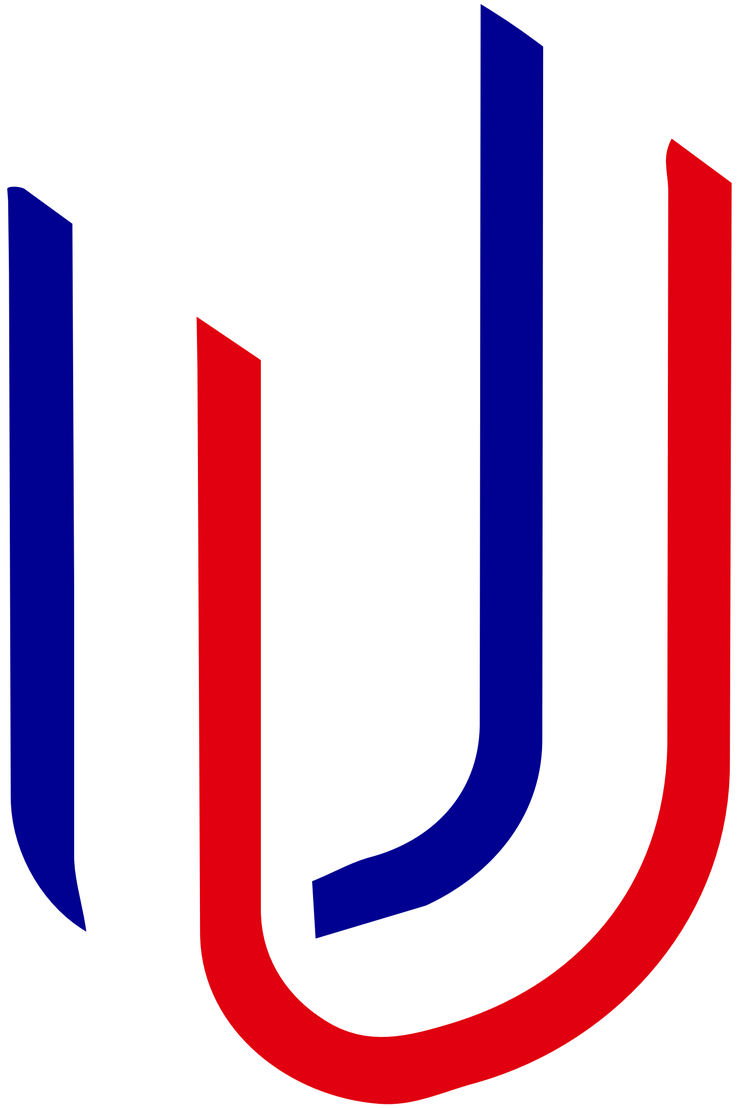
FFSU
FÉDÉRATION FRANÇAISE
DU SPORT UNIVERSITAIRE.

CHARTE GRAPHIQUE

Identité visuelle de la Fédération Française du Sport Universitaire.



PROPOSITION — APPEL À PROJET 2026 · 2027

VERSION 1

SOMMAIRE

Charte graphique.

01 **L’ADN** p. 03
La mission · Le concept · Les valeurs · La refonte

02 **Le logo** p. 08
Logo principal · Anatomie · Construction · Zone de protection · Tailles minimales

03 **Les versions** p. 14
Famille de logos · Versions courtes · Versions couleur · Fonds

04 **Les couleurs** p. 19
Couleurs principales · Nuances · Proportions et accessibilité

05 **La typographie** p. 23
Scale VF · Helvetica Neue · Styles de texte

06 **L’univers graphique** p. 28
Le motif couloirs · La photographie

07 **Les bons usages** p. 31
Placement · Co-branding · Les interdits

08 **Les applications** p. 35
Papeterie · Digital · Site web · Terrain · Textile · Goodies · Mockups

01

ADN

Qui nous sommes, ce que nous défendons : les fondations de l'identité FFSU.

LA MISSION

Le sport universitaire français.

La Fédération Française du Sport Universitaire (FFSU) organise, développe et promeut la compétition sportive universitaire en France.

Elle rassemble les étudiants et les associations sportives des établissements d'enseignement supérieur, universités comme écoles.

Elle décerne les titres de champion d'académie et de champion de France, et porte les couleurs de la France avec les équipes de France universitaires lors des Universiades et des Championnats du monde universitaires.

01

ORGANISER

Les compétitions universitaires, de l'échelon académique au championnat de France.

02

DÉVELOPPER

La pratique sportive dans les universités et les écoles.

03

PROMOUVOIR

Le sport universitaire et ses valeurs auprès des étudiants.

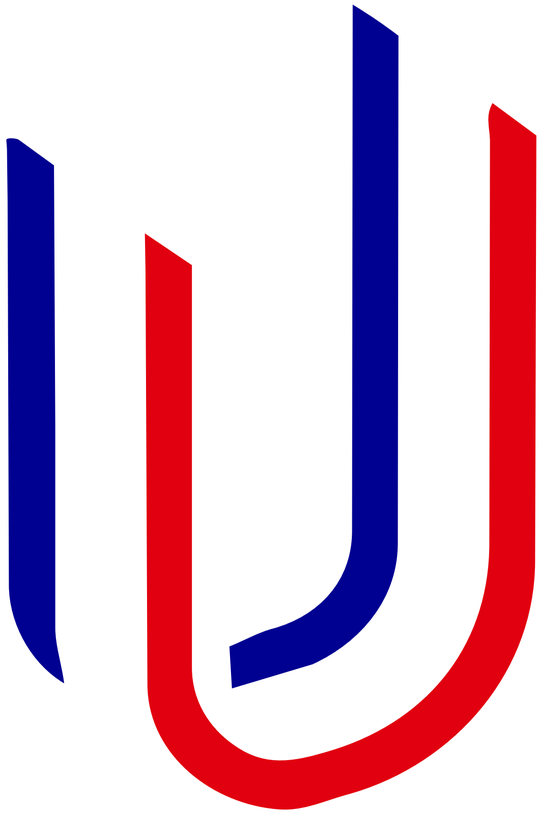
04

REPRÉSENTER

La France avec les équipes de France universitaires, à l'international.

LE CONCEPT

Le U, au cœur de l'identité.



LE U

Symbole de l'Université et du sport universitaire, le U est la pièce maîtresse du logo.

TROIS COULOIRS

Trois bandes le dessinent d'un seul geste, comme trois couloirs de piste lancés côte à côte vers la ligne d'arrivée.

