

Conseil Fédéral FFAP

Compte rendu réunion du 16 mars 2024

MODE	VISIO CONFERENCE
PRESIDENT DE SCEANCE	S. ODIN
ORGANISATEUR	C. CHARPENET
SECRETAIRE DE SCEANCE	C. CHARPENET
PRESENTS COLLEGES PRESIDENTS	F. HEBRARD - M. THIERRY - P. DIN – F. DENIS – M. DELVILLE – N. DECRETON – C. CHARPENET
PRESENTS COLLEGES MEMEBRES INDIVIDUELS	S. ODIN - A. WILLIAM – E. PARKER – F. TABARY – JC. PIVETEAU -
ABSENTS AYANT DONNE POUVOIR	G. NAUDET – S. CRUNELLE

14 membres présents ou représentés valablement sur 17 élus. Le quorum est atteint et le conseil est valide.

La réunion commence vers les 9h30.

1- Mot du président

Le président ODIN souhaite la bienvenue aux participants et les remercie.

2- Election de F. HEBRARD au poste de Vice-Président (coopté)

Résultats : POUR : 13, CONTRE : 0

F. HEBRARD est confirmé au poste de Vice-Président

3- Election de M. DELVILLE au poste de secrétaire adjointe (cooptée)

Résultats : POUR : 13, CONTRE : 0

M. DELVILLE est confirmée au poste de secrétaire adjointe

4- Validation du compte rendu du dernier conseil fédéral, vote

Résultats : OUI : 12, NON : 0, ABSTENTION : 1

Le compte rendu est validé

5- Budget prévisionnel 2024 FFAP

Noël DECRETON présente au conseil le budget prévisionnel 2024. (Voir document joint : ANALYSE BUDGET FFAP 2024 -.xlsx)

Il précise que concernant les donations il conviendra de provisionner pour une éventuelle taxation.

La valorisation du stock est à finaliser.

Il fait remarquer que les frais d'avocats sont en hausse en rapport avec la demande de rescrit IG.

Spectacles Magiques de l'année :

Noël DECRETON trouve qu'il n'y a pas de dépenses excessives sur ce sujet.

Jean Claude PIVETEAU fait part de ses doutes.

Serge ODIN nous informe que, par soucis d'équité, Claude GILSON cherche à garder le même jury quelque soit le spectacle en concours.

Equipe de France de Close Up

Noël DECRETON trouve que le responsable ne tient pas vraiment compte du budget qui lui est alloué. Il le dépasse sans que cela lui pose de problème et ce n'est pas le seul souci avec le responsable de cette structure.

Après discussion, le conseil décide de mettre à l'ordre du jour de la prochaine assemblée fédérale la reconduction ou non au poste de responsable de structure Laurent Guez.

Peter DIN pense que les membres de l'EDFC doivent être tenu au courant de la situation.

Serge ODIN prendra contact avec Laurent GUEZ pour l'informer de la décision du conseil.

HelloAsso

Peter DIN propose d'utiliser HelloAsso dans l'avenir, il est convenu qu'il doit nous informer sur ce sujet.

6- BIAM : présentation des avancés sur le sujet QUALIOPI

Gérald ROUGEVIN nous informe sur les avancés réalisées dans le cadre de la démarche de qualification QUALIOPI (voir document Point CF Suivi QUALIOPI 0324[462] joint). Cette certification est cruciale pour assurer la pérennité du BIAM.

Le coût estimé pour l'année 2024 s'élève à 4628€.

Lorsqu'il s'agit de décider s'il faut puiser dans les réserves pour financer cette démarche, seul Francis TABARY s'abstient, les autres participants étant d'accord.

Selon le public accueilli, il peut y avoir des couts liés à une location de salle (accès handicapés)

Il informe le conseil de la nécessité de fournir quelques documents, notamment sur le classement en ERP du local de la FFAP. Sur ce sujet, il demande qu'un point soit fait sur la situation actuelle et que les démarches soient réalisées rapidement.

7- Congrès du Touquet : point sur les avancées

Philippe LENOIRS nous indique que les réservations sont supérieures à celles de la Grande Motte pour la même période, identique au congrès de Poitiers.

Les engagements des artistes se poursuivent normalement.

8- Changement image : présentation de la méthode portant sur le choix du futur logo

Erik PARKER intervient pour détailler le processus engagé et présente en détail son étude concernant le nouveau logo (consultable dans le dossier "Présentation du logo FFAM V2" ainsi que dans l'étude spécifique dédiée au nouveau logo de la fédération).

À la suite de discussions, il est convenu de solliciter l'expertise d'une entreprise spécialisée. Dans ce cadre, Erik PARKER est chargé d'élaborer une charte détaillée définissant nos exigences et de lancer une consultation pour obtenir des propositions tarifaires.

L'objectif est toujours de présenter ce nouveau logo lors du congrès du Touquet.

9- Révision des statuts : présentation du processus de validation des nouveaux statuts au regard des derniers développements.

