectée.



3. LES INGRÉDIENTS GRAPHIQUES

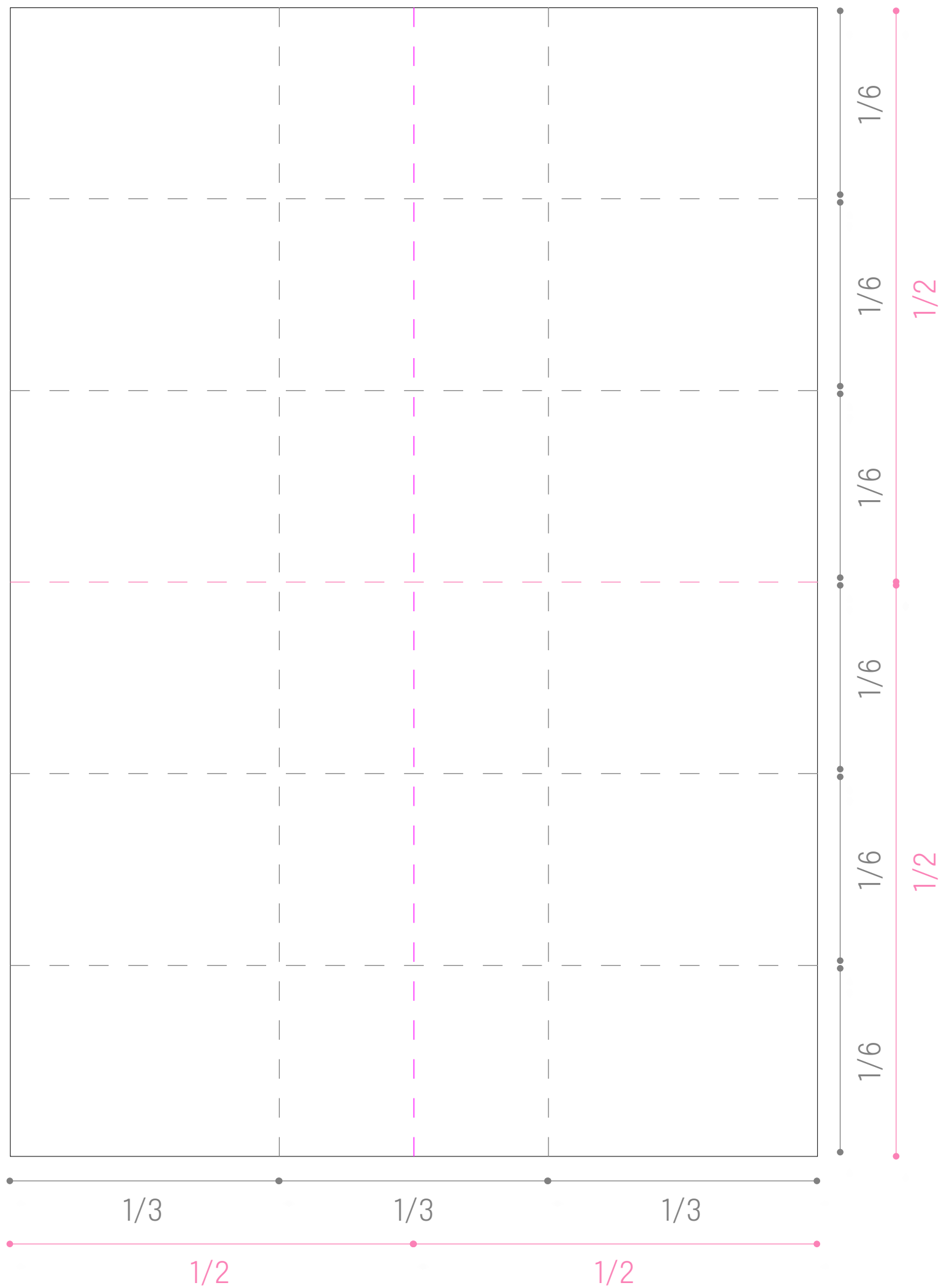
Territoire graphique

2 Grille de mise en page

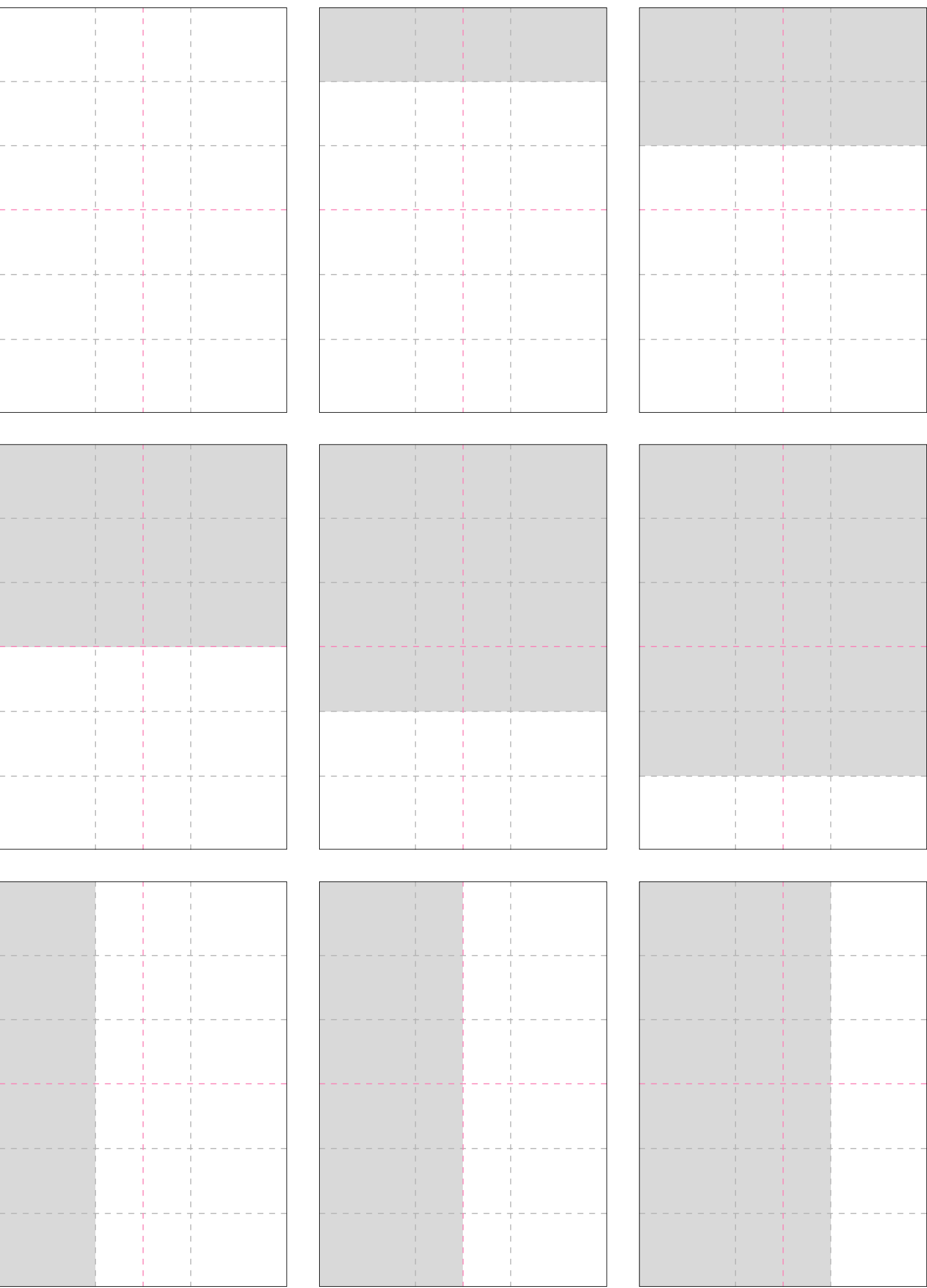
Format A4

Pour toutes les compositions, une grille de base a été définie. Elle s'appuie sur la division du support en 2 parties suivant les axes définis au tiers ou à la moitié.