TROIS COULEURS

Bleu, blanc, rouge : les couleurs de la France et des équipes de France universitaires. Trois bandes, comme les trois valeurs de la Fédération.

LE LOGOTYPE

Des capitales larges et compactes pour la stabilité institutionnelle, une signature en italique fine pour l'élan.

LES VALEURS

Utile. Unique. Universelle.

UTILE

En phase avec les enjeux humains, sociétaux et environnementaux du monde actuel.

UNIQUE

Au service du triple projet sportif, académique et citoyen des étudiants, et de leur bien-être.

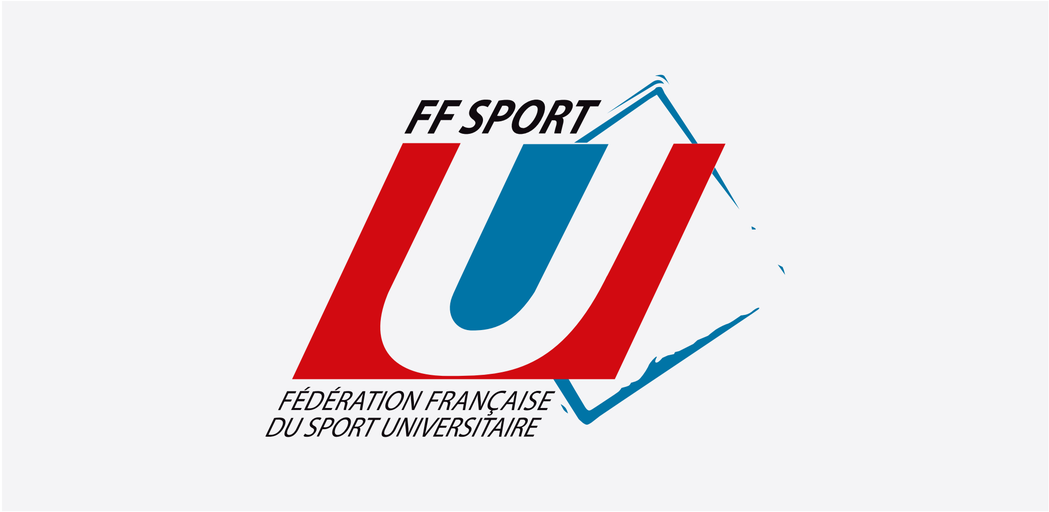
UNIVERSELLE

Ouverte à tous les publics, quel que soit le niveau de pratique, du local à l'international.

Trois valeurs, trois bandes, un seul U : le slogan de la Fédération est inscrit dans son symbole.

LA REFONTE

De 2001 à aujourd'hui.



LOGO HISTORIQUE — 2001



NOUVELLE IDENTITÉ

OBJECTIFS DE LA REFONTE

01 Moderniser l'identité visuelle.

02 Gagner en reconnaissance et en lisibilité.

03 Réaffirmer l'identité du sport universitaire français.

04 Renforcer l'attractivité auprès des étudiants.

05 Faciliter les usages digitaux et événementiels.

02

LE LOGO

Le cœur de l'identité : sa composition, sa construction et ses règles de protection.

LOGO PRINCIPAL

La version horizontale de référence.



Logo de référence de la Fédération. Il est à privilégier sur tous les supports dès que l'espace le permet ;
la signature complète y est obligatoire.

ANATOMIE

Trois éléments indissociables.



1 LE SYMBOLE

Un U formé de trois bandes tricolores, tracé d'un seul mouvement.

2 LE LOGOTYPE

Les initiales FFSU en capitales larges et compactes, pour une lecture immédiate.

3 LA SIGNATURE

Le nom complet de la Fédération, en italique fine. Obligatoire sur la version principale.

CONSTRUCTION

Proportions et alignements.



01 Le haut du symbole est aligné sur le haut du logotype.

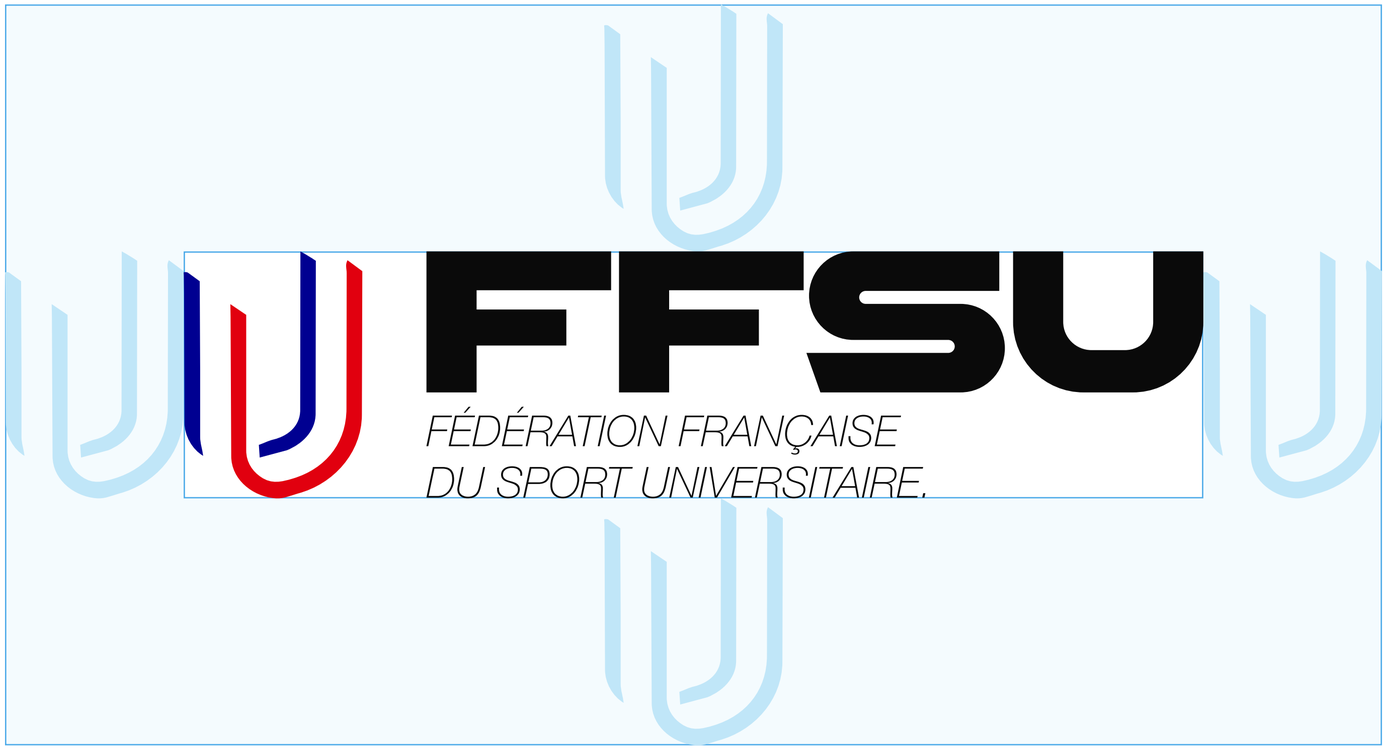
02 La signature est alignée à gauche sur le logotype.

