

Cfdt:

IDENTITÉ VISUELLE
CHARTRE DES ÉDITIONS

CHARTRE GRA— PHIQUE 2012

FÉVRIER 2013

**UNE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE
POUR LA CFDT**

Ce document présente la nouvelle identité visuelle de la CFDT. Elle a été construite à partir d'entretiens avec des secrétaires nationaux, des membres du bureau national et des secrétaires confédéraux, en particulier du service information-communication. Laurent Berger l'a présentée à l'assemblée générale des syndicats le 28 novembre 2012.

Cette identité visuelle et la nouvelle signature traduisent l'originalité de la CFDT dans le paysage syndical. Autonomie, émancipation, capacité d'engagement, respect de l'individu et construction de l'intérêt général sont l'ADN de la CFDT.

Sa couleur est l'orange évidemment, le nouveau logo la retient. La forme ronde est symbole d'humanité et de mouvement. Le dialogue social qui est privilégié, est symbolisé par les deux points de ponctuation qui expriment aussi une volonté d'ouverture, sur d'autres acteurs de la société civile, sur l'Europe, sur le monde.

La nouvelle signature «S'engager pour chacun, agir pour tous» est délibérément simple, compréhensible par tous. Elle exprime notre sens de l'individuel et du collectif, signe distinctif de la CFDT. Elle traduit le bénéfice que chacun peut attendre de notre action syndicale.

L'identité visuelle s'appuie également sur un univers coloriel et des signes d'expression qui révèlent la personnalité de la CFDT. L'agence M&C SAATCHI a tout spécialement créé pour nous une typographie de ponctuation dont nous sommes propriétaires qui doit se déployer sur tous les médias de la CFDT, internet, magazines, réseaux sociaux, etc., dans la gestion des titres principalement. Elle permet d'accentuer le sens d'un mot. Signe de reconnaissance, de personnalité, cette typographie pour rester lisible, doit être utilisée avec parcimonie : une lettre, maximum deux par mot.

Enfin les choix de déclinaison proposés aux fédérations et aux unions régionales prennent le parti d'éviter les sigles, abscons pour le plus grand nombre. Le tout doit nous permettre de renforcer la proximité avec les salariés, dans la modernité d'un sigle qui évoque le smiley et la communication digitale qui influe aussi dans nos rangs. :-)

1.
ÉLÉMENTS
DE BASE DU LOGOTYPE

2.
SIGNATURE

3.
PAPETERIE

4.
COSIGNATURES

5.
COSIGNATURES
+ SIGNATURE

6.
ÉDITION

1. ÉLÉMENTS DE BASE DU LOGOTYPE



LOGOTYPE CFDT

NOTRE LOGO, C'EST NOTRE SIGNATURE COMMUNE

C'est un outil de communication indispensable : il « signe » toutes nos actions, donne cohérence et visibilité à l'engagement qui est le nôtre à travers toutes les organisations qui créent au jour le jour la dynamique de la cfdt. Son rôle premier, c'est de dire que nous sommes présents sur tous les terrains de l'action syndicale : il s'adresse d'abord à nous-mêmes, à chaque militant qui l'adoptera comme signe d'appartenance à notre confédération. Pour les salariés, pour nos interlocuteurs institutionnels, pour les médias, notre logo marque de manière simple et immédiatement reconnaissable l'action de la cfdt.

PARTAGEONS NOTRE LOGO

Ces règles simples une fois connues, il appartient à chaque organisation de s'approprier notre logotype pour signer son matériel de communication et, à travers lui, ses actions. Chaque organisation - unions régionales et départementales, fédération et syndicats - va pouvoir disposer de «son» logo.



LOGOTYPE CFDT
VERSION DE RÉFÉRENCE
EN COULEURS



LE LOGO CFDT :

1/ Les lettres «Cfdt» ont été dessinées spécialement pour la Cfdt.

2/ La typographie vient s'inscrire dans un rond : symbole positif et humain du monde Cfdt. Le rond est partie intégrante du logo. C'est une forme dynamique, symbole fort de mouvement et d'énergie.

3/ Le orange devient la couleur unique et emblématique de la Cfdt.

4/ Les deux points marquent les valeurs de dialogue et d'ouverture de la Cfdt. Le logo va donc ouvrir les mises en page et se positionner systématiquement en haut à gauche (sauf cas exceptionnel).



LOGOTYPE CFDT
VERSION DE RÉFÉRENCE
EN COULEURS



USAGE DE RÉFÉRENCE :

Le logo existe en deux versions principales : Orange sur fond blanc ou blanc sur fond orange. Les deux versions peuvent être utilisées suivant les contraintes de mise en page.

TAILLE MINIMALE :

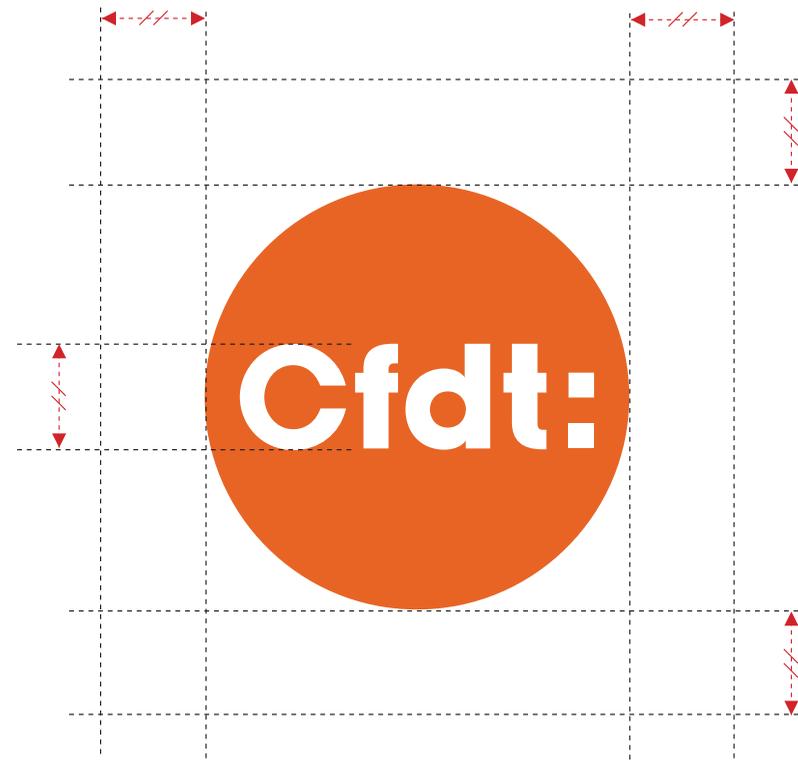
Pour qu'il reste lisible, le logo ne peut pas être utilisé en dessous de sa taille minimale : 7 millimètres.



7 mm



LOGOTYPE CFDT
ZONE DE PROTECTION



ZONE DE PROTECTION :

La zone de protection autour du logotype est destinée à protéger sa visibilité et sa lisibilité. Cette zone est égale à la hauteur de la lettre «C» du logotype Cfdt.
Aucun élément graphique (logo, titre, objet, écriture, etc.) ne doit apparaître dans cette zone.



LOGOTYPE CDT
ZONE DE PROTECTION



ZONE DE PROTECTION :

La zone de protection autour du logotype est destinée à protéger sa visibilité et sa lisibilité. Cette zone est égale à la hauteur de la lettre «C» du logotype Cfdt.
Aucun élément graphique (logo, titre, objet, écriture, etc.) ne doit apparaître dans cette zone.



LOGOTYPE
USAGE EN NOIR & BLANC



TOLÉRANCE :

La version du logo noir/blanc ne doit être utilisée que dans certains cas, quand l'utilisation du logo en couleur est impossible pour des contraintes techniques d'impression (formulaire, dossier photocopié...).



LOGOTYPE
USAGE EN NOIR & BLANC



TOLÉRANCE :

La version du logo noir/blanc ne doit être utilisée que dans certains cas, quand l'utilisation du logo en couleur est impossible pour des contraintes techniques d'impression (formulaire, dossier photocopié...).

TAILLE MINIMALE :

Pour qu'il reste lisible, le logo ne peut pas être utilisé en dessous de sa taille minimale : 7 mm.



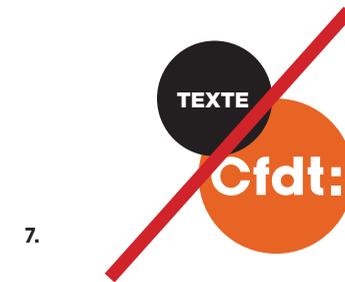
7 mm



LOGOTYPE LES INTERDITS



LOGOTYPE LES INTERDITS



Le logotype ne peut être déformé d'aucune manière. Il est impératif de respecter les règles d'application du logotype et de proscrire les altérations de couleurs et de formes du symbole et de la typographie.

CE QU'IL NE FAUT PAS FAIRE:

1. Il ne faut pas modifier les couleurs du logotype
2. Il ne faut pas modifier ou remplacer la typographie
3. Il ne faut pas modifier la forme ronde du logotype
4. Il ne faut pas modifier l'espace entre les lettres

CE QU'IL NE FAUT PAS FAIRE :

5. Il ne faut pas modifier la proportion entre le rond et la typographie
6. Il ne faut pas incliner le logotype
7. Il ne faut pas ajouter des blocs sur le logotype
8. Il ne faut pas ajouter du texte sur le logotype



**LOGOTYPE CFDT
SUR FOND CLAIR**



1.

LE LOGO SUR UN FOND :

Le rond crée une zone de respiration autour de la typographie «Cfdt» mais, sur un fond visuel, il doit toujours rester visible.

Le logo doit donc venir sur des zones neutres dans une image ou sur une des couleurs de la gamme couleur.



**LOGOTYPE CFDT
SUR FOND FONCÉ**



2.

LE LOGO CFDT :

Le logo existe en deux versions principales : Orange sur fond blanc ou blanc sur fond orange. Les deux versions peuvent être utilisées suivant les contraintes de fond.



TYPOGRAPHIE PRINCIPALE

GOTHAM NARROW BLACK :

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

GOTHAM NARROW BOLD :

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

GOTHAM NARROW BLACK ET BOLD:

GOTHAM NARROW est la typographie principale qui doit être utilisée sur tous les supports de communication de la Cfdt. Les deux graisses Black et Bold doivent être utilisées prioritairement pour les grands titres et les accroches (affiches, couvertures, gros titres...). Cette typographie permet d'être utilisée de manière puissante et de répondre au logo.

Les typographies constituent un élément prépondérant du style graphique de la Cfdt. Elles doivent être respectées.

ATTENTION !

Les typographies Gotham ne sont pas libres de droits, Pour plus d'information vous pouvez contacter le service de communication de la Cfdt.



TYPOGRAPHIE PRINCIPALE DÉCLINAISONS

GOTHAM NARROW ULTRA :

ABCDEFGHIJKLMN O P Q
RSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

GOTHAM NARROW MEDIUM :

ABCDEFGHIJKLMN O P Q
RSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

GOTHAM NARROW BOOK :

ABCDEFGHIJKLMN O P Q
RSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

GOTHAM NARROW LIGHT :

ABCDEFGHIJKLMN O P Q
RSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

GOTHAM NARROW EXTRA LIGHT :

ABCDEFGHIJKLMN O P
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

GOTHAM NARROW THIN :

ABCDEFGHIJKLMN O P Q
RSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

GOTHAM NARROW :

L'ensemble des autres graisses peuvent être réservées aux textes secondaires pour tous les niveaux de lecture.