GRILLE



EXEMPLES



3. LES INGRÉDIENTS GRAPHIQUES

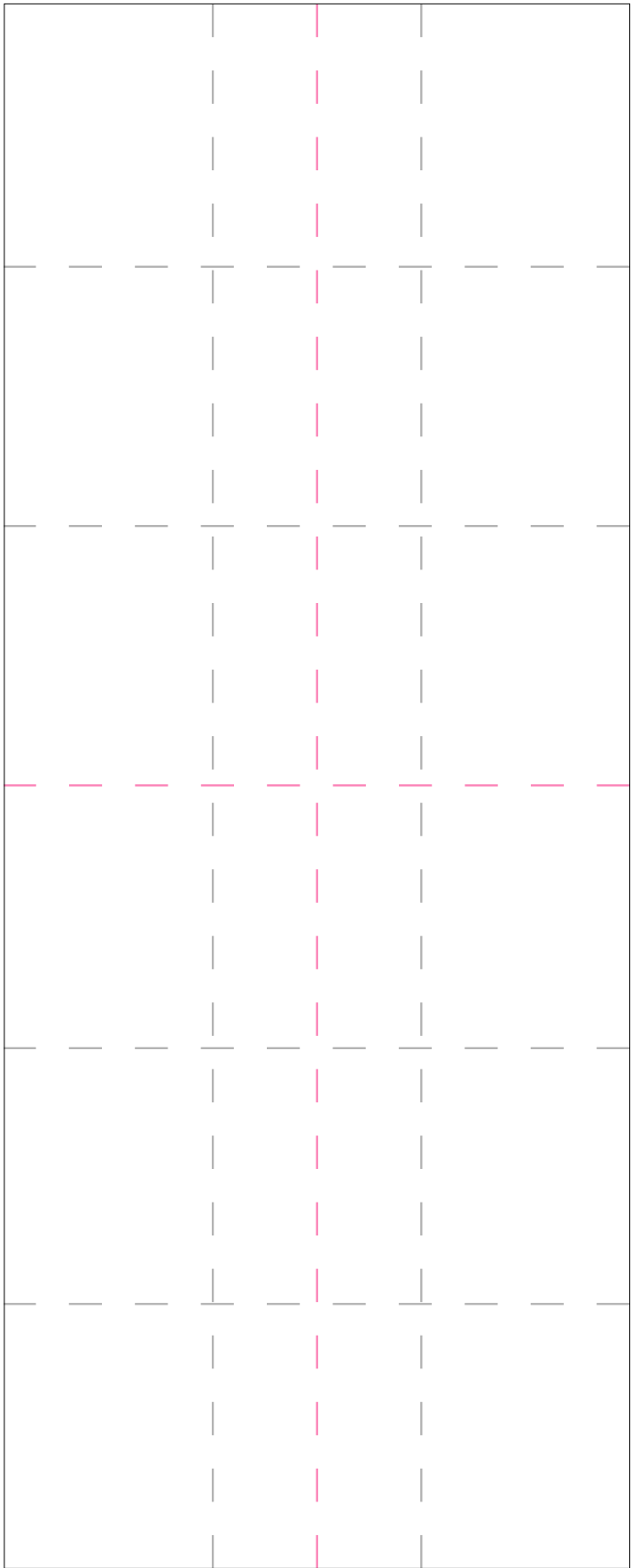
Territoire graphique

2 Grille de mise en page

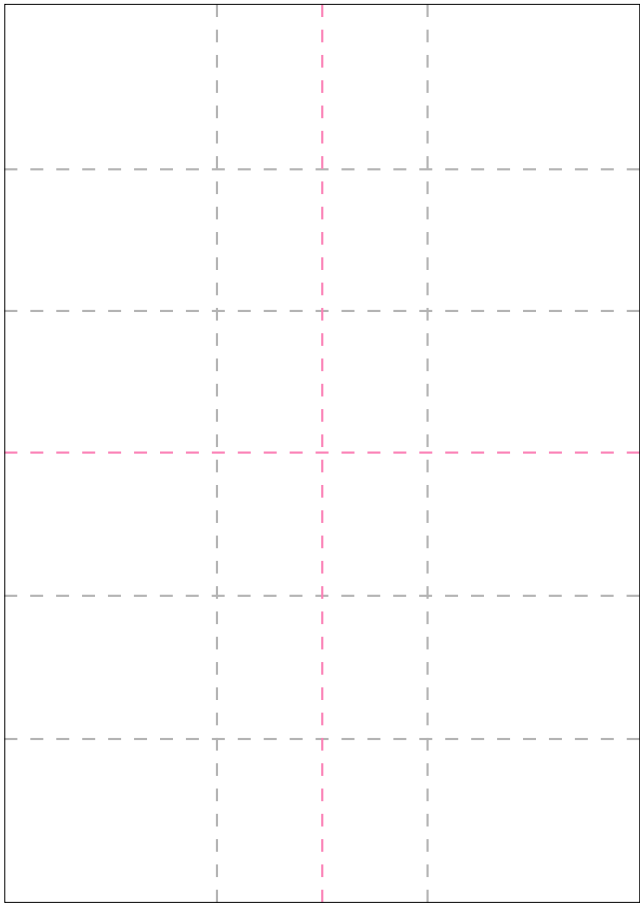
Autres formats

Exemples d'adaptation de la grille sur quelques formats standards.

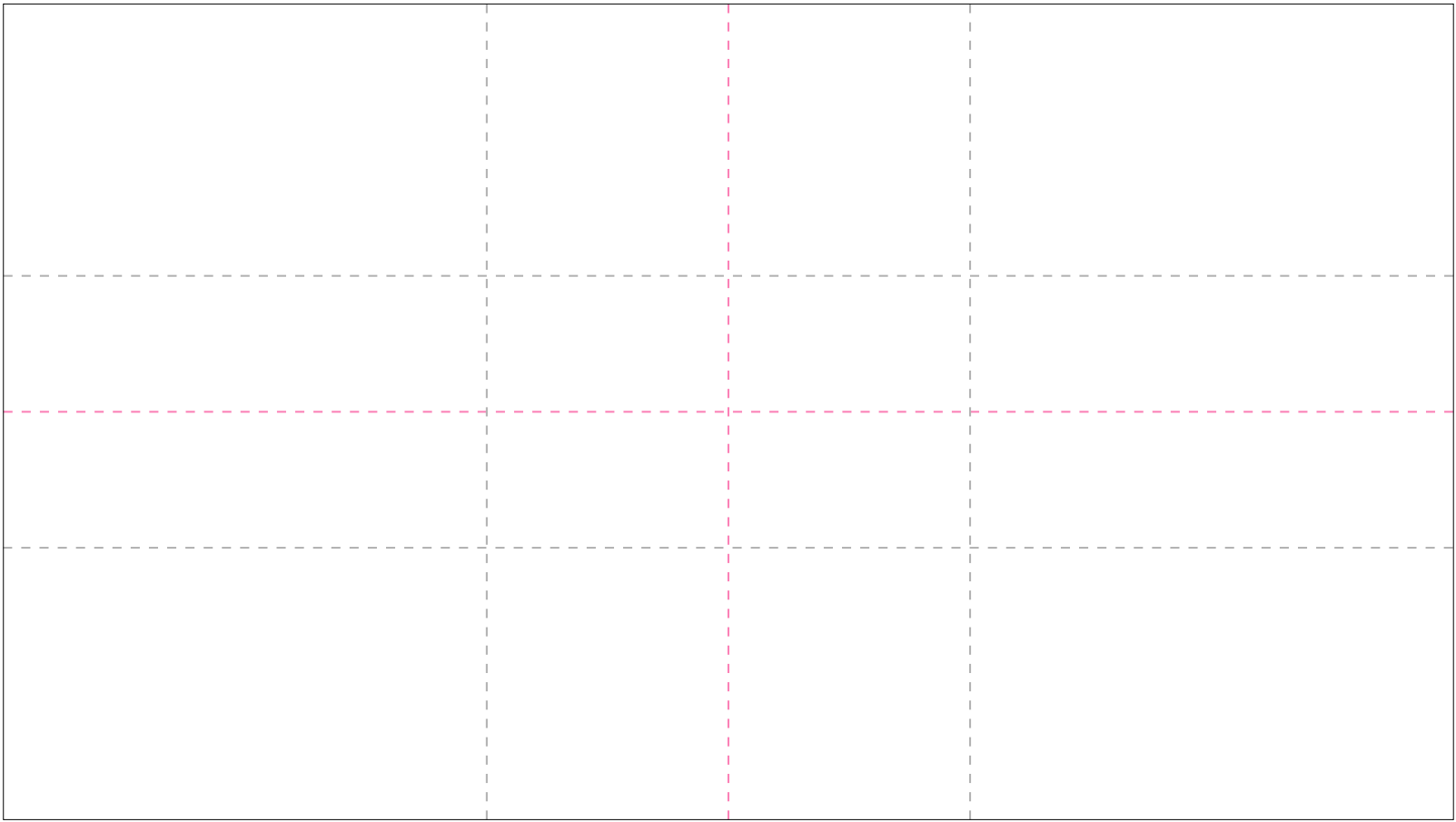
KAKÉMONOS



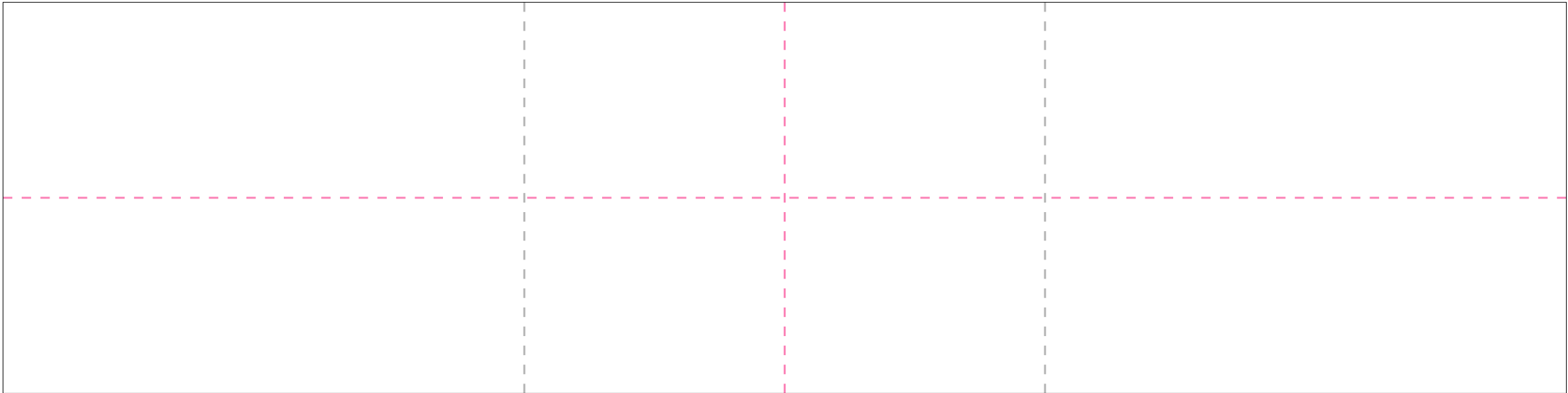
A4



16/9°



BANNIÈRES



3. LES INGRÉDIENTS GRAPHIQUES

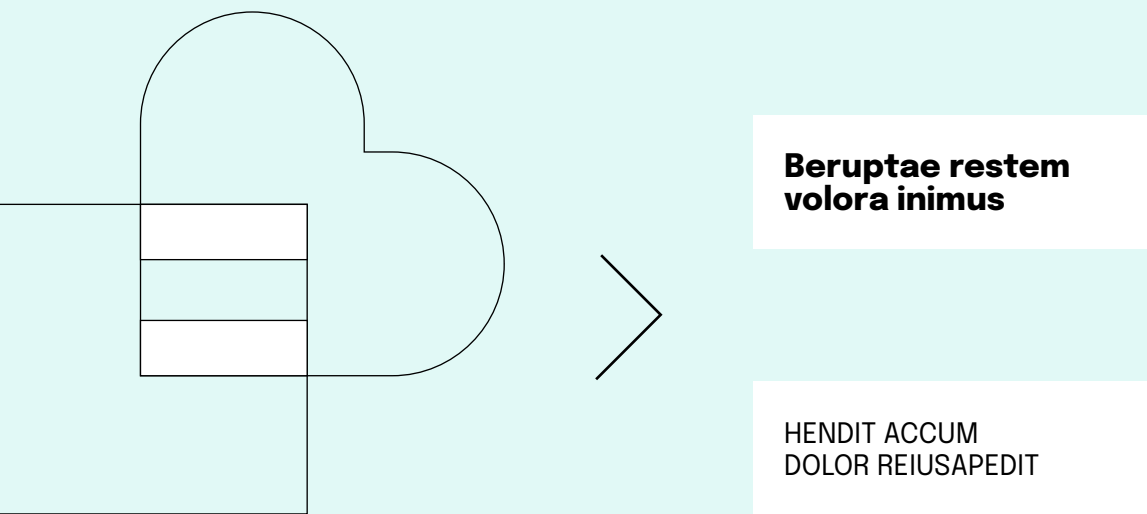
Territoire graphique

3 Emplacement du titrage

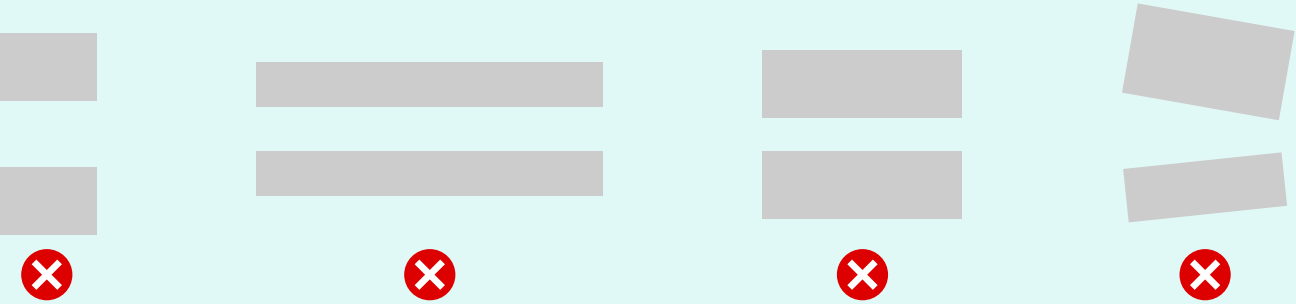
Le symbole = du logotype devient un élément identitaire. Il accueille titres et accroches.

