



# **Guide d'utilisation**

Campagne Festivals en Mouvement

---

## Introduction

Pour chaque support présenté vous trouverez :

**Les fichiers suivants (avec un lien qui amène vers le drive) :**

- un PDF prêt pour impression  
(haute résolution et traits de coupe)
- un PDF classique
- un JPEG ou PNG
- le fichier source

**Des recommandations et conseils :**

- sur la sélection des papiers, des imprimeurs, des matières,
- des bonnes pratiques et normes à respecter sur l'accessibilité  
(pour les personnes ayant une déficience visuelle,  
ou un handicap cognitif par exemple)

Vous trouverez également :

- des textes à associer aux visuels de la campagne,
- des # @ pour les réseaux sociaux.

Il n'est pas nécessaire d'utiliser tous les outils du kit.

**Vous pouvez faire un choix en fonction de vos besoins :**

- transports pour accéder à votre festival,
- cible,
- fréquentation...

Limitons les impressions inutiles !

## **SOMMAIRE**

<b>Micro-charte graphique</b>	<b>p.4</b>
<b>Affiches</b>	<b>p.5</b>
<b>Supports web</b>	<b>p.9</b>
<b>Infographies</b>	<b>p.15</b>
<b>Stickers et/ou patch</b>	<b>p.18</b>
<b>Bracelets</b>	<b>p.19</b>
<b>Textes</b>	<b>p.20</b>
<b>Éléments individuels</b>	<b>p.21</b>

# Micro-chartre graphique

## Les couleurs de la campagne



#e57212



#e86288



#fffcf6



#2795d3

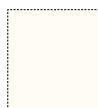


#8157a0



#e32c3f

### Couleur de fond



### Pour les grands titres ou textes de plus de 25pt



### Pour le texte de labeur



Certains lecteurs auront des difficultés à lire les textes en petits caractères s'ils ne sont pas composés dans ces exactes couleurs. Elles répondent aux normes d'accessibilité.

## La typographie de la campagne

La typographie est la «Bricolage Grotesque 24pt». Il s'agit d'une typographie Opensource.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789 ( :/+&°, '?!...  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789 ( :/+&°, '?!...  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789 ( :/+&°, '?!...  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789 ( :/+&°, '?!...  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

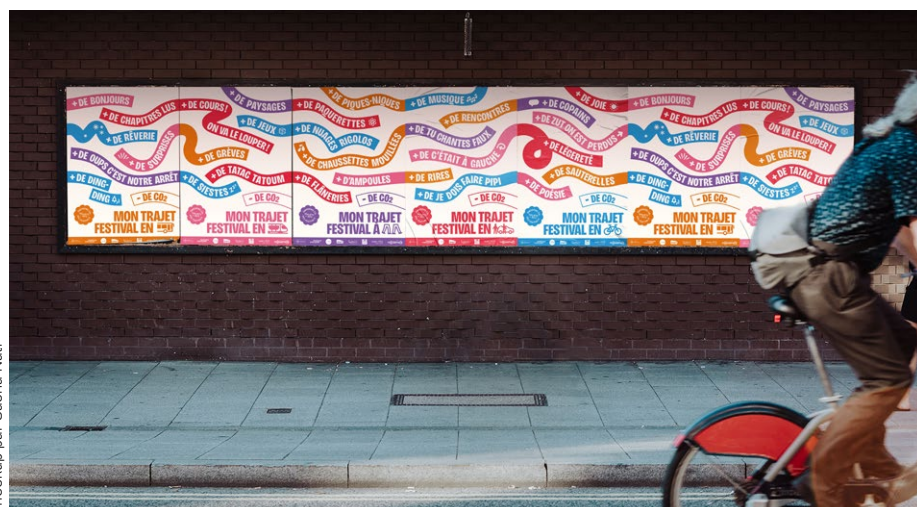


**Lien de téléchargement**

• [Typographies](#)

# Affiches

Série d'affiches (une par type de transport)



La campagne se décline en **5 affiches**, une par type de transport (vélo, marche, covoit, transports en commun, train).

Placez les côte à côte **pour récréer des chemins**. Par 2, par 3, par 4 ou par 5 (selon la place dont vous disposez et les transports qui vous concernent) elles peuvent toutes s'assembler !

Les logos «Festivals en mouvement», «R2D2» et des 3 partenaires doivent impérativement figurer sur les affiches.

