

Union Nationale de l'Information Jeunesse

STRATEGIE DE COMMUNICATION DU RESEAU INFORMATION JEUNESSE ELEMENTS GRAPHIQUES ET SEMANTIQUES

UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION NATIONALE POUR L'INFORMATION JEUNESSE

Depuis le printemps 2019, les professionnels d'un grand nombre de CRIJ réunis au sein de l'UNIJ travaillent à l'élaboration d'une **stratégie de communication** visant à **valoriser le réseau Information Jeunesse**.

Partant des constats suivants : l'IJ manque de visibilité auprès du grand public comme des institutionnels, l'offre de services manque de lisibilité, l'IJ est souvent confondue avec d'autres acteurs jeunesse, l'IJ manque d'une identité forte et d'une absence de communication harmonisée et unifiée au sein du réseau.

Accompagné par **Stéphanie Mazet de l'Agence Ayin** nous avons élaboré le projet présenté dans ce document.

ENJEU : DEVELOPPER UNE IDENTITE COMMUNE A TRAVERS LES OBJECTIFS SUIVANTS

- ❖ Changer le regard du public et des partenaires,
- ❖ Toucher notre public de manière efficace,
- ❖ Convaincre de la qualité et de l'impact de nos services,
- ❖ Développer et pérenniser la notoriété de l'IJ
- ❖ Valoriser la dimension nationale et le maillage du réseau sur le territoire

LE POSITIONNEMENT DU RESEAU INFORMATION JEUNESSE REAFFIRMÉ

Réseau unique de proximité, intégré et reconnu, qui **informe et accompagne les jeunes** sur tous les sujets liés à leur **autonomie** et à **toutes les étapes de leurs parcours** (travailler, se former, accéder aux droits, partir à l'étranger, s'engager, se loger, vivre au quotidien...) et qui les rend **acteurs** pour **construire leur futur**.

Ce sont également des experts qui **innovent** en proposant des **expériences** et des **ressources** pour **construire leur parcours** et se sentir bien dans leur environnement, à travers un **écosystème de partenaires** : événements, lieu de travail occasionnel, de loisirs, de découvertes, de gamification sur de grands enjeux (démêler le Vrai du Faux, s'orienter....), de culture, de jeux...

Spécialiste de

Pair à pair

l'information des jeunes

Acteur et vecteur des politiques Jeunesse

Expert des besoins des jeunes

Agilité territoriale

Expériences

Implication des Jeunes

Innovation

Acteur de l'Education Populaire

(Re)Devenir l'acteur incontournable des politiques Jeunesse en matière d'information des jeunes

- ❖ niveau national
- ❖ niveau régional
- ❖ niveau territorial

Positionner et légitimer les têtes de réseau au sein du réseau

- ❖ UNIJ
- ❖ CRIJ

Définir le CIDJ en tant que ressource documentaire du réseau

Être identifié par les jeunes, le grand public, les prescripteurs, les partenaires

VERS UNE IMAGE « DE MARQUE » POUR LE RESEAU INFORMATION JEUNESSE

LA MARQUE : LE RÉSEAU INFORMATION JEUNESSE DEVIENT « INFO JEUNES » !

« **Info Jeunes** » a été choisie car cette marque s'appuie sur la notoriété, même modeste, de l'Information Jeunesse, et modernise son nom.

« Jeunes » est utilisé au pluriel pour signifier la diversité des situations des jeunes.

Chaque structure peut s'emparer de cette nouvelle marque et y ajouter le nom de sa structure ou de son territoire.

Exemples :

Info Jeunes Brest ; Info Jeunes Tournefeuille ; Info Jeunes Reims ; Info Jeunes Occitanie ...

LA SIGNATURE « EXPLORER LES POSSIBLES »

Explorer les possibles

Une signature positive, qui laisse entendre la multiplicité des services rendus par l'IJ, avec une connotation active « explorer » et ouverte « les possibles ».