Sa largeur mesure au choix : 2/3, 1/2, 1/3 ou 1/6^e de la largeur du format.

Par exemple, sur un format A4, la largeur du symbole = pourra être au choix : 140, 105, 70 ou 35 mm.

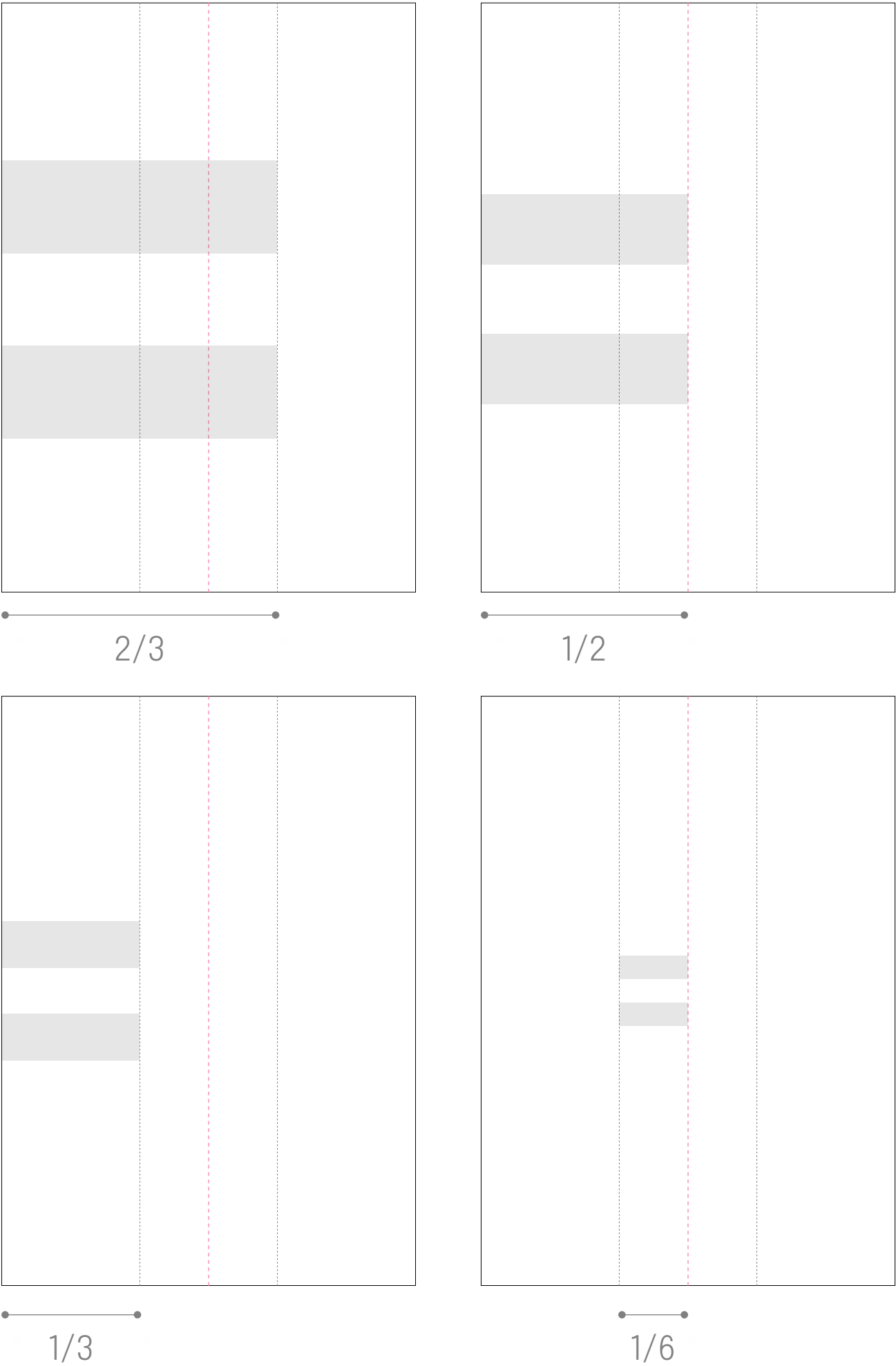


Le symbole égal est immuable, il est interdit de le déformer.

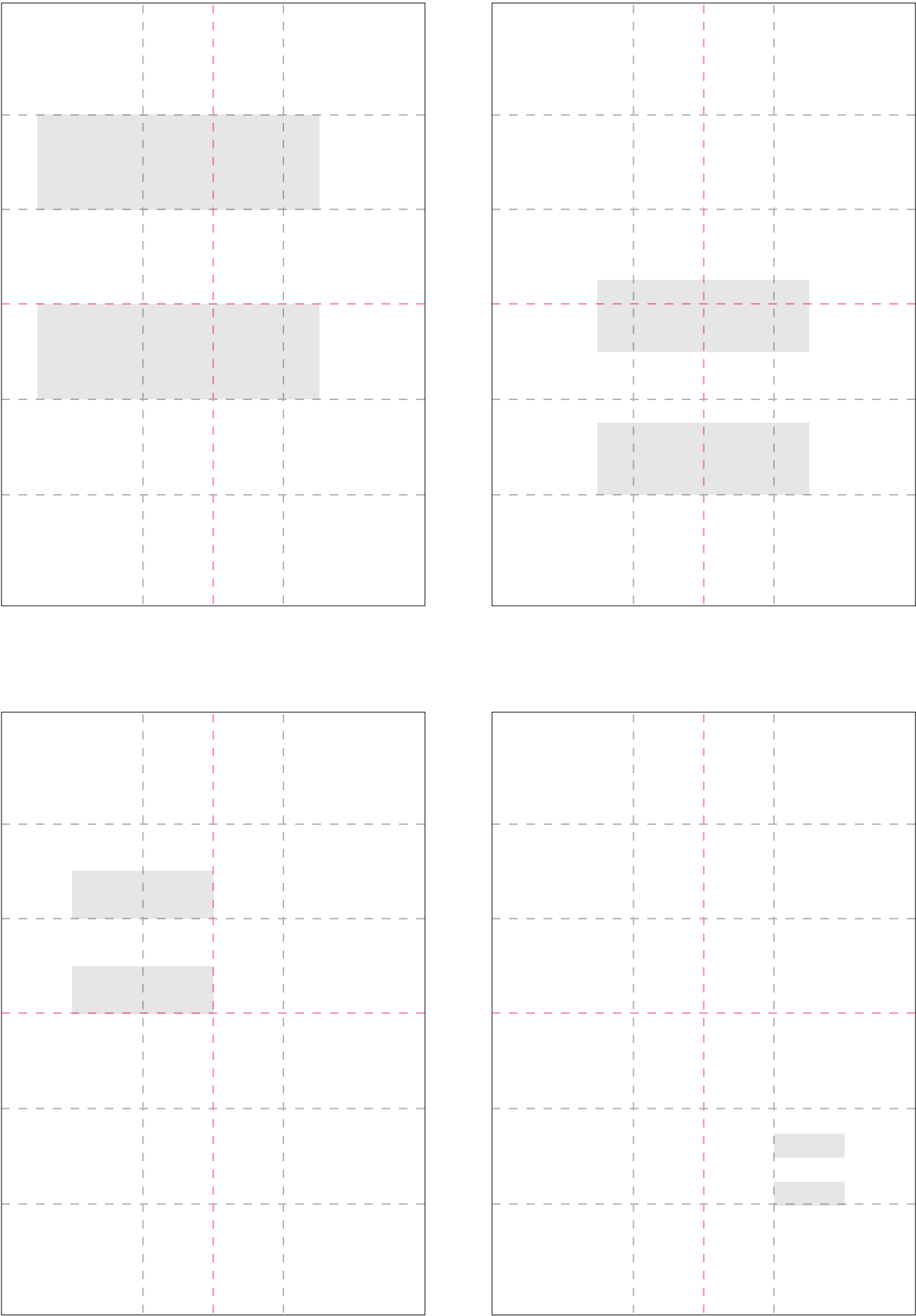


Télécharger le fichier

TAILLE SYMBOLE



EXEMPLES D'EMPLACEMENT



3. LES INGRÉDIENTS GRAPHIQUES

Territoire graphique

Récapitulatif

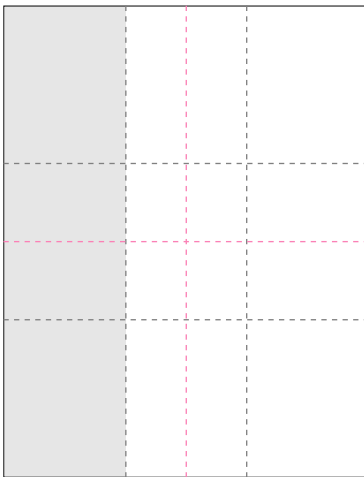
On devra s'assurer de respecter les 3 règles de composition sur chaque support de communication :

- 1 Placement du logotype**
Le logotype est l'élément identitaire principal.
Son placement est essentiel.
- 2 Grille de mise en page**
Elle aide à composer le format dans son ensemble.
- 3 Emplacement du titrage**
Si la position du symbole accueillant le titrage est libre, le respect des tailles définies garantie la cohérence de l'ensemble des supports de communication.

