

Charte graphique



% C0 M85 J40 N0
WEB # E7 42 67

% C45 M10 J100 N0
WEB # A4 B7 00

% C50 M30 J0 N50
WEB # 51 5F 81

% C5 M35 J100 N0
WEB # F1 B7 00

% C85 M20 J40 N40
WEB # 09 92 98



fm SH fondation
maison des
sciences
de l'homme

Pantone 5405 EC

50 %

fm SH fondation
maison des
sciences
de l'homme

Noir 100 %

60 %



Charte graphique

Table des matières

Partie 1 : définition et logo	3
Le logo	4
Caractéristiques techniques	4
Caractéristiques graphiques	5
Présentation du logo dans la charte graphique	6
Partie 2 : typographie et autres éléments	7
Typographie	8
La feuille de style	8
La couleur	12
Utilisation des formes	15
Traitement des images	16
Iconographie et signalétique	17
Charte graphique étendue	19
Les autres médias	19

Partie 1 : définition et logo

La charte graphique définit l'ensemble des éléments graphiques d'une entreprise. Elle doit prendre en compte l'ensemble des éléments de communication et de diffusion d'une société. Ainsi, la charte graphique est adaptée non seulement pour le site, mais aussi pour les cartes de visite, les plaquettes et dossiers, les éventuels documents de présentation (type PowerPoint ou autre) les factures, devis, courriers...

Globalement, la charte graphique se base sur le logo qui en est son premier élément.

Le logo

Le logo est à la base de la charte graphique, il est la première représentation de l'entreprise et sa représentation la plus diffusée. *A priori*, le logo se retrouve sur tous les documents émis par l'entreprise, que ceux-ci soient d'ordre administratif ou comptable, publicitaire, informatif... Il doit donc pouvoir s'adapter à l'ensemble des éditions qu'elles soient Print ou Web. En cela sa conception doit répondre à des nécessités techniques lui permettant d'être de bonne qualité, quel que soit le format de son exploitation.

Un logo doit donc toujours être conçu en vectoriel

Caractéristiques techniques

Par la suite, on l'exporte aux différents formats relatifs au type de publication.

Lorsqu'on livre un logo, il est donc nécessaire de le livrer sous plusieurs formats :

- **En vectoriel sous deux extensions :**
 - En Illustrator avec la police qui a servi pour sa conception
 - En EPS avec les polices vectorisées pour une utilisation en Print, sans avoir besoin d'installer la police utilisée et sans avoir recours à Illustrator.
- **En image :**
 - Avec les fonds qui l'accompagnent si les couleurs de fond sont déjà définies
 - Avec fond transparent

Ce qui implique par exemple de le fournir en 250 px, 500 px et 1000 px dans tous les cas, au format PNG pour les fonds transparents et JPG, GIF ou PNG pour les fonds de couleurs pour la partie Web.

Pour la partie Print, l'EPS en 300 dpi CMJN doit suffire, mais rien ne vous empêche de le fournir aussi sous forme d'image JPG et/ou PNG en 300 dpi à différente taille d'impression.

De plus, le logo doit être fourni dans ces différents formats avec et sans baseline s'il en possède une, dans sa version simplifiée s'il en possède un et pour tous ces cas en couleur et noir et blanc.

Caractéristiques graphiques

Pour être efficace, un logo doit être construit sur différentes idées. Voici les principales préconisations qui sont données :