 **Lien de téléchargement**  
• [Série d'affiches](#)

# Affiches

## Affiche multi-transports



La version globale permet d'afficher **tous les moyens de transports** en un seul support. Elle est à privilégier dans les situations où l'on **manque d'espace**.

## Personnaliser les affiches avec vos logos



Une version modifiable de chacune des 6 affiches est mise à disposition et permet **d'ajouter les logos** de votre festival et de vos partenaires (jusqu'à 4 logos).

Parmi les logos que vous pouvez ajouter, ceux de votre dispositif R2D2 sont téléchargeables en version blanche dans le Drive.

**Attention**, ne supprimez pas les logos de «Festivals en Mouvement» de «R2D2» et de ses partenaires.

### ↓ Liens de téléchargement

- [Affiche multi-transports](#)
- [Versions personnalisables](#)

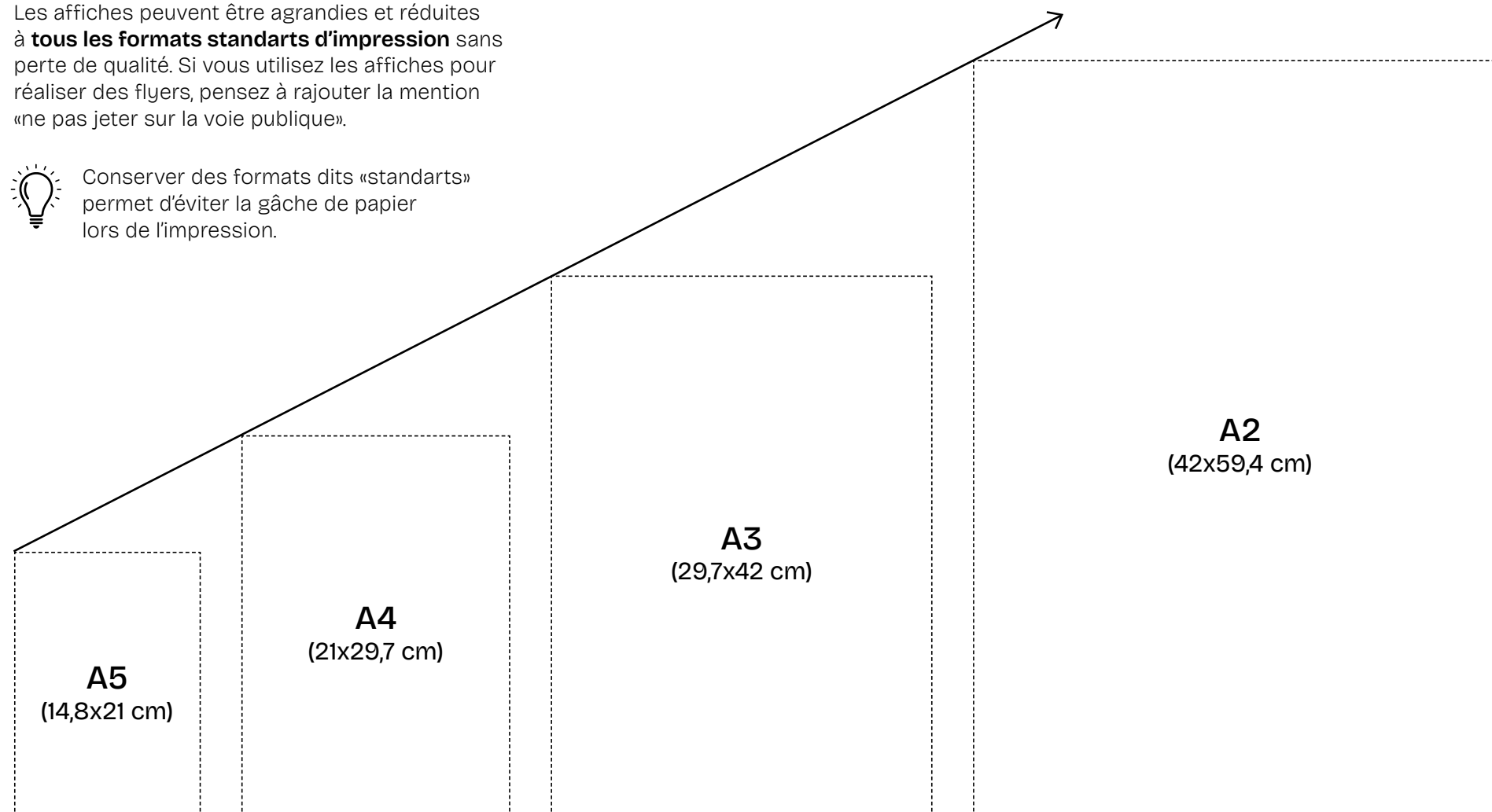
# Affiches > formats

## Les formats homothétiques utilisables

Les affiches peuvent être agrandies et réduites à **tous les formats standards d'impression** sans perte de qualité. Si vous utilisez les affiches pour réaliser des flyers, pensez à rajouter la mention «ne pas jeter sur la voie publique».