Frédéric HEBRARD revient sur le processus de validation des nouveaux statuts.

Il propose la mise en place de deux réunions de présentation et de débats aux membres de l'assemblée fédérale en visio-conférence.

Les nouveaux statuts seront joints à la convocation de l'AF d'avril 2024.

10- Rescrit IG : présentation des récentes avancées

Ce sujet a été discuté précédemment.

11- Date du prochain conseil de novembre 2024

Le prochain Conseil Fédéral aura lieu en visio-conférence le **samedi 16 novembre** au matin.

La réunion se termine vers les 13h.

Serge ODIN

Président

A handwritten signature in blue ink, reading "Serge ODIN".

Christian CHARPENET

Secrétaire Général

A handwritten signature in black ink, reading "Christian CHARPENET".

Pièces à joindre

- ANALYSE BUDGET FFAP 2024 -.xlsx
- Point CF Suivi QUALIOPi 0324[462]
- présentation logo FFAM V2
- Etude nouveau logo fédération

FFAPBUDGET 2024 - FFAP (Hors CONGRES)							
Estimation N. Decreton		DEPENSES			RESSOURCES		
		BUDGET 2023	REEL 2023	BUDGET 2024	BUDGET 2023	REEL 2023	BUDGET 2024
GESTION FFAP - COTISATIONS	Nbre						
Cotisation Globale					60 000,00 €	62 436,00 €	60 000,00 €
Revue Prestitigation					- 28 500,00 €	- 29 297,50 €	- 27 600,00 €
Subvention EDF Scène					- €	- 3 914,61 €	- 4 000,00 €
Subvention EDF Close-up					- 4 000,00 €	- 4 831,55 €	- 3 000,00 €
Subvention BIAM (Qualiopi)					- €	- €	- 6 500,00 €
Total	0				27 500,00 €	24 392,34 €	18 900,00 €
Participation Fluides salle Paris FFAP					2 700,00 €	3 234,00 €	2 700,00 €
Publicité / Mécénat FFAP					1 300,00 €	1 000,00 €	- €
Legs - Donations - Ass Vie					45 000,00 €	117 969,45 €	- €
Produits financiers					3 300,00 €	6 515,60 €	8 000,00 €
Revenu Valeurs mobilières					- €	218,84 €	200,00 €
Participation forfait congrès					4 000,00 €	4 000,00 €	4 000,00 €
Achats Matériels & EquipComm		1 000,00 €	163,99 €	750,00 €			
Achats Logitiel & Mat informatique		500,00 €	- €	750,00 €			
Achats non stockés (Fourn Badges)		1 500,00 €	1 254,91 €	1 500,00 €			
Variation des stocks		- €	2 253,00 €	2 000,00 €			
Dépenses Maison de la FFAP							
Frais Electricité & Gaz		1 200,00 €	1 076,84 €	1 300,00 €			
Frais de copropriété & Syndic		3 800,00 €	1 799,83 €	3 800,00 €			
Primes d'Assurances		3 800,00 €	3 819,26 €	4 000,00 €			
Frais Trav Entretien Maison		1 000,00 €	564,40 €	1 000,00 €			
Frais Architecte		- €	- €	- €			
Frais hébergement site		2 000,00 €	2 285,02 €	2 500,00 €			
Les Secrets de l' Année		300,00 €	- €	300,00 €			
Les Spectacles de l' Année							
Dépenses liées aux déplacements		700,00 €	933,31 €	800,00 €			
Dépenses liées aux trophées		1 000,00 €	1 340,00 €	700,00 €			
Conférences FFAP - Chèques		2 000,00 €	1 800,00 €	2 000,00 €			
Déplacements et réceptions							
Notes de frais et déplacement		2 000,00 €	400,26 €	1 000,00 €			
Frais commission comptes		150,00 €	- €	500,00 €			
Réunions AF - CF - Présidents		2 000,00 €	778,52 €	1 500,00 €			
Frais Elections AF / CF / Bureau		- €	- €	- €			
Frais de Communication			- €	500,00 €			
Frais affranchissement		600,00 €	369,61 €	500,00 €			
Frais Téléphone & Internet		1 350,00 €	720,00 €	750,00 €			
Frais bancaires & Paypal		1 300,00 €	1 138,71 €	1 200,00 €			
Impôts et Taxes		560,00 €	634,00 €	700,00 €			
Frais pour Congrès							
Invitation Congrès (Bureau)		2 000,00 €	1 850,00 €	1 500,00 €			
Invitation FISM - FFAP		1 800,00 €	2 775,73 €	2 800,00 €			
Prix Champion de France		2 000,00 €	2 000,00 €	2 000,00 €			
Gagnant concours Régionaux		1 500,00 €	380,00 €	1 140,00 €			
Frais pour Jury Congrès		900,00 €	561,00 €	600,00 €			
Autres frais de congrès		500,00 €	882,17 €	1 000,00 €			
Coupes Trophés Médailles		2 000,00 €	2 026,64 €	2 200,00 €			
Excédent Congrès 2		1 500,00 €	3 615,20 €	1 500,00 €			
Frais de Gestion FFAP		500,00 €	40,00 €	500,00 €			
Frais d'Avocat		1 200,00 €	3 812,40 €	6 000,00 €			
REPRISES & DOTATIONS							
Dotation aux amortissements		240,00 €	490,00 €	500,00 €			
Dépréciation des actifs immos		7 500,00 €	9 106,33 €	9 106,33 €	7 500,00 €	9 106,33 €	9 106,33 €
Dépréciation des Stocks		- €		- €	- €		- €
Dépréciation des V.M.P.		1 000,00 €	1 294,48 €	1 000,00 €	- €		- €
Reprise Provisions Elections		700,00 €		1 400,00 €	- €	700,00 €	700,00 €
Provisions Droits succession			83 271,90 €	- €		- €	