- **Il doit avoir du sens** : le logo est la première image de l'entreprise, il en est le symbole. Ce qu'il représente, même si c'est une abstraction, doit avoir du sens. Il doit bien sûr correspondre au code graphique du secteur d'activité.
- **Il doit être lisible, unique et simple** : le logo doit être immédiatement appréhendable (simplicité et lisibilité) et ne pas se confondre ou ressembler à d'autres logos (unicité).
- **Le logo doit être durable et éviter les effets de mode** : si vous devez changer votre logo parce qu'il ne correspond plus à une mode sur lequel il s'est basé, c'est l'identification de l'entreprise que vous remettez en question.
- **Le choix de la typographie** : n'hésitez pas à la personnaliser. Mais attention, la charte graphique repose aussi en grande partie sur le choix typographique qui va être fait, aussi veillez à ce que les typographies utilisées pour le logo puissent se marier avec celles utilisées pour le reste de la charte graphique.
- **Le logo doit répondre à des règles de proportion et de symétrie.**
- **Vous pouvez aussi avoir une utilisation de l'espace négatif** : c'est-à-dire de ce qui est dessiné, non pas par les éléments qui le composent par les vides qui sont définis par ces éléments. (Voir image ci-contre).
- **Éviter les formes passives** : privilégier les formes actives. Le logo doit évoquer le mouvement.
- **Ces proportions sont plutôt de type paysage ou carré** : en effet, un logo vertical est plus difficile à placer dans les contextes courant de mise en page, que celles-ci soient Web ou Print.



Exemple d'utilisation de l'espace négatif (la flèche entre le E et le x)

Le logo est un art difficile, il peut être purement typographique, utiliser une baseline, avoir un motif distinctif... mais dans sa conception, une des parties les plus complexes est de faire admettre son idée par le client. Ce dernier a des idées, qu'il mélange, superpose le plus souvent de façon incompatible sans prendre en compte les nécessités techniques. Ainsi, lorsque vous concevez un logo, il est indispensable de préparer le discours qui soutient sa conception.

En règle générale, on présente 2 à 3 pistes avec des déclinaisons. Si on a de la chance, une de ces pistes

sera validée, sinon, cette première présentation permet de mieux comprendre l'envie du client. On part alors du retour d'expérience de cette présentation pour présenter un dernier logo avec des variations.

Bordez bien la conception de votre logo dans votre devis si vous voulez vous éviter un nombre incalculable d'allers-retours. Définissez le nombre de pistes que vous présenterez (vous en ferez bien plus) et le nombre de corrections que vous apporterez. La plupart des personnes pensent qu'un logo est un petit dessin, mais c'est un dessin qui doit répondre à toutes les préconisations qui ont été définies avant. Ce travail nécessite souvent un grand-nombre de recherches, d'esquisses, de variations puis de mises en place des exportations aux différents formats. Si vous ne voulez pas vous brader, un logo se vend en moyenne 1000 €.

Présentation du logo dans la charte graphique

Le logo est le premier élément de la charte graphique.

On ne présente que la version définitive et ses déclinaisons, jamais les recherches que l'on a effectuées.

Vous devez présenter sa version couleur et noir et blanc, et donner les codes couleurs (y compris les niveaux de gris pour la version noir et blanc), la typographie utilisée et noter si celle-ci a été retravaillée.

Il est nécessaire de donner l'espace qui doit rester libre autour. En effet, on réserve toujours un espace autour du logo qui est soit en valeur absolue, soit en valeur relative à sa taille d'exploitation.

Vous présentez les variantes et les façons d'utiliser le logo et indiquer que toute autre utilisation que celles indiquées est interdite.

Partie 2 : typographie et autres éléments

Typographie

Après le logo, la typographie est la base d'une charte graphique. Elle doit garantir l'homogénéité des différents documents.

Le choix d'une ou plusieurs polices détermine une grande part de l'aspect visuel d'une page, d'un document, non seulement dans la police elle-même, mais aussi dans la taille qu'on lui attribue, dans l'interlignage, dans les retraits et les marges et dans le rapport des différents types d'éléments (titre, paragraphe...) entre eux.

Si globalement on conseille de se restreindre à deux familles de fontes, on peut aussi essayer de trouver des fontes ayant des déclinaisons suffisamment nombreuses pour pouvoir s'en satisfaire. En effet, une police possède des graisses dont les plus connus sont *regulare*, *bold*, *light*, *extra...*, mais il existe des chasses différentes comme *condensed*, *extended...* Cela permet de jouer avec des aspects différents d'une même police et d'avoir un grand choix de variations. Certaines polices présentent même une version avec et sans empattement (par exemple la Roboto possède une version *slab* avec empâtement).

La feuille de style

Ce qui gère la typo dans une charte graphique va être la feuille de style. Il arrive que l'on soit amené à produire plusieurs feuilles de style selon les types de document, ou tout du moins d'avoir des variantes, des ajouts aux principaux styles, ou de ne pas tous les utiliser.