03 La base de la signature s’aligne sur le bas du symbole.

x = hauteur du logotype FFSU.

ZONE DE PROTECTION

Un espace à respecter.



LA RÈGLE

Aucun élément — texte, image, autre logo — ne doit pénétrer dans cette zone.

LA MESURE

Elle est définie par le symbole lui-même : sa largeur à gauche et à droite, sa hauteur en haut et en bas.

EN PRATIQUE

La zone suit la taille du logo : plus le logo est grand, plus elle s’agrandit. Elle s’applique à toutes les versions.

TAILLES MINIMALES

Garantir la lisibilité.



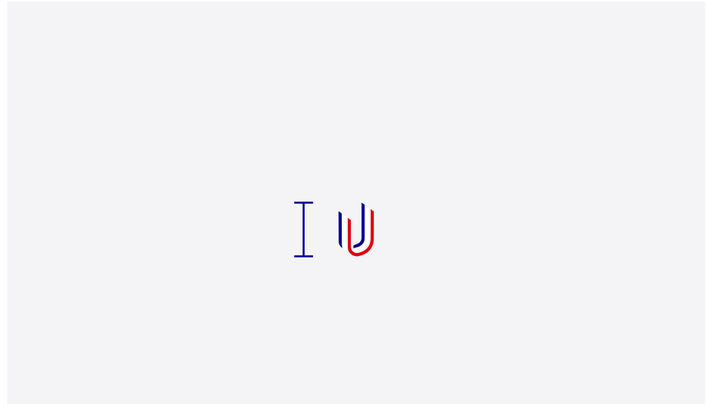
LOGO PRINCIPAL

Impression : 45 mm de large
Écran : 240 px de large



VERSION COMPACTE

Impression : 20 mm de large
Écran : 90 px de large



SYMBOLE

Impression : 10 mm de haut
Écran : 40 px de haut

En dessous de 45 mm, la signature n’est plus lisible : utiliser la version compacte.

03

LES VERSIONS

Une famille de logos pensée pour chaque format, du maillot à l'écran.

FAMILLE DE LOGOS

Une version pour chaque usage.



LOGO PRINCIPAL

Version de référence : documents officiels, site web, signature institutionnelle.



VERSION COMPACTE

Formats carrés ou verticaux : réseaux sociaux, textile, objets.



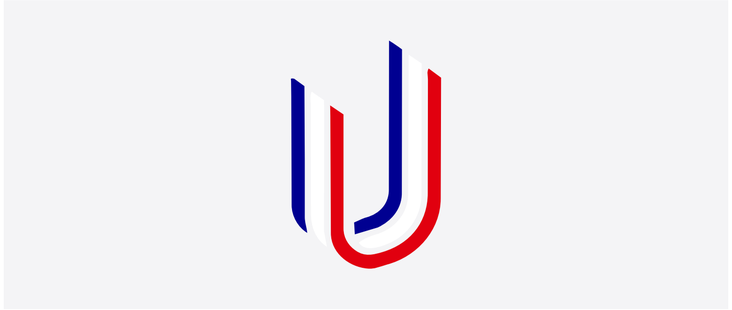
MONOGRAMME

Version courte, uniquement typographique, pour les petits espaces.



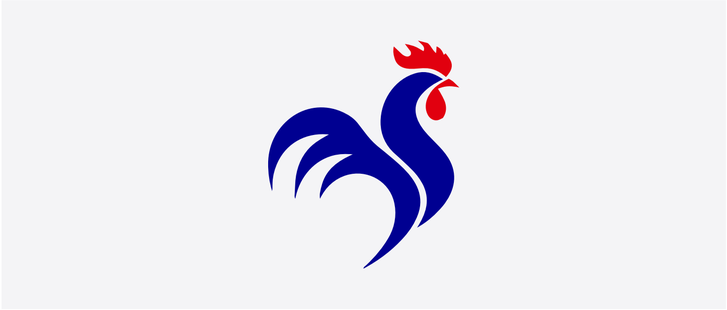
VERSION COQ

Équipes de France universitaires et compétitions internationales.



SYMBOLE U

Avatar, favicon, motif graphique, signature visuelle.

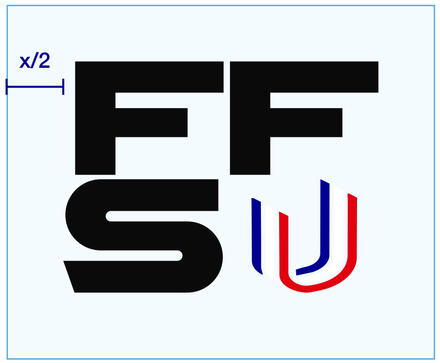


COQ

Emblème d’appui, réservé aux supports internationaux.

VERSIONS COURTES

Compacte, monogramme et coq.



VERSION COMPACTE

Formats carrés, verticaux ou réduits : avatars, textile, objets, signalétique étroite.



MONOGRAMME

Uniquement typographique : broderie fine, gravure, ou quand les couleurs ne peuvent pas être reproduites.



VERSION COQ

Réservée aux équipes de France universitaires et aux compétitions internationales.

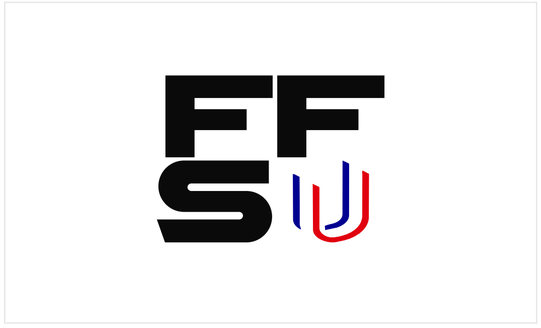
x = hauteur d'une lettre. Zone de protection des versions courtes : x/2 de chaque côté. Le logo principal reste la version de référence.