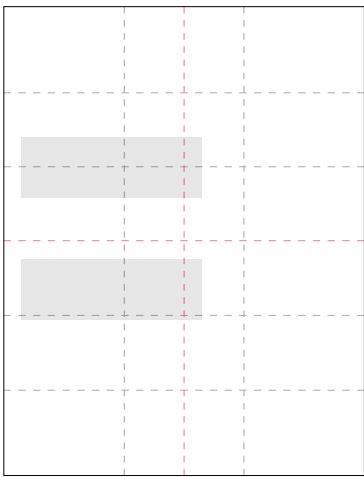
1 Placement du logotype



2 Grille de mise en page



3 Emplacement du titrage



2



PARTIE 2

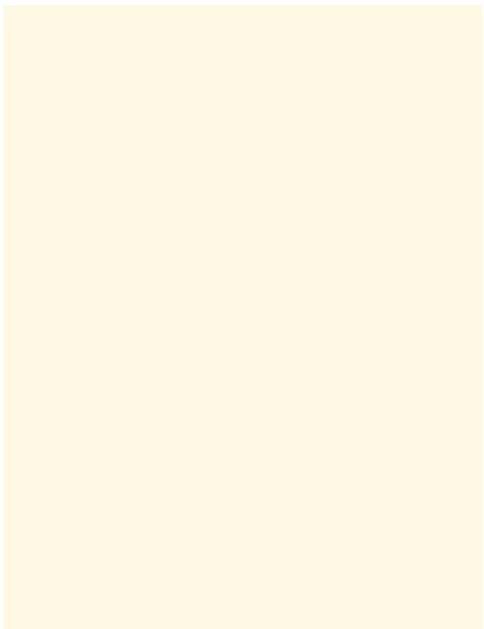
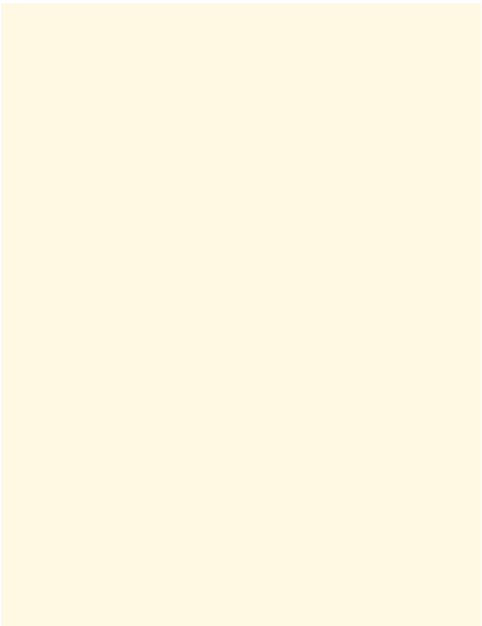
Applications



1. PRINT / ÉDITION

Affiches

Principes non exhaustifs de mises en page d'affiches.
Traitement selon différentes grilles.



1. PRINT / ÉDITION

Brochures

Principes non exhaustifs de mises en page de brochures selon différentes grilles.



1. PRINT / ÉDITION

Kakémono

Formats

800 x 2 000 mm

Principes non exhaustifs de mises en page de kakémono selon différentes grilles.

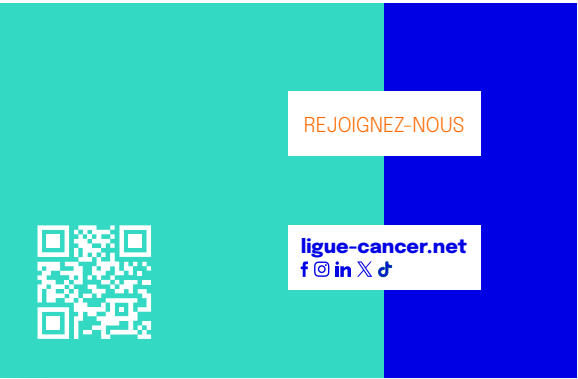


1. PRINT / ÉDITION

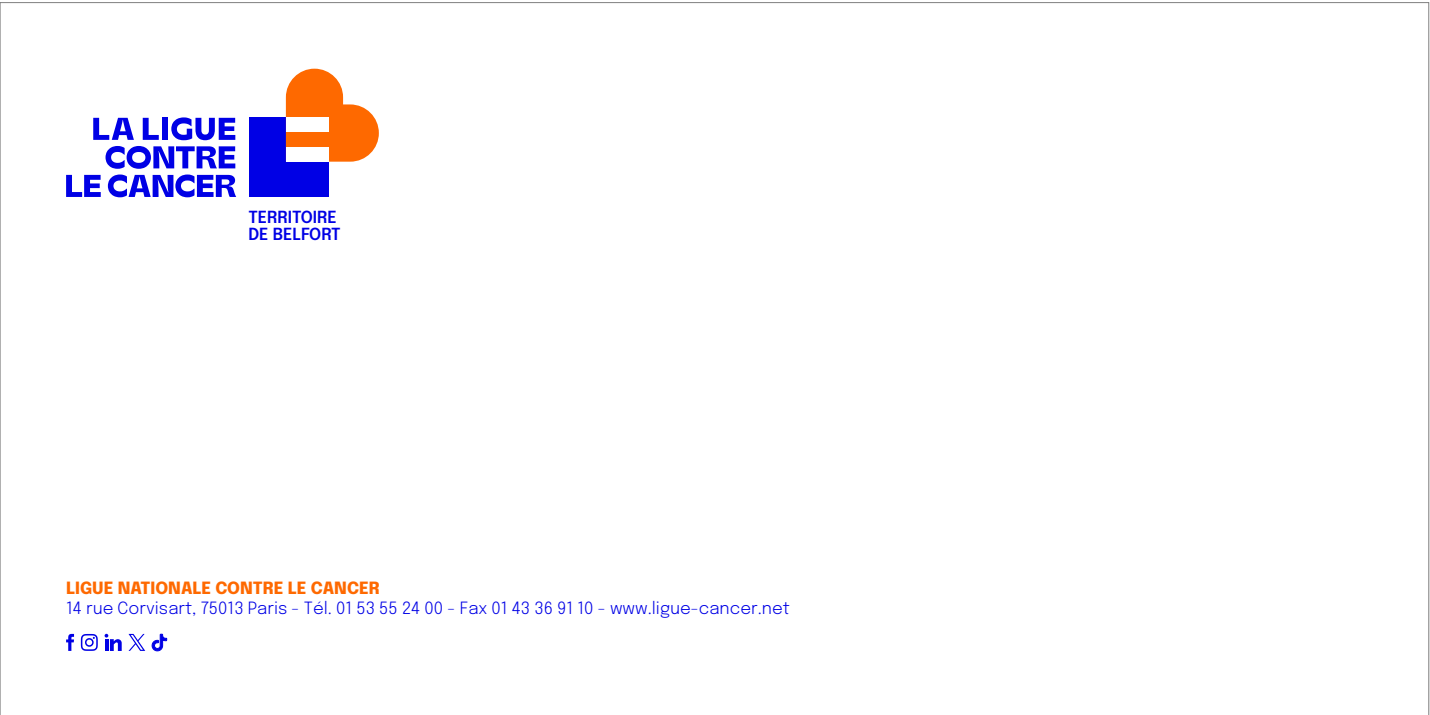
Papeterie

Formats

- Carte de visite : 85 x 55 mm
- Carte de compliments : 210 x 100 mm
- Entête de lettre : 210 x 297 mm