GOTHAM CONDENSED BOLD :

ABCDEFGHIJKLMN O P Q R S T U V W X Y Z
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

GOTHAM CONDENSED MEDIUM :

ABCDEFGHIJKLMN O P Q R S T U V W X Y Z
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

GOTHAM CONDENSED BOOK :

ABCDEFGHIJKLMN O P Q R S T U V W X Y Z
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

GOTHAM CONDENSED LIGHT :

ABCDEFGHIJKLMN O P Q R S T U V W X Y Z
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

GOTHAM CONDENSED :

La version condensed est réservée à des utilisations spécifiques en édition (web et print) pour résoudre des problèmes de lisibilité dans des espaces contraints. L'utilisation de cet univers typographique est essentiel à la cohérence graphique de tous les supports de communication.



**TYPOGRAPHIE
SECONDAIRE RÉSERVÉE
POUR L'ÉDITION**

MINION BLACK :
ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklm**nopqrstuvwxyz**
0123456789

MINION BOLD :
ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklm**nopqrstuvwxyz**
0123456789

MINION SEMIBOLD :
ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklm**nopqrstuvwxyz**
0123456789

MINION REGULAR :
ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklm**nopqrstuvwxyz**
0123456789

MINION :
Cette typographie est réservée à une utilisation pour des supports d'édition. Elle est recommandée pour des textes courants longs.

ATTENTION !
La typographie Minion n'est pas libre de droits, Pour plus d'information vous pouvez contacter le service de communication de la Cfdt.



**TYPOGRAPHIE
DE REMPLACEMENT**

ARIAL BLACK :
ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklm**nopqrstuvwxyz**
0123456789

ARIAL BOLD :
ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklm**nopqrstuvwxyz**
0123456789

ARIAL REGULAR :
ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklm**nopqrstuvwxyz**
0123456789

ARIAL :
Typographie de remplacement. Le choix d'une typographie universelle permet de garder une cohérence y compris sur des utilisations bureautique (PPT) ou terrain.
L'Arial est une typographie bureautique, installée par défaut sur tous les postes informatiques. Elle sera utilisée pour le texte courant, dès lors qu'on ne dispose pas des autres typographies présentées ici.



RÈGLES DE LA TYPOGRAPHIE «PONCTUATION»

LA TYPOGRAPHIE «PONCTUATION» A ÉTÉ CRÉÉE POUR ANIMER, POUR CARACTÉRISER OU PONCTUER UN MOT.

C'EST UNE TYPOGRAPHIE COMPLÉMENTAIRE À LA GOTHAM BLACK.

ELLE PERMET DE CHANGER UNE LETTRE SEULEMENT (OU DEUX AU MAXIMUM) DANS LE MOT POUR EN VALORISER OU ACCENTUER LE SENS.

L'UTILISATION DE CETTE TYPOGRAPHIE N'EST PAS OBLIGATOIRE, ET IL NE FAUT PAS EN ABUSER.

CETTE TYPOGRAPHIE PERMET D'INTÉGRER L'IDENTITÉ VISUELLE DE LA CFDT DANS DES MOTS OU PHRASES IMPACTANTES ET DE RÉPONDRE AUX DEUX POINTS DU LOGO.

NE PAS UTILISER POUR DES TITRES MAIS POUR DES MOTS OU DES PHRASES «CLÉS» COMME UNE ILLUSTRATION. (VOIR EXEMPLES PAGE SUIVANTE)

TYPOGRAPHIE «PONCTUATION»

Cette typographie est une typographie propriétaire, elle a été créée spécialement pour la Cfdt.

Elle est donc libre de droit mais réservée à un usage exclusif pour la Cfdt.

Pour plus d'information vous pouvez contacter le service de communication de la Cfdt.

CONSEIL D'UTILISATION :

Attention, ce n'est pas une typographie de titrage de texte. Les signes doivent être utilisés pour ponctuer la typographie GOTHAM BLACK. Le but est de caractériser et de valoriser un mot en changeant 1 ou 2 signes.



TYPOGRAPHIE «PONCTUATION»

A B C D E E E
F G H I J K
L M N O O
P Q R S T U
V W X Y Z

**TYPOGRAPHIE
DE PONCTUATION :
EXEMPLES**



EXEMPLE D'UTILISATION :

L'utilisation de cette typographie doit permettre de valoriser ou de souligner le sens de chaque mot. Comme on peut le voir dans les exemples ci-dessus, il ne faut changer qu'une ou deux lettres dans chaque mot et opter pour la ou les lettres qui vont renforcer le sens du mot.

**TYPOGRAPHIE
DE PONCTUATION :
EXEMPLES**

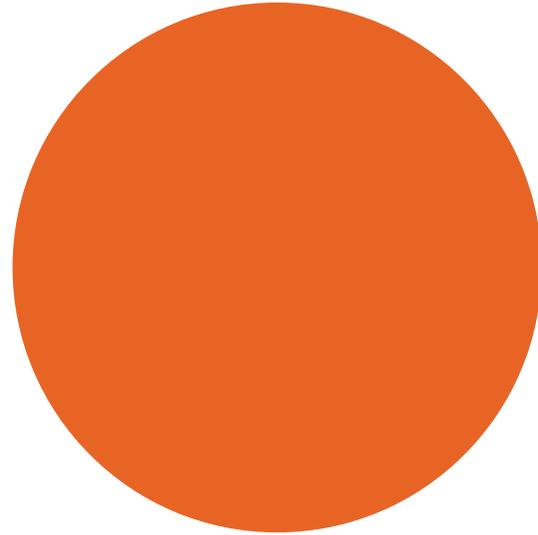


EXEMPLE D'UTILISATION :

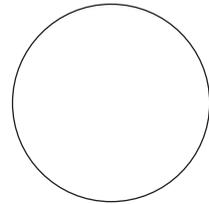
L'utilisation de cette typographie doit permettre de valoriser ou de souligner le sens de chaque mot. Comme on peut le voir dans les exemples ci-dessus, il ne faut changer qu'une ou deux lettres dans chaque mot et opter pour la ou les lettres qui vont renforcer le sens du mot.



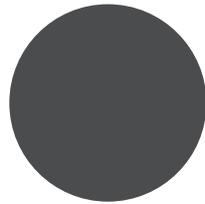
COULEURS PRINCIPALES



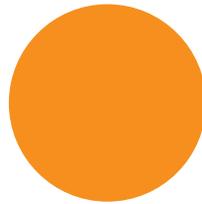
C : 01% M : 75% J : 100% N : 00%
 R : 218 V : 76 B : 24
 PANTONE : 166
 WEB : # E15C12



C : 00% M : 00% J : 00% N : 00%
 R : 255 V : 255 B : 255
 PANTONE :
 WEB : # FFFFFFFF



C : 00% M : 00% J : 00% N : 85%
 R : 60 V : 60 B : 62
 PANTONE : BLACK 7
 WEB : # 4B4B4D



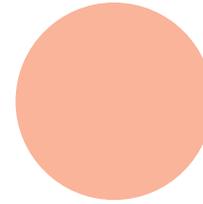
—
 —
 PANTONE : ORANGE FLUO
 —

LES COULEURS PRINCIPALES :

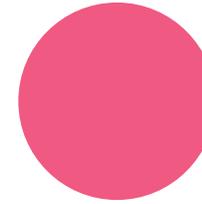
La couleur principale et identitaire de la Cfdt est le orange.
 Le blanc et le noir accompagnent cette couleur pour résoudre tous les problèmes de lisibilité.



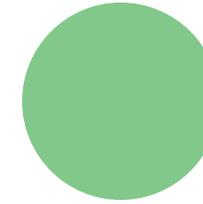
COULEURS D'ACCOMPAGNEMENT



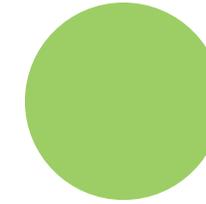
C : 00% M : 35% J : 35% N : 00%
 R : 244 V : 163 B : 136
 PANTONE : 487
 WEB : # F7BBA1



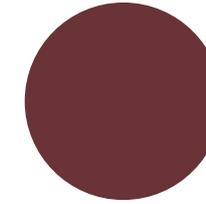
C : 00% M : 80% J : 25% N : 00%
 R : 228 V : 64 B : 113
 PANTONE : 198
 WEB : # E8527C



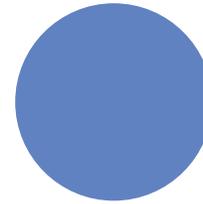
C : 50% M : 00% J : 60% N : 00%
 R : 120 V : 191 B : 118
 PANTONE : 7488
 WEB : # 92C581



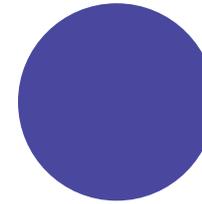
C : 42% M : 00% J : 79% N : 00%
 R : 146 V : 197 B : 77
 PANTONE : 375
 WEB : # AAC955



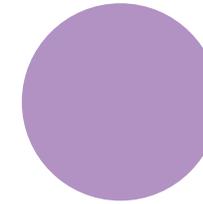
C : 00% M : 60% J : 30% N : 70%
 R : 85 V : 37 B : 44
 PANTONE : 7630
 WEB : # 6B3A3F



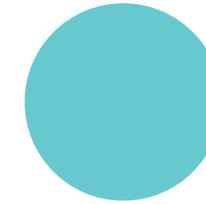
C : 64% M : 45% J : 00% N : 00%
 R : 81 V : 111 B : 183
 PANTONE : 2718
 WEB : # 6785BE



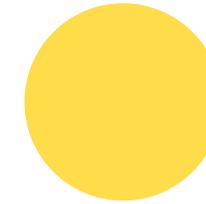
C : 84% M : 84% J : 00% N : 00%
 R : 57 V : 54 B : 143
 PANTONE : 2746
 WEB : # 474090



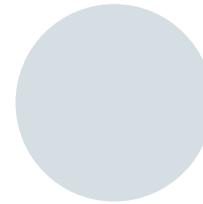
C : 30% M : 45% J : 00% N : 00%
 R : 160 V : 126 B : 185
 PANTONE : 2572
 WEB : # BB9AC4



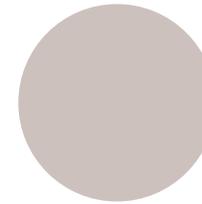
C : 50% M : 00% J : 20% N : 00%
 R : 95 V : 191 B : 198
 PANTONE : 319
 WEB : # 78C7CE



C : 00% M : 11% J : 81% N : 00%
 R : 255 V : 213 B : 49
 PANTONE : 109
 WEB : # FFDE40



C : 05% M : 00% J : 00% N : 10%
 R : 208 V : 219 B : 226
 PANTONE : 427
 WEB : # DFE5E9



C : 00% M : 07% J : 07% N : 22%
 R : 193 V : 180 B : 174
 PANTONE : 401
 WEB : # D4CBC7



C : 00% M : 00% J : 00% N : 11%
 R : 232 V : 233 B : 234
 PANTONE : 7541
 WEB : # F2F2F3

LES COULEURS D'ACCOMPAGNEMENT :

Les couleurs d'accompagnement ont été définies en harmonie avec le orange.