Conserver des formats dits «standards» permet d'éviter la gâche de papier lors de l'impression.





## Affiches > infos utiles

### Choisir son imprimeur

Préférer les imprimeurs ayant une démarche environnementale complète. Ils sont généralement détenteurs du label Imprim'Vert, Print Ethic ou d'une certification ISO 14001.

Pour limiter l'empreinte CO<sub>2</sub> de votre commande, il est important de bien réfléchir à la localisation de l'imprimeur.



### Choisir son papier

Les labels les mieux notés par l'ADEME (l'agence de la transition écologique) concernant le papier sont : Ange bleu, écolabel européen, écolabel nordique et FSC «recyclé».

Pour une affiche, le WWF conseille dans sa charte d'éco-conception un grammage compris entre 130-150 g/m<sup>2</sup>.

Il existe de très bons papiers français ou européens comme le «cocoon silk», ou le «O Natural Print».



### Choisir son encre

Dans la charte d'éco-conception des produits papiers du WWF : «Les encres à utiliser sont, par ordre de préférence : encre végétale, encre sans solvant 100% naturelle. Éviter les encres phosphorescentes, celles comprenant des solvants ou à fort taux de COV (composants organiques volatiles)».

### Choisir le nombre d'exemplaires

Ne commandez pas ce que vous ne diffuserez pas, même en cas de promotion. Faites une juste évaluation du tirage, évitez le surplus.

### Des finitions ?

D'après le guide de l'éco-encre réalisé par Citeo (spécialisée dans le recyclage des emballages ménagers et des papiers graphiques) «L'efficacité du recyclage peut être compromise par la présence éventuelle de résidus de certains composants des encres. Les encres métallisées, les vernis, les dorures et les pelliculages sont des éléments qui peuvent réduire l'efficacité du recyclage».



# Supports web

Visuels web (format carré) + «descriptions»



On passe au décarboné,  
tu viens en festival à pied ?



On rentabilise le trajet,  
la voiture affiche complet !



Pour le CO2 et le cardio :  
festival en vélo !



Pour du CO2 en moins ;  
tu viens en transport en commun ?



Le CO2, ça craint,  
viens au festival en train !

## Signature commune à tous :

Festivals en Mouvement, projet national porté par R2D2 regroupant 50 festivals français. Avec le soutien de France 2030, Centre National de la Musique, Banque des Territoires.



**Lien de téléchargement**

• [Visuels web \(format carré\)](#)  
• [+ descriptions](#)

# Supports web

## Format carré simplifié



Supports simplifiés reprenant les éléments importants des affiches. Privilégier ces supports pour les **affichages en petite taille**.

### Signature commune à tous :

Festivals en Mouvement, projet national porté par R2D2 regroupant 50 festivals français. Avec le soutien de France 2030, Centre National de la Musique, Banque des Territoires.

## Format 300x250 pixels simplifié



Supports simplifiés reprenant les éléments importants des affiches. Privilégier ces supports pour les **affichages en petite taille**.

### Signature commune à tous :

Festivals en Mouvement, projet national porté par R2D2 regroupant 50 festivals français. Avec le soutien de France 2030, Centre National de la Musique, Banque des Territoires.



**Lien de téléchargement**

• [Supports web simplifiés](#)



# Supports web

## Bannières web transports



En fonction des transports utilisés pour chaque festival, il vous sera possible de **sélectionner une ou plusieurs bannières** à intégrer dans les **sites web**.

## Bannière web globale



Lorsque la **place est limitée**, ou que les transports utilisés sont nombreux, il est possible d'utiliser la bannière web globale.

⬇ **Lien de téléchargement**  
• [Bannières](#)

# Supports web

## Posts carrés «citations» (tirés de l'enquête)



## Posts carrés «macarons signature»



## Post carré multi-transport



Ces posts permettent de **rythmer la campagne** et de faire des rappels réguliers en amont et durant le festival.