VERSIONS COULEUR

Couleur, noir et blanc.

COULEUR





Version de référence, sur fond blanc ou clair.

COULEUR, FOND SOMBRE





Fonds noirs ou très sombres.

MONOCHROME NOIR





Impression une couleur, tampon, gravure.

MONOCHROME BLANC





Fonds bleus, rouges et photos.

FONDS ET CONTRASTES

Choisir la bonne version selon le fond.



FOND BLANC

Version couleur.



FOND CLAIR

Version couleur.



FOND BLEU

Version monochrome blanche.



FOND NOIR

Version couleur, logotype blanc.



PHOTO

Version blanche, sur une zone calme de l’image.



FOND ROUGE

Version monochrome blanche.

04

LES COULEURS

Bleu, blanc, rouge : une palette fédérale, franche et lisible.

COULEURS PRINCIPALES

Bleu, blanc, rouge.

Bleu saphir

HEX	#000091
RVB	0 / 0 / 145
CMJN	100 / 80 / 0 / 0
PANTONE	Reflex Blue C

Rouge carmin

HEX	#E1000F
RVB	225 / 0 / 15
CMJN	0 / 100 / 100 / 0
PANTONE	Red 032 C

Noir ébène

HEX	#0A0A0A
RVB	10 / 10 / 10
CMJN	0 / 0 / 0 / 96
PANTONE	Black C

Blanc

HEX	#FFFFFF
RVB	255 / 255 / 255
CMJN	0 / 0 / 0 / 0
PANTONE	— (papier)

CMJN et Pantone repris de la charte de communication de l'État (Bleu France, Rouge Marianne). À valider sur nuancier avant toute impression.

NUANCES

Une gamme pour le digital et l'édition.

BLEU SAPHIR

100 %	80 %	60 %	40 %	20 %	10 %
#000091	#3333A7	#6666BD	#9999D3	#CCCCE9	#E6E6F4

ROUGE CARMIN

100 %	80 %	60 %	40 %	20 %	10 %
#E1000F	#E7333F	#ED666F	#F3999F	#F9CCCF	#FCE6E7

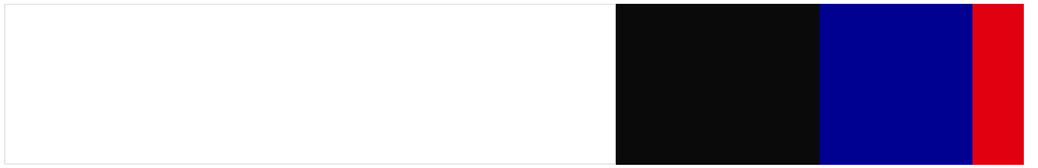
NOIR ÉBÈNE

Noir	Anthracite	Gris	Gris moyen	Gris clair	Perle
#0A0A0A	#1E1E1E	#707070	#B3B3B3	#E6E6E6	#F4F4F6

PROPORTIONS

Équilibre et lisibilité.

RÉPARTITION RECOMMANDÉE



60 %	20 %	15 %	5 %
Blanc	Noir	Bleu	Rouge

Le blanc domine pour une identité claire et aérée. Le noir porte le texte, le bleu porte l'identité ; le rouge est réservé aux accents : chiffres clés, appels à l'action, détails.

ACCESSIBILITÉ — CONTRASTES WCAG 2.1

Aa	Bleu sur blanc	14,9 : 1	AAA
Aa	Noir sur blanc	19,8 : 1	AAA
Aa	Blanc sur bleu	14,9 : 1	AAA
Aa	Rouge sur blanc	5,0 : 1	AA
Aa	Blanc sur rouge	5,0 : 1	AA
Aa	Rouge sur bleu	3,0 : 1	À éviter pour le texte

05

LA TYPOGRAPHIE

Deux familles complémentaires : l'énergie du titrage, la clarté du texte.

VOGJER

Typographie du Logo.

Aa

CAPITALES

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

BAS DE CASSE

abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

USAGE

Réservée au logo. Les titres et accroches sont composés en Scale VF Bold Italic.

LICENCE

Dessinée par Limitype. La version « Demo » est réservée à un usage personnel : l'usage par la FFSU demande l'achat de la licence commerciale.

SCALE VF

Typographie de texte.

Aa

THIN ITALIC

Utile, unique, universelle.

Sous-titres, signature du logo.

LIGHT

Utile, unique, universelle.

Texte courant.

LIGHT ITALIC

Utile, unique, universelle.

Citations, légendes.

MEDIUM

Utile, unique, universelle.

Intertitres, étiquettes.

BOLD

Utile, unique, universelle.

Mises en avant.

DISPONIBILITÉ

Installée sur tous les appareils Apple. En bureautique ou sous Windows, utiliser Arial.

HELVETICA NEUE

Typographie de texte.

Aa

THIN ITALIC	*Utile, unique, universelle.* Sous-titres, signature du logo.
LIGHT	Utile, unique, universelle. Texte courant.
LIGHT ITALIC	*Utile, unique, universelle.* Citations, légendes.
MEDIUM	**Utile, unique, universelle.** Intertitres, étiquettes.
BOLD	**Utile, unique, universelle.** Mises en avant.

DISPONIBILITÉ

Installée sur tous les appareils Apple. En bureautique ou sous Windows, utiliser Arial.

STYLES DE TEXTE

Une hiérarchie claire et constante.

TITRE PRINCIPAL

TITRE
Scale · 64 pt · capitales · Bold Italic

Un sous-titre en italique fine.

SOUS-TITRE
Helvetica Neue Thin Italic · 34 pt · gris 707070 · se termine par un point

INTERTITRE

INTERTITRE
Helvetica Neue Medium · 16 pt · capitales · approche 200

La Fédération organise, développe et promeut la compétition sportive universitaire en France, des championnats d'académie aux championnats du monde.

TEXTE COURANT
Helvetica Neue Light · 22 pt · anthracite 1E1E1E

Légende ou crédit photo.

LÉGENDE
Helvetica Neue Light Italic · 16 pt · gris 707070

Corps donnés pour l'impression (pt) ; à l'écran, mêmes valeurs en pixels sur une base 1920 px.