Pour récapituler, le nom et la signature de marque du réseau Information Jeunesse :

Info Jeunes
Explorer les possibles

- ❖ **Modernisation** : la marque « connue » est raccourcie et modernisée, déjà utilisée par certaines régions, et conserve un côté institutionnel. On conserve une marque qui a déjà une notoriété.
- ❖ Permet de faire un **changement en douceur** depuis la marque « Information Jeunesse ».
- ❖ Importance du mot « **Jeunes** » **au pluriel** car les situations des jeunes sont très diverses. Le pluriel rend cette pluralité de situations, d'états, etc. (contrairement à Jeunesse) : le jeune est remis au centre de notre démarche
- ❖ « Explorer les possibles ! » : mots positifs, qui disent clairement que l'Information Jeunesse est pleine de promesses, une chance pour les jeunes, sous-entend qu'ils vont faire face à une multitude de propositions, qu'ils vont pouvoir choisir et trouver ce dont ils ont besoin.
- ❖ On ne précise pas dans quels domaines exacts l'IJ va agir, mais grâce à la marque, on sait qu'on s'adresse aux jeunes.

EVOLUTION DE L'IDENTITE VISUELLE

Etat des lieux des logos existants



Le logo présenté ici est l'incarnation de l'identité de l'IJ et l'aboutissement du travail de fond basé sur une démarche collective au sein du réseau.

Au terme de ces travaux, le comité de pilotage propose ce logo qui semble le mieux porter un nouveau positionnement : celui de marque, qui gagne à être plus visible et à s'affirmer !

Un choix **stratégique, audacieux** qui **ouvre la porte de l'IJ véritablement aux jeunes** (parti pris très contemporain du design de son logo). **Une véritable évolution de positionnement (stratégique, graphique...)** qui **permet d'affirmer l'identité du réseau et de lui faire gagner en visibilité, à condition qu'il soit porté par le plus grand nombre.**

***in*fo**
Jeunes
EXPLORER LES POSSIBLES

Noms des structures

La **taille** du réseau IJ est une vraie force de frappe.

L'implantation sur tout le territoire est un avantage « concurrentiel »



Objectif : mettre en valeur ces 2 atouts
en accolant la ville / le village / le département / la région / le lieu au nom retenu

OBJECTIFS RECHERCHÉS

- IDENTIFIER l'IJ : avoir un logo identifiable, repérable facilement, sur chaque territoire et en national, et *au milieu de partenaires également*. Avoir un logo qui « parle » aux cibles : jeunes, institutions, partenaires, élus, politiques, etc.
- FEDERER : dégager un *certain* consensus au sein du réseau pour favoriser une adoption large par les régions et les structures, aboutissement d'un travail collectif plus large.

Le comité de pilotage a confié à la graphiste Christine Sejean, le soin de travailler le logo de cette nouvelle marque et de proposer une charte graphique liée qui vous est présentée ici

CHARTRE GRAPHIQUE & UTILISATION DU LOGO

Éléments de base

MAI 2020



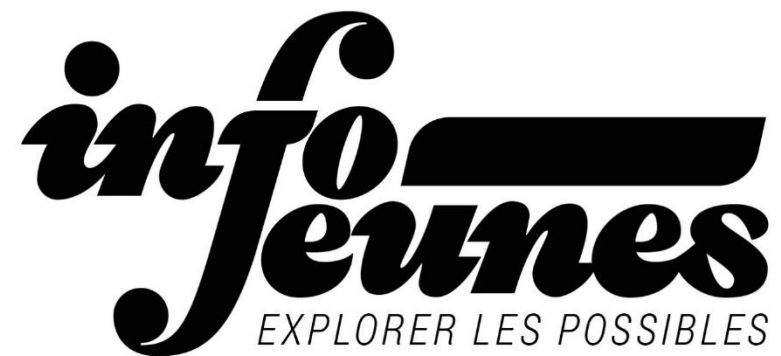
SOMMAIRE

LES RÈGLES D'UTILISATION DE L'IDENTITÉ	03
LES COULEURS ET USAGES	09
LES TYPOGRAPHIES	15
LE LOGO EN SITUATION	19

LES RÈGLES D'UTILISATION DE L'IDENTITÉ

LE LOGO INFO JEUNES	04
SES DÉCLINAISONS	05
SON SIGLE	06
LA ZONE D'EXCLUSION	07
LES CHOSES À NE PAS FAIRE	08

LE LOGO



minimum : L = 20mm



SES DÉCLINAISONS

LOGOS PERSONNALISÉS
> AJOUT DE LA LOCALISATION
(EXEMPLES)