## Formats Story



↓ **Lien de téléchargement**

- [Posts carrés «citations»](#)
- [Posts carrés «macarons signature»](#)
- [Post carré multi-transport](#)
- [Formats story](#)

---

# Supports web > liens utiles

---

## Liens R2D2 et membres

R2D2 :

[www.linkedin.com/company/collectifr2d2](http://www.linkedin.com/company/collectifr2d2)

COFEES :

[www.linkedin.com/company/cofees/](http://www.linkedin.com/company/cofees/)

Elémen'terre :

[www.linkedin.com/company/eleme-terre/](http://www.linkedin.com/company/eleme-terre/)

Grand Bureau :

[www.linkedin.com/company/grand-bureau-aura/](http://www.linkedin.com/company/grand-bureau-aura/)

Le Collectif des festivals :

[www.linkedin.com/company/lecollectifdesfestivals/](http://www.linkedin.com/company/lecollectifdesfestivals/)

Le Pôle de Coopération :

[www.linkedin.com/company/le-pole-paysdelaloire/](http://www.linkedin.com/company/le-pole-paysdelaloire/)

RIM :

[www.linkedin.com/company/rim--réseau-des-indépendants-de-la-musique/](http://www.linkedin.com/company/rim--réseau-des-indépendants-de-la-musique/)

NORMA :

[www.linkedin.com/company/norma-normandie-musiques-actuelles/](http://www.linkedin.com/company/norma-normandie-musiques-actuelles/)

Haute Fidélité :

[www.linkedin.com/company/haute-fidélité/](http://www.linkedin.com/company/haute-fidélité/)

---

## Lien des partenaires

Banque des Territoires :

[www.linkedin.com/showcase/banque-des-territoires-par-la-caisse-des-depots/](http://www.linkedin.com/showcase/banque-des-territoires-par-la-caisse-des-depots/)

Centre national de la musique :

[www.linkedin.com/company/centrenationaldelamusique/](http://www.linkedin.com/company/centrenationaldelamusique/)

France 2030 :

#France2030

---

## Page internet de présentation Festivals en Mouvement

[www.lecollectifdesfestivals.org/collectif/2023/03/fem/](http://www.lecollectifdesfestivals.org/collectif/2023/03/fem/)

---

## Hashtags de la campagne

#FestivalsEnMouvement

#SeMettreEnMouvement

#Mobilité

#FEM

#Festivals

#MonTrajetFestival



Utilisez une majuscule au début des mots des hashtag permet :

- une meilleure vocalisation par les lecteurs d'écran,
- une meilleure compréhension pour les personnes utilisant une plage braille, et pour les personnes dyslexiques.

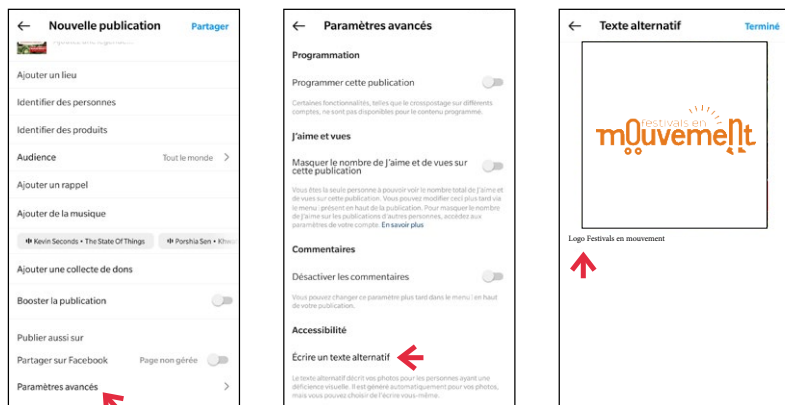
Placez de préférence les hashtags à la fin de vos posts.



# Support web > Texte de remplacement

Le **texte de remplacement** peut être lu par les lecteurs d'écran et permet aux **personnes non-voyantes ou malvoyantes de comprendre les images**. Le texte de remplacement est un **texte descriptif** qui transmet la signification et le contexte d'un élément visuel.

## Instagram



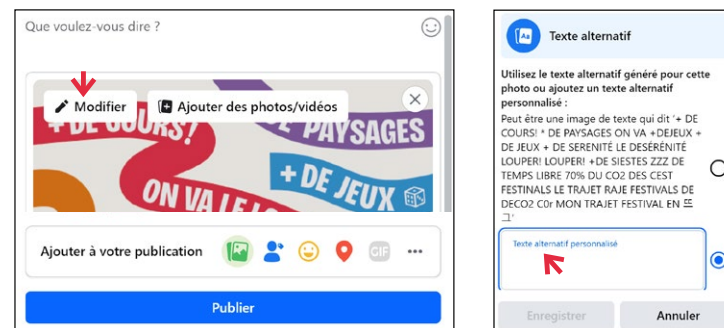
Lors de la création de votre post Instagram, cliquez sur **paramètres avancés** puis sur **écrire un texte alternatif**. Écrivez une courte description.