La feuille de style est la mise en place des valeurs de chacune des propriétés relatives à un type de paragraphe ou à l'utilisation dans un paragraphe de variation de la fonte. On distingue donc deux types de style : les styles de paragraphes qui s'appliquent à tout le paragraphe et les styles de caractère qui s'appliquent à un ou plusieurs caractères dans un paragraphe.

En règle générale, on définit la feuille de style pour le Print, et les tailles, les espaces et les retraits sont en point et en millimètres. Il faut donc, pour le Web, établir les rapports existant entre ces unités de mesure et les unités utilisées sur le Net permettant un meilleur responsive design comme le %, l'em ou le rem¹.

¹ Pour en savoir plus <https://www.w3.org/Style/Examples/007/units.fr.html>

Charte graphique

Partie 2 : typographie et autres éléments :: Typographie :: La feuille de style

Pour vous aider à convertir vos propriétés de tailles du Print vers le Web vous pouvez vous servir d'un convertisseur comme celui présenté à la page :

<https://outils-css.aliasdmc.fr/convertir-unites-de-longueurs-css.php>

ou vous référer au tableau suivant issu de la même page.

Px	(R)Em	%	Pt ²
6px	0.375em	37.5%	4.5pt
7px	0.438em	43.75%	5.25pt
8px	0.5em	50%	6pt
9px	0.563em	56.25%	6.75pt
10px	0.625em	62.5%	7.5pt
11px	0.688em	68.75%	8.25pt
12px	0.75em	75%	9pt
13px	0.813em	81.25%	9.75pt
14px	0.875em	87.5%	10.5pt
15px	0.938em	93.75%	11.25pt
16px	1em	100%	12pt
17px	1.063em	106.25%	12.75pt
18px	1.125em	112.5%	13.5pt
19px	1.188em	118.75%	14.25pt
20px	1.25em	125%	15pt
21px	1.313em	131.25%	15.75pt
22px	1.375em	137.5%	16.5pt
23px	1.438em	143.75%	17.25pt
24px	1.5em	150%	18pt

Donc, comme je le disais, il y a une différence fondamentale de l'utilisation de la typographie en Web par rapport au Print : dans un document imprimé, la taille de la police est définie de façon fixe (en point ou éventuellement en pixel), mais sur une page Web, la taille de la police sur une utilisation donnée (titre, paragraphe...) est amenée à changer en fonction notamment des règles du responsive design et surtout du paramétrage du navigateur pour des raisons d'accessibilité (écran pour mal voyant par exemple). J'ai donc, pour ma part, opté pour une utilisation de taille des polices non plus fixe, mais relative. La taille des

2 Les points sont calculés en fonction d'un point par pouce de 72 et un pixels par pouce de 96.

polices n'est donc plus en pixel, mais en em. Historiquement, l'em correspond à la hauteur d'un caractère et de l'espace réservé en haut et en bas pour les lettres à jambage³. Dans le cadre du Web la définition d'une taille de police en em est la suivante : un élément HTML pour lequel on a demandé une taille de texte de x em aura un texte dont la hauteur représente x fois la hauteur du texte de son élément parent⁴.

Cela permet donc de garder une proportionnalité des tailles dans le cas de modification de l'affichage de la page Web. Globalement la taille du texte par défaut dans un navigateur est assez élevée (de l'ordre de 14 pixels). Il convient donc de changer pour le BODY de la page Web la taille de la police en lui donnant la valeur 0.85em pour que l'ensemble des tailles se réduise. Ensuite, on détermine les tailles des éléments HTML de texte (balise titre, paragraphe, liste...) en fonction de l'ordre de grandeur que l'on désire. Par exemple si <p> (balise paragraphe) est à un 1em elle sera en fait de 0,85 fois la taille par défaut du traitement des polices par le navigateur, car au niveau du BODY (balise parente) la taille des polices est de 0,85 la taille par défaut ; et si la balise <h1> (titre de niveau 1) est de 3em, elle sera de 2,25 fois la taille par défaut des polices dans le navigateur... mais bien trois fois plus grande que la police d'un paragraphe.