Provisions Congrès Troyes		2 200,00 €		2 200,00 €	2 200,00 €	2 200,00 €	2 200,00 €
GESTION FFAP - Section 1		52 300,00 €	133 437,51 €	61 496,33 €	93 500,00 €	169 336,56 €	45 806,33 €
BUDGET 2024 - FFAP (Hors CONGRES)							
Estimation N. Decreton		DEPENSES			RESSOURCES		
		BUDGET 2023	REEL 2023	BUDGET 2024	BUDGET 2023	REEL 2023	BUDGET 2024
BOUTIQUE - Section 2							
Ventes Objets boutique FFAP					400,00 €	327,00 €	400,00 €
Ventes Revues R.D.L.P.					250,00 €	240,00 €	250,00 €
Vente Livres Auteurs					400,00 €	589,50 €	400,00 €
Participation frais expédition					300,00 €	136,00 €	300,00 €
Droits d'Auteurs		150,00 €	145,35 €	150,00 €			
Frais d'affranchissement		300,00 €	173,12 €	300,00 €			
Frais Paypal- Stripe		40,00 €	19,11 €	40,00 €			
Variation des stocks		550,00 €	750,61 €	550,00 €			
Dépréciation stock		- €	- €	- €	- €		
TOTAL Structure		1 040,00 €	1 088,19 €	1 040,00 €	1 350,00 €	1 292,50 €	1 350,00 €
REVUE RDLP - Section 3							
Subvention FFPA					28 500,00 €	29 247,50 €	27 600,00 €
Publicité dans Revue					1 250,00 €	1 493,00 €	1 250,00 €
Frais d'impression		18 650,00 €	15 131,60 €	16 500,00 €			
Frais de routage		2 400,00 €	2 390,08 €	2 400,00 €			
Frais d'expédition La Poste		7 800,00 €	7 792,35 €	7 800,00 €			
Frais de Réexpédition Boutique		900,00 €	427,05 €	770,00 €			
TOTAL Structure		29 750,00 €	25 741,08 €	27 470,00 €	29 750,00 €	30 740,50 €	28 850,00 €
EDF Scène - Section 4							
Subvention FFAP					- €	- €	4 000,00 €
Cotisation Stagiaires FFAP					1 500,00 €	1 400,00 €	1 500,00 €
Publicité - Partenariat - Mécénat		- €	- €	- €	2 800,00 €	1 000,00 €	
Partenariat MAISON de la MAGIE					5 000,00 €	5 000,00 €	- €
Frais Concept de publicité		120,00 €	- €	- €	- €		
Stage PLOUHA		1 400,00 €	2 576,15 €		- €	1 775,00 €	
Stage BORDEAUX		- €	1 614,00 €		- €	- €	
Stage BLOIS		4 000,00 €	8 883,46 €		- €	1 815,00 €	
Stage 1 - NEVERS		- €		3 500,00 €			1 750,00 €
Stage 2 - BOURG D'OISSAN		- €		5 500,00 €			1 750,00 €
Achat Fournitures		300,00 €	- €	- €			
Variation de Stocks			141,00 €	- €		163,00 €	
TOTAL Structure		5 820,00 €	13 214,61 €	9 000,00 €	9 300,00 €	11 153,00 €	9 000,00 €
EDF Close-up - Section 5							
Subvention FFAP					4 000,00 €		3 000,00 €
Cotisation Stagiaires FFAP		- €	- €	- €	- €	- €	- €
Stage 1 - Maison FFAP		1 000,00 €	1 073,27 €	1 000,00 €			
Stage 2 - Maison FFAP		1 000,00 €	1 228,12 €	1 000,00 €			
Stage 3 - Maison FFAP		1 000,00 €	1 220,73 €	1 000,00 €			
Stage 4 - Maison FFAP		1 000,00 €	794,74 €				
Stage 4 - Maison FFAP			514,69 €				
TOTAL Structure		4 000,00 €	4 831,55 €	3 000,00 €	4 000,00 €	- €	3 000,00 €
B.I.A.M. - Section 6							
Inscription - cotisation					5 760,00 €	- €	5 750,00 €
Frais Certification Qualiopi		- €	- €	6 500,00 €			6 500,00 €
Fournitures Administrative		300,00 €	52,80 €	300,00 €			
Contrat Prestations		4 800,00 €		4 800,00 €			
Intervenants Extérieurs		650,00 €		650,00 €			
Intervenants Salariés		- €	- €	- €		- €	- €
TOTAL Structure		5 750,00 €	52,80 €	12 250,00 €	5 760,00 €	- €	12 250,00 €
TOTAL Hors Structure Congrès		98 660,00 €	178 365,74 €	114 256,33 €	143 660,00 €	212 522,56 €	100 256,33 €