Elles sont réservées à un usage secondaire de déclinaison et en complément du orange.

2. SIGNATURE CFDT



UTILISATION DE LA SIGNATURE CFDT GRANDS PRINCIPES

**LA NOUVELLE SIGNATURE, A POUR BUT
DE MIEUX DÉFINIR LA MISSION DE LA CFDT.**

**ELLE S'APPLIQUE POUR LA CONFÉDÉRATION CFDT
ET POUR TOUTES LES FÉDÉRATIONS PAR MÉTIERS
ET PAR RÉGIONS.**

**LA NOUVELLE SIGNATURE «S'ENGAGER POUR
CHACUN, AGIR POUR TOUS» EST DÉLIBÉRÉMENT
SIMPLE, COMPRÉHENSIBLE PAR TOUS.**

**ELLE EXPRIME NOTRE SENS DE L'INDIVIDUEL
ET DU COLLECTIF, SIGNE DISTINCTIF DE LA CFDT.**

**ELLE TRADUIT LE BÉNÉFICE QUE CHACUN PEUT
ATTENDRE DE NOTRE ACTION SYNDICALE.**



SIGNATURE CFDT

S'ENGAGER POUR CHACUN AGIR POUR TOUS

CONSEIL D'UTILISATION :

L'utilisation de la signature avec le logo est réglementée mais la signature peut aussi être utilisée seule en titrage pour certains documents dans une typographie autre.

Avec le logo, elle doit être utilisée sans ponctuation et sur deux lignes. Par contre dans du texte il faut remettre la ponctuation : S'engager pour chacun, agir pour tous.



**SIGNATURE CFDT
AVEC LE LOGOTYPE**



1. VERSION HORIZONTALE :

Elle valorise la signature quand il n'y a pas d'autres messages. Dans cette version le corps de la signature est plus important.

2. VERSION VERTICALE :

Cette version permet de garder l'espace, à droite du logo, disponible pour un texte ou un message. Elle est particulièrement recommandée sur des supports d'édition.



**SIGNATURE CFDT
AVEC LE LOGOTYPE**



TAILLE MINIMALE VERSION HORIZONTALE :

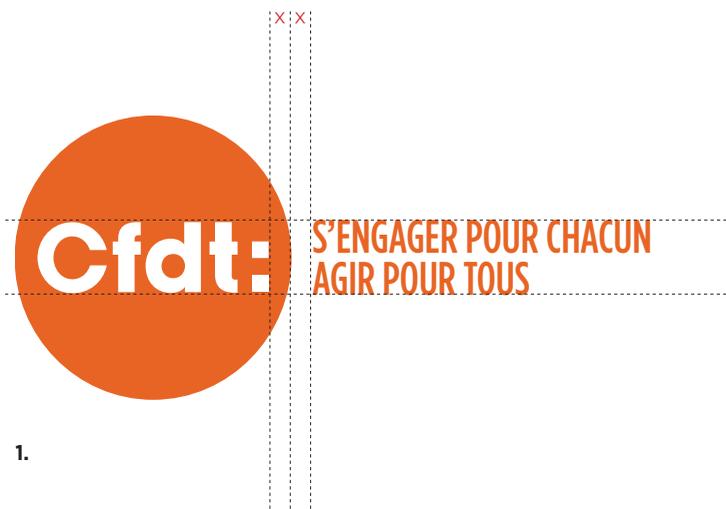
Pour qu'il reste lisible, le logo avec la signature à droite ne peut pas être utilisé en dessous de 13 millimètres.

TAILLE MINIMALE VERSION VERTICALE :

Pour qu'il reste lisible, le logo avec la signature en dessous ne peut pas être utilisé en dessous de 18 millimètres.



LOGOTYPE ET SIGNATURE CONSTRUCTION

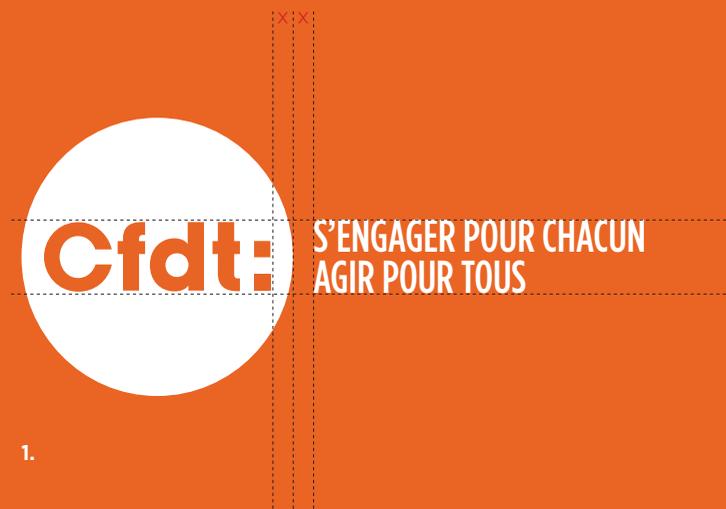


RÈGLE DE CONSTRUCTION :

1. La hauteur des deux lignes de la signature doit être égale à la hauteur de Cfdt.
2. L'espace (x) entre la signature et le bord du cercle doit être égal à l'espace (x) entre les deux points et le bord du cercle.



LOGOTYPE ET SIGNATURE CONSTRUCTION

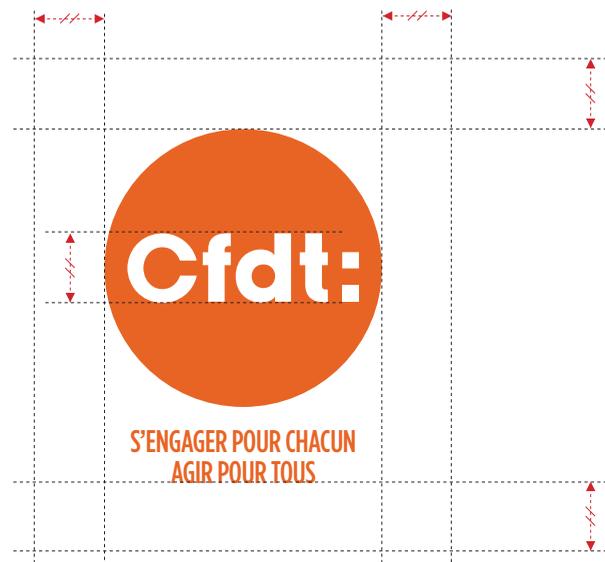


RÈGLE DE CONSTRUCTION :

1. La hauteur des deux lignes de la signature doit être égale à la hauteur de Cfdt.
2. L'espace (x) entre la signature et le bord du cercle doit être égal à l'espace (x) entre les deux points et le bord du cercle.



LOGOTYPE ET SIGNATURE ZONE DE PROTECTION

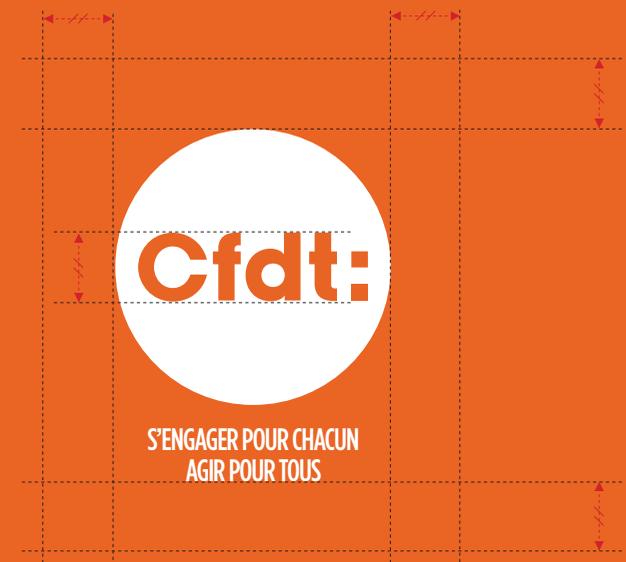


ZONE DE PROTECTION :

Le blanc tournant est une zone de protection autour du logotype destinée à en protéger la lisibilité. Cette zone est normée en fonction de la hauteur de «Cfdt» dans le logotype. Aucun élément graphique (objet, écriture, etc.) ne doit apparaître dans cette zone.



LOGOTYPE ET SIGNATURE ZONE DE PROTECTION



ZONE DE PROTECTION :

Le blanc tournant est une zone de protection autour du logotype destinée à en protéger la lisibilité. Cette zone est normée en fonction de la hauteur de «Cfdt» dans le logotype. Aucun élément graphique (objet, écriture, etc.) ne doit apparaître dans cette zone.



**LOGOTYPE ET SIGNATURE
VERSION NOIR & BLANC**



**S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS**

1.



**S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS**

2.



TOLÉRANCE :

La version du logo noir/blanc ne doit être utilisée que dans certains cas, quand l'utilisation du logo en couleur est impossible pour des contraintes techniques d'impression (formulaire, dossier photocopié...).



**LOGOTYPE ET SIGNATURE
VERSION NOIR & BLANC**



**S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS**

1.



**S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS**

2.



TOLÉRANCE :

La version du logo noir/blanc ne doit être utilisée que dans certains cas, quand l'utilisation du logo en couleur est impossible pour des contraintes techniques d'impression (formulaire, dossier photocopié...).



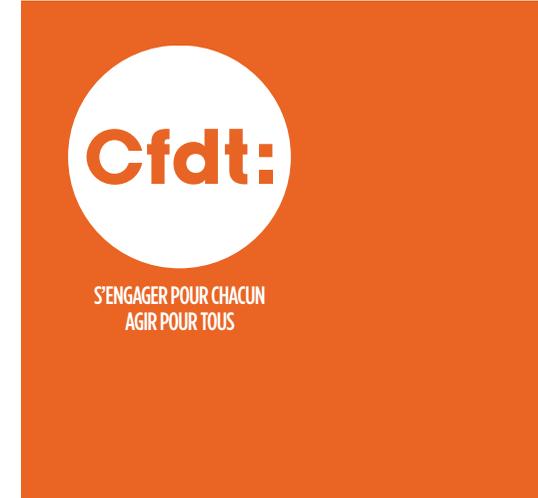
LOGOTYPE ET SIGNATURE SUR FOND CLAIR



1.



LOGOTYPE ET SIGNATURE SUR FOND FONCÉ



2.

3.

LE LOGO SUR UN FOND :

Sur un fond visuel le rond du logo doit toujours rester visible et la typographie doit rester lisible.

Le logo doit donc venir sur des zones neutres dans une image ou sur une des couleurs de la gamme couleur.

1.

La version orange est la version principale, la couleur orange étant l'identifiant fondamental de la Cfdt.

2.

La version blanche doit être utilisée systématiquement sur un fond orange ou sur un fond qui ne perturbe pas la lisibilité du rond orange du logo.

3.

La version orange (logotype) et blanche (signature) doit être réservée pour résoudre des problèmes de lisibilité de la signature.



LOGOTYPE ET SIGNATURE LES INTERDITS

1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



CE QU'IL NE FAUT PAS FAIRE:

- 1. Ne jamais écrire à l'intérieur du logo.
- 2. La signature ne doit jamais être plus grande que le logo.

