



Livre de marque Réseau

RÈGLES D'ENDOSSEMENT DE LA MARQUE
PAR LES ORGANISMES DE FORMATION MEMBRES.

20
26

Un cap à tenir, une marque à faire vivre!

Le CFA Sport Animation Tourisme Occitanie entre dans un moment fondateur. La réforme de 2018 a redistribué les cartes et multiplié les acteurs. Dans un secteur en pleine recomposition, où la légitimité ne se décrète plus mais se prouve, affirmer ce que nous sommes, et pourquoi nous sommes le meilleur choix est une nécessité.

C'est dans ce contexte que notre Conseil d'Administration a posé, à l'unanimité, le 18 décembre 2025, les fondements de notre cap stratégique pour 2030.

Cette décision fondatrice marque un tournant. Sans renier notre histoire ni notre ADN associatif, nous choisissons de transformer notre marque en profondeur pour qu'elle reflète qui nous sommes vraiment et le faire savoir, mais aussi pour qu'elle affirme ce que nous apportons à notre écosystème régional : apprentis, parents, employeurs, organismes de formation et partenaires institutionnels.

Nous avons bâti pour cela un socle stratégique complet : posture, vision, mission, ambition, valeurs, manifeste, signature de marque, territoire graphique. Tout ce travail converge vers un objectif unique : devenir la préférence. Être choisis avec la tête et avec le cœur pour la fiabilité de notre modèle, la qualité de notre accompagnement, et les valeurs qui guident chacune de nos actions depuis notre création : Ethique, Excellence et Partage.

Ce document est notre boussole. Il rassemble l'ensemble des outils éditoriaux et visuels qui nous permettront, à nous toutes et tous, ambassadeurs de la marque CFA Sport Animation Tourisme Occitanie, de parler d'une seule et même voix. L'identité verbale et visuelle fait partie du patrimoine du CFA. Elle est le reflet de nos convictions et de la promesse que nous faisons à ceux qui nous font confiance. La respecter, c'est faire grandir la notoriété, la visibilité et la légitimité du CFA et de notre réseau.

Vincent BARDOU

Président

Frédéric MONIN

Directeur



PARTIE 1

Socle Stratégique de la marque

Le CAP 2030 : notre plateforme de marque

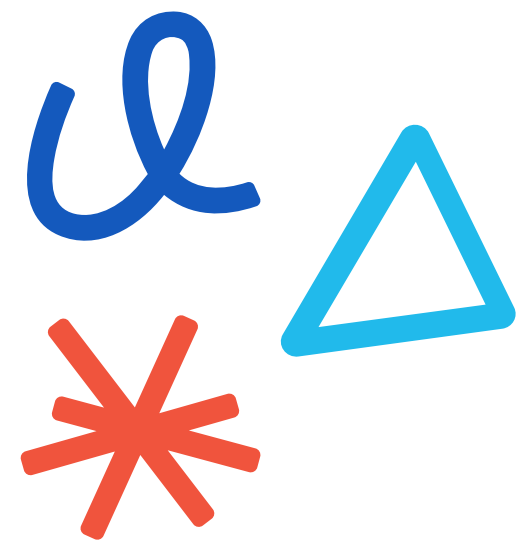
Le CAP 2030 est le nom que nous avons donné à notre plateforme de marque. Nous ne le considérons pas comme un exercice de style, mais comme un cap à tenir tous ensemble.

Cet outil nous rassemble et nous aligne. Il traduit en mots ce que nous sommes, ce en quoi nous croyons, et la direction que nous avons choisie collectivement. Ce cap guide nos actions, donne du sens à notre quotidien, et nous permet de parler d'une seule voix auprès des apprentis, des employeurs, des organismes de formations et de nos partenaires institutionnels.

Le CAP 2030 est le fruit d'une Grande Consultation menée auprès de l'ensemble de nos parties prenantes, et d'un travail approfondi en intelligence collective. Ses éléments ont été adoptés à l'unanimité par notre Conseil d'Administration le 18 décembre 2025.

Dans les pages suivantes, vous en découvrirez toutes les composantes, détaillées une à une.

Manifeste de marque



Depuis bientôt 20 ans, nous sommes le CFA historique du sport, de l'animation et du tourisme en Occitanie. Nous méritons ce statut, année après année, en nous mettant au service de celles et ceux qui apprennent, forment, recrutent et s'engagent.

Nous nous sommes construits à partir d'une conviction fondatrice, intacte depuis le premier jour : l'apprentissage ne forme pas seulement à un métier, mais à intégrer une société, à construire sa place de professionnel et de citoyen, à contribuer à des territoires qui ont besoin de compétences vivantes et conscientes. Cette conviction est notre boussole. Elle précède nos décisions, oriente nos choix, engage notre responsabilité.