## LinkedIn



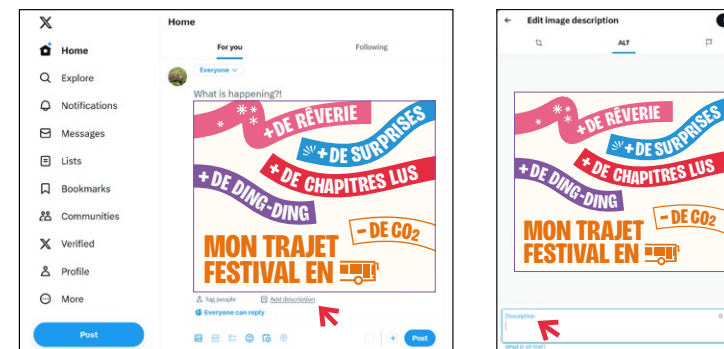
Lors de la création de votre post LinkedIn, quand vous téléchargez une image, cliquez sur **ALT** dans l'éditeur. Une fenêtre s'ouvre sur la droite. Écrivez une courte description de votre image.

## Facebook



Lorsque vous créez une publication sur Facebook, importez votre photo puis cliquez sur **Modifier**, puis sur **Texte alternatif**. Un texte vous est proposé, mais il n'est pas toujours correct, cliquez dans le cadre **Texte alternatif personnalisé**. Écrivez une courte description de votre image.

## X (Twitter)

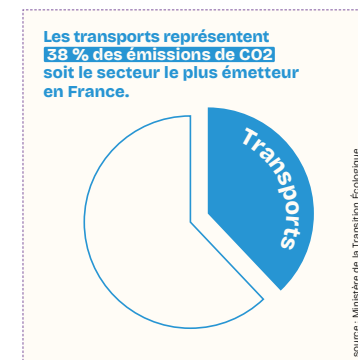
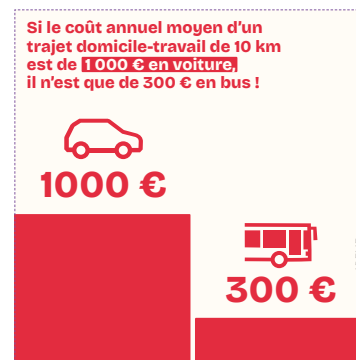
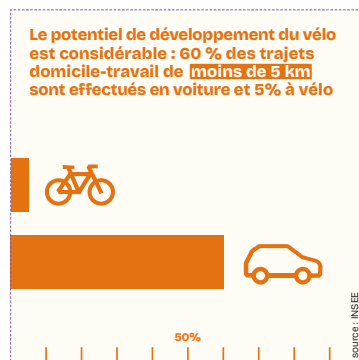
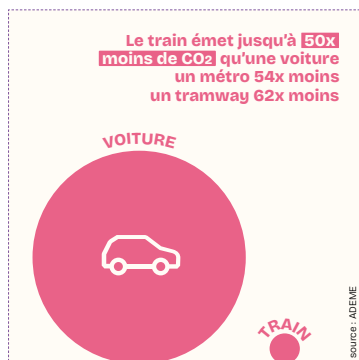
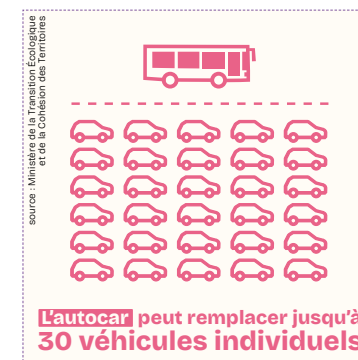
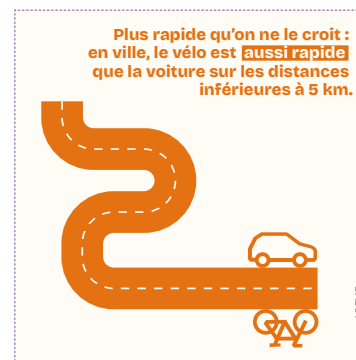
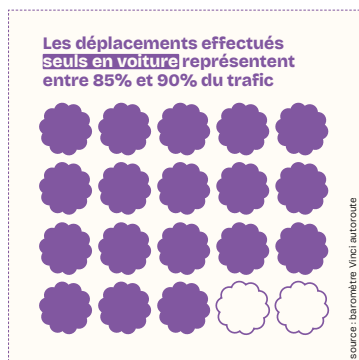


Lorsque vous créez un post sur Twitter (X) et que vous ajoutez une image, cliquez sur **Add description**. Une fenêtre s'ouvre, écrivez une courte description de votre image.