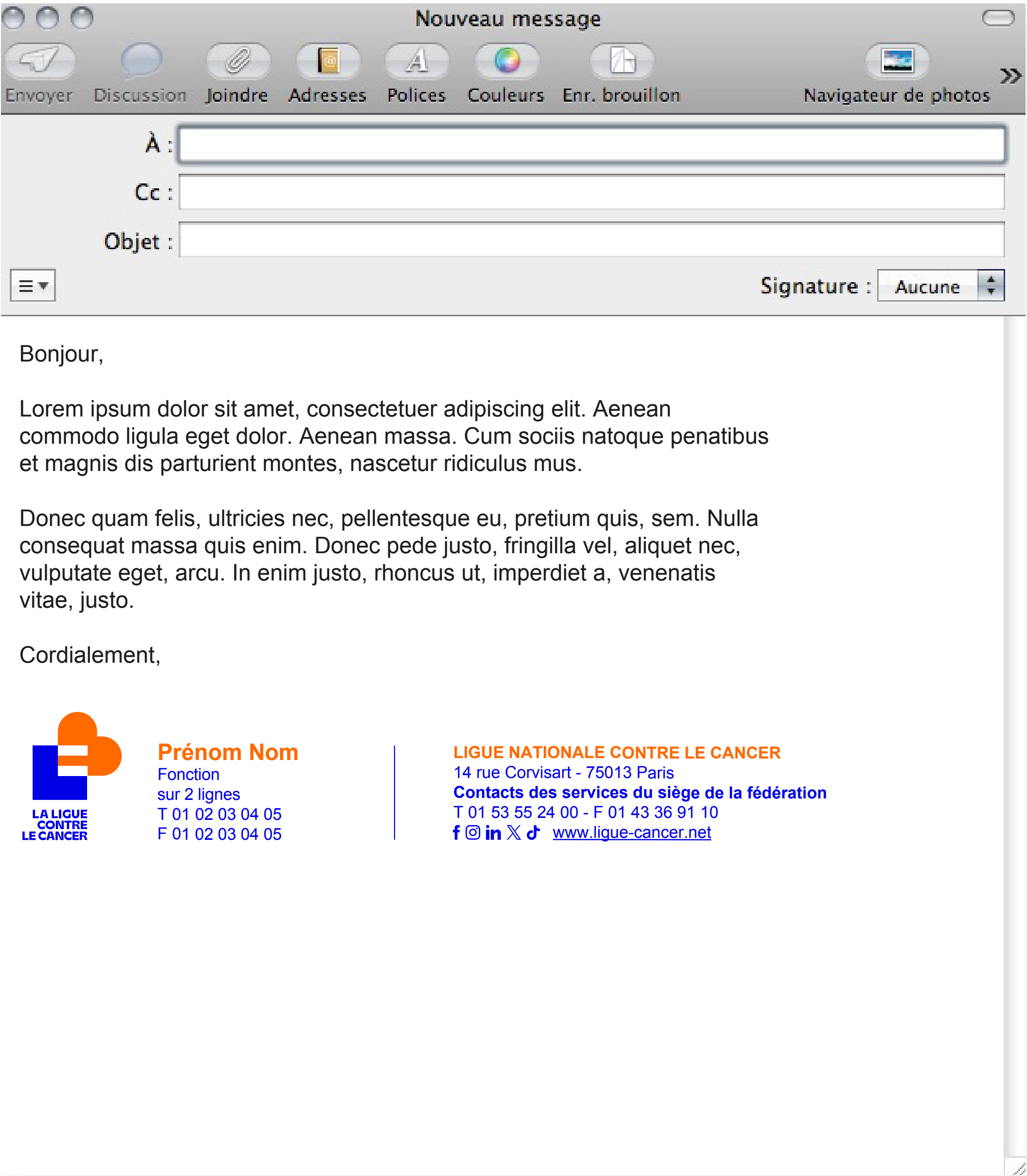
Version comité



2. BUREAUTIQUE

Signature mail

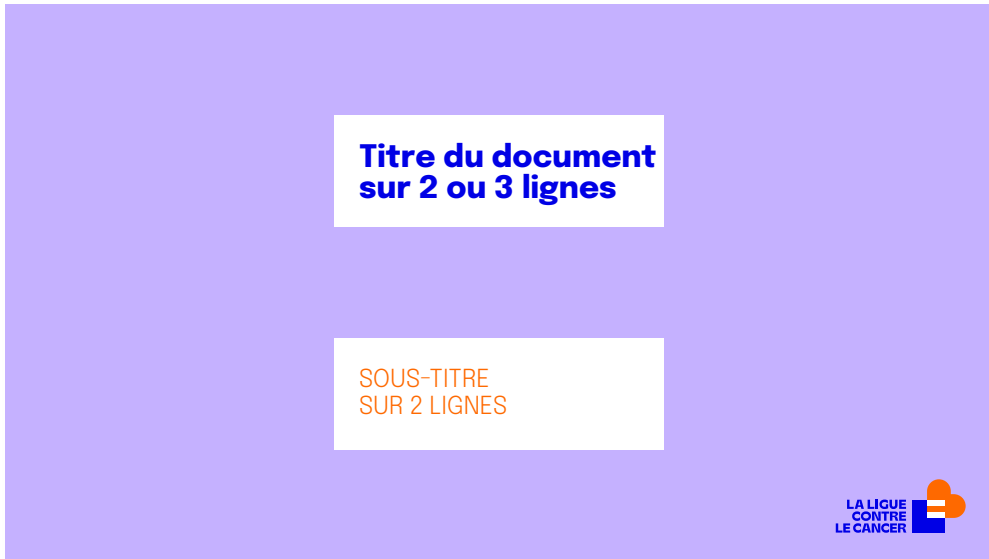
La signature mail de la Ligue contre le cancer se présente en format vertical. Le logotype de la marque y est présent dans sa version verticale suivi des informations.



2. BUREAUTIQUE

Powerpoint®

SLIDES DE COUVERTURES



SLIDES DE CHAPITRES



SLIDES DE FIN



2. BUREAUTIQUE

Powerpoint®

SLIDES DE CONTENU

Titre de la planche

Lorem ipsum dolor sit amet,
 consectetur adipiscing elit, sed diam
 nonummy nibh euismod tincidunt
 ut laoreet dolore magna aliquam erat
 volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam,
 quis nostrud exerci tation ullamcorper
 suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea
 commodo consequat. Duis autem vel
 eum iriure dolor in hendrerit in
 vulputate velit esse molestie
 consequat, vel illum dolore eu feugiat
 Lorem ipsum dolor sit amet,
 consectetur adipiscing elit, sed diam
 nonummy nibh euismod tincidunt ut
 laoreet dolore magna aliquam erat



Titre de la planche

Sous-titre de la planche

Lorem ipsum dolor sit amet,
 consectetur adipiscing elit, sed diam
 nonummy nibh euismod tincidunt ut
 laoreet dolore magna aliquam erat
 volutpat. Ut wisi enim a minim veniam,
 quis nostrud exerci tation ullamcorper
 suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea
 commodo consequat. Duis autem vel
 eum iriure dolor in hendrerit in
 vulputate velit esse molestie
 consequat, vel illum dolore eu feugiat
 Lorem ipsum dolor sit amet,
 consectetur adipiscing elit, sed diam
 nonummy nibh euismod tincidunt ut
 laoreet dolore magna aliquam erat



Titre de la planche

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod
tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat
voluptat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud
exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut
aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel
eum iure dolor in hendrerit in vulputate velit esse
molestie consequat, vel illum dolor eu feugiat
Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud
exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut
aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel
eum iure dolor in hendrerit in vulputate velit esse

“
Lorem ipsum
dolor sit amet,
consectetur
adipiscing elit



“
Lorem ipsum
dolor sit amet,
consectetur
adipiscing elit



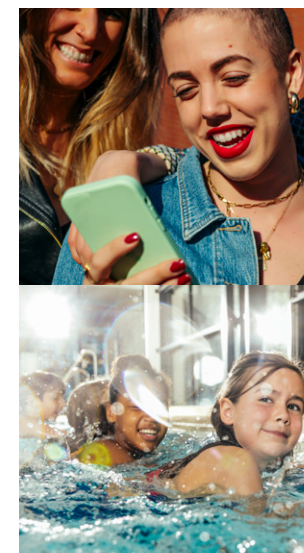
“
Lorem ipsum
dolor sit amet,
consectetur
adipiscing elit



Titre de la planche

Lorem ipsum dolor sit amet,
 consectetur adipiscing
 elit, sed diam nonummy
 nibh euismod tincidunt ut
 laoreet dolore magna
 aliquam erat volutpat. Ut
 wisi enim ad minim veniam,
 quis nostrud exerci tation
 ullamcorper suscipit
 lobortis nisl ut aliquip ex ea
 commodo consequat. Duis
 autem vel eum iriure dolor
 in hendrerit in vulputate
 velit esse molestie
 consequat, vel illum dolore

eu feugiat Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie

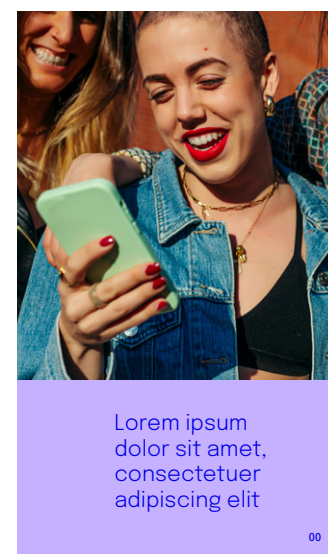


Titre de la planche

Sous-titre de la planche

Lorem ipsum dolor sit amet.
 consectetur adipiscing elit,
 sed diam nonummy
 nibh euismod tincidunt ut
 laoreet dolore magna
 aliquam erat volutpat. Ut
 wisi enim ad minim veniam,
 quis nostrud exerci tation
 ullamcorper suscipit
 lobortis nisl ut aliquip ex ea
 commodo consequat. Duis
 autem vel eum iriure dolor
 in hendrerit in vulputate
 velit esse molestie
 consequat, vel illum dolore

eu feugiat Lorem ipsum
dolor sit amet,
consectetur adipiscing
elit, sed diam nonummy
nibh euismod tincidunt ut
laoreet dolore magna
aliquam erat volutpat. Ut
wisi enim ad minim veniam,
quis nostrud exerci tation
ullamcorper suscipit
lobortis nisl ut aliquip ex ea
commodo consequat. Duis
autem vel eum iriure dolor
in hendrerit in vulputate
velit esse molestie



Titre de la planche

Sous-titre de la planche

Lorem ipsum dolor sit amet.
 consectetur adipiscing
 elit, sed diam nonummy
 nibh euismod tincidunt ut
 laoreet dolore magna
 aliquam erat volutpat. Ut
 wisi enim ad minim veniam,
 quis nostrud exerci tation
 ullamcorper suscipit
 lobortis nisl ut aliquip ex ea
 commodo consequat. Duis
 autem vel eum iriure dolor
 in hendrerit in vulputate
 velit esse molestie
 consequat, vel illum dolore

eu feugiat Lorem ipsum
dolor sit amet,
consectetur adipiscing
elit, sed diam nonummy
nibh euismod tincidunt ut
laoreet dolore magna
aliquam erat volutpat. Ut
wisi enim ad minim veniam,
quis nostrud exerci tation
ullamcorper suscipit
lobortis nisi ut aliquip ex ea
commodo consequat. Duis
autem vel eum iriure dolor
in hendrerit in vulputate
velit esse molestie

368
Lorem ipsum
dolor sit amet



Titre de la planche

Lorem ipsum dolor sit amet,
 consectetur adipiscing elit,
 sed diam nonummy nibh
 euismod tincidunt ut laoreet
 dolore magna aliquam erat
 volutpat. Ut wisi enim ad minim
 veniam, quis nostrud exerci
 tation ullamcorper suscipit
 lobortis nisl ut aliquip ex ea
 commodo consequat. Duis
 autem velum irure dolor in
 hendrerit in vulputate velit
 esse molestie consequat, vel
 illum dolore eu feugiat Lorem
 ipsum dolor sit amet,