BIAM 2023 - 2027

Suivi certification QUALIOPI

BIAM

Certification Qualiopi 2024



- Principes et démarche :
 - Qualiopi est une marque de garantie pour attester de la qualité du processus mis en œuvre par les prestataires d'actions concourant au développement des compétences
 - Obligatoire depuis janvier 2022 pour accéder aux fonds publics
 - Délivrée par des organismes accrédités
 - Pour obtenir la certification : faire un contrat avec l'un de ces organismes certificateurs, et se soumettre à un audit initial, puis à un audit de surveillance à 14-18 mois, puis renouveler ce processus d'audit au bout de trois ans par contrat avec une société de certification, et ainsi de suite. La certification est payante.
 - Pour obtenir avec certitude une première certification en moins de 12 mois, se faire accompagner d'une société spécialisée : gain de temps, méthode rôdée, connaissance des requis, fourniture de la documentation juridique régulière obligatoire pour les audits, référent handicap, maintien dans la certification. Accompagnement payant.
- Conditions côté FFAP :
 - Être disponible 6h par semaine : 2h avec la société d'accompagnement, plus 4h pour rédiger les documents et ajuster le processus de formation et de validation des acquis
 - Avoir un budget annuel pour la certification et son maintien dans le temps

Rappel décision CF nov 2023



- Engager le BIAM dans la certification QUALIOPI
- Avoir un accompagnement pour cette certification
- Budgéter cette action QUALIOPI pour 2024 et les années suivantes



Coûts Qualiopi 2024 - 2025



- Budget 2024 : 4628 € TTC
 - Accompagnement SI Consulting 2024 : 2988 € TTC
 - Accompagnement Qualiopi Premium
 - Référent Handicap
 - Pack compétences veille juridique
 - Audit blanc 2024 : 540 € TTC
 - Audit de certification avant déc 2024 : 1100 € TTC
- Budget 2025 : 2220 € TTC
 - Accompagnement SI Consulting 2025 : 1680 € TTC
 - Veille réglementaire
 - Référent Handicap
 - Audit de surveillance 2025 : 540 € TTC

Point au 15 mars 2024



- Accompagnement SI Consulting démarré depuis mi-janvier 2024
- 4 réunions de travail de 1,5 heures pour le moment
- Diagnostic de l'existant : fait
- Transmission par SI Consulting des 45 documents types et de ce qu'il faut faire avant le pré-audit : fait
- Transmission par SI Consulting de la liste des documents à recenser auprès des intervenants et de la FFAP afin de les produire comme preuve : fait
- Reprise des documents BIAM et FFAP pour les remettre au format QUALIOPI sur la base des modèles types / création de nouveaux documents obligatoires. 12 indicateurs validés sur 32 soit 37,5 % réalisés (20h de travail)
- Demande des premiers documents relatifs au local de formation BIAM à produire an amont de l'audit : transmis au bureau FFAP, pas de retours pour le moment.
- A venir :
 - Continuer la constitution des documents BIAM sur le modèle QUALIOPI, d'ici mai (objectif), sachant qu'il y a un travail conséquent sur les supports de com à faire (site, flyer, mails, réseaux sociaux)
 - Collecter les documents obligatoires (intervenants, FFAP) dont par exemple les contrats de sous-traitance ou de bénévolats à établir et faire signer par chacun

Liste des documents restant à collecter



- Auprès de la FFAP :
 - Documents sur le local (demandés au bureau) : acte de propriété, documents relatifs au statut ERP du local de formation , à sa sécurité et à son accès handicapés ; des photos du local devront ensuite être faite pour la preuve à produire sur les conditions d'accès et sur la sécurité de l'ERP ainsi que sur l'espace des cours et les moyens pédagogiques utilisés
 - Les contrats de sous-traitance/de bénévolat pour cette formation signés entre la FFAP et chaque intervenant pour cette formation BIAM, à initier avec le bureau
 - Le flyer de com à refaire à 100 %, à initier avec le groupe com
- Auprès des intervenants du BIAM :
 - Des supports de cours en numérique
 - La qualification de chaque intervenant en matière de formateur (certificat, diplôme, attestation avec titre et fonction de formateur occupée, VAE etc)
 - Les numéros d'activité des intervenants en tant que formateur
 - Les contrats signés

LOGO FFAM

Le but est de vous présenter vos choix et les déclinaisons que j'ai pu réaliser.
Voici les trois logos sélectionnés :



LOGO AVEC COQ

- J'ai pu réaliser quelques déclinaisons très rapidement sur ce thème.