De cette idée a découlé le choix de notre modèle hors-les-murs. Selon nous, la formation ne se construit pas dans un bâtiment, au centre d'une métropole, mais au plus près de là où les apprentis habitent, là où les employeurs recrutent, là où les territoires ont besoin de compétences. Alors notre CFA prend forme à travers un réseau d'organismes de formation partenaires qui couvre toute l'Occitanie. À la tête de ce collectif, nous posons le cadre et donnons l'orientation pour que partout dans notre région, chaque apprenti puisse trouver près de chez lui une formation de qualité dans le sport, l'animation ou le tourisme, portée par des professionnels qui connaissent le territoire et les employeurs. Ce modèle est distribué, mais le collectif qui le fonde est uni,

parce que nous n'avons jamais fait de l'apprentissage par opportunisme, seulement par conviction. Notre différence n'est pas tactique : elle est constitutive de ce que nous sommes.

Aujourd'hui plus qu'hier, les territoires bougent, les métiers se transforment, les acteurs se multiplient. Dans cet environnement mouvant, notre rôle prend tout son sens : tenir le cap collectif, structurer l'écosystème, garantir une qualité qui ne se négocie pas. Là où d'autres proposent de se former rapidement à un métier, nous voulons créer des parcours durables, humains et animés par l'avenir.

Ces convictions, ce rôle et cette promesse, nous les portons depuis toujours à travers nos trois valeurs fondamentales : éthique, excellence, partage. L'éthique, dans chaque engagement que nous prenons. L'excellence, dans chaque formation que nous portons. Le partage, dans chaque lien que nous cultivons.

Notre longévité et notre fidélité à ces valeurs font notre légitimité. Aujourd'hui nous voulons non seulement être une référence, mais aussi devenir votre préférence. Être choisis pour la qualité de ce que nous faisons, pour ce que nous rendons possible, et pour la confiance que nous inspirons. Un CFA vivant, un collectif uni, pour donner à chacun la certitude d'être exactement là où il doit être.

La signature de marque

Nos trois valeurs deviennent notre signature, comme une devise. Celle que le CFA Sport Animation Tourisme Occitanie s'est donnée depuis sa fondation, et qu'il renouvelle aujourd'hui comme engagement public.

Ce qui rassemble apprentis, employeurs, organismes de formation et équipes du CFA, ce n'est pas une promesse commerciale. C'est notre façon d'être et de faire, partagée par tous ceux qui choisissent d'entrer dans ce réseau. Éthique dans les relations, excellence dans les formations, partage comme moteur du collectif. Ces trois mots disent ce que nous sommes, ce que nous exigeons de nous-mêmes, et ce que nos publics sont en droit d'attendre de nous.

Affichée comme un mantra, cette signature dit aussi quelque chose de notre posture : nous n'avons pas besoin d'effets de style pour exister. Nous avons des valeurs. Et nous les tenons.

Éthique. Excellence. Partage.

Nos raisons d'y croire

- L'ancienneté et la légitimité sectorielle
- Le 1er réseau d'apprentissage SAT d'Occitanie
- La double certification Qualiopi et Certif'Région
- Le modèle hors-les-murs, souple et ancré
- La couverture des 13 départements
- L'accompagnement humain tout au long du parcours
- Les valeurs issues de l'éducation populaire
- Un cap stratégique voté à l'unanimité



Le cap stratégique



D'OÙ NOUS VENONS Notre héritage

Nous sommes depuis notre création **une référence** de l'apprentissage dans le sport, l'animation et le tourisme en Occitanie.



OÙ NOUS ALLONS Notre objectif

Dans le contexte concurrentiel créé par la loi de 2018, nous voulons devenir **la préférence**. C'est à dire être reconnu et choisis tant pour la fiabilité de notre modèle, que pour la confiance qu'il suscite.

Notre posture

L'état d'esprit qui guide nos actions et nos prises de parole

Garant de l'héritage et du **cap fixé** pour l'ensemble de l'**écosystème**.

Nos valeurs de référence

Elles vont guider notre façon d'agir et nos relations.

 **Éthique**  **Excellence**  **Partage**

Notre vision

Ce qui donne du sens à nos actions, la vision du monde à laquelle nous voulons contribuer.

L'apprentissage ne forme pas qu'à un métier : **il forme à intégrer une société.**

Notre mission

La mission est au service de la vision et nous guide pour nous mettre en action.

Œuvrer pour la qualité des formations en **apprentissage** et l'**insertion professionnelle** des apprentis.

Notre ambition

Ce vers quoi nous voulons tendre dans notre action.

Mobiliser toutes les forces en présence **pour remplir notre mission : travailler en écosystème.**

PARTIE 2

Identité Visuelle du CFA

**L'identité visuelle du CFA Sport Animation
Tourisme Occitanie regroupe l