# Infographies

10 carrés d'infographie à l'unité

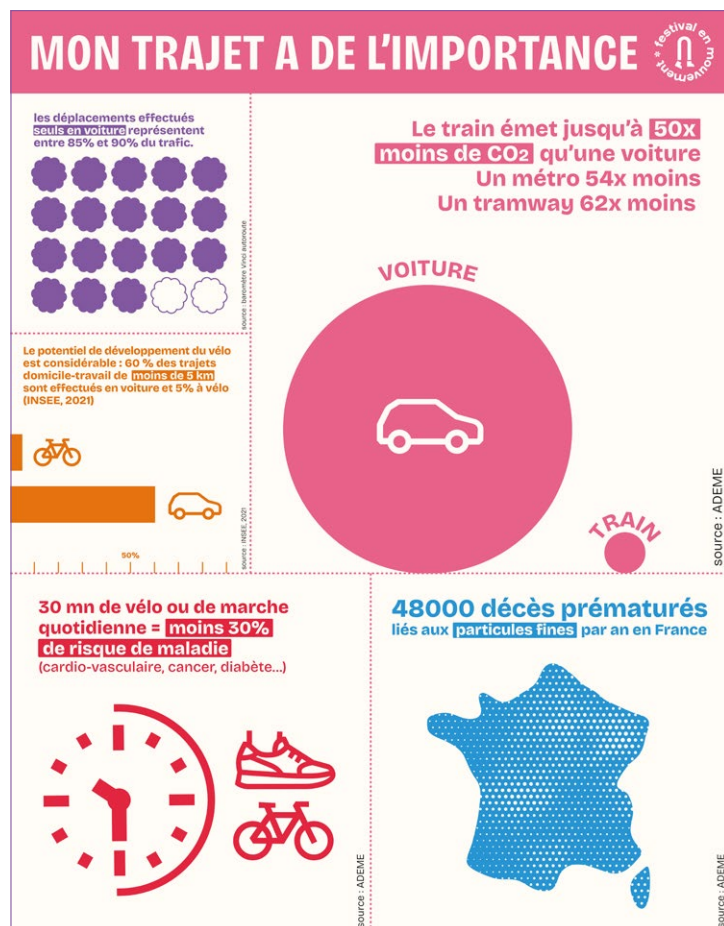


Ces infographies apportent la caution scientifique et **les chiffres nécessaires à la compréhension des problématiques liées au transport**. Vous pouvez par exemple les utiliser sur vos réseaux sociaux. Sélectionnez les en fonction des besoins de votre festival et des messages que vous souhaitez illustrer.


**Lien de téléchargement**  
 • [10 infographies à l'unité](#)

# Infographies

## Infographies composées (format portrait)



Exemples de **compositions plus ou moins complexes** réalisables sur la base des modules carrés. Vous pouvez par exemple réaliser des **kakémonos** sur les stands de sensibilisation.

Vous pouvez également **créer des compositions pour votre site internet ou vos réseaux**.

Dans vos compositions, conservez le principe de bandeau coloré en haut avec le texte suivant : **«MON TRAJET A DE L'IMPORTANTANCE»** ainsi que la **pastille** «Festivals en Mouvement»