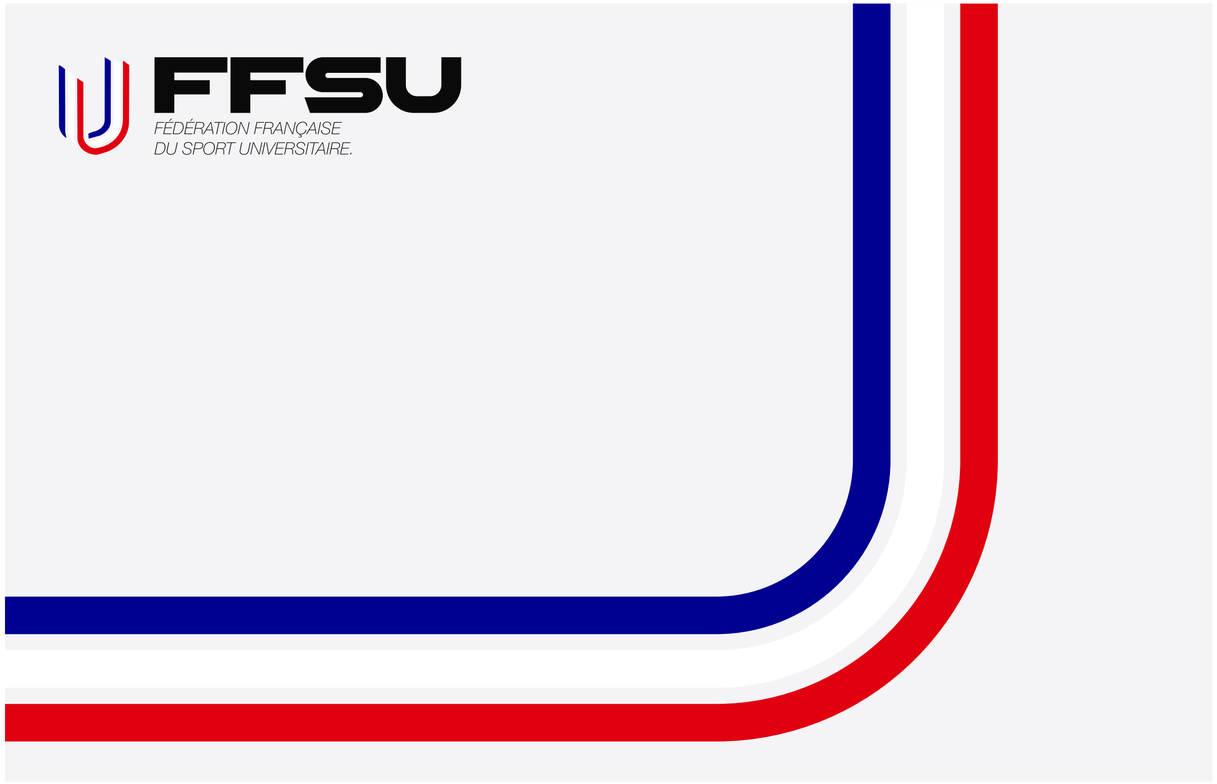
06

UNIVERS GRAPHIQUE

Des éléments issus du symbole pour prolonger l'identité sur tous les supports.

LE MOTIF COULOIRS

Le symbole en mouvement.



ORIGINE

Le motif reprend les trois bandes du symbole et prolonge le U dans les mises en page.

ORDRE

Les bandes se lisent toujours dans l'ordre du drapeau : bleu, blanc, rouge — le rouge à l'extérieur.

USAGE

En bordure de page, en fond de couverture ou pour guider le regard. Une seule trajectoire par page.

À ÉVITER

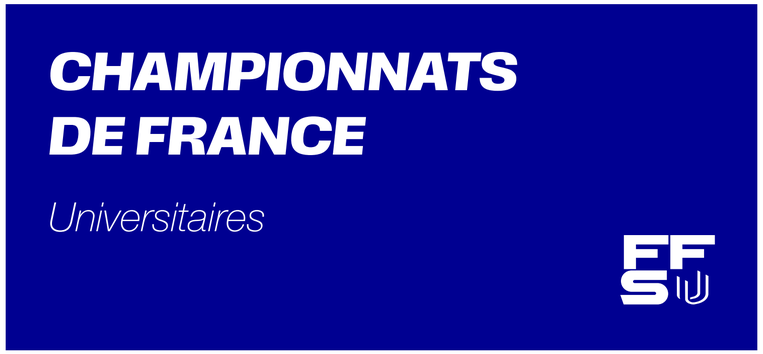
Inverser les couleurs, ajouter une quatrième bande, faire passer le motif sous le logo.

LA PHOTOGRAPHIE

L'énergie du mouvement.







Visuels d'illustration, à remplacer par des photos FFSU ou libres de droits.

MOUVEMENT

Saisir l'action : flou de vitesse, cadrages serrés, instants décisifs.

AUTHENTICITÉ

Des étudiants en situation réelle, en compétition comme à l'entraînement.

DIVERSITÉ

Toutes les disciplines, tous les niveaux, toutes et tous.

LOGO SUR PHOTO

Version blanche, sur une zone calme de l'image, avec sa zone de protection.

07

BONS USAGES

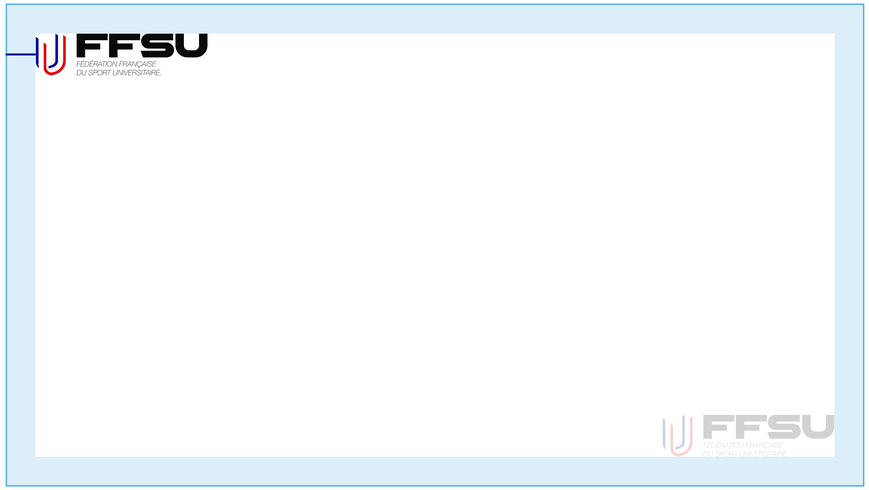
Préserver l'intégrité du logo, c'est préserver la reconnaissance de la Fédération.