SON SIGLE

SIGLE ORIGINAL

> POUR LES UTILISATIONS TYPE
PHOTO DE PROFIL
SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



SIGLE PERSONNALISÉ

> POUR LES UTILISATIONS TYPE
PHOTO DE PROFIL
SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



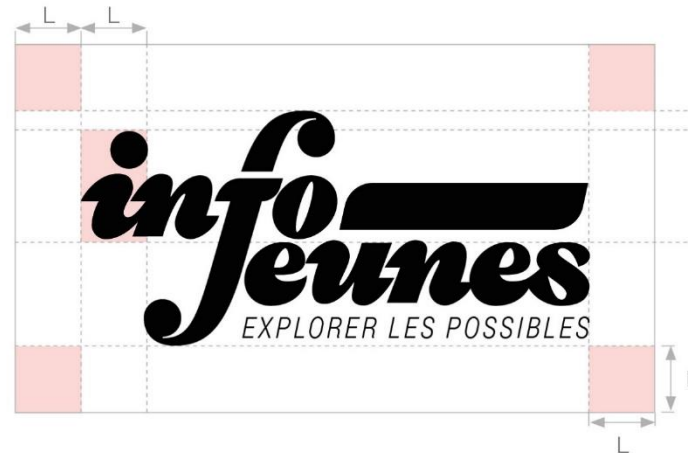
LA ZONE D'EXCLUSION

La zone de respiration sert à faire respirer le logo lorsqu'il est à côté d'autres logos (sur une affiche ou n'importe quel support de partenariat).

En résumé, il s'agit de «protéger» le logotype de la proximité des autres logos.

Cette zone correspond à la largeur du « i » à gauche et à droite du logo, et si nécessaire, en haut et en bas.

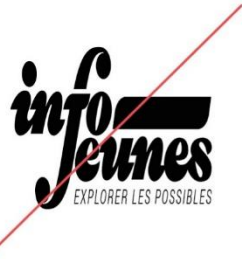
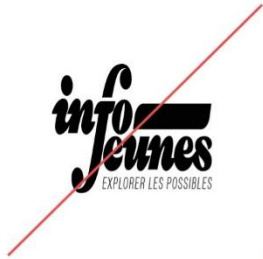
> cette règle correspond à l'utilisation du logo Info Jeunes et à ses déclinaisons.



EXEMPLE D'APPLICATION :



LES CHOSES À NE PAS FAIRE



Déformer le logo, étirer, allonger...



Changer la taille des mots



Mettre le logo en biais

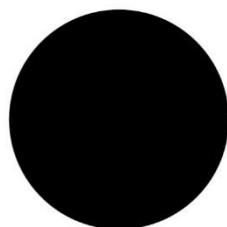


Placer le logo sur une zone d'image qui le rendrait illisible
(image trop chargée, motif ou fond troublé, couleurs trop similaires...)

LES COULEURS ET LEURS USAGES

LES COULEURS DU LOGO	10
LES CHOSES À NE PAS FAIRE	13
LES COULEURS PAR LOCALISATION	14

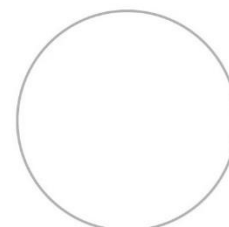
LES COULEURS DU LOGO



- NOIR -

C0 M0 J0 N100
R0 V0 B0
#000000

info
jeunes
EXPLORER LES POSSIBLES



- BLANC -

C0 M0 J0 N0
R255 V255 B255
#FFFFFF



Le logo est utilisé en noir sur fond clair

Le logo est utilisé en blanc sur fond foncé

Sauf cas exceptionnels relatifs à la communication visuelle directe d'Info Jeunes afin de garder une cohérence avec les couleurs utilisées pour les affiches et visuels de la structure. (voir p. 11 à 14)

LES COULEURS DU LOGO



infojeunes
EXPLORER LES POSSIBLES

infojeunes
EXPLORER LES POSSIBLES

infojeunes
EXPLORER LES POSSIBLES

infojeunes
EXPLORER LES POSSIBLES

infojeunes
EXPLORER LES POSSIBLES

infojeunes
EXPLORER LES POSSIBLES

infojeunes
EXPLORER LES POSSIBLES

infojeunes
EXPLORER LES POSSIBLES

Les couleurs ont été choisies afin de s'associer sans se confondre avec le label IJ