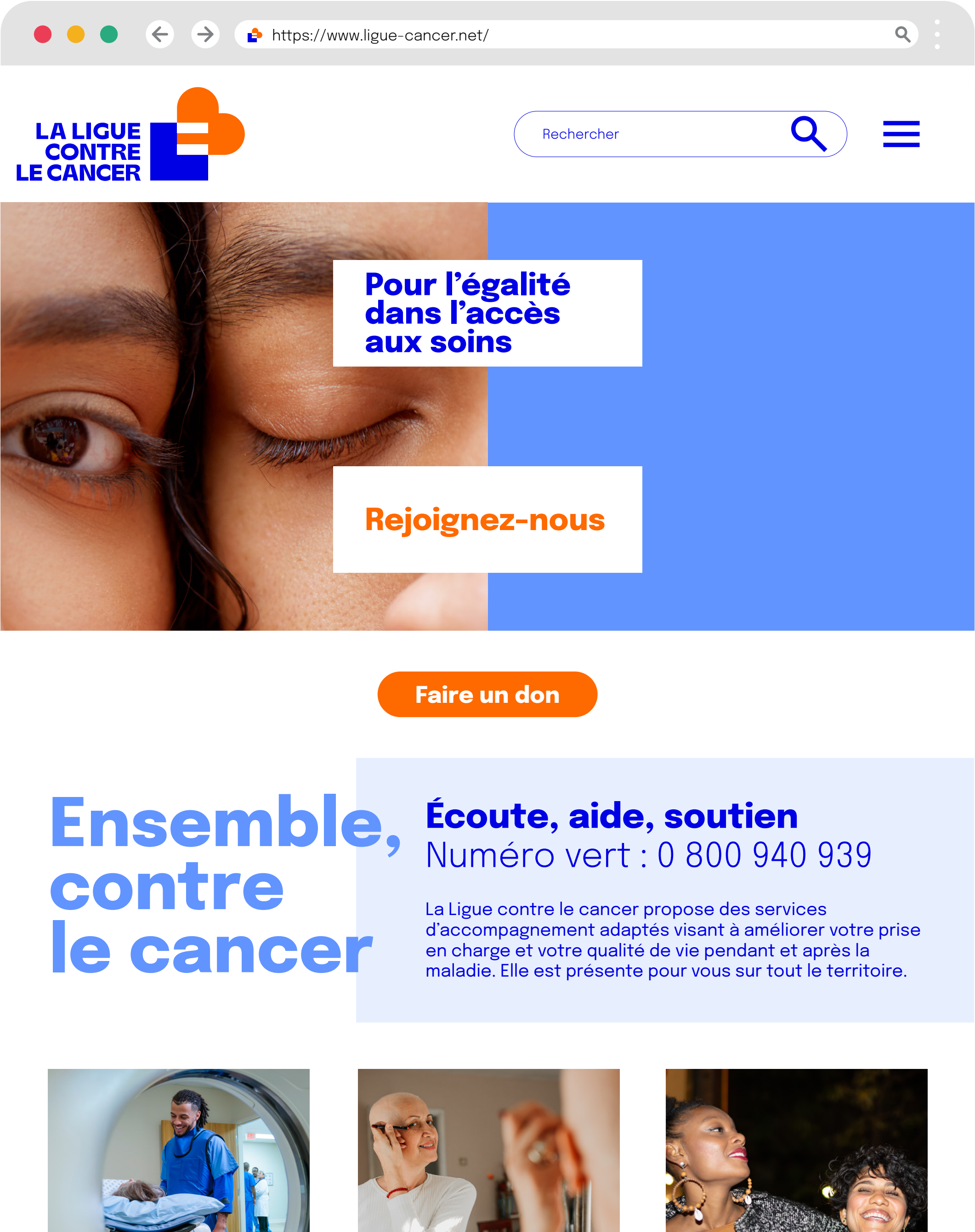
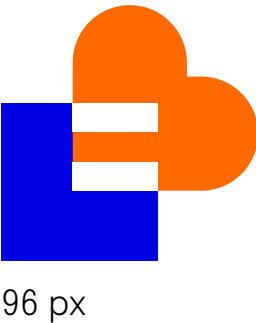
368
Lorem ipsum
dolor sit amet



3. DIGITAL

Home page

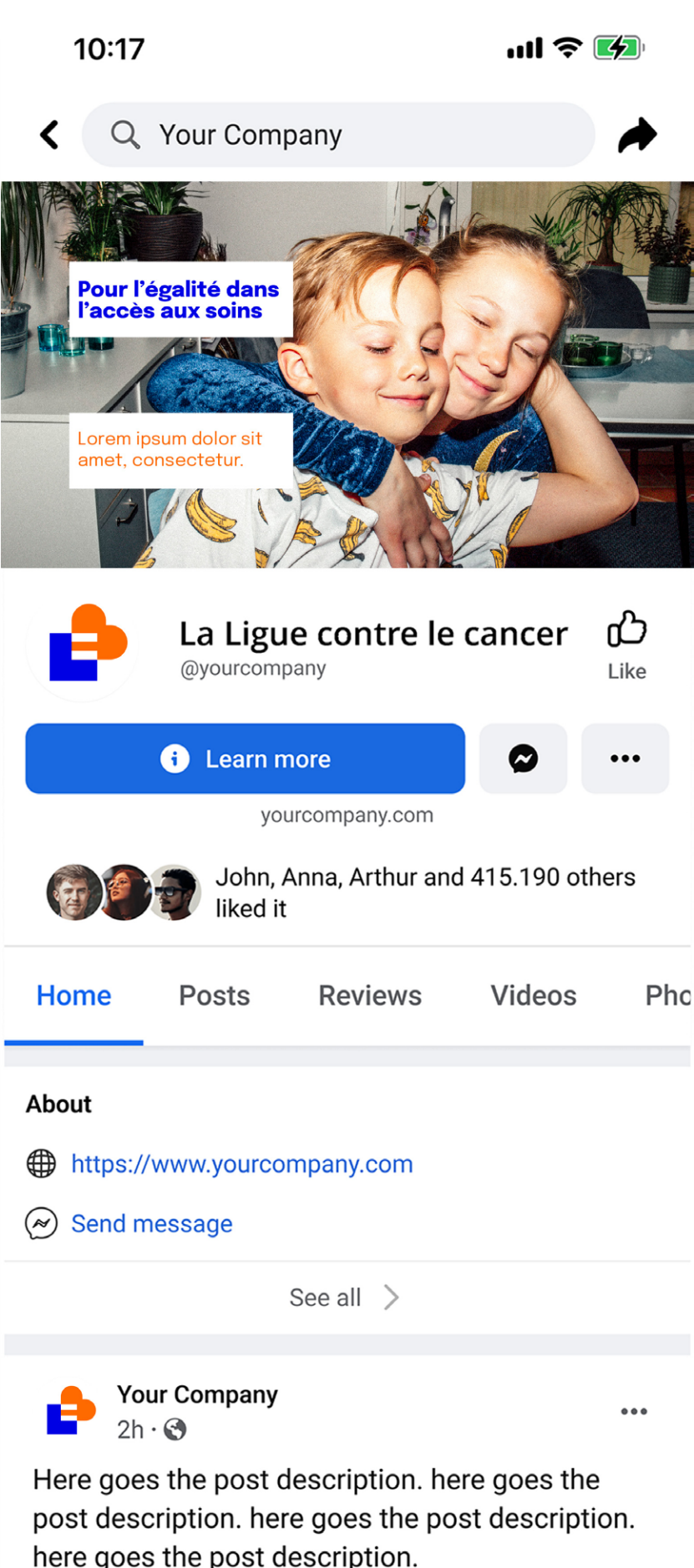
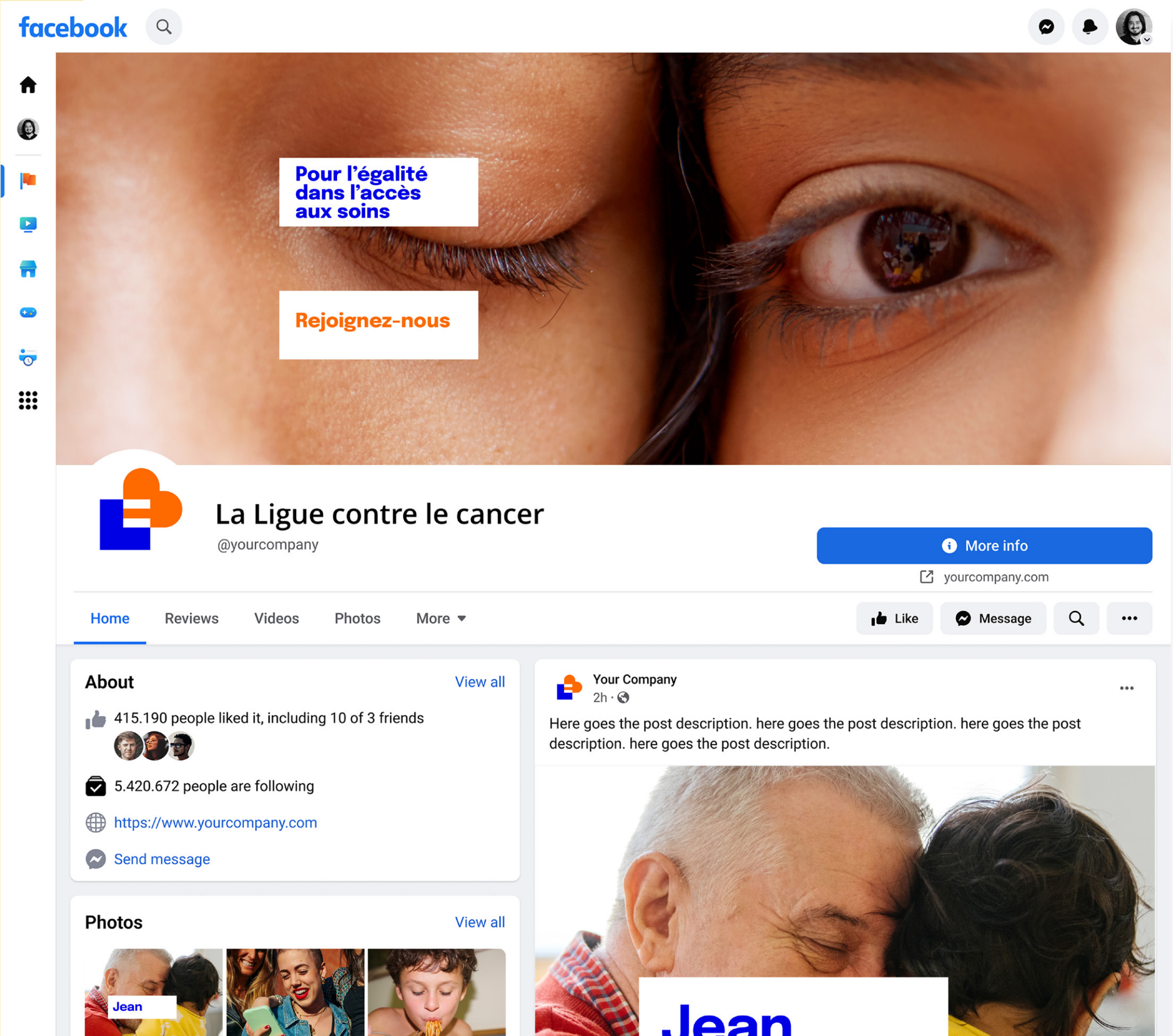
FAVICON



