

Paris, le 04 avril 2016

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'Assemblée des Départements de France dévoile sa nouvelle identité visuelle

L'Assemblée des Départements de France (ADF) a souhaité faire évoluer son identité visuelle en ayant pour objectif de moderniser, dynamiser et rendre plus lisibles les actions de l'ADF.

Parce que la mise en œuvre de la réforme territoriale représente un nouveau défi pour les Départements et qu'ils s'engagent sur de nouveaux chantiers, il était nécessaire de montrer que l'ADF qui les représente sait se renouveler, innover et rassembler.

Enfin, parce que dans le nouveau paysage territorial, la force des Départements est d'être proche de leurs concitoyens, l'ADF a imaginé un nouveau logo qui met en valeur les 102 Départements et qui, par son graphisme, symbolise cette proximité.

L'agence retenue pour cette mission, le Studio Doris Hémar, a travaillé sur trois axes afin de concevoir une identité visuelle en capacité d'exprimer le rôle de l'ADF :

- Traduire graphiquement la vocation de « Maison des Départements » de l'ADF: FÉDERER
- Mettre en avant les Départements : VALORISER
- Permettre aux partenaires de valoriser leur coopération avec l'ADF : DÉVELOPPER

Les partis-pris créatifs

L'aboutissement de cette réflexion est un logo riche à plusieurs niveaux de lecture, organisé autour d'une lettre D stylisée. Le D majuscule représente non seulement les Départements, mais aussi les valeurs d'engagement d'une structure active : D comme Défi, Départ, Démocratie, Dialogue. Les mouvements imbriqués des lettres viennent symboliser le côté rassembleur, à l'image de l'ADF au service de ses 102 Départements. Les lettres qui s'entremêlent sont également évocatrices de la proximité. Enfin, le bleu blanc rouge que l'ADF a souhaité conserver, rappelle la vocation de service public de l'organisation.

Si « Assemblée des Départements de France » reste la signature institutionnelle de l'organisation, l'ADF a voulu développer deux déclinaisons du logo : « Départements de France » à destination du grand public, et « ADF partenaire ».

Création de la marque « Départements de France »

Plus évocateur, plus accessible et plus simple à utiliser dans le cadre d'événements culturels ou sportifs (Tour de France, Festival de musique de la Chaise Dieu, Festival du Film francophone d'Angoulême...), la marque « Départements de France » permet de davantage valoriser les Départements, acteurs de proximité, par un nom plus court, donc plus lisible et moins institutionnel. Le Tour de France 2016, auquel l'ADF est associée en tant que garant de la sécurité et de l'entretien des routes, sera l'occasion d'utiliser cette nouvelle marque sur les différents supports de communication.

Déclinaison d'un logo « ADF partenaire »

La seconde déclinaison de la base graphique avec la mention « ADF partenaire » permet à chaque partenaire qui le souhaite de faire-valoir la conduite d'actions communes avec l'ADF.

Les 3 nouveaux logos :



Pour découvrir la nouvelle identité visuelle, cliquer sur le [lien suivant](#).

A PROPOS DE L'ADF :

L'Assemblée des Départements de France (ADF) est une association pluraliste qui réunit les Présidents des 102 Départements (96 Départements métropolitains et 6 ultra-marins). Elle remplit une triple mission :

- Représenter les Départements auprès des pouvoirs publics
- Constituer un centre de ressources permanent pour les Conseils départementaux
- Offrir aux élus départementaux les moyens de confronter leurs idées, d'échanger leurs expériences et d'arrêter des positions communes sur les grands dossiers nationaux.