LES COULEURS DU LOGO



ROSE

CMJN : 0 / 65 / 45 / 0
RVB : 239 / 120 / 117
#EF7875



ROUGE

CMJN : 0 / 84 / 64 / 0
RVB : 233 / 69 / 75
#E9454B



ORANGE

CMJN : 0 / 75 / 100 / 0
RVB : 234 / 91 / 12
#EA5B0C



VERT

CMJN : 76 / 0 / 55 / 0
RVB : 13 / 174 / 142
#0DAE8E



BLEU

CMJN : 80 / 0 / 41 / 0
RVB : 0 / 172 / 167
#00ACA7

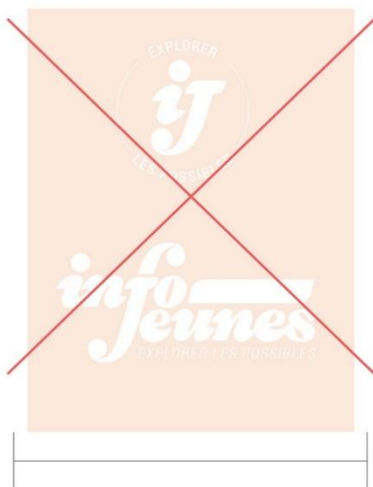


VIOLET

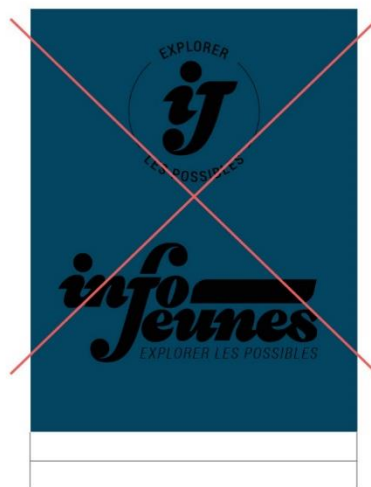
CMJN : 65 / 100 / 0 / 32
RVB : 94 / 22 / 100
#5E1664

Afin de donner le choix aux structures qui vont utiliser le logo Info Jeunes, nous vous proposons différentes teintes colorées.
Le logo pourra être utilisé en noir, en blanc ou dans l'une de ces 6 couleurs uniquement.

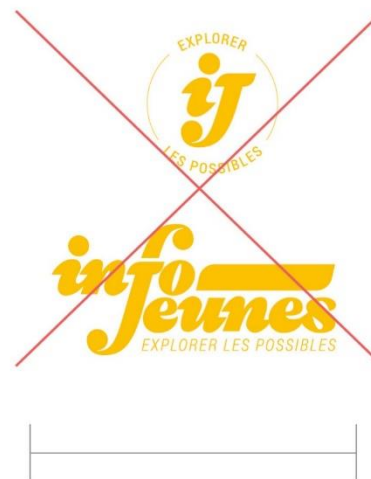
LES CHOSES À NE PAS FAIRE



Utiliser le logo en blanc
sur fond clair



Utiliser le logo en noir
sur fond foncé



Changer la couleur du logo
en dehors des couleurs proposées
dans cette charte



Mettre 2 couleurs ou + sur le logo

LE LOGO EN COULEURS PAR LOCALISATION



Les logos par localisation doivent
respecter la charte générique.

Le nom du site devra être inscrit en blanc dans le cartouche
prévu à cet effet et en haut sur l'arrondi du sigle.



De même que pour le logo générique, il n'est pas possible de
mettre l'ips d'une couleur (choisie dans la charte) pour le logo.

LES TYPOGRAPHIES ET LEURS USAGES

LA COMPOSITION DU LOGO	16
LES POLICES UTILISÉES POUR LES TEXTES	17
LES POLICES EN USAGE	18

LA COMPOSITION DU LOGO

« info jeunes » est dessiné à la main et sur-mesure par l'artiste Jérémie Bonne



le site est écrit en
Roboto condensed bold italic
police libre de droits et facile à télécharger

le slogan est écrit en
ROBOTO CONDENSED LIGHT ITALIC
> EN MAJUSCULES
police libre de droits et facile à télécharger

LES POLICES UTILISÉES POUR LES TEXTES

Nous vous proposons d'associer les polices d'écritures suivantes pour vos documents, en fonction de vos besoins.