3. DIGITAL

Réseaux sociaux

Couvertures



3. DIGITAL

Réseaux sociaux

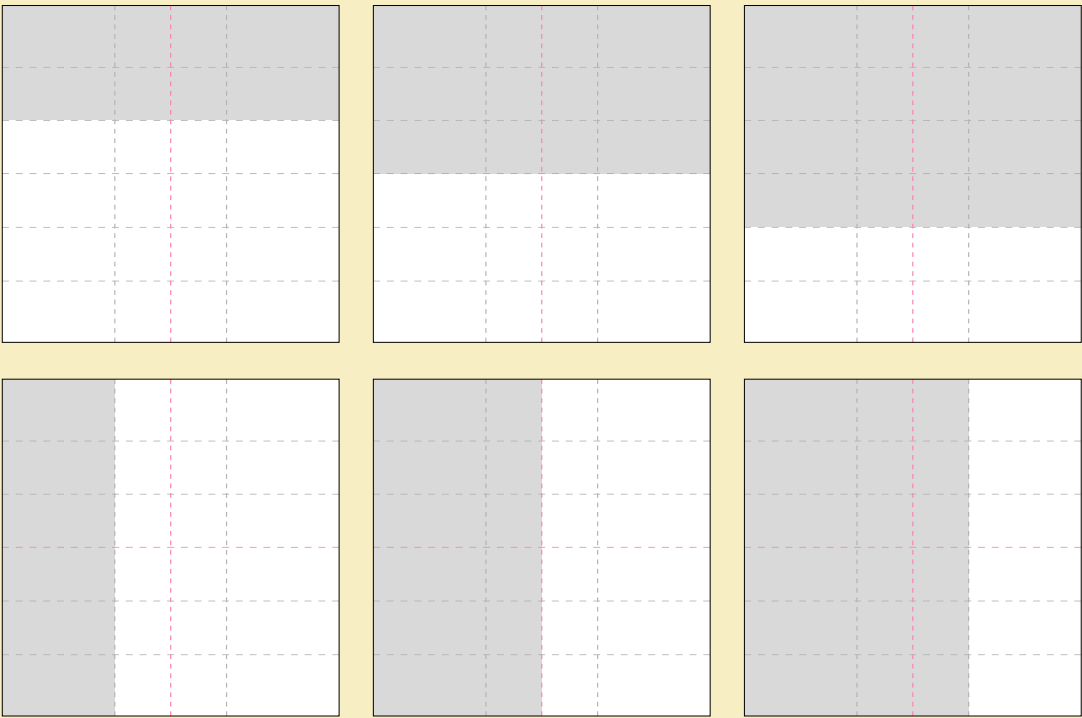
Posts témoignage

En fonction de la thématique, on devra respecter les couleurs mises en place. Pour toutes les compositions, il suffit de suivre la grille de base et l'emplacement du titrage définis.

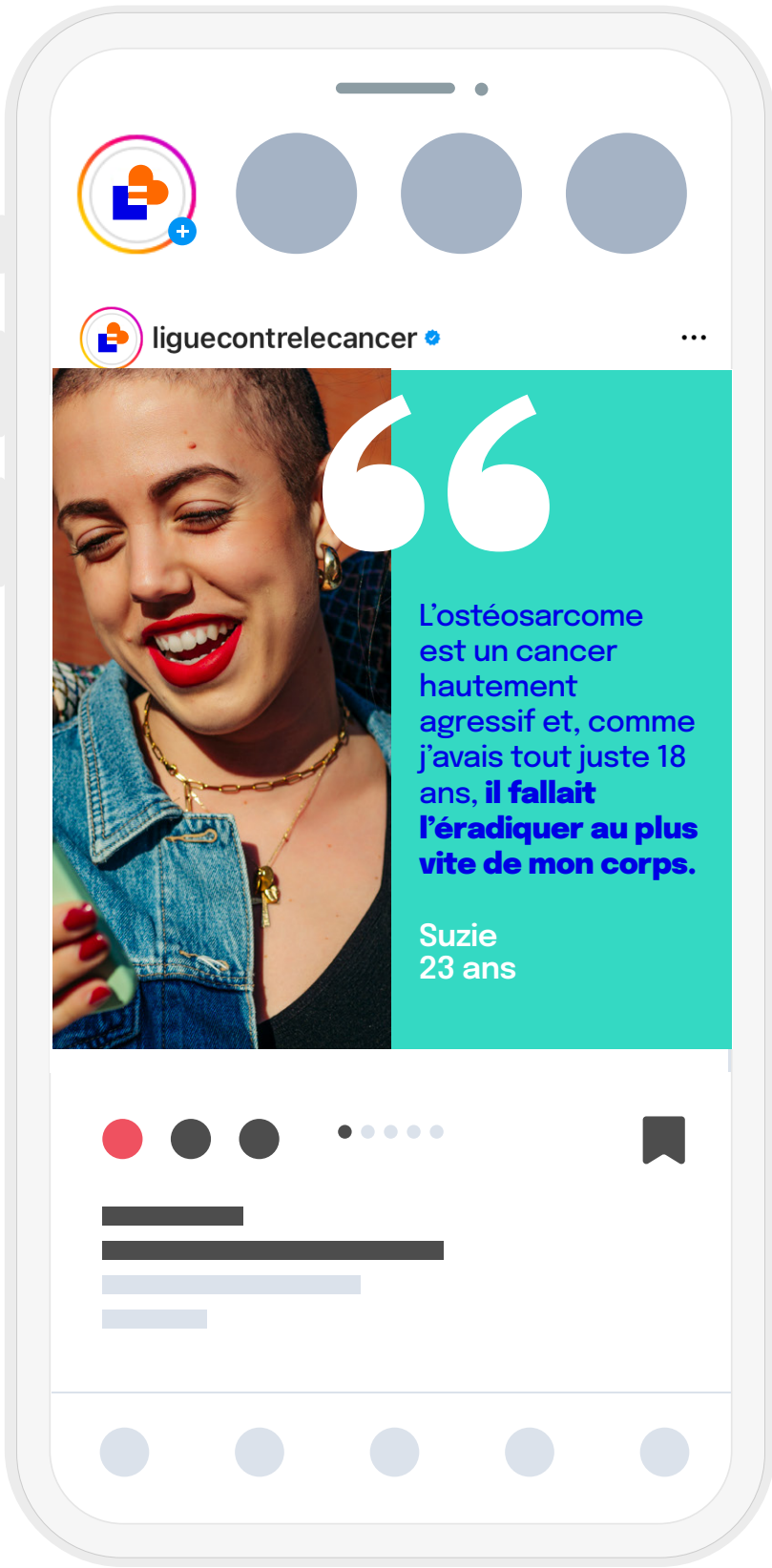
Pour la composition de l'écran principal, 3 possibilités :

- 1. Juxtaposition photo + fond couleur avec verbatim
- 2. Visuel en fond intégrant verbatim + signe égal
- 3. Pas de visuel, verbatim + signe égal tramé, en plein écran

Le template des pages suivantes est monochrome (choix de la couleur en fonction de la thématique de prise de parole et alternance avec les versions tramées).