3. Ne pas écrire la signature autour du logo

- 4. La typographie de la signature du logo ne peut être modifiée.

CE QU'IL NE FAUT PAS FAIRE :

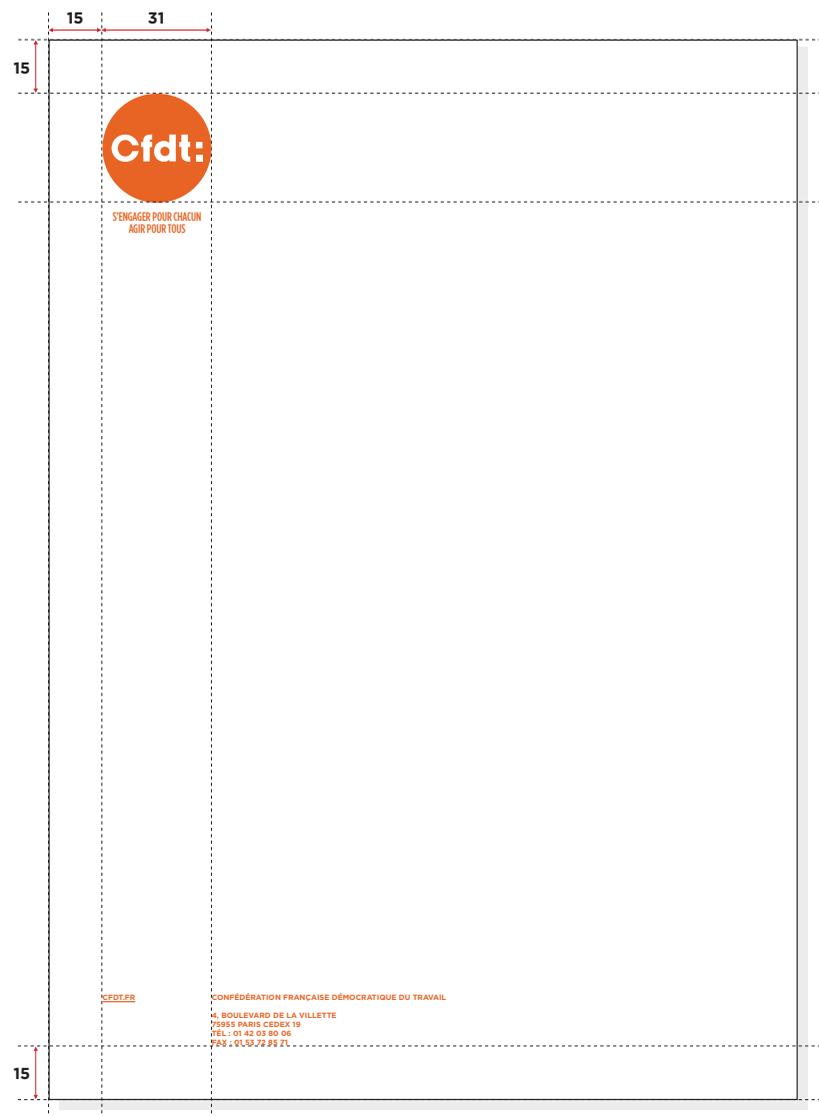
- 5. La couleur du logo et de la signature ne peuvent pas être modifiées.
- 6. Le logo ne peut être réduit à la même taille que la signature. Il doit conserver son impact.

7. La typographie «ponctuation» ne peut pas être utilisée pour écrire la signature.

3. PAPETERIE



PAPIER À LETTRE CONSTRUCTION A4



COULEUR PAPETERIE :

Toute la papeterie doit être imprimée en un seul ton, le orange Cfdt :

> Pantone 166

> C : 01 % M : 75 % J : 100 % N : 00 %

> Typographie papeterie : Gotham Bold

Corps : 6 pt Interligne : 7,2 pt

ADRESSE :

Le texte doit être aligné avec la signature en haut et avec l'adresse en bas de page.

Le texte doit être en fer à gauche, en drapeau.



PAPIER À LETTRE ZONE DE TEXTE



ZONE DE TEXTE :

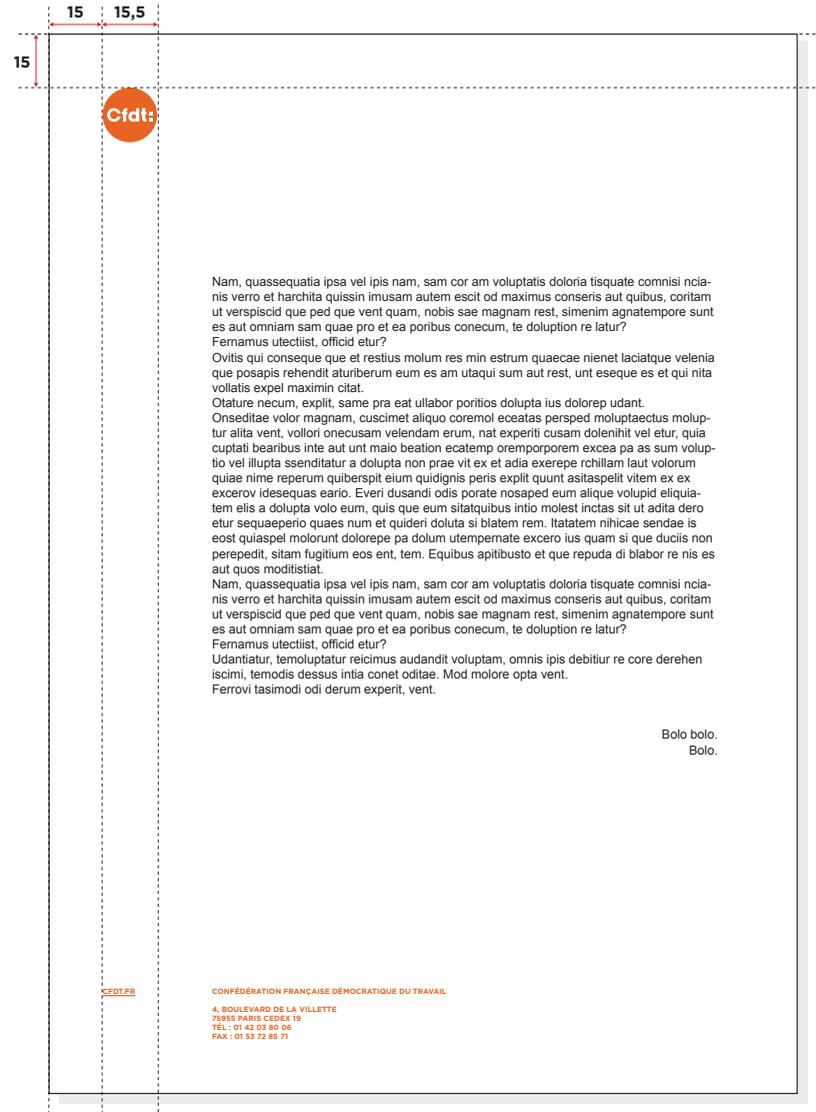
Pour le texte d'une lettre, il est recommandé, si possible, d'utiliser les typographies de la charte (Gotham, Arial, Minion)

ZONE BLANCHE À GAUCHE :

Il ne faut pas écrire dans cette zone. Elle est réservée au logo, à la signature et au site.



PAPIER À LETTRE PAGE DE SUITE



ENVELOPPE ZONE DE TEXTE



COULEUR PAPETERIE :

Toute la papeterie doit être imprimée en un seul ton, le orange Cfdt :

> Pantone 166

> C : 01 % M : 75 % J : 100 % N : 00 %

> Typographie papeterie : Gotham Bold

Corps : 6 pt Interligne : 7,2 pt

ZONE DE TEXTE :

Pour le texte de lettre, il est recommandé, si possible, d'utiliser les typographies de la charte (Gotham, Arial, Minion)

LOGO ET ADRESSE SUR L'ENVELOPPE :

Le texte doit être aligné avec la signature en haut et avec l'adresse en bas de page.

L'adresse doit être en fer à gauche, en drapeau et rester aligné avec le logo à gauche.

Une marge de 15 millimètres doit être respecté.

COULEUR PAPETERIE :

Toute la papeterie doit être imprimée en un seul ton, le orange Cfdt :

> Pantone 166

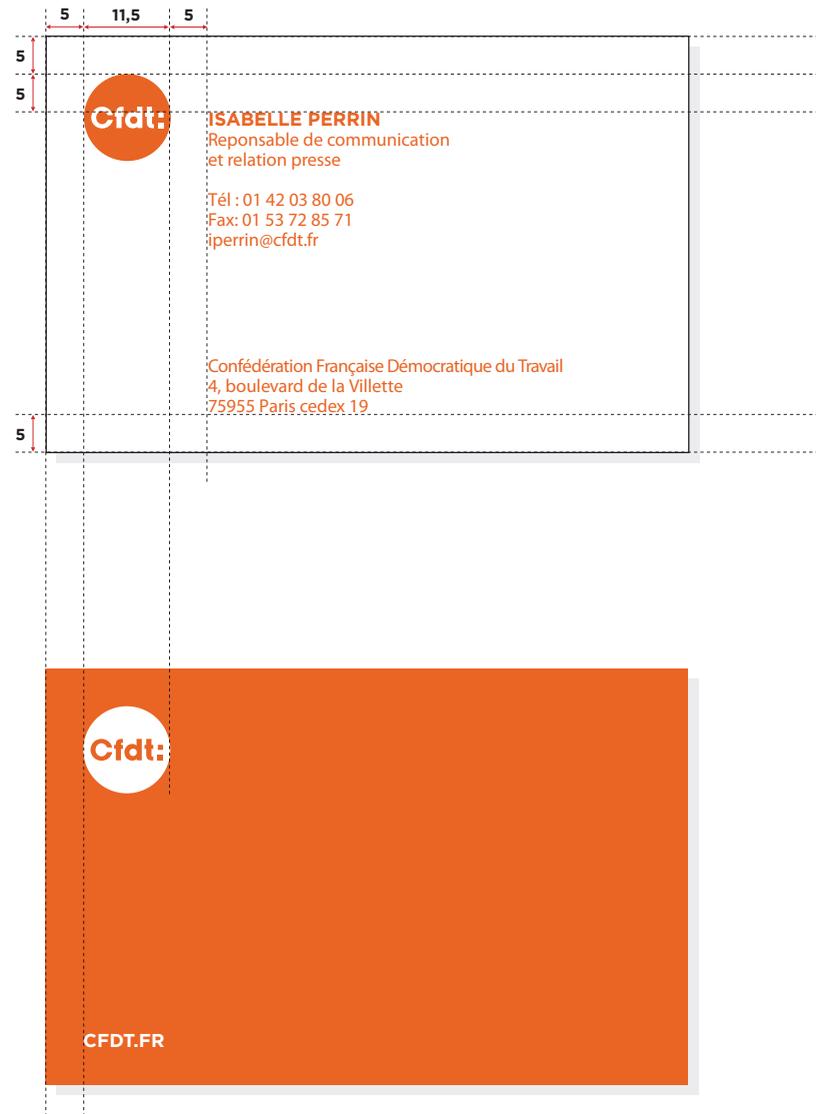
> C : 01 % M : 75 % J : 100 % N : 00 %

> Typographie papeterie : Gotham Bold

Corps : 6 pt Interligne : 7,2 pt



CARTE DE VISITE



SIGNATURE MAIL



ISABELLE PERRIN
 Responsable
 Information-Communication

01 42 03 80 06
 06 82 48 92 23
 4, boulevard de la Villette
 75955 Paris cedex 19

cfdt.fr



CARTE DE VISITE :

Tout le texte doit être en fer à gauche, en drapeau et rester aligné.