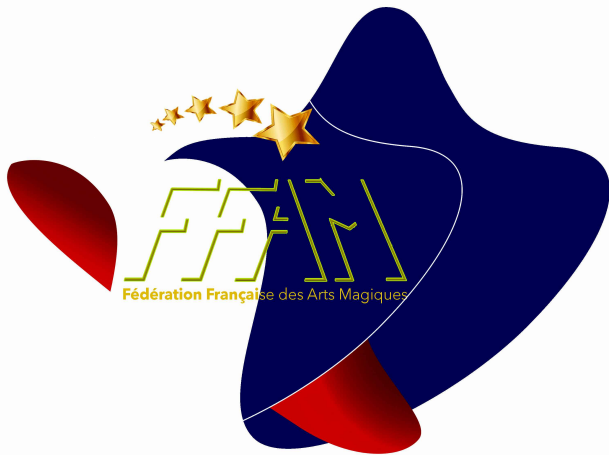
Le but aujourd'hui est de sélectionner 2 logos afin de travailler plus en détails sur ces axes. Afin d'y arriver, il sera important de définir avec des simples phrases, adjectifs ou autres mots ce qui va représenter la Fédération. Qu'elles seront ses valeurs ? Comment vous voyez la Fédération : Nous pourrons ainsi mieux cerner et mettre en avant le futur logo et la future charte graphique.

-



LOGO FORME

- Le deuxième logo est un peu modifié et permet déjà de se rendre compte d'un rendu final éventuel.



LOGO MAGICIEN

- Le Logo magicien est le dernier logo présenté. Voici les éléments qui le composent.



Signification des éléments

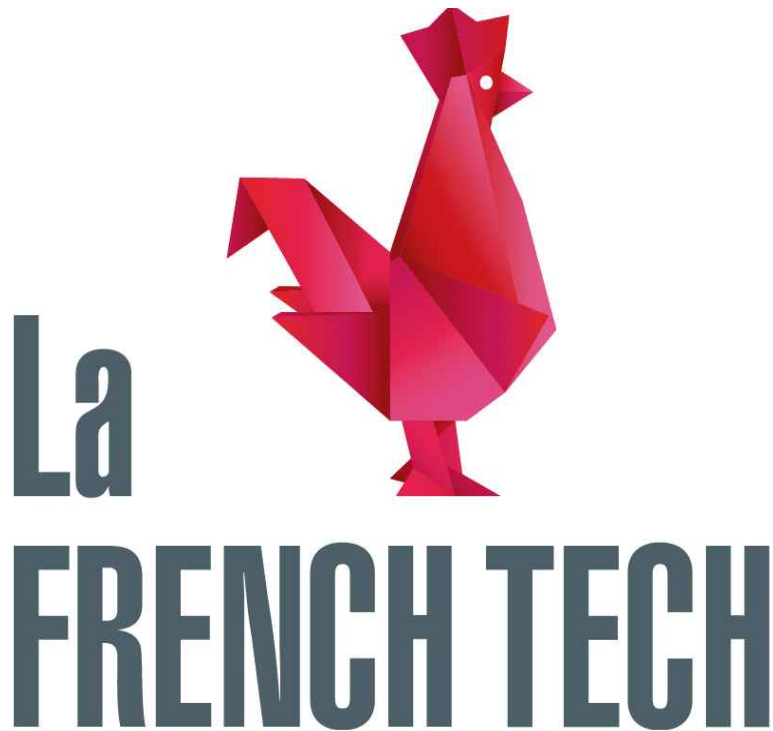
- **L'OR** : Attention à utiliser avec parcimonie et jamais seul. Il est là pour ajouter de l'éclat ou souligner un message. Elle sert à apporter une touche de glamour et de puissance. Il réchauffe le cœur et l'esprit.
- **Le Bleu** : Mélange de fraîcheur et de pureté, la couleur du naturel par excellence. Il est lié au rêve, à la sagesse. C'est également une couleur qui a un impact psychologique et qui influence nos sens. On met en avant le côté Corporate.
- **Le Rouge** : De la passion à la colère, cette couleur ne fait aucun mystère. Elle suscite l'énergie et est régulièrement exploitée pour provoquer une réaction, une impulsion. Le rouge est utilisé pour améliorer les performance sportives entre autre. En Chine elle symbolise le bonheur et la chance.
- **L'étoile** en marketing signifie : Emerveillement, aventure, réussite. Elle transmet des émotions fortes et positives. Elle est porteuse d'excellence.
- **Chapeau haut de forme** ou chapeau huit-reflets symbolise l'autorité, la supériorité et il caractérise aujourd'hui la haute société du 19ème siècle et du début du 20ème. Il exprimait donc la richesse. Il est désormais un accessoire iconique et certains en font de véritables images de marque. Slash - Yoko Ono – Charlie Chaplin – Uncle Pennybags – Le point commun entre ces personnages est leur look extravagant. Et de nos jours qui dit look extravagant dit potentiel marketing.
- **Le coq** : Son symbolisme est lié à son comportement, à son panache, son caractère, sa posture. Il évoque la France et fait partie maintenant du logotype de beaucoup de fédérations.