Élément de la feuille de style

Style de paragraphe

Un texte possède un découpage sémantique composé de différents types de paragraphes. Parmi ceux-ci, et qui feront donc l'objet de style de paragraphe, on distingue :

- **Le paragraphe standard (ou corps de texte)** : qui est celui utilisé principalement.
- **Les titres** : prévoir jusqu'à six niveaux de titre (relatif aux 6 balises titre du Web)
- **Les mises en exergue** : chapô, encart, code (pour les documents d'informatique), citations...
- **Les listes** : prévoir minimum deux niveaux de listes, et au moins sous deux formats différents
- **Les notes et reports et légendes** : note de pied de page, report de texte, légende d'image...
- **Les sommaires et annexes** : sachant que les annexes comme les bibliographies sont extrêmement codifiées (voir cours sur la maquette).

3 <https://fr.wikipedia.org/wiki/Jambage> : En calligraphie et typographie, on appelle jambage d'une lettre la partie de cette lettre qui en prolonge le fût sous la ligne de pied. Les lettres suivantes de l'alphabet latin présentent un jambage : < g >, < j >, < p >, < q > et < y >.

4 Tiré de l'article <https://www.alsacreations.com/article/lire/563-gerer-la-taille-du-texte-avec-les-em.html> — par fvsch mis à jour le 10/02/2017

Style de caractère

À l'intérieur des styles de paragraphes, on peut avoir besoin de styles de caractère pour :

- La mise en italique de citations courtes
- La mise en avant de mots ou d'expression (augmentation de la graisse)
- La mise en couleur, le soulignement, barrer du texte...
- Plus généralement pour le changement de taille ou de fonte

La présentation de la feuille de style dans la charte graphique se fait à l'aide de faux texte (Lorem Ipsum) et on doit récapituler les caractéristiques de chaque style (paragraphe et caractère). Ce report peut se faire dans le document ou dans un fichier annexe (tableau Excel par exemple). Toutes les propriétés doivent normalement être données : taille, fonte (famille, graisse, variante, couleur, interlignage, retraits, espace avant et après pour la succession avec un paragraphe différent et espace après pour les paragraphes similaires, couleur, bordures...). Le fait de ne pas mentionner une propriété est considéré comme portant une valeur nulle ou par défaut. Pour exemple, pour l'interlignage, le fait de ne pas en donner la valeur fait que l'on considérera l'interlignage automatique.

Gabarits

Une fois la feuille de style établie, on peut mettre en place les gabarits. Pour une réelle mise en place de ceux il faut avoir avant défini les couleurs, l'iconographie, les formes et les images, tout point que nous verrons à la suite de ce chapitre. Néanmoins, gabarit et feuille de style sont intimement liés puisque le gabarit et en grande partie l'application de la feuille de style dans un type de document donné et relatif à un logiciel de traitement de ce type de document. Ainsi, il est parfois nécessaire de faire des gabarits sur Word, InDesign, OpenOffice, Excel...

Les gabarits sont des documents préétablis qui permettent de créer du contenu sans avoir à se soucier de la mise en page. Il faut donc reporter la feuille de style dans le document « modèle », mettre en place les invariants, les aides et éventuellement faire plusieurs gabarits pour les documents complexes (par exemple dissocier le gabarit de couverture et de 4^e de couverture, du gabarit du corps du document).

Les gabarits sont souvent livrés avec un mode d'emploi et dans les versions compatibles des logiciels de la société.

La couleur

Les couleurs sont un élément essentiel de la charte graphique. Il n'y a pas de « limite » au nombre de couleurs, néanmoins, plus vous mettez de couleurs dans votre charte graphique, plus vous risquez une perte de lisibilité de vos documents, sauf si ces couleurs ne sont pas trop mélangées. Par exemple vous pouvez attribuer une couleur à chaque grande thématique de l'entreprise ou à chaque rubrique de premier niveau de votre site Web.

Comme nous l'avons vu dans le couleur sur la couleur, les couleurs ne se définissent réellement que les unes par rapport aux autres : c'est à travers le contraste que la couleur s'exprime réellement.