PLACEMENT DU LOGO

Position, taille et marges.



FORMAT A4



ÉCRAN 16:9



POST CARRÉ

POSITION

En haut à gauche de préférence ; en bas à droite si la composition l'impose (logo estompé ci-dessus).

MARGES

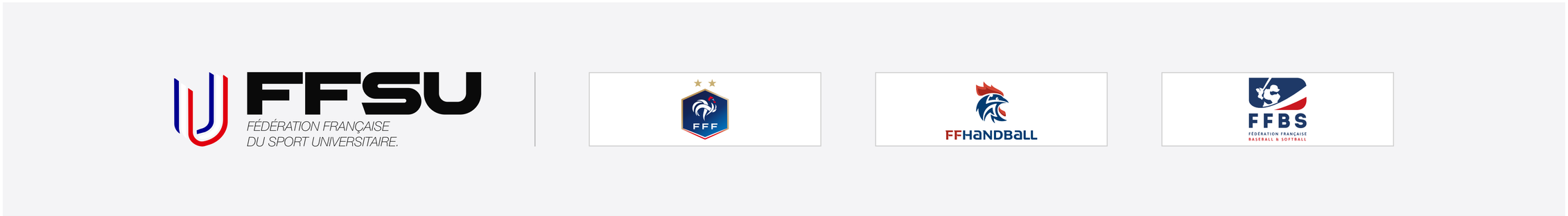
Entre le logo et le bord du format, au minimum sa zone de protection : la largeur du symbole (zone bleue).

TAILLE

A4 : 60 à 70 mm de large. Écran : 1/5 de la largeur. Réseaux sociaux : version compacte, 1/4 de la hauteur.

CO-BRANDING

Associer la FFSU à ses partenaires.



LA FFSU ORGANISATRICE, AVEC SES PARTENAIRES



BANDEAU DE PARTENAIRES : MÊME HAUTEUR VISUELLE POUR TOUS

ALIGNEMENT

Logos sur une même ligne, centrés verticalement, à hauteur visuelle équivalente.

SÉPARATION

Un filet vertical fin, gris clair, sépare la FFSU de ses partenaires. Espacement : la zone de protection.

HIÉRARCHIE

Quand la FFSU organise, son logo est placé en premier, à gauche. Un logo partenaire n’est jamais plus grand.

LES INTERDITS

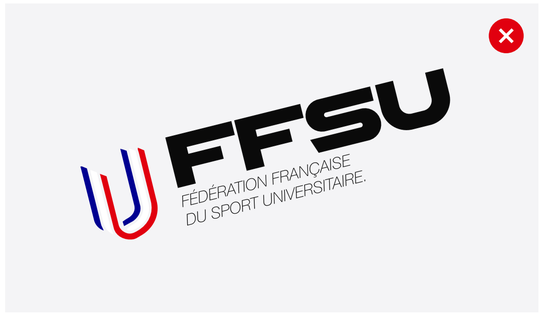
Ce qu'il ne faut jamais faire.



Déformer ou étirer le logo.



Modifier ses couleurs.



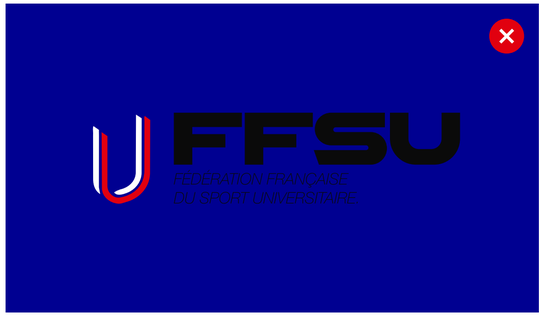
Le faire pivoter.



Réorganiser ses éléments.



Le réduire à un contour.



Le poser sur un fond sans contraste.



Changer sa typographie.



Empiéter sur sa zone de protection.

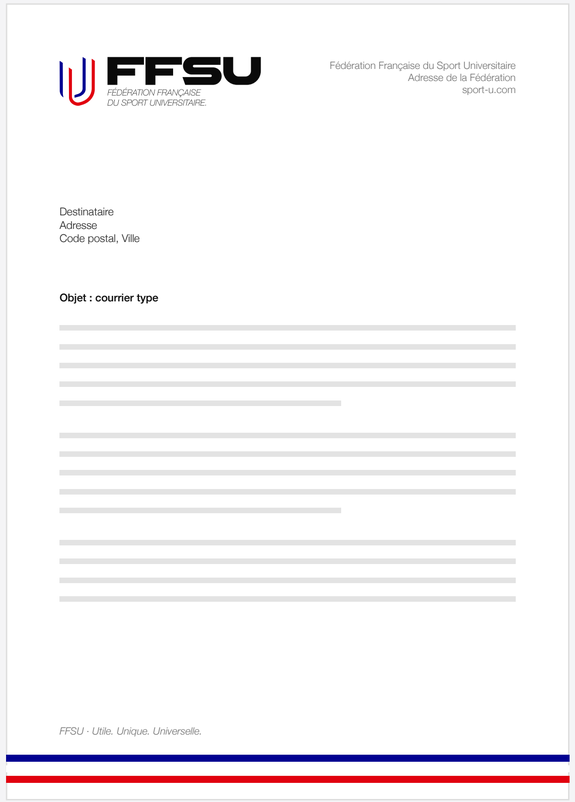
08

APPLICATIONS

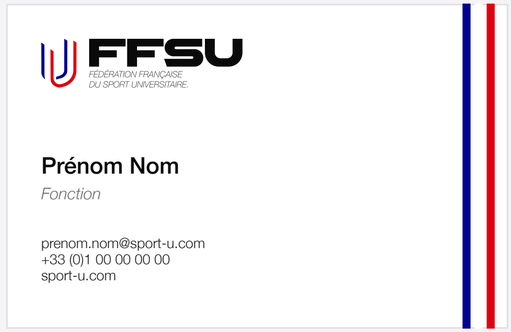
L'identité en situation : papeterie, digital, événementiel et textile.

PAPETERIE

Papier à en-tête, carte de visite, signature.









RÈGLES

Logo en haut à gauche, coordonnées en Helvetica Neue Light, bandes tricolores en rappel discret. Formats : A4, carte 85 × 55 mm.