Éléments de compréhension



- Il est donc primordial de connaître les valeurs, ou nouvelles valeurs portées par notre fédération afin de guider notre travail. Car on ne peut pas faire de logo juste pour faire joli ou parce que l'on préfère le jaune ou le vert.
- La signification et la symbolique ont une part primordiale dans le process de réalisation d'un logo.
- Il faut faire simple
- Véhiculer des idées.
- Qu'il soit reconnaissable ou pas, n'a en fait aucune importance. Il doit simplement refléter ce que la Fédération veut être.

Petite étude de cas... Pour les novices



- Le logo de la French tech
- Le coq : C'est à partir de l'époque de la Renaissance que le coq commence à symboliser le roi de France, puis son royaume. Le coq est un oiseau sacré chez de nombreux peuples, il est fougueux et combatif. Le coq est associé à la victoire, à l'éloquence, à la vigilance. Il annonce le jour et la fin de la nuit par son chant.

Le premier élément qui compose le logo de La French Tech, c'est le coq en origami rose. La **tendance Origami** a le vent en poupe ! Sous ses allures de papier plié, le coq de La French Tech est à la fois délicat, poétique et moderne. L'**origami** lui apporte une touche futuriste indémodable.

Concernant la **typographie utilisée pour le logo La French Tech**, il s'agit de la **Helvetica LT**. Une police neutre, d'une grande lisibilité, qui se prête à tous les usages et qui est particulièrement **bien adaptée au numérique**.

Le logo La French Tech est puissant et fédérateur

Pour Jean-David Chamboredon, le président du fonds d'investissement Isai et coprésident de l'association France Digitale : « Le coq rose en origami a créé chez beaucoup un sentiment d'appartenance et ça, c'est fort ! »



ROSE FONCÉ
C14 M100 J45 N5
R197 V32 B93
Pantone 214 C

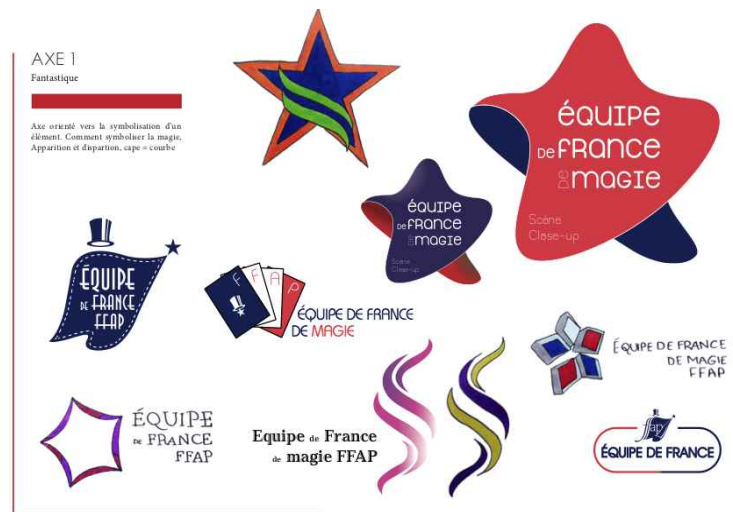


ROUGE FONCÉ
C10 M100 J90 N23
R173 V26 B41
Pantone 1805 C



GRIS FONCÉ
C34 M0 J0 N71
R66 V95 B108
Pantone 7445 C

ETUDE NOUVEAU LOGO



Signification des éléments et piste de réflexions

- **L'OR** : Il est là pour ajouter de l'éclat ou souligner un message. Il sert à apporter une touche de glamour, de puissance et de prestige . Il réchauffe le cœur et l'esprit.
- **Le Bleu** : Mélange de fraîcheur et de pureté, la couleur du naturel par excellence. Il est lié au rêve, à la sagesse. C'est également une couleur qui a un impact psychologique et qui influence nos sens. On met en avant le côté Corporate.
- **Le Rouge** : De la passion à la colère, cette couleur ne fait aucun mystère. Elle suscite l'énergie et est régulièrement exploitée pour provoquer une réaction, une impulsion. Le rouge est utilisé pour améliorer les performance sportives entre autre. En Chine elle symbolise le bonheur et la chance.
- **L'étoile** en marketing signifie : Emerveillement, aventure, réussite. Elle transmet des émotions fortes et positives. Elle est porteuse d'excellence.
- **Chapeau haut de forme** ou chapeau huit-reflets symbolise l'autorité, la supériorité et il caractérise aujourd'hui la haute société du 19ème siècle et du début du 20ème. Il exprimait donc la richesse. Il est désormais un accessoire iconique et certains en font de véritables images de marque. Slash - Yoko Ono – Carlie Chaplin – Uncle Pennybags – Le point commun entre ces personnages est leur look extravagant. Et de nos jours qui dit look extravagant dit potentiel marketing.
- **Le coq** : Son symbolisme est lié à son comportement, à son panache, son caractère, sa posture. Il évoque la France et fait partie maintenant du logotype de beaucoup de fédérations.