Intuitivement, la conception de charte graphique se fait sur fond blanc, sauf indication contraire. Si vous envisagez d'avoir des fonds de couleurs différents, vous devez présenter vos couleurs sur les fonds qui seront utilisés. Car la charte graphique ne fait que définir les couleurs, elle définit aussi leur mariage, leur gamme et éventuellement leurs répartitions et leurs attributions.

La couleur est un sujet sensible comme le souligne l'expression « les goûts et les couleurs », et lorsque l'on choisit un jeu de couleur pour son site ou sa charte graphique, il convient de jeter un œil sur les symboliques globales en fonction du public visé, mais aussi sur les contrastes qui vont naître de leur jeu pour résoudre un problème d'accessibilité : pour les daltoniens il est nécessaire d'avoir un véritable contraste en niveau de gris et non simplement un contraste de teintes. Mais attention, la symbolique des couleurs est variable selon les cultures, soyez donc très vigilants à la façon dont vous les choisissiez.

Présentation des couleurs dans une charte graphique

Lorsque vous présentez votre jeu de couleurs, vous devez les définir avec le plus de code possible, et si vous faites bien les choses, vous les définissez pour tous afin d'être sûr qu'elles seront toujours correctement définies dans les différents logiciels et selon les habitudes de chacun.

- RVB
- CMJN
- TLS
- Lab
- Hexadécimal

Les couleurs devront être présentées en un premier temps individuellement, puis dans la façon de les marier.

Pour exemple.



Couleur principale : dénommée *bleu roy*.

- **Code hexadécimal** : #586799
- **TSL** : 226 42 60
- **RVB** : 88 103 153
- **CMJN** : 77 62 14 1
- **Lab** : 44 3 -22

Couleur servant de fond et de monochrome pour les images de début de rubrique (voir traitement des images).



Couleur secondaire : dénommée *jaune de chrome*.

- **Code hexadécimal** : #eec535
- **TSL** : 47 78 93
- **RVB** : 238 197 53
- **CMJN** : 1 22 98 0
- **Lab** : 83 10 81

Couleur servant de fond aux encarts



Couleur secondaire : dénommée *vermillon*.

- **Code hexadécimal** : #d0463e
- **TSL** : 3 70 81
- **RVB** : 208 70 62
- **CMJN** : 0 89 81 0
- **Lab** : 56 65 45

Couleur servant pour les messages d'avertissement

Ces couleurs ayant un niveau de gris très proche, elles ne seront jamais associées entre elles mais toujours utilisées sur fond blanc ou noir.

La remarque ci-dessus est contextuelle à l'exemple.

Charte graphique

Partie 2 : typographie et autres éléments :: Typographie :: La couleur

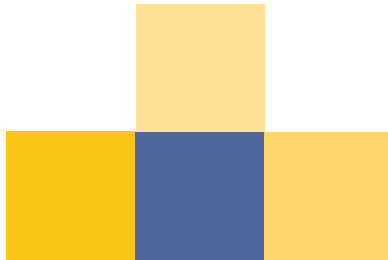
À noter : si les couleurs pouvaient se marier, on les présenterait dans leur rapport d'utilisation.

Pour exemple :

Utilisation du bleu Roy avec texte en jaune de chrome dessus :

Mariage bleu Roy, jaune de chrome avec variante du jaune.

Texte de présentation
Paragraphe standard



Le jaune de chrome est utilisable en association à 50 % et 70 % de teinte avec le bleu Roy