Bevan

POUR LES GRANDS TITRES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Poppins Black italic

POUR LES SOUS-TITRES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Poppins Bold italic

POUR LES SOUS PARTIES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

La « Roboto Condensed », utilisée dans 2 de ses graisses pour le logotype, sera utilisée pour les textes courants et légendes :

Roboto Regular

POUR LES TEXTES COURANTS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Roboto condensed light italic

POUR LES TITRES DE LÉGENDES
> EN MAJUSCULES UNIQUEMENT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Roboto Condensed Bold Italic

POUR LES LÉGENDES D'IMAGES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Toutes ces polices sont facilement téléchargeables dans toutes leurs graisses disponibles sur le site suivant : <https://fonts.google.com/>

LES POLICES EN USAGE

EXEMPLE DOCUMENT A4

**Titre : Bevan
corps : 19pt**

Tetière : Roboto Regular
corps : 11pt

**Sous-titre : Poppins Black italic
corps : 10pt**

**Sous partie : Poppins Bold italic
corps : 10pt**

Texte courant : Roboto Regular
corps : 9pt

astuce

Pensez à accorder les couleurs en fonction de votre logo. Ici le logo est vert, les titres aussi ainsi que l'introduction. Le texte est en bleu foncé et les sous parties en gris/bleu ce qui permet d'appuyer votre identité visuelle.

Le titre du document ici

Ped eossi sintio te lique moluptatur, ut essit ped ut am que esequiandae. Ut officiet voluptam facepuda a volorrovid quis ex et etur raepro ilibero dolorehent asperchilit, sum evelestisim illuptate pliquibus as coreicia volum, optia volorum del essim eostisi tassunt.

Am veni cum nisquam asperita verehenihit qui omnimin

Umquas excea voluptatia dolluptate secestis asimendeles molores sequam vid mo eumquatur sum, ad quia dolorro ipidi di aspedip samusap edionse nat ad es ea inciam, sit pere, ulpa nulleni mporeria seque prae. Nam volore velit as eatibus, nobit maior a aut earion con consequenost est officabo. Itature sectaer sperrum inctur? Moluptatur, officius, tet ad ut ut eum quis mi, sit, ut ditam laceaquam iduciis maio. Ut dolleni ut eaquam et eum imet pe ped et eos que volupta temquodis as ex eatempore, officatur sin pra sum estibus in nonecta et quide porrunt otaspriet ea cum velignia sim volumqui iduciis truptas nonsent ma des con rem.

Sed qui quias estis reptatium harum recab ipsapis es dus aut etur?

A. sous titre

Qui to exerumquia doluptas doluptas voles et ex es volupta quo moluptu repem fugia si quam harciam quunti nulla sitate pa denitamus ditatquam comnis simet voluptatur, susam nemque aliquib eruntur? Udicien ihictat iatinvelic totas illa dolende llupictum ipsantia iumquias inus maximen daereiurquae omnimen digenis quasperore, unto quae eostis estisitae ventur aut mil ilit, suntibus aut acepro beatus am atem rendant occupa tiatur, con ped mo qui alitem accusape sedigen impore, aut voluptaspis nus placcum vellamet es et aut eos nis ex et re aliatur?

B. sous titre

Aliquam, ut ernatur, optatio opta volecto quatur accum earum quo temque quo optatent evel ipicienimint voluptati into vendaes cideliam, exceatus, quidest faceriae nihiciis moluptaque nonserf erionse volorae et iur mincipiat lacil istiore pedisto quis am et de voluptatia nim lam facearu ptatus dolentureic tem nit, que natectatque nis ipienihit mint.

Aciundandita voluptae niminci umquat acipsum la nulliquunt fugianis il es as eaquiae.

Cuptatis quo quia nullam rae veliatios antur si destincia doloris arum imaginam nos cuptatio. Et fugias nonseni dolorem quiandia quatet quias res quam debitatus, cus.