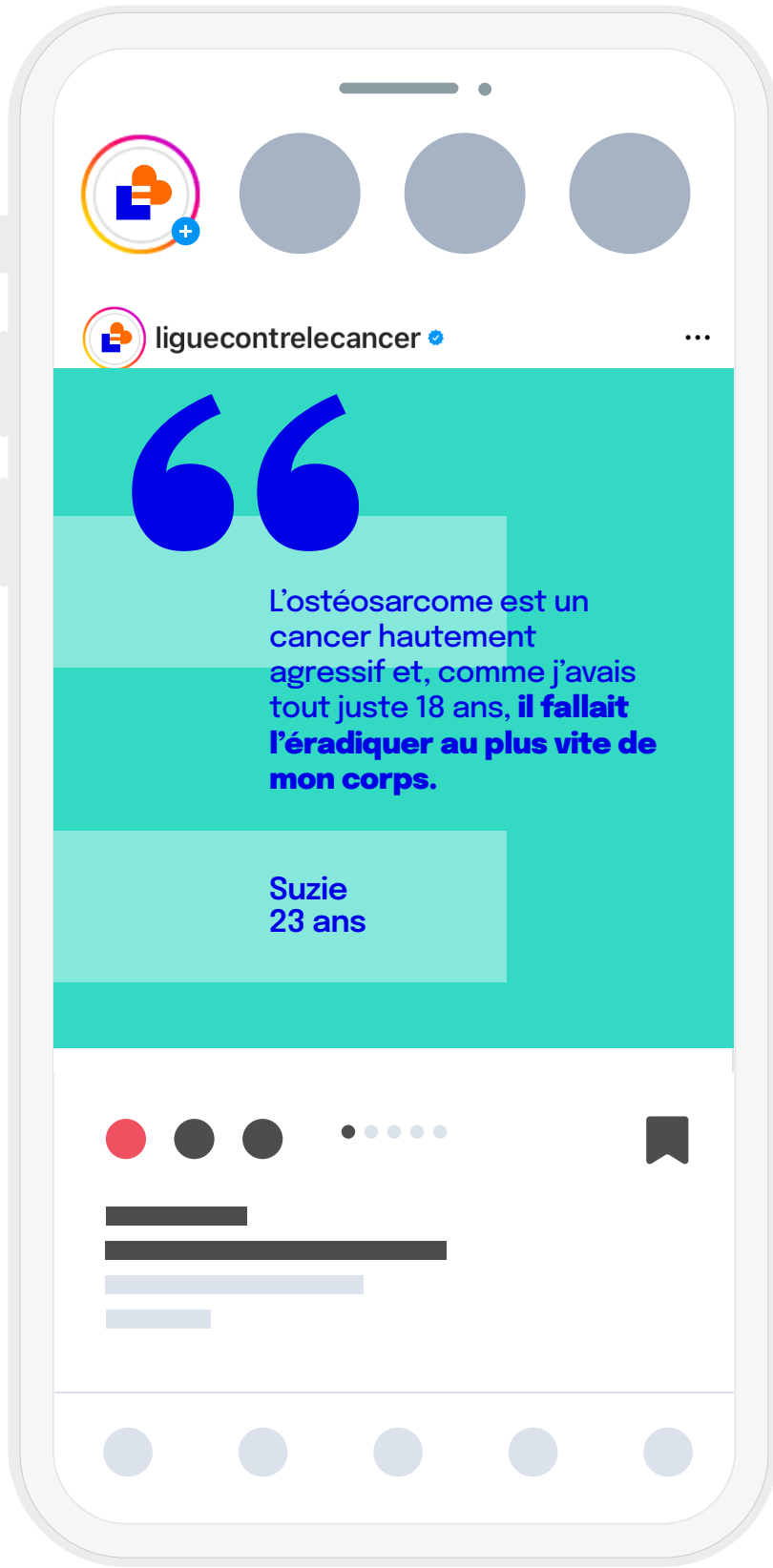
POSSIBILITÉ 1



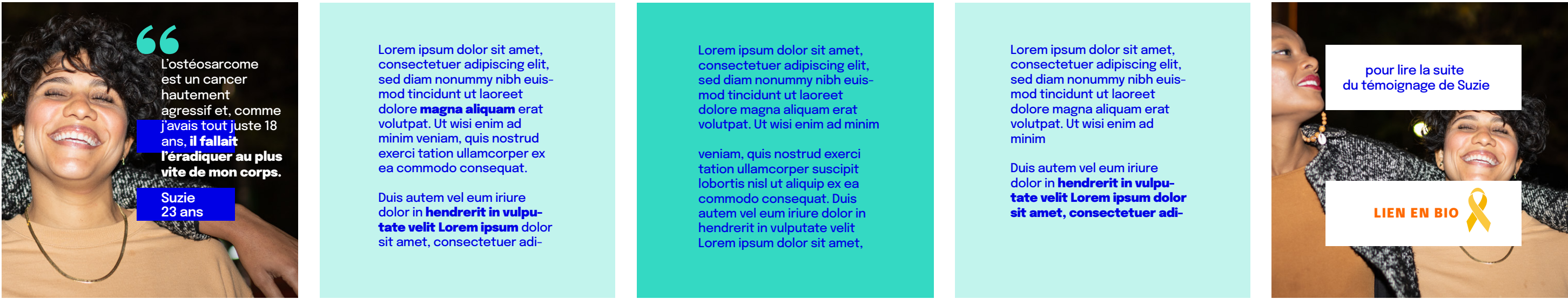
POSSIBILITÉ 2



POSSIBILITÉ 3



EXEMPLE DE POST COMPLET



3. DIGITAL

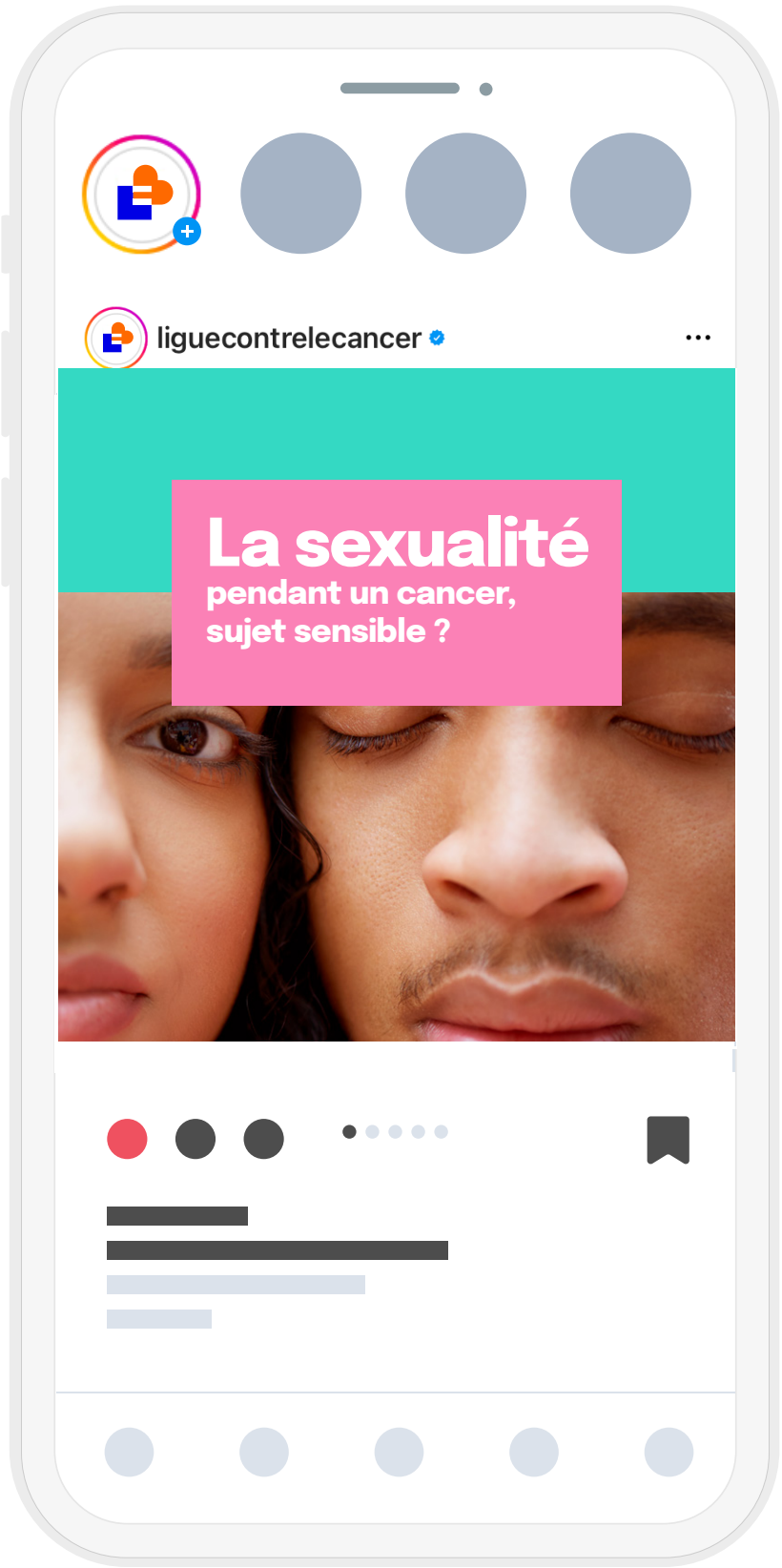
Réseaux sociaux

Posts publication

En fonction de la thématique, on devra respecter les couleurs mises en place. Pour toutes les compositions, il suffit de suivre la grille de base et l'emplacement du titrage définis.

La composition de l'écran principal est bichrome : une illustration en fond d'écran associée à un bandeau supérieur intègre le nom de la thématique + encart avec les éléments de contenu.

Le template des pages suivantes reprend les 2 couleurs de l'écran principal (choix de la couleur en fonction de la thématique de prise de parole et alternance entre les 2 couleurs).



EXEMPLE DE POST COMPLET

La sexualité
pendant un cancer,
sujet sensible ?

“

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed

nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed

nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore

“

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Consulter un sexologue peut alors être une solution

Certains comités départementaux proposent des séances d'onco-sexologie, n'hésitez pas à contacter les équipes Ligue près de chez vous !

Pour retrouver cet article

et bien d'autres encore, **abonnez-vous à Vivre en ligne !**

3. DIGITAL

Réseaux sociaux

Posts info du jour

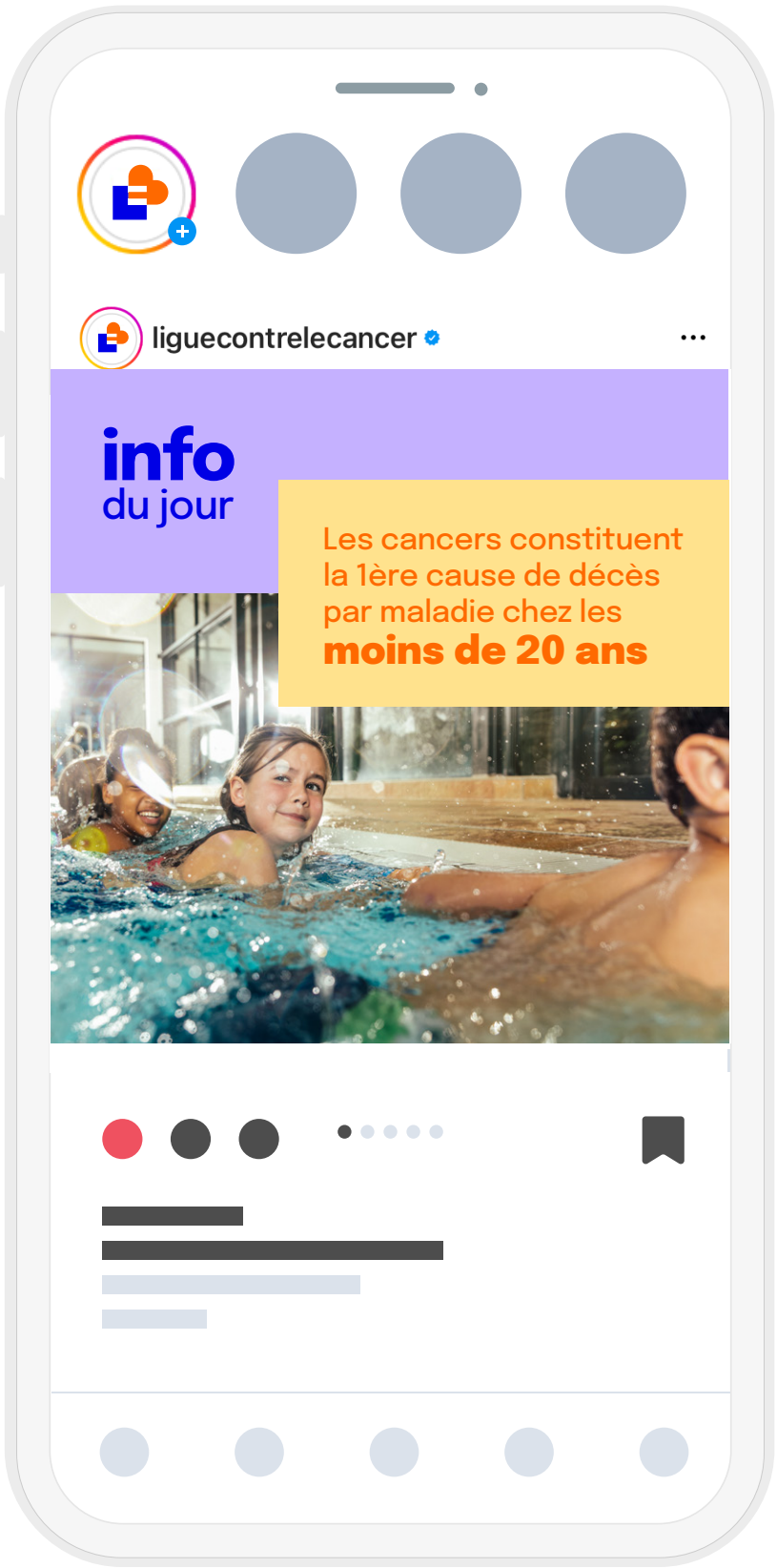
En fonction de la thématique, on devra respecter les couleurs mises en place. Pour toutes les compositions, il suffit de suivre la grille de base et l'emplacement du titrage définis.

Pour la composition de l'écran principal, 2 possibilités :

- 1. Post bichrome : une image en fond d'écran associée à un bandeau supérieur intégrant un encart réservé à la thématique.
- 2. Post monochrome : une illustration en fond d'écran associée à un bandeau supérieur intègre le nom de la thématique + encart avec les éléments de contenu.

Le template des pages suivantes est mono ou bichrome (choix de la couleur en fonction de la thématique de prise de parole et alternance avec les versions tramées + blanc de respiration).

POSSIBILITÉ 1



POSSIBILITÉ 2



EXEMPLE DE POST COMPLET



3. DIGITAL

Réseaux sociaux

Format story

En fonction de la thématique, on devra respecter les couleurs mises en place.

Pour toutes les compositions, il suffit de suivre la grille de base et l'emplacement du titrage définis.