Gamme de couleurs



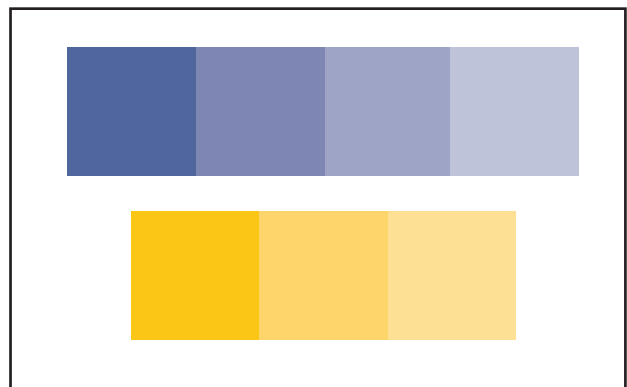
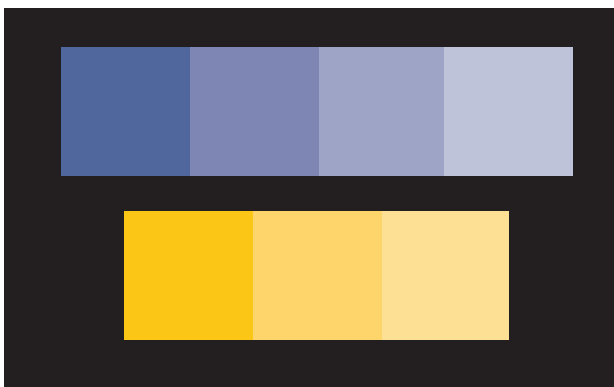
Utilisation à 70, 50 et 30 %. La couleur à 30 % est utilisée pour les liens Web sur fond noir.



Utilisation à 70 et 30 %, pour aplat

On présente ainsi les gammes de couleurs dans leur utilisation en décrivant ce à quoi vont servir les différents niveaux de la gamme si on le sait

Couleur sur fond noir



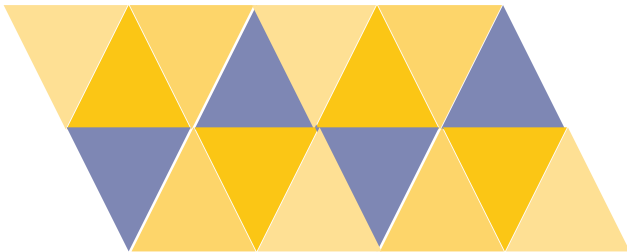
Présentation du rendu des couleurs sur les différents fonds possibles

Utilisation des formes

On peut définir selon le besoin des formes géométriques utilisées pour créer des fonds, porter des photos ou marquer des encarts. Ces formes ont des connotations symboliques particulières [voir cours sur la mise en page].

Présentation des formes

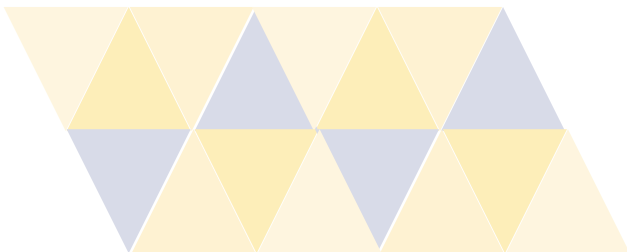
Pour exemple, on dira qu'on utilise les triangles pour la création de fonds :



Frise de page de début de partie des rapports d'activité.

Pour rappel dans certaines pages, on pourra aussi l'utiliser à 30 % d'opacité.

Des variations d'association seront effectuées au besoin.



On l'utilisera aussi pour créer des flèches de mise en avant de certains pavés textes de la façon suivante :



Ces flèches pourront aussi être utilisées à 30 % d'opacité.

Traitement des images

On peut aussi définir un traitement particulier pour tout ou partie des images. Certaines chartes graphiques peuvent par exemple exiger que toutes les images soient en noir et blanc.

Pour l'exemple on reprendra ici la spécification introduite au niveau des couleurs : les images pleine page seront traitées de trois façons différentes selon le besoin. Le principe est de les rendre monochromes sur la couleur bleue Roy. On disposera de 3 réglages chromatiques Photoshop. De haut en bas et de gauche à droite :

Image originale | dessaturation et incrustation mode couleur du bleu Roy
Transfert de dégradé bleu Roy vers blanc | Teinte saturation en colorisation bleu Roy code TLS



On peut mettre à disposition l'enregistrement des propriétés des calques de réglages, voir des scripts d'application de ceux-ci.

Si certaines images sont systématiquement utilisées dans une forme géométrique on l'indique. Par exemple le fait de mettre les portraits dans des ronds comme le font la plupart des réseaux sociaux. Ou bien il arrive parfois que l'on serve d'une forme du logo pour mettre des images dedans...