**MON TRAJET A DE L'IMPORTANTANCE** festival en mouvement



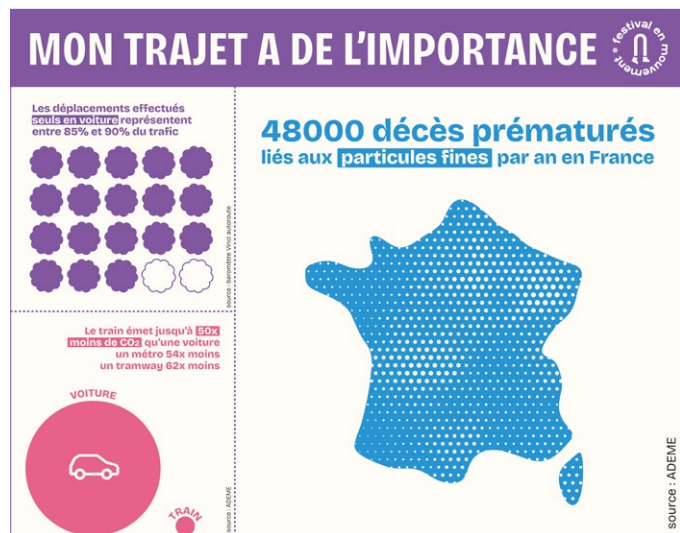
⬇️ **Lien de téléchargement**

• [Infographies composées portrait + pastille](#)



# Infographies

## Infographies composées (format paysage)



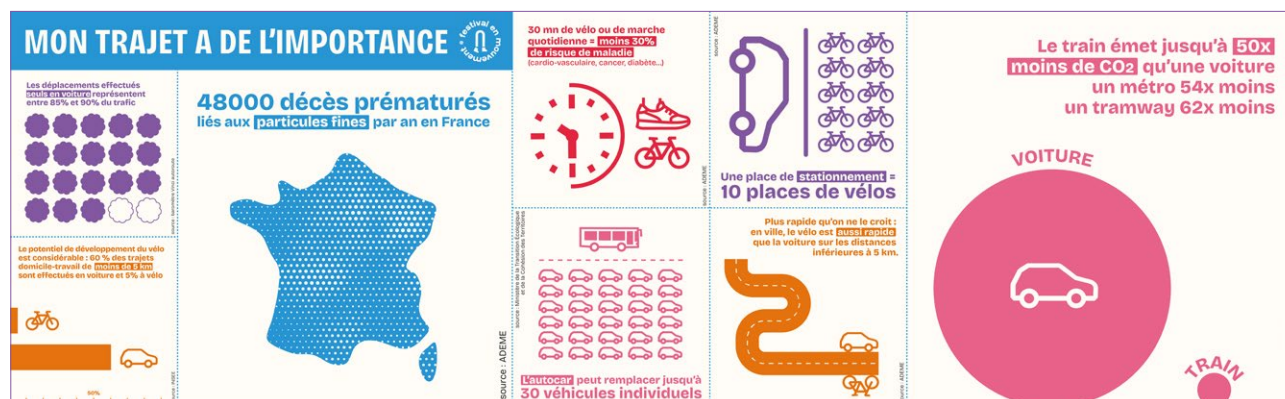
mockup par Mr.Mockup / Freepik



Infographies composées format paysage.

Vous pouvez par exemple réaliser des bâches sur le site du festival.

Vous pouvez également **créer des compositions** pour votre site internet ou vos réseaux.



Dans vos compositions, conservez le principe de bandeau coloré en haut avec le texte suivant : **«MON TRAJET A DE L'IMPORTANCE»** ainsi que la **pastille** «Festivals en Mouvement»

**MON TRAJET A DE L'IMPORTANCE** festival en mouvement



⬇️ **Lien de téléchargement**

• [Infographies composées paysage](#)  
+ [pastille](#)

## Stickers et/ou patches



1. sticker/patch  
«trajet en vélo»



2. sticker/patch  
«trajet en covoit»



3. sticker/patch  
«trajet en transports publics»



4. sticker/patch  
«trajet à pied»



5. sticker/patch  
«trajet en train»

Vous pouvez utiliser ces éléments comme **stickers** et/ou comme **patches illustratifs** pour animer vos pages web par exemple.



Je demande à mon imprimeur une impression «stickers à la forme» (pleine chair). Mate et sans finition (type vernis ou couche de protection)

Bon à savoir : certains imprimeurs comme «stickers green» proposent des gammes à base de bouteilles plastiques recyclées.



**Lien de téléchargement**

• [5 stickers](#)

# Bracelets



Les bracelets sont à distribuer aux festivaliers qui ont utilisé des modes de transport bas-carbone.

Les festivaliers peuvent facilement se **reconnaître** entre eux et envisager de **partager leur voyage retour**.



Afin de limiter l'utilisation d'encre, seule la partie visible du bracelet est imprimée, la zone de réglage est intentionnellement laissée blanche.

Demandez à votre imprimeur des bracelets Tyvek de 19 x 250 mm. Ce type de bracelet est composé de **plastique recyclable**.