Éléments de compréhension



- Il est donc primordial de connaître les valeurs, ou nouvelles valeurs portées par notre fédération afin de guider notre travail. Car on ne peut pas faire de logo juste pour faire joli ou parce que l'on préfère le jaune ou le vert.
- La signification et la symbolique ont une part primordiale dans le process de réalisation d'un logo.
- Il faut faire simple
- Véhiculer des idées.
- Qu'il soit reconnaissable ou pas, n'a en fait aucune importance. Il doit simplement refléter ce que la Fédération veut être.

Définition des valeurs de la fédération

- Un travail a été demandé à notre Bureau : Définir avec des mots simples les composantes majeures de notre Fédération. Afin de travailler sur un bon axe, il est primordial de connaître ses objectifs, les valeurs qu'elle doit porter, défendre en France et à l'international.
- Voici après analyse des réponses les mots qui ressortent du travail effectué par le bureau de notre Fédération. Ces définitions serviront de base pour la suite du projet. Chaque membre de notre bureau a pris son temps pour partager sa vision.
- Notre Fédé : Passion et Entraide
- Notre Fédé : Source de Créativité

Notre Fédé : Tradition, Mémoire et Reconnaissance

Notre Fédé : Partage et Bienveillance

Notre Fédé : Excellence à la Française.

Notre Fédé : Victoire .

Mise en Forme du Travail de notre bureau.

- Dans notre fédération la **Passion** et l'**entraide** sont notre moteur. Ensemble, nous cultivons la **créativité** et puisons dans nos **traditions et notre mémoire** pour inspirer. Nous **partageons avec bienveillance** et visons l'**excellence à la française**. Ensemble écrivons une nouvelle page de l'histoire des arts magiques. Une page empreinte de partage, de reconnaissance. Notre Fédération se doit d'être **battante** pour les générations à venir et nous l'espérons, les inspirera à poursuivre ce merveilleux voyage Magique.

ASSOCIATION IDEES / COULEURS

- **ROUGE** : passion et énergie(dégradé de rouge pour l'intensité)
- **JAUNE VIF ou bleu créatif** : simuler l'innovation
- **VIOLET OU BLEU** : innovation magique (le rêve)
- **GRIS CLAIR ou Bleu pâle** : Evoque la Clarté et la réflexion.
- **BRUN ANTIQUE ou SEPIA** : Sagesse et ancienneté des connaissances
- **VERT ou LARRON TERREUX** : Symbolise la stabilité et la continuité.
- **OR OU ARGENT** : Pour refléter l'excellence et le prestige.
- **BLEU ROYAL OU ROUGE TERRE** : incarne le succès et la réussite.
La force et la détermination.
- **BLANC ou BLEU CELESTE** : incarne la pureté et le triomphe.

Réflexion sur les formes / couleurs / typos et le logo

Simplification des éléments : Réduire le nombre d'éléments dans le logo pour le rendre plus épuré et contemporain. Choisir quelques éléments clés qui représentent le mieux l'esprit de votre marque et éliminer le reste pour éviter la surcharge visuelle.

Style minimaliste : Adopter un style de design minimaliste en utilisant des lignes épurées et des formes géométriques simples pour représenter les différents éléments du logo. Cela aidera à moderniser l'apparence tout en conservant la signification et la reconnaissance du logo.

Palette de couleurs modernes : Opter pour une palette de couleurs modernes et audacieuses qui attirent l'attention et reflètent l'ambiance magique de votre marque. Les couleurs vives et saturées peuvent être utilisées pour créer un contraste saisissant et un impact visuel fort.

Effets de dégradé et d'ombrage : Intégrer des effets de dégradé et d'ombrage pour ajouter de la profondeur et de la dimension au logo, ce qui le rend plus dynamique et attrayant visuellement. Cependant, veillez à ne pas surcharger le design avec trop d'effets pour maintenir la simplicité et la lisibilité.

Typographie moderne : Choisir une typographie moderne et stylisée qui reflète l'image de votre marque et qui soit facilement lisible à différentes tailles. Les polices de caractères sans empattement et les polices scriptées peuvent être explorées pour ajouter une touche de modernité et d'originalité au logo.

Utilisation de l'espace négatif : Exploiter l'espace négatif de manière créative en utilisant des formes et des éléments qui se fondent les uns dans les autres pour créer des illusions visuelles intéressantes et des effets de surprise.