Bref, vous indiquez ici tous les traitements d'image que vous comptez utiliser.

Iconographie et signalétique

L'iconographie

L'iconographie présente deux tâches distinctes :

- L'étude descriptive des différentes représentations figurées d'un même sujet ; ensemble classé des images correspondantes.
- L'ensemble de l'illustration d'une publication (livre, revue, etc.).

Une charte graphique peut préconiser des règles pour l'iconographie comme « avoir toujours les personnes en plan américain, avoir des photos dans une dominante de couleur, donner des indications sur les tailles et résolutions minimales et maximales utilisées »...

La signalétique : les icônes

Vous devez mettre en place tout le système d'icônes utilisées pour la signalétique d'informations et de fonctionnalités. Vous avez deux possibilités pour ce faire :

- Utiliser une police d'icône
- Dessiner ou utiliser des images d'icônes (plutôt en vectoriel)

Dans le premier cas, il faut penser Web. Si vous allez utiliser Bootstrap ou un autre framework possédant une police d'icônes, vous êtes contraint à l'utiliser aussi pour vos travaux Print. Rien ne vous empêche de vectoriser cette police sur Illustrator pour pouvoir utiliser ses éléments en tant qu'image.

Dans le second cas, vous dessiner ou utiliser des collections d'icônes. Il est préférable d'utiliser des images vectorielles dans la mesure où les éléments de signalétique, comme le logo, peuvent être utilisés aussi bien sur une carte de visite que sur un kakémono.

Charte graphique

Partie 2 : typographie et autres éléments :: Typographie :: Iconographie et signalétique

Il est important de veuille à l'homogénéité graphique des icônes et de gardez le même style pour tous. On peut distinguer trois grands courants utilisés dans la signalétique Web.

- Le **realism design** (ou Fat design) qui a été utilisé dès les origines du Web. Cette tendance va voir son apogée graphique à travers le Skeuomorphisme qui fait le lien entre l'objet physique et la fonction virtuelle afin d'accompagner l'utilisateur dans son expérience.
- Partant du postulat que les utilisateurs sont suffisamment aguerris aux interfaces logicielles et à des fins d'optimisation des performances des sites, Microsoft révolutionne sa charte graphique par une simplification à l'extrême de ses codes. Aplats de couleurs, pictogrammes et jeux typographiques viennent remplacer les règles du skeuomorphisme. De Windows 8 METRO naîtra le **Flat Design**.
- On attribue à Google l'évolution du flat design vers le **material design** en y apportant plus de perspective de volume et de profondeur en gardant toujours des formes géométriques et des couleurs vives.



Exemples des différents mouvements dans la création d'icônes

Néanmoins, on peut voir comme sur l'image ci-contre qu'au sein d'un même mouvement il est possible d'avoir des variations de style : le trait peut être plus ou moins gras (épais), les formes plus ou moins simplifiées ou complexes, on peut aussi être entièrement en aplat. On voit de même au sein du material design (image précédente) qu'on peut être monochrome, multichrome, en aplat ou en avec des dégradés.



L'important est de toujours rester homogène dans son traitement ! Toutes vos icônes doivent avoir le même traitement graphique.

Charte graphique étendue

Les autres médias

Si vous travaillez pour une radio, ou pour un canal audiovisuel, vous aurez à mettre en place d'autres types d'identités :

- Une identité vidéo
- Une identité sonore

La première nécessite de mettre en place l'habillage des transitions, les mouvements de fond des décors lors de l'affichage de tel ou tel type d'élément (le nom d'un intervenant, l'apparition d'un sous-titre, l'emplacement et le mouvement du logo de la chaîne, les interludes...).

Pour la seconde, ce n'est plus une charte graphique mais une charte sonore qu'il faut mettre en place. Cela peut aller du type de voix des intervenant·es (Fip par exemple), aux divers jingles utilisés, toutes les transitions sonores... Cela peut se faire par émission, mais il peut y avoir une charte sonore commune à l'ensemble des émissions de la radio.