**Lien de téléchargement**

• [Bracelets](#)

# Textes de présentation de la campagne

**Choisissez un texte d'accompagnement adapté à votre stratégie de communication** (pour les réseaux sociaux, pour votre site internet...). N'hésitez pas à modifier les textes selon votre besoin et votre cible mais pensez à citer à minima «Festivals en Mouvement» et «R2D2».

## Option 1 : texte détaillé «décontracté»

Nous, les festivals, on a fait le bilan (carbone).  
Résultat : le principal émetteur de CO2 (70%), ce sont les trajets. On a fait une enquête (nationale, grosse, solide, avec du qualitatif et du quantitatif) pour comprendre.  
Bon. En fait tout le monde vient en voiture (ou presque). Alors faut pas qu'on vienne en voiture (tout le monde, festivaliers, organisateurs...).

Mais c'est pas simple. Alors nous (50 festivals) on réfléchit pour trouver plein de solutions. Et on les met en place. On sait bien qu'en fait, la voiture, c'est une habitude, et que le train, la marche, le vélo, les transports collectifs, pour ceux qui les utilisent, c'est vraiment bien (ils le disent tous dans l'enquête). C'est plein de surprises, de bons moments, de rencontres. Et ça mérite d'être dit.

Donc, voilà, c'est la campagne, pour se rappeler que le trajet en douceur, le trajet en collectif, c'est déjà un festival.

## Option 1 : texte court «décontracté»

Nous, les festivals, notre principale émission de carbone, ce sont les trajets en voiture. Pour comprendre pourquoi tout le monde vient en voiture, on a fait une grosse enquête. On a appris que la voiture, c'est surtout une habitude. On a aussi appris que ceux qui viennent à pied, en vélo, en transports, ça leur plaît. Leur trajet, c'est déjà un festival et ça mérite d'être dit. Alors on le dit, c'est notre campagne !

### Signature commune à tous :

Festivals en Mouvement, projet national porté par R2D2 regroupant 50 festivals français. Avec le soutien de France 2030, Centre National de la Musique, Banque des Territoires.

## Option 2 : texte détaillé «institutionnel»

Le bilan carbone des festivals est sans appel : le principal émetteur de CO2 (70%), ce sont les trajets en voiture thermique. On a mené l'enquête pour comprendre les ressorts de nos comportements. Les résultats nous ont permis de réfléchir à ce sujet complexe (technique, sociologique, politique...) pour trouver des solutions que nous commençons à mettre en place sur nos festivals. L'enquête nous apprend qu'utiliser la voiture, c'est une habitude. Elle nous dit aussi que ceux qui utilisent le train, la marche, le vélo, les transports collectifs, sont tous heureux de leurs trajets. Ils les trouvent pleins de surprises, de bons moments, de rencontres. On a envie, avec cette campagne, d'attirer l'attention sur leur expérience. Parce que le trajet en douceur, le trajet en collectif, c'est déjà un festival.

## Option 2 : texte court «institutionnel»

Les trajets en voiture sont la principale source d'émission de CO2 des festivals (70%). Après enquête, nous avons appris que l'usage de la voiture est avant tout une habitude et que ceux qui utilisent la marche, le vélo, les transports collectifs sont tous heureux de leur trajet. C'est leur expérience que notre campagne souhaite partager. Parce que le trajet en collectif, le trajet en douceur, c'est déjà un festival.



**Lien de téléchargement**

• [Textes de présentation](#)

# Éléments individuels

## Chemins

### ⬇ Lien de téléchargement

- [Chemins avec texte](#)
- [Chemins sans texte](#)



## Pictogrammes

### ⬇ Lien de téléchargement

- [5 pictogrammes «transport»](#)
- [+ autres pictos](#)



## Macarons

### ⬇ Lien de téléchargement

- [Macarons «chiffres clés»](#)



## Logos

- Versions du logo «festivals en mouvement»
- Logos de R2D2 et de ses dispositifs
- Logos des partenaires

### ⬇ Lien de téléchargement

- [Logos de la campagne](#)







## **Infos pratiques**

---

**Véronique Fermé** : [v.ferme@cofees.fr](mailto:v.ferme@cofees.fr)

**Anne-Laure Chabat** : [annelaure.chabat@haute-fidelite.org](mailto:annelaure.chabat@haute-fidelite.org)

**Elodie Wable** : [elodie@lepole.asso.fr](mailto:elodie@lepole.asso.fr)

---

### **Direction artistique / graphisme :**

Juliette Guillory

Shanti Heath

### **Conception / rédaction :**

Marie-Cécile Barthou