Une marge de 5 millimètres doit être respectée.

L'impression au verso est une option, mais attention, si ce n'est pas le cas, il faut prévoir de réincorporer l'adresse web au recto.

COULEUR PAPETERIE :

Toute la papeterie doit être imprimée en un seul ton, le orange Cfdt :

> Pantone 166

> C : 01 % M : 75 % J : 100 % N : 00 %

> Typographie papeterie : Gotham Bold

Corps : 6 pt Interligne : 7,2 pt

LOGO SIGNATURE MAIL :

Le logo doit avoir une taille de 11,5 mm.

TEXTE SIGNATURE MAIL :

Tout le texte doit être en fer à gauche, en drapeau et rester aligné sous le logo, en un seul ton, le orange Cfdt :

> R : 218 V : 76 B : 24

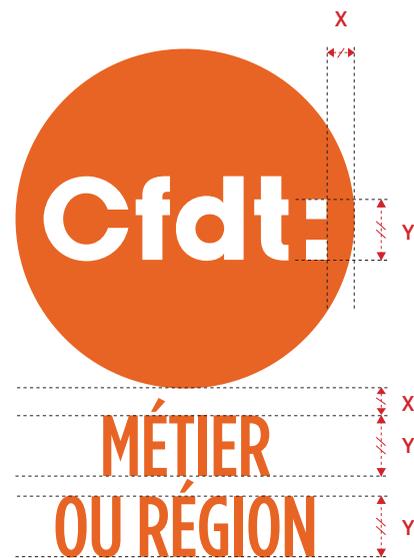
> Typographie papeterie : Arial Bold

Corps : 7 pt Interligne : 8 pt

4. CO-SIGNATURES



CO-SIGNATURES CONSTRUCTION



VERSION HORIZONTALE :

La hauteur du texte (Y) est toujours identique à la hauteur des deux points du logo. L'espace entre le texte et le rond du logo doit être égal à la largeur des deux points (X).
Pour la version horizontale, le texte doit être en fer à gauche et le texte doit être orange ou blanc comme le logo.
Le texte doit toujours être en Gotham Condensed Medium, en CAPITALE.

VERSION VERTICALE :

La hauteur du texte (Y) est toujours identique à la hauteur des deux points du logo. L'espace entre le texte et le rond du logo doit être égal à la largeur des deux points (X).
Pour la version verticale, le texte doit être centré et le texte doit être orange ou blanc comme le logo.
Le texte doit toujours être en Gotham Condensed Medium, en CAPITALE.



CO-SIGNATURES CONSTRUCTION



USAGE DE RÉFÉRENCE :

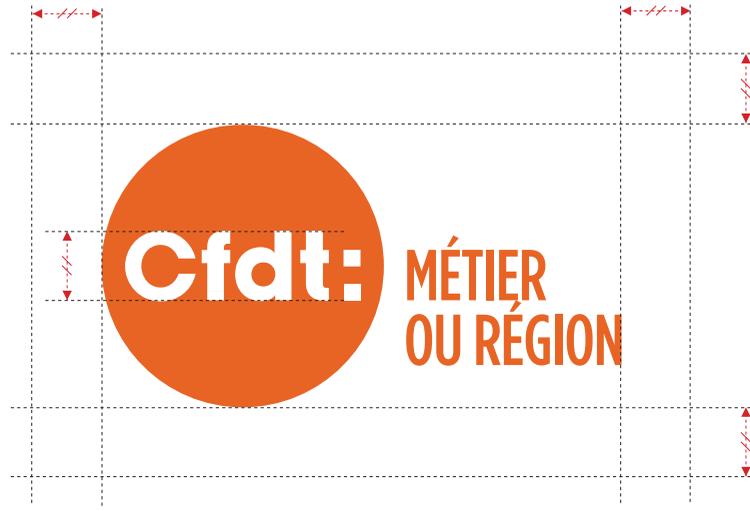
Le logo existe en deux versions principales :
Orange sur fond blanc ou blanc sur fond orange.
Les deux versions peuvent être utilisées suivant les contraintes de mise en page.

TAILLE MINIMALE :

Pour qu'il reste lisible, le logo ne peut pas être utilisé en dessous de sa taille minimale.
Le rond doit faire une taille minimale de 13 millimètres.



CO-SIGNATURE
ZONE DE PROTECTION



ZONE DE PROTECTION :

Le blanc tournant est une zone de protection autour du logotype destinée à en protéger la lisibilité. Cette zone est normée en fonction de la hauteur de «Cfdt» dans le logotype. Aucun élément graphique (objet, écriture, etc.) ne doit apparaître dans cette zone.



CO-SIGNATURE
ZONE DE PROTECTION



ZONE DE PROTECTION :

Le blanc tournant est une zone de protection autour du logotype destinée à en protéger la lisibilité. Cette zone est normée en fonction de la hauteur de «Cfdt» dans le logotype. Aucun élément graphique (objet, écriture, etc.) ne doit apparaître dans cette zone.



EXEMPLES MÉTIER, ENTREPRISES



INTERCO



INTERCO



CHIMIE
ÉNERGIE
EDF



CHIMIE
ÉNERGIE



FORMATION ET
ENSEIGNEMENT
PRIVÉS



FORMATION ET
ENSEIGNEMENT PRIVÉS

VERSION VERTICALE :

Dans la version verticale le texte peut être sur une, deux ou trois lignes maximum, suivant sa longueur.

VERSION HORIZONTALE :

Dans la version horizontale le texte peut être sur une, deux ou trois lignes suivant sa longueur.



INTERCO



INTERCO



CHIMIE
ÉNERGIE
EDF



CHIMIE
ÉNERGIE



FORMATION ET
ENSEIGNEMENT
PRIVÉS



FORMATION ET
ENSEIGNEMENT PRIVÉS

USAGE DE RÉFÉRENCE :

Le logo existe en deux versions principales :
Orange sur fond blanc ou blanc sur fond orange.

Les deux versions peuvent être utilisées suivant les contraintes de mise en page.

TAILLE MINIMALE :

Pour qu'il reste lisible, le logo ne peut pas être utilisé en dessous de sa taille minimale.

Le rond doit faire une taille minimale de 13 millimètres.



EXEMPLES RÉGIONS



LIMOUSIN



Cfdt: LIMOUSIN



BASSE
NORMANDIE



Cfdt: BASSE
NORMANDIE



PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR



Cfdt: PROVENCE
ALPES CÔTE D'AZUR

VERSION VERTICALE :

Dans la version verticale le texte peut être sur une, deux ou trois lignes suivant sa longueur.

VERSION HORIZONTALE :

Dans la version horizontale le texte peut être sur une ou deux lignes maximum, suivant sa longueur.



EXEMPLES RÉGIONS



LIMOUSIN



Cfdt: LIMOUSIN



BASSE
NORMANDIE



Cfdt: BASSE
NORMANDIE



PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR



Cfdt: PROVENCE
ALPES CÔTE D'AZUR

USAGE DE RÉFÉRENCE :

Le logo existe en deux versions principales :
Orange sur fond blanc ou blanc sur fond orange.

Les deux versions peuvent être utilisées suivant les contraintes de mise en page.

TAILLE MINIMALE :

Pour qu'il reste lisible, le logo ne peut pas être utilisé en dessous de sa taille minimale.

Le rond doit faire une taille minimale de 13 millimètres.

5. CO-SIGNATURES + SIGNATURE



CO-SIGNATURES + SIGNATURE



VERSION HORIZONTALE :

La hauteur du texte (Y) est toujours identique à la hauteur des deux points du logo. L'espace entre le texte et le rond du logo doit être égal à l'espace entre les deux points et le rond (X). Pour la version horizontale le texte doit être en fer à gauche et le texte doit être orange ou blanc comme le logo. Le texte Région et métier doit toujours être en Gotham Condensed Medium, la signature en Gotham Condensed Book, en CAPITALE.

VERSION VERTICALE :

La hauteur du texte (Y) est toujours identique à la hauteur des deux points du logo. L'espace entre le texte et le rond du logo doit être égal à l'espace entre les deux points et le rond (X). Pour la version verticale le texte doit être centré et le texte doit être orange ou blanc comme le logo. Le texte Région et métier doit toujours être en Gotham Condensed Medium, la signature en Gotham Condensed Book en CAPITALE.



CO-SIGNATURES + SIGNATURE



USAGE DE RÉFÉRENCE :

Le logo existe en deux versions principales : Orange sur fond blanc ou blanc sur fond orange. Les deux versions peuvent être utilisées suivant les contraintes de mise en page.

TAILLE MINIMALE :

Pour qu'il reste lisible, le logo ne peut pas être utilisé en dessous de sa taille minimale. Le rond doit faire une taille minimale de 18 millimètres.



**CO-SIGNATURE
+ SIGNATURE
ZONE DE PROTECTION**



ZONE DE PROTECTION :

Le blanc tournant est une zone de protection autour du logotype destinée à en protéger la lisibilité.

Cette zone est normée en fonction de la hauteur de Cfdt dans le logotype. Aucun élément graphique (objet, écriture, etc.) ne doit apparaître dans cette zone.



**CO-SIGNATURE
+ SIGNATURE
ZONE DE PROTECTION**



ZONE DE PROTECTION :

Le blanc tournant est une zone de protection autour du logotype destinée à en protéger la lisibilité.

Cette zone est normée en fonction de la hauteur de Cfdt dans le logotype. Aucun élément graphique (objet, écriture, etc.) ne doit apparaître dans cette zone.



EXEMPLES
RÉGION + SIGNATURE



VERSION HORIZONTALE :

Dans la version horizontale le texte peut être sur une ou deux lignes maximum, suivant sa longueur.

VERSION VERTICALE :

Dans la version verticale le texte peut être sur une, deux ou trois lignes suivant sa longueur.



EXEMPLES
RÉGION + SIGNATURE



USAGE DE RÉFÉRENCE :

Le logo existe en deux versions principales : Orange sur fond blanc ou blanc sur fond orange. Les deux versions peuvent être utilisées suivant les contraintes de mise en page.

TAILLE MINIMALE :

Pour qu'il reste lisible, le logo ne peut pas être utilisé en dessous de sa taille minimale. Le rond doit faire une taille minimale de 18 millimètres.



EXEMPLES
MÉTIER, RÉGION, ENTREPRISE



**SERVICES
ALPES DU SUD**
S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS



**SERVICES
ALPES DU SUD**
S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS



**CHIMIE
ÉNERGIE
EDF**



**CONSTRUCTION ET BOIS
LANGUEDOC ROUSSILLON**
S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS



**SERVICES
SALARIÉS DU PARTICULIER EMPLOYEUR
ILE DE FRANCE**

VERSION VERTICALE :

Le texte peut dépasser la largeur du rond du logo. Dans la version verticale, le texte peut être accompagné de la signature s'il ne dépasse pas deux lignes.