Donner une dimension à la fois française et internationale à notre logo qui évoque à la fois la culture française et l'universalité de la magie.

Utiliser des symboles universels de la magie : Intégrer des éléments magiques qui sont facilement reconnaissables dans le monde entier, tels que des étoiles, des baguettes magiques, des chapeaux de magicien, des cartes à jouer ou des boules de cristal. Ces symboles transcendent les frontières culturelles et sont immédiatement associés à l'univers de la magie.

Jouer avec des éléments culturels français : Intégrer des éléments subtils de la culture française, tels que des motifs floraux inspirés de l'art nouveau, des symboles parisiens emblématiques comme la Tour Eiffel ou des références à des artistes français célèbres dans le domaine de la magie ou de l'illusion. Cela ajoutera une touche de spécificité française tout en conservant une portée internationale.

Choisir une typographie polyvalente : Opter pour une typographie qui est à la fois élégante et facile à lire dans différentes langues. Les polices **sans empattement** sont souvent préférées pour leur universalité, mais nous pourrions également choisir une typographie scriptée ou personnalisée qui ajoute une touche de sophistication tout en restant accessible à un public international.

Équilibrer les couleurs : Utiliser une palette de couleurs équilibrée qui attire l'attention sans être trop audacieuse. Les couleurs vives et lumineuses peuvent évoquer l'énergie et l'enthousiasme associés à la magie, tandis que des nuances plus douces et plus subtiles ajoutent une touche de raffinement et d'élégance. S'assurer que les couleurs choisies fonctionnent bien sur différents supports et dans différents contextes culturels.

Créer un logo évocateur : Chercher à créer un logo qui suscite des émotions positives et qui évoque l'émerveillement et la fascination associés à la magie. En intégrant des éléments visuels et des symboles évocateurs, créer une identité visuelle forte qui résonne avec un large public, qu'il soit français ou international. En incorporant ces éléments dans notre logo, nous pouvons créer une identité visuelle qui capture à la fois l'esprit de la magie et l'héritage culturel français, tout en étant accessible et attrayante pour un public mondial.

Différentes pistes sur la réflexion suivante : Comment ne pas paraître trop vieux dans la création du logo ?

Simplicité : Opter pour un design épuré et minimaliste. Éviter les éléments surchargés et les détails superflus. Un logo simple et clair est souvent plus efficace et intemporel.

Modernité dans les formes et les couleurs : Utiliser des formes géométriques simples et des couleurs vives et dynamiques. Éviter les ornements excessifs et les palettes de couleurs démodées.

Typographie moderne : Choisir une typographie moderne et propre. Éviter les polices de caractères scriptées ou trop stylisées qui peuvent paraître datées.

Originalité : Chercher des idées originales et créatives pour votre logo. Éviter les clichés et les symboles trop évidents. Essayer de trouver une approche unique qui distingue le logo.

Flexibilité : S'assurer que notre logo est adaptable à différents formats et supports, du digital au print. Un logo flexible et scalable sera plus facile à utiliser dans différents contextes et plus susceptible de rester pertinent à long terme.

Références culturelles subtiles : Si je choisis d'incorporer des éléments culturels, comme le coq français, Le faire d'une manière subtile et stylisée plutôt que littérale. Éviter les stéréotypes qui pourraient dater le logo.

SANS ACRONYME ou ABREVIATION ?

Axe de communication :

- **Modernité** : Les acronymes peuvent parfois être considérés comme trop traditionnels, et donc vieux jeu. La prononciation peut-être un jeu, quelque chose de fun. TLMVPSP ou TPMP ou VTEP. Ne pas confondre Acronymes et abréviations.
- **Reconnaissance** : Utilisation de l'acronyme est-elle explicite pour tout le monde ?
- **Pertinence** : Dans un souci d'efficacité l'acronyme ne définit pas notre fédération. Il n'apporte aucune valeur ajoutée. Dans le cas de notre fédération il sera d'usage de parler de : La fédération ou notre fédération (appropriation et simplification car parfois trop pompeux). Vis à vis des instances officielles, du public ou pour tous autres éléments de communication comme des lettres, nous parleront de Fédération Française des Arts Magiques (Simple et direct)
- L'utilisation d'un logo sans acronyme, facilite la mise en place et marque la présence forte d'une maque ou d'un logo dès le début.
- Nous nous devons d'être efficaces donc allons au but sans tourner autour du chapeau:)
- Entre nous, entre magiciens, parler de la fédération, parler de notre fédération amène à l'appropriation. Amène à l'appartenance. Elle ne doit plus être vue comme une parente lointaine qu'on délaisse ou qu'on n'a jamais vue, mais comme une vraie amie que l'on côtoie.
- Sans acronyme : Pour créer la rupture avec ce que nous étions avant.
- L'acronyme ne renforcera pas notre identité. L'accroche serait plutôt de parler des Arts Magiques et non de parler de FFAM.