Contact : madame untel - Présidente - contact@infojeunes - 06 xx xx xx xx

LE LOGO EN SITUATION

QUELQUES MISE EN APPLICATION

COMMUNICATION EVENEMENTIELLE



LE LOGO EN SITUATION



LE LOGO EN SITUATION



EVOLUTION DE LA SEMANTIQUE

Les thématiques de l'IJ ont été renommées pour rendre les services offerts plus lisibles

- ❖ Construire son parcours
- ❖ Travailler
- ❖ Prendre soin de soi (santé, prévention)
- ❖ Se distraire
- ❖ Partir à l'étranger
- ❖ Se loger
- ❖ Se déplacer
- ❖ S'engager
- ❖ Entreprendre, créer une activité
- ❖ Accéder à ses droits et saisir les opportunités de son environnement
- ❖ Apprendre à s'informer

OFFRE DE SERVICE IJ : UNE NOUVELLE SEMANTIQUE POUR LES THEMATIQUES IDENTIFIEES

Thématiques	Objectif "éducatif" / Spécificités IJ
Construire son parcours	Faciliter les choix d'orientation des jeunes sur les métiers, les formations, les perspectives économiques. Proposer des alternatives à l'orientation scolaire et faciliter la projection des jeunes sur «leurs futurs» / «explorer les possibles»
Travailler	Faciliter le premier contact des jeunes avec le monde du travail
Prendre soin de soi (santé, prévention)	Contribuer à la qualité de vie des jeunes par des actions de prévention, d'éducation à la santé
Se distraire	Permettre et faciliter l'accès à l'offre de loisirs, culturelle, aux activités sportives et aux vacances
Partir à l'étranger	Aider les jeunes à réaliser leurs projets de mobilité à l'international, développer leur capacités d'adaptation et leur ouverture d'esprit vers d'autres cultures
Se loger	Faciliter l'autonomie des jeunes, la décohabitation familiale, en offrant des informations et des services pour se loger, et gérer correctement un budget
Se déplacer	Faciliter la mobilité des jeunes, élargir leurs possibilités d'action, prévenir le sentiment de relégation, sensibiliser aux enjeux environnementaux et favoriser la mobilité douce
S'engager	Encourager l'engagement des jeunes, leur inscription dans une démarche citoyenne, et les accompagner dans la recherche d'information pour leurs projets citoyens
Entreprendre, créer une activité	Favoriser l'initiative, la création d'activité et l'entrepreneuriat
Accéder à ses droits et saisir les opportunités de son environnement (transversal)	Accompagner les jeunes dans leurs premières démarches administratives (e-administration et inclusion numérique). Faciliter l'accès aux droits sociaux et aux dispositifs qui leur sont dus, qui leur sont spécifiques ou qui peuvent enrichir leurs projets (opportunités)
Apprendre à s'informer (transversal)	Apprendre à s'informer, développer un usage responsable et citoyen du Web, des réseaux sociaux et de ses données, appropriation et utilisation critique des média et sources d'information (tri, décryptage et hiérarchisation)

Le réseau IJ n'a rien à vendre aux jeunes, mais il les **accompagne dans le long parcours vers l'accomplissement citoyen**. Pour que les jeunes utilisent davantage nos ressources, nous souhaitons leur faciliter l'identification des soutiens qu'ils vont trouver dans notre réseau, à travers 4 grandes catégories :

- ❖ Accueillir et informer, mettre à disposition de l'information,
- ❖ Accompagner et conseiller (individuellement et collectivement),
- ❖ Mettre en relation avec les ressources de son environnement,
- ❖ Impliquer et développer les compétences

Une **cartographie des services du réseau IJ** a été débutée.

Un travail est en cours pour compléter la cartographie et répertorier les services proposés par l'IJ.

L'ÉQUIPE DE L'UNIJ

Olivier-Ronan Rivat
Délégué Général

olivieronanrivat@unij.fr - 06 85 22 33 23

Julie Francioli
Chargée de Développement

julie.francioli@unij.fr - 06 63 80 03 13

L'AGENCE AYIN

Stéphanie Mazet

Consultante en stratégie de communication

stephanie@ayin.fr

LA GRAPHISTE

Christine Sejean

<http://christinesejean.com/>