Attention, le texte ne doit pas être supérieur à deux lignes avec signature et à quatre lignes sans signature.

VERSION HORIZONTALE :

Le texte peut dépasser la hauteur du rond du logo. Dans la version horizontale, le texte peut être accompagné de la signature s'il ne dépasse pas deux lignes.

Attention, le texte ne doit pas être supérieur à deux lignes avec signature et à trois lignes sans signature.



EXEMPLES
MÉTIER, RÉGION, ENTREPRISE



**SERVICES
ALPES DU SUD**
S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS



**SERVICES
ALPES DU SUD**
S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS



**CHIMIE
ÉNERGIE
EDF**



**CONSTRUCTION ET BOIS
LANGUEDOC ROUSSILLON**
S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS



**SERVICES
SALARIÉS DU PARTICULIER EMPLOYEUR
ILE DE FRANCE**

USAGE DE RÉFÉRENCE :

Le logo existe en deux versions principales : Orange sur fond blanc ou blanc sur fond orange. Les deux versions peuvent être utilisées suivant les contraintes de mise en page.

TAILLE MINIMALE :

Pour qu'il reste lisible, le logo ne peut pas être utilisé en dessous de sa taille minimale. Le rond doit faire une taille minimale de 18 millimètres.

6. ÉDITION



**ÉDITION
GRANDS PRINCIPES**

ZONE D'INFORMATIONS (LA MARGE DE GAUCHE) :
LE LOGO EST TOUJOURS EN HAUT À GAUCHE.
SYMBOLE D'OUVERTURE, IL INTRODUIT
ET PRÉSENTE LE CONTENU DU DOCUMENT.

LES INFORMATIONS CONCRÈTES ET PRATIQUES,
LES LOGOS DES PARTENAIRES OU DES
OPÉRATIONS DOIVENT ÊTRE POSITIONNÉS
DANS LA MARGE GAUCHE.

L'ADRESSE WEB DOIT ÊTRE POSITIONNÉE
EN BAS À GAUCHE, ALIGNÉE AVEC LE LOGO.

ZONE DE COMMUNICATION (À DROITE DU LOGO) :
LES TITRES OU SLOGANS DOIVENT ÊTRE
À LA SUITE DU LOGO EN HAUT À DROITE.

LE VISUEL PEUT OCCUPER LA ZONE À DROITE
DU LOGO OU TOUTE LA PAGE MAIS POUR
CONSERVER L'IDÉE D'OUVERTURE IL DOIT SORTIR
DE LA PAGE À DROITE.
UNE MARGE BLANCHE EN HAUT, EN BAS
ET À GAUCHE DOIT ÊTRE CONSERVÉE.



**AFFICHE 40X60
PRINCIPES**



ORGANISATION DE L'ESPACE :

1. Logo en haut à gauche, en orange, avec la signature
2. Zone d'informations
3. Zone de communication
4. Titre ou slogan en haut pour répondre au logo
5. Visuel en fond

6. Sous titre ou body texte en bas aligné avec l'adresse web si possible
7. Informations pratiques, dates, si besoin
8. Autres logos peuvent venir dans cette zone
9. Site en bas à gauche



AFFICHE 40X60 CONSTRUCTION



ZONE D'INFORMATIONS (LA MARGE DE GAUCHE) :

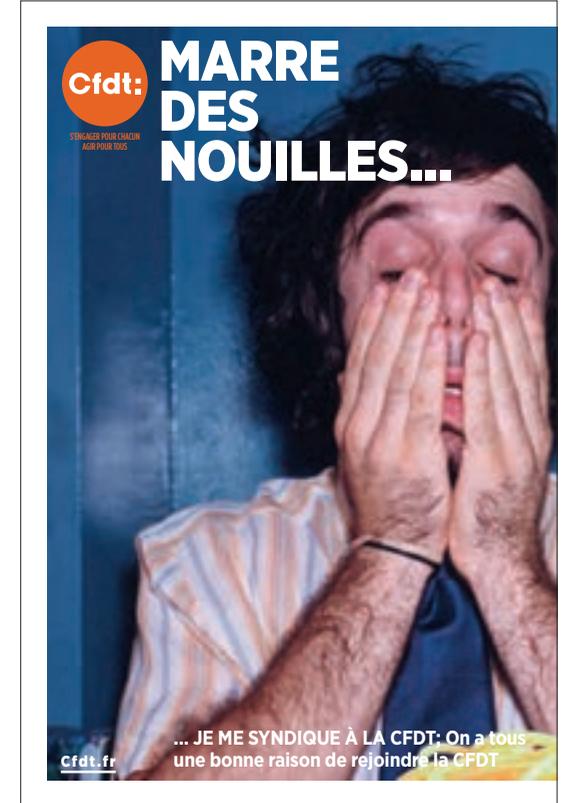
- Le Logo est toujours en haut à gauche. Symbole d'ouverture, il introduit et présente le contenu du document.
- Les informations concrètes et pratiques, Les logos des partenaires ou des opérations doivent être positionnés dans la marge gauche. L'adresse web doit être positionnée en bas à gauche, alignée avec le logo.

ZONE DE COMMUNICATION (À DROITE DU LOGO) :

- Les titres ou slogans doivent être à la suite du logo en haut à droite.
- Le visuel peut occuper la zone à droite du logo ou toute la page mais pour conserver l'idée d'ouverture il doit sortir de la page à droite. Une marge blanche en haut, en bas et à gauche doit être conservée.



AFFICHE 40X60 EXEMPLES



ZONE D'INFORMATIONS (LA MARGE DE GAUCHE) :

- Le Logo est toujours en haut à gauche. Symbole d'ouverture, il introduit et présente le contenu du document.
- Les informations concrètes et pratiques, Les logos des partenaires ou des opérations doivent être positionnés dans la marge gauche. L'adresse web doit être positionnée en bas à gauche, alignée avec le logo.

ZONE DE COMMUNICATION (À DROITE DU LOGO) :

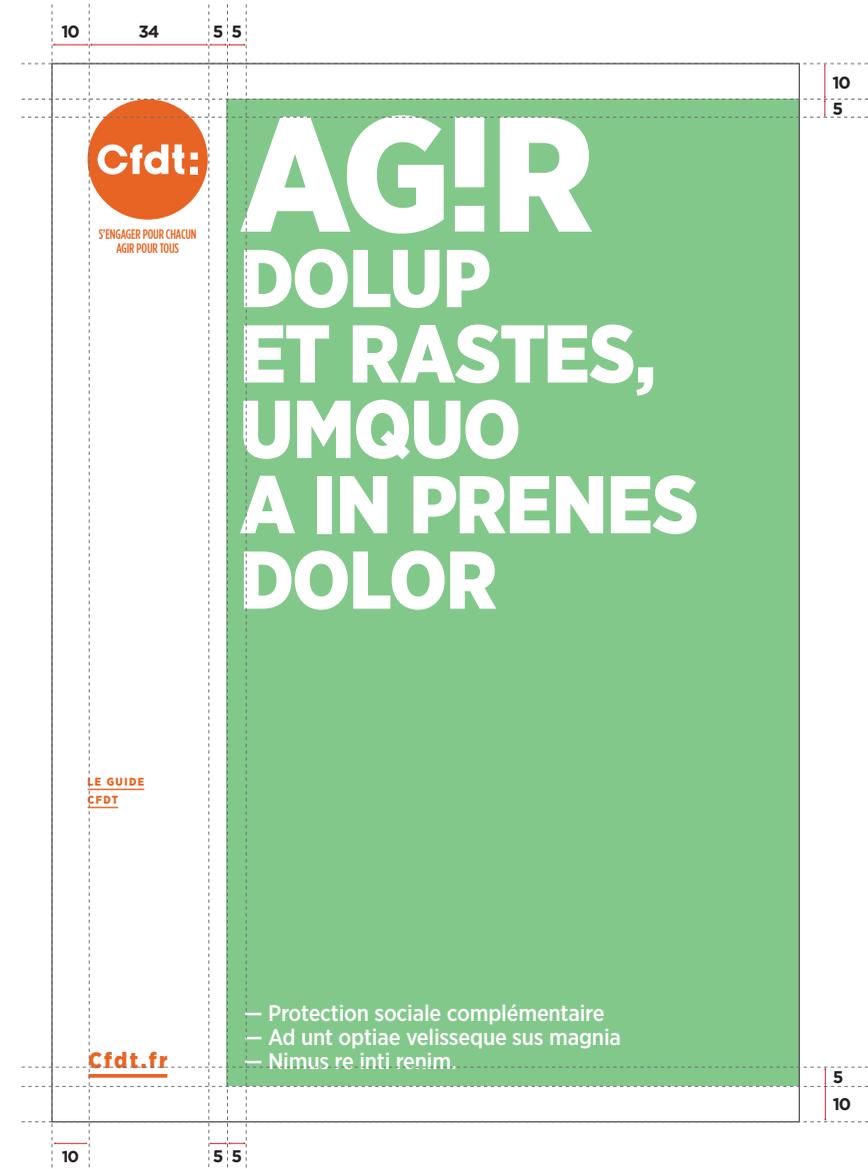
- Les titres ou slogans doivent être à la suite du logo en haut à droite.
- Le visuel peut occuper la zone à droite du logo ou toute la page mais pour conserver l'idée d'ouverture il doit sortir de la page à droite. Une marge blanche en haut, en bas et à gauche doit être conservée.



BROCHURE A4 PRINCIPES



BROCHURE A4 CONSTRUCTION



ORGANISATION DE L'ESPACE :

1. Logo en haut à gauche, en orange, avec la signature
2. Zone d'informations
3. Zone de communication
4. Titre ou slogan en haut pour répondre au logo
5. Visuel en fond

6. Sous titre ou body texte en bas aligné avec l'adresse web si possible

7. Informations pratiques, dates, si besoin
8. Autres logos peuvent venir dans cette zone
9. Site en bas à gauche

ZONE D'INFORMATIONS (LA MARGE DE GAUCHE) :

- Le Logo est toujours en haut à gauche. Symbole d'ouverture, il introduit et présente le contenu du document.
- Les informations concrètes et pratiques, Les logos des partenaires ou des opérations doivent être positionnés dans la marge gauche. L'adresse web doit être positionnée en bas à gauche, alignée avec le logo.

ZONE DE COMMUNICATION (À DROITE DU LOGO) :

- Les titres ou slogans doivent être à la suite du logo en haut à droite.
- Le visuel peut occuper la zone à droite du logo ou toute la page mais pour conserver l'idée d'ouverture il doit sortir de la page à droite. Une marge blanche en haut, en bas et à gauche doit être conservée.



