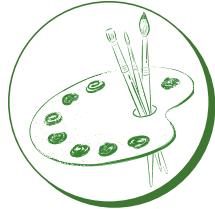


FICHE OUTIL

COMMUNIQUER SUR LES RESEAUX SOCIAUX : L'intérêt d'avoir une identité visuelle



Qu'est-ce qu'une identité visuelle : c'est un moyen utilisé pour être rapidement identifié et reconnu par tous.

Pour cela, on utilise une charte graphique qui comprend des logos, des couleurs, une typographie, des modèles de présentation d'information, qui est toujours la même dans toutes les communications de l'association (compte rendu de réunions, objets publicitaires, signatures de mails, utilisation réseaux sociaux etc...).

Comment définir son identité visuelle :

- L'identité visuelle diffuse un certain nombre de codes et de valeurs. Il faut se questionner sur ce que nous souhaitons transmettre comme information.
- Quel public voulons-nous toucher (la cible) ?
- Existe-t-il une charte graphique déjà existante au niveau national sur laquelle s'appuyer ? L'intérêt est ainsi de multiplier les communications comportant une identité visuelle similaire.
- Comment se différencier d'éventuels concurrents ?

Comment définir son identité visuelle :

- L'identité visuelle diffuse un certain nombre de codes et de valeurs. Il faut se questionner sur ce que nous souhaitons transmettre comme information.
- Quel public voulons-nous toucher (la cible) ?
- Existe-t-il une charte graphique déjà existante au niveau national sur laquelle s'appuyer ? L'intérêt est ainsi de multiplier les communications comportant une identité visuelle similaire.
- Comment se différencier d'éventuels concurrents ?



Quel est l'intérêt d'avoir une identité visuelle ?

- La répétition de l'affichage d'une même charte graphique sur tous les types de communications permet aux personnes qui la visualisent de s'en souvenir plus facilement.
- Permettre de reconnaître plus rapidement l'AMAP et donc de la « suivre ».
- Montrer le sérieux de l'association, voire son appartenance à un « groupe » plus important et donc plus « rassurant ».

Quelques conseils pratiques :



Les polices d'écriture.

Pour une meilleure lisibilité, restez sobre dans le choix de vos polices et réservez les caractères fantaisie à vos titres ou votre signature. Utiliser une police unique permet d'ajouter un élément graphique supplémentaire à votre identité visuelle et de la rendre encore plus performante.

Les palettes de couleurs sont essentielles pour transmettre un message efficacement. Il est recommandé de choisir entre 4 et 5 couleurs pour éviter l'incohérence, incluant 2 couleurs primaires pour le logo et 2 à 3 couleurs secondaires ou tertiaires pour la communication. Il est important d'examiner le symbolisme des couleurs pour faire des choix stratégiques.

Grâce au chantier sur la marque AMAP, le MIRAMAP (Mouvement Inter-Régional des AMAP) et les réseaux d'AMAP ont travaillés sur une charte graphique commune, disponible : [ici](#)

UNE QUESTION ?

contact@lesamapdeprovence.org ; 07 82 14 29 89
<http://www.lesamapdeprovence.org>