DIGITAL

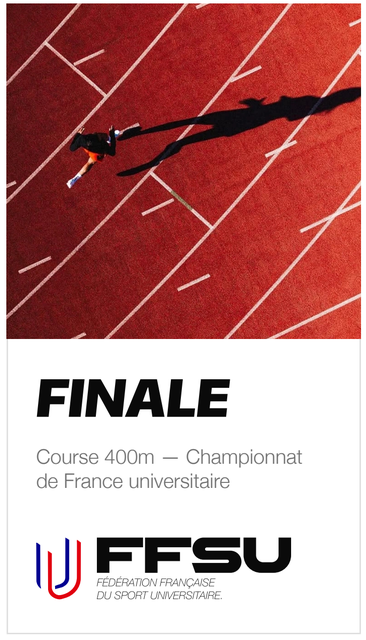
Réseaux sociaux et écrans.



POST — PHOTO



POST — TYPOGRAPHIQUE



STORY

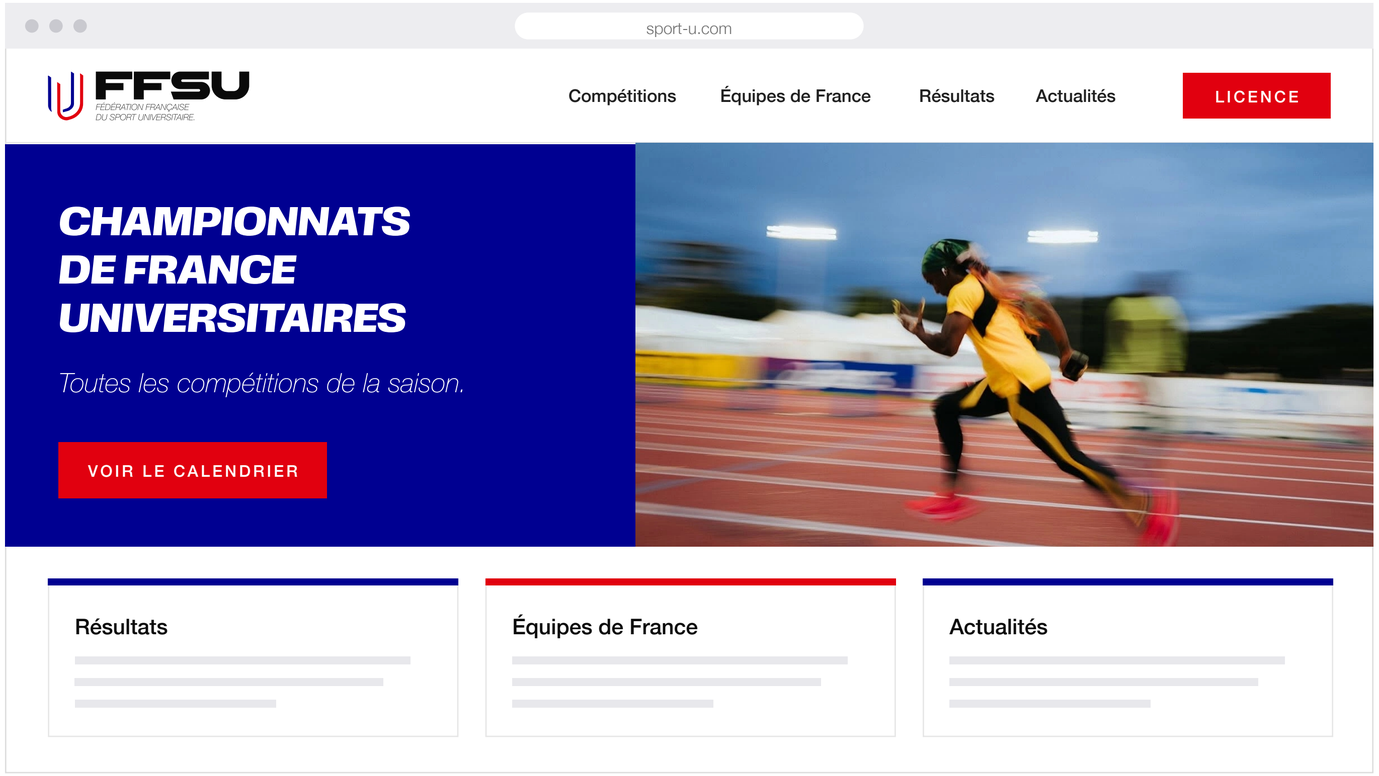


AVATAR · BANNIÈRE

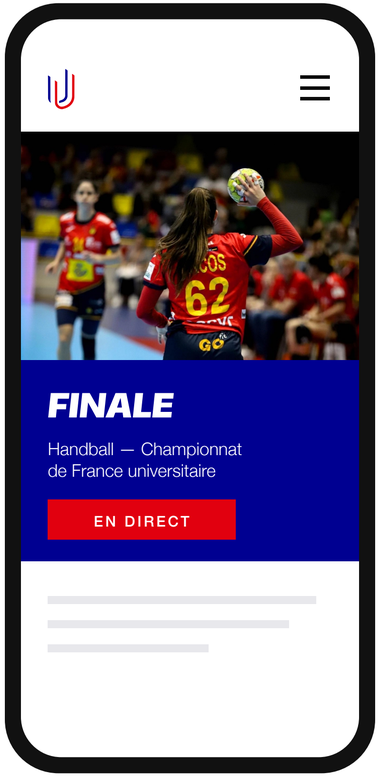
Photo + aplat bleu pour l'information, aplat bleu + symbole en filigrane pour les annonces. Le logo reste toujours en blanc ou en couleur, jamais déformé.

SITE WEB

L'identité à l'écran.



ORDINATEUR



MOBILE

EN-TÊTE

Logo principal en haut à gauche, sur fond blanc. Sur mobile, le symbole U seul suffit.

COULEURS

Bleu pour les aplats et les liens ; le rouge est réservé aux boutons d'action.

FAVICON



64 px 32 px 16 px

SUR LE TERRAIN

Événementiel et compétitions.



AFFICHE A3

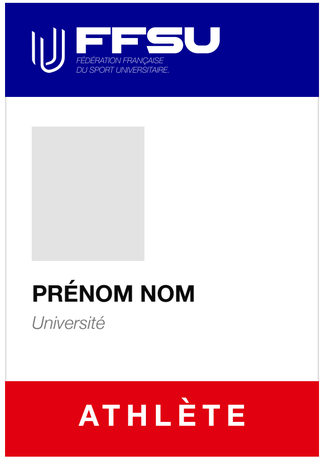


DOSSARD

Sur le terrain, le logo doit se lire de loin : version couleur sur fond blanc, version blanche sur les aplats bleus et rouges, bandes tricolores pour signer les supports.



KAKÉMONO



ACCRÉDITATION

TEXTILE

Tenues et maillots.



T-SHIRT — FACE



MAILLOT — DOS

LOGO

Version compacte côté cœur, ou logo principal centré. Brodé ou imprimé, jamais coupé par une couture.

COULEURS

Textile blanc : logo couleur. Textile bleu ou rouge : logo blanc. Bandes tricolores en rappel sur les manches.

ÉQUIPES DE FRANCE

La version coq peut remplacer la version compacte sur les tenues des équipes de France universitaires.

GOODIES

Gourdes et objets.



GOURDES



TOTE BAG

LOGO

Symbole U ou version compacte : ils restent lisibles sur les surfaces courbes et étroites.

COULEURS

Objet bleu ou rouge : logo blanc. Objet blanc : logo couleur. Une gamme bleu, blanc, rouge rappelle le drapeau.

MARQUAGE

Gravure, sérigraphie ou broderie : prévoir la version monochrome quand la couleur n’est pas reproductible.

MOCKUPS

L'identité FFSU en situation réelle.

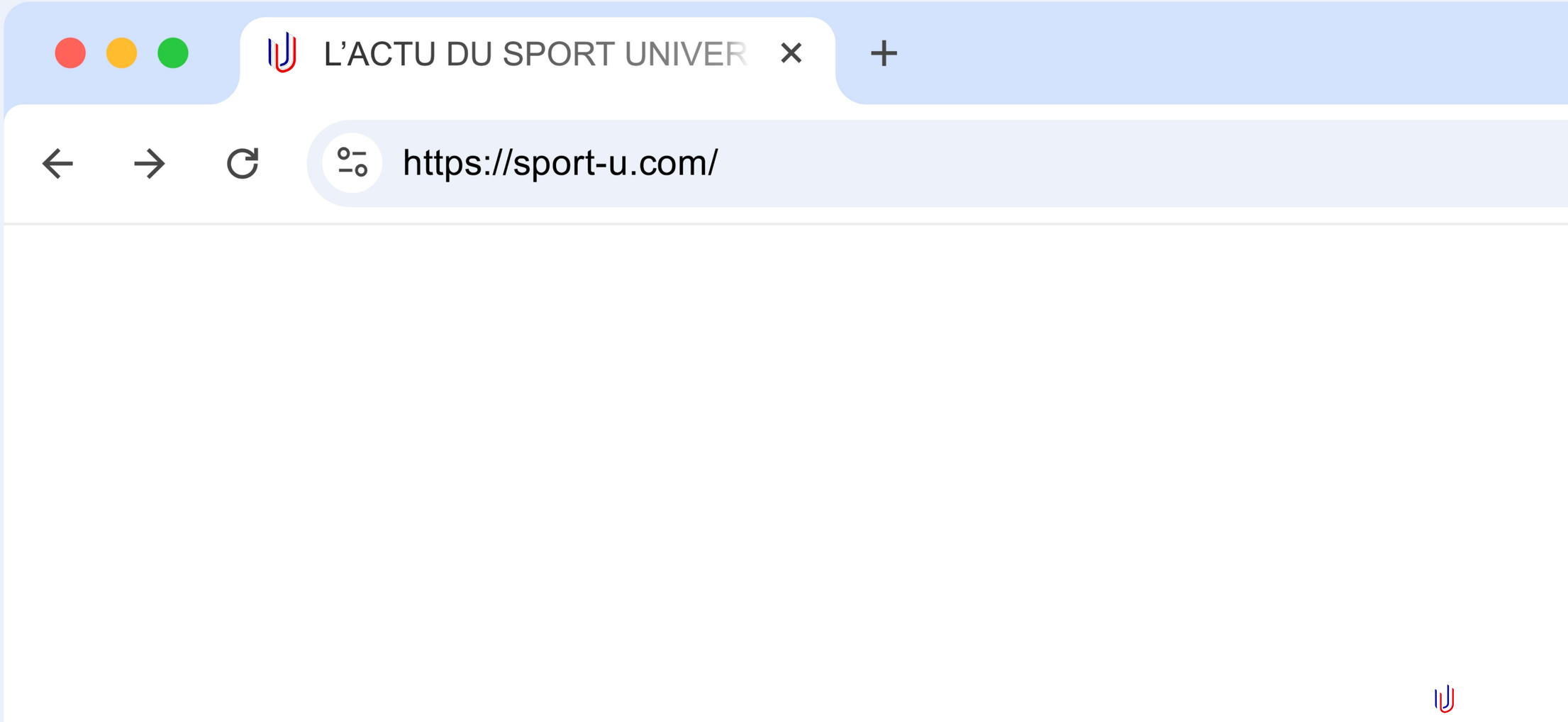
Fond de page : logo monochrome en relief sur papier noir texturé.

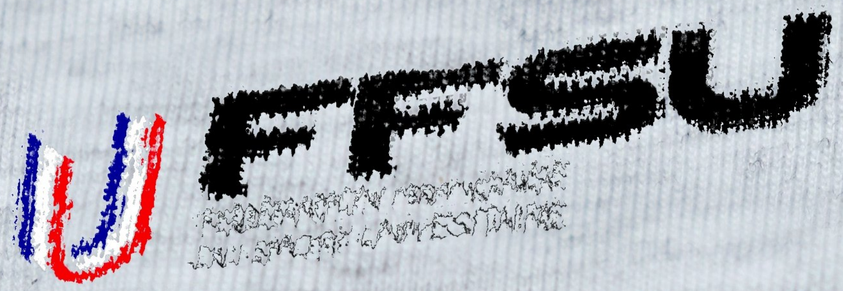

FFSU
FÉDÉRATION FRANÇAISE
DU SPORT UNIVESITAIRE.


FFSU


FFSU
FÉDÉRATION FRANÇAISE
DU SPORT UNIVESITAIRE.


FFSU
FÉDÉRATION FRANÇAISE
DU SPORT UNIVERSITAIRE.


L’ACTU DU SPORT UNIVER
https://sport-u.com/



FFSU

FÉDÉRATION FRANÇAISE
DU SPORT UNIVERSITAIRE.

Utile. Unique. Universelle.

SPORT-U.COM

jeremy.sauterelpro@gmail.com