BROCHURE A4 PRINCIPE 2



ORGANISATION DE L'ESPACE :

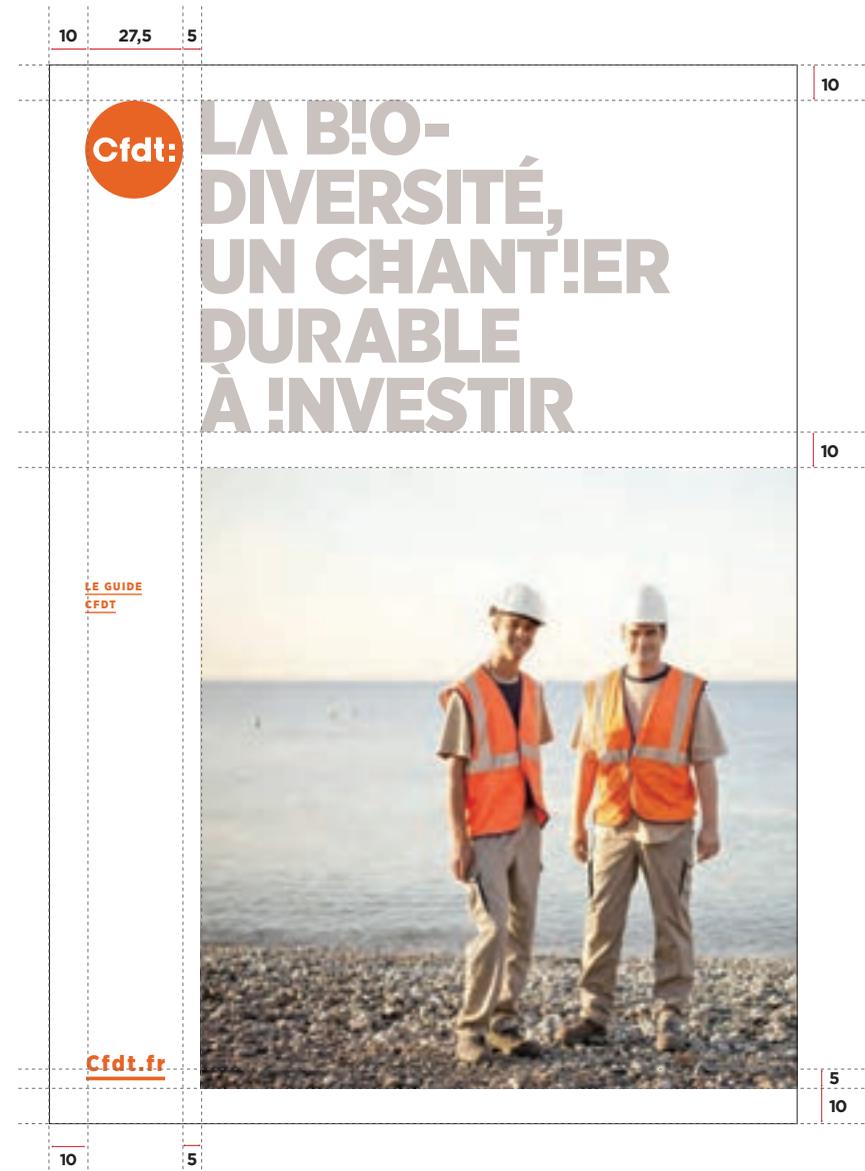
1. Logo en haut à gauche, en orange, avec la signature
2. Zone d'informations
3. Zone de communication
4. Titre ou slogan en haut pour répondre au logo

5. Visuel

6. Informations pratiques, dates, si besoin
7. Autres logos peuvent venir dans cette zone
8. Site en bas à gauche



BROCHURE A4 CONSTRUCTION 2



ZONE D'INFORMATIONS (LA MARGE DE GAUCHE) :

- Le Logo est toujours en haut à gauche. Symbole d'ouverture, il introduit et présente le contenu du document.
- Les informations concrètes et pratiques, Les logos des partenaires ou des opérations doivent être positionnés dans la marge gauche. L'adresse web doit être positionnée en bas à gauche, alignée avec le logo.

ZONE DE COMMUNICATION (À DROITE DU LOGO) :

- Les titres ou slogans doivent être à la suite du logo en haut à droite.
- Le visuel peut occuper la zone à droite du logo ou toute la page mais pour conserver l'idée d'ouverture il doit sortir de la page à droite. Une marge blanche en haut, en bas et à gauche doit être conservée.



Cfdt:
SENGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS

PROTEGEZ VOUS



LE GUIDE
CFDT

**Protection sociale complémentaire
ad unt optiae velisseque sus magna
nimus re inti renim.**

Cfdt.fr

Cfdt:
SENGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS

AGIR

DOLUP ET RASTES, UMQUO A IN PRENES DOLOR

LE GUIDE
CFDT

- Protection sociale complémentaire
- Ad unt optiae velisseque sus magna
- Nimus re inti renim.

Cfdt.fr

Cfdt:
SENGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS

AGIR

DOLUP COSECA ET URASTES, UMQUO AUTEM A IN PRENES

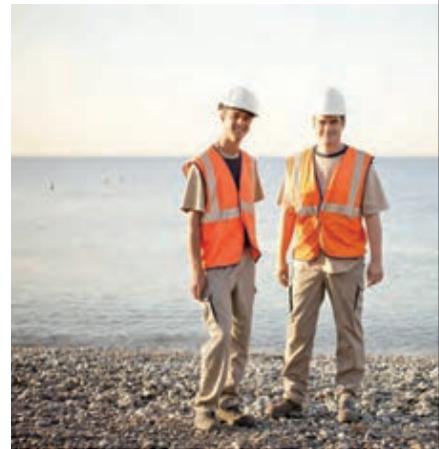


LE GUIDE
CFDT

Cfdt.fr

Cfdt:

LA B!O-DIVERSITÉ, UN CHANTIER DURABLE À !NVESTIR



LE GUIDE
CFDT

Cfdt.fr

ZONE D'INFORMATIONS (LA MARGE DE GAUCHE) :

- Le Logo est toujours en haut à gauche. Symbole d'ouverture, il introduit et présente le contenu du document.
- Les informations concrètes et pratiques, Les logos des partenaires ou des opérations doivent être positionnés dans la marge gauche. L'adresse web doit être positionnée en bas à gauche, alignée avec le logo.

ZONE DE COMMUNICATION (À DROITE DU LOGO) :

- Les titres ou slogans doivent être à la suite du logo en haut à droite.
- Le visuel peut occuper la zone à droite du logo ou toute la page mais pour conserver l'idée d'ouverture il doit sortir de la page à droite. Une marge blanche en haut, en bas et à gauche doit être conservée.



TRACT A5 PRINCIPES

2. ZONE D'INFORMATIONS

3. ZONE DE COMMUNICATION

1. LOGO TOUJOURS EN HAUT

6. INFOS PRATIQUES

7. AUTRE LOGO

8. SITE TOUJOURS EN BAS

Cfdt: TITRE OU SLOGAN A IN PRENES

Texte
Usae sinihic tem remporrum lamenis ariamus acienda nis est, iur aut minctia dus doloris quiae re vel idemqui occaes sit, omno comni nobis quodigenda volutat. Cepe num quos volendis ulparibust idipicatem apelesc ipsantio blam inventus et imporenita sit id quo doluptur.

Vidiscipiet ulparum et eseqe sunt ant quia natinisquat vit, officie ndipsam evelis de eum accus sum ra vellacceptum elento ero quam et rero il modis es doluptur, que enduciati ut et res evelesti velitatiunde consequo estio tem.

Ut ate nam que rername plique et lam, quodi beaquoditi is volenda dolorro rerechitis autatquam ad ut aliqui re ex et occum sitat aut et et latet omnia simperundit alicipi ed quat quos eum re nem voluptateces moluptur susa non nonemodis quatus ea ea consecto etur aceribus, sequi odio te eum quantis nobis doluptas arum des et eum labo.

1/ Erumquo cusdant, ipsus dolorem sum :
restiorio el moluta nis as sitiam nem faccabo reperent harum ditet qui ra audaepudi sequam sed et et laborru mquodita cusdaectatem ea vitiuntis ex evererum volor sectam id quo idem hita ea consedi gendele stetur sus delesedit.

2/ Tiossitibus et faceribus excestrument
Odit voloremus ut velit officid maio qui corrunt experfero velique vel idiororum excepuad anditia venducieni dolorem.

3/ Delibus di ipienem entet voluptas molo
Qui velest, as samus debet as aborro estinci dicitumquos rero blaut qui omni corum enduciet ut quia ventior ehendaectas alignit ionsecae ra errum nostoris idem inus et utesecea nonecti onsequi conseceatque dereseque dolorro raeriores. volendis ulparibust idipicatem apelesc ipsantio blam inventus et imporenita sit id quo doluptur rrum nostoris idem inus et utesecea nonecti onsequi conseceatque dere.

INFOS PRATIQUES
DATES

ÉLECTIONS TPE 2012

Cfdt.fr

4. TITRE OU SLOGAN EN HAUT

5. TEXTE



TRACT A5 CONSTRUCTION

10 35,5 5

10 5

Cfdt: UN EMPLOI DE QUALITÉ POUR TOUS !

NÉGOCIATION SUR LA SÉCURISATION DE L'EMPLOI OCTOBRE 2012

La crise économique continue et le chômage ne cesse d'augmenter. Au-delà des nombreux plans sociaux annoncés, la précarité augmente pour les salariés en CDD, en intérim et pour ceux à temps partiel contraint.

Bref, la situation économique et sociale de beaucoup de salariés reste difficile, voire dramatique pour certains. Cinq millions d'entre nous sont concernés par le sous-emploi ou la précarité.

C'est dans ce contexte que s'ouvre le 4 octobre 2012 une négociation entre organisations patronales et syndicales sur la sécurisation de l'emploi.

La CFDT y poursuivra trois objectifs : faire reculer l'emploi précaire, anticiper les mutations économiques pour maintenir l'emploi, et mieux préparer les salariés à construire leur parcours professionnel. Pour cela, elle fera des propositions concrètes pour les salariés.

1/ Faire reculer l'emploi précaire :
la CFDT demandera que les employeurs qui abusent des CDD très courts, de l'intérim et des temps partiels imposés soient pénalisés financièrement ; par exemple :
— une cotisation assurance chômage plus importante pour les employeurs sur les emplois courts,
— des heures complémentaires mieux payées pour les salariés à temps partiel.

2/ Améliorer les droits des salariés précaires
qui perdent leur emploi : accès à la formation, accompagnement dans la recherche d'emploi, etc.

3/ Généraliser la complémentaire santé
pour tous les salariés, ce qui changerait vraiment le quotidien de beaucoup d'entre eux, et la maintenir pour ceux qui perdent leur emploi.

Cfdt.fr

10 5

ORGANISATION DE L'ESPACE :

1. Logo en haut à gauche, en orange, avec la signature
2. Zone d'informations
3. Zone de communication
4. Titre ou slogan en haut pour répondre au logo

5. Texte

6. Informations pratiques, dates, si besoin
7. Autres logos peuvent venir dans cette zone
8. Site en bas à gauche

ZONE D'INFORMATIONS (LA MARGE DE GAUCHE) :

- Le Logo est toujours en haut à gauche. Symbole d'ouverture, il introduit et présente le contenu du document.
- Les informations concrètes et pratiques, Les logos des partenaires ou des opérations doivent être positionnés dans la marge gauche. L'adresse web doit être positionnée en bas à gauche, alignée avec le logo.

ZONE DE COMMUNICATION (À DROITE DU LOGO) :

- Les titres ou slogans doivent être à la suite du logo en haut à droite.
- Le texte peut occuper la zone à droite du logo ou toute la page.



1. LOGO TOUJOURS EN HAUT

2. ZONE D'INFORMATIONS

3. ZONE DE COMMUNICATION

4. TITRE OU SLOGAN EN HAUT

5. VISUEL EN FOND

6. TEXTE

7. INFOS PRATIQUES

8. AUTRE LOGO

9. SITE TOUJOURS EN BAS



TRACT A5 CONSTRUCTION

10 35,5 5 5

10 5

10 5

10 5

ORGANISATION DE L'ESPACE :

1. Logo en haut à gauche, en orange, avec la signature
2. Zone d'informations
3. Zone de communication
4. Titre ou slogan en haut pour répondre au logo

5. Visuel en fond

6. Texte
7. Informations pratiques, dates, si besoin
8. Autres logos peuvent venir dans cette zone
9. Site en bas à gauche

ZONE D'INFORMATIONS (LA MARGE DE GAUCHE) :

- Le Logo est toujours en haut à gauche. Symbole d'ouverture, il introduit et présente le contenu du document.
- Les informations concrètes et pratiques, Les logos des partenaires ou des opérations doivent être positionnés dans la marge gauche. L'adresse web doit être positionnée en bas à gauche, alignée avec le logo.

ZONE DE COMMUNICATION (À DROITE DU LOGO) :

- Les titres ou slogans doivent être à la suite du logo en haut à droite.
- Le visuel peut occuper la zone à droite du logo ou toute la page mais pour conserver l'idée d'ouverture il doit sortir de la page à droite. Une marge blanche en haut, en bas et à gauche doit être conservée.



TRACT A5 EXEMPLES



Cfdt:
S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS

VOTEZ ! DU 28 NOVEMBRE AU 12 DÉCEMBRE

**CHOISIR LA CFDT,
C'EST FAIRE VALOIR VOS DROITS
FACE AUX EMPLOYEURS ET CHOISIR
DE NE PLUS ÊTRE SEUL.**

**Dans les négociations qui vous concernent, la CFDT
ne se contente pas de contester. Elle s'engage et obtient pour
vous des avancées concrètes quelle que soit votre profession.**

**ÉLECTION TPE 2012
DU 28 NOVEMBRE
AU 12 DÉCEMBRE**



**« LA CFDT M'A SOUTENUE
ET AIDÉE À MONTER UN DOSSIER
POUR ME DÉFENDRE. »**

**Julie, vendeuse en produits esthétiques, est soutenue
par la CFDT pendant son contrat d'apprentissage.**
« J'étais en contrat de professionnalisation dans le cadre
d'un brevet professionnel. Mon employeur ne respectait pas mon
calendrier de cours. J'ai fait appel à la CFDT. Elle m'a soutenue
et aidée à monter un dossier pour me défendre. Etre accompagnée
et soutenue par un syndicat, ça change le quotidien ; on connaît
ses droits et on sait les faire valoir ! »
Retrouvez Julie et d'autres témoignages sur cfdt.fr

Cfdt.fr

RECTO /

Cfdt:
S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS



**« LA CFDT M'A SOUTENUE
ET AIDÉE À MONTER UN DOSSIER
POUR ME DÉFENDRE. »**

**Julie, vendeuse en produits esthétiques, est soutenue
par la CFDT pendant son contrat d'apprentissage.**
« J'étais en contrat de professionnalisation dans le cadre
d'un brevet professionnel. Mon employeur ne respectait pas mon
calendrier de cours. J'ai fait appel à la CFDT. Elle m'a soutenue
et aidée à monter un dossier pour me défendre. Etre accompagnée
et soutenue par un syndicat, ça change le quotidien ; on connaît
ses droits et on sait les faire valoir ! »
Retrouvez Julie et d'autres témoignages sur cfdt.fr

**ÉLECTION TPE 2012
VOTEZ CFDT,
DU 28 NOVEMBRE
AU 12 DÉCEMBRE**



**« LA CFDT M'A SOUTENUE
ET AIDÉE À MONTER UN DOSSIER
POUR ME DÉFENDRE. »**

**Marc, maçon, s'est tourné vers la CFDT pour des problèmes
de sécurité.**
« Il n'y a pas de culture syndicale dans une très petite entreprise.
Je constatais tous les jours des problèmes de sécurité sur les chan-
tiers, notamment l'absence de garde-corps sur les échafaudages.
Mon employeur ne voulait rien entendre. Le dialogue s'est amélioré
lorsque je suis devenu adhérent CFDT. C'est important que l'on soit
défendu dans les petites entreprises comme dans les grandes, et
de se tenir informé des avancées sociales, des grilles de salaire, des
nouvelles lois. »
Retrouvez Marc et d'autres témoignages sur cfdt.fr

Cfdt.fr

VERSO /

Cfdt:

UN EMPLOI DE QUALITÉ POUR TOUS !

La crise économique continue et le chômage ne cesse
d'augmenter. Au-delà des nombreux plans sociaux
annoncés, la précarité augmente pour les salariés en CDD,
en intérim et pour ceux à temps partiel contraint.

Bref, la situation économique et sociale de beaucoup
de salariés reste difficile, voire dramatique pour certains.
Cinq millions d'entre nous sont concernés par le sous-
emploi ou la précarité.

**C'est dans ce contexte que s'ouvre
le 4 octobre 2012 une négociation entre
organisations patronales et syndicales
sur la sécurisation de l'emploi.**

La CFDT y poursuivra trois objectifs : faire reculer
l'emploi précaire, anticiper les mutations économiques
pour maintenir l'emploi, et mieux préparer les salariés
à construire leur parcours professionnel. Pour cela,
elle fera des propositions concrètes pour les salariés.

1/ Faire reculer l'emploi précaire :
la CFDT demandera que les employeurs qui abusent
des CDD très courts, de l'intérim et des temps partiels
imposés soient pénalisés financièrement ; par exemple :
— une cotisation assurance chômage plus importante
pour les employeurs sur les emplois courts,
— des heures complémentaires mieux payées pour
les salariés à temps partiel.

2/ Améliorer les droits des salariés précaires
qui perdent leur emploi ; accès à la formation,
accompagnement dans la recherche d'emploi, etc.

3/ Généraliser la complémentaire santé
pour tous les salariés, ce qui changerait vraiment
le quotidien de beaucoup d'entre eux,
et la maintenir pour ceux qui perdent leur emploi.

**NÉGOCIATION
SUR LA SÉCURISATION
DE L'EMPLOI
OCTOBRE 2012**

Cfdt.fr

Cfdt:

UN EMPLOI DE QUALITÉ POUR TOUS !

La crise économique continue et le chômage ne cesse
d'augmenter. Au-delà des nombreux plans sociaux
annoncés, la précarité augmente pour les salariés en CDD,
en intérim et pour ceux à temps partiel contraint.

Bref, la situation économique et sociale de beaucoup
de salariés reste difficile, voire dramatique pour certains.
Cinq millions d'entre nous sont concernés par le sous-
emploi ou la précarité.

**C'est dans ce contexte que s'ouvre
le 4 octobre 2012 une négociation entre
organisations patronales et syndicales
sur la sécurisation de l'emploi.**

La CFDT y poursuivra trois objectifs : faire reculer
l'emploi précaire, anticiper les mutations économiques
pour maintenir l'emploi, et mieux préparer les salariés
à construire leur parcours professionnel. Pour cela,
elle fera des propositions concrètes pour les salariés.

1/ Faire reculer l'emploi précaire :
la CFDT demandera que les employeurs qui abusent
des CDD très courts, de l'intérim et des temps partiels
imposés soient pénalisés financièrement ; par exemple :
— une cotisation assurance chômage plus importante
pour les employeurs sur les emplois courts,
— des heures complémentaires mieux payées pour
les salariés à temps partiel.

2/ Améliorer les droits des salariés précaires
qui perdent leur emploi ; accès à la formation,
accompagnement dans la recherche d'emploi, etc.

3/ Généraliser la complémentaire santé
pour tous les salariés, ce qui changerait vraiment
le quotidien de beaucoup d'entre eux,
et la maintenir pour ceux qui perdent leur emploi.

**NÉGOCIATION
SUR LA SÉCURISATION
DE L'EMPLOI
OCTOBRE 2012**

Cfdt.fr

ZONE D'INFORMATIONS (LA MARGE DE GAUCHE) :

- Le Logo est toujours en haut à gauche. Symbole d'ouverture, il introduit et présente le contenu du document.
- Les informations concrètes et pratiques, Les logos des partenaires ou des opérations doivent être positionnés dans la marge gauche. L'adresse web doit être positionnée en bas à gauche, alignée avec le logo.

ZONE DE COMMUNICATION (À DROITE DU LOGO) :

- Les titres ou slogans doivent être à la suite du logo en haut à droite.
- Le fond de couleur sous le texte peut occuper la zone à droite du logo ou toute la page mais pour conserver l'idée d'ouverture il doit sortir de la page à droite. Une marge blanche en haut, en bas et à gauche doit être conservée.

LE PETIT REVENDICATIF

› CHIFFRES
› CONSTAT
› ENJEUX
› PROPOSITIONS
DE LA CFDT

cfdt:
S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS

Cfdt: égalité professionnelle et mixité

CHIFFRES

25% DES ENFANTS ENTRANT EN 6^e NE MAÎTRISENT PAS LES ACQUIS FONDAMENTAUX.

15% DES JEUNES SORTENT DU COLLÈGE AVEC DE GRAVES LACUNES EN FRANÇAIS ET EN MATHÉMATIQUES.

+ DE 120 000 JEUNES DE 16 À 18 ANS QUITTENT L'ÉCOLE SANS DIPLOME NI QUALIFICATION.

CONSTAT

À l'école comme dans la société, les inégalités s'accroissent. Le système éducatif français est excellent pour les bons élèves et impitoyable pour les autres.

ENJEUX

Rétablir le rôle intégrateur de l'école par une réforme ambitieuse du système éducatif.

LE PETIT REVENDICATIF

Cfdt: égalité professionnelle et mixité

PROPOSITIONS DE LA CFDT

Priorité à la petite enfance : des services d'accueil de qualité accessibles à tous les parents

À l'école : des conditions d'apprentissage permettant la réussite de tous les élèves

Au collège : un accompagnement personnalisé de chaque élève

Au lycée : des parcours modulaires et des liens avec l'enseignement supérieur et le monde professionnel, pour une véritable orientation choisie

Dans l'enseignement supérieur : un socle commun de compétences, le développement de l'alternance et de la formation continue à l'université

Dans les territoires : une éducation prioritaire et une carte scolaire permettant la mixité sociale dans toutes les filières

Des rythmes scolaires adaptés à toute la société

Cfdt: éducation

CHIFFRES

25% DES ENFANTS ENTRANT EN 6^e NE MAÎTRISENT PAS LES ACQUIS FONDAMENTAUX.

15% DES JEUNES SORTENT DU COLLÈGE AVEC DE GRAVES LACUNES EN FRANÇAIS ET EN MATHÉMATIQUES.

+ DE 120 000 JEUNES DE 16 À 18 ANS QUITTENT L'ÉCOLE SANS DIPLOME NI QUALIFICATION.

CONSTAT

À l'école comme dans la société, les inégalités s'accroissent. Le système éducatif français est excellent pour les bons élèves et impitoyable pour les autres.

ENJEUX

Rétablir le rôle intégrateur de l'école par une réforme ambitieuse du système éducatif.

LE PETIT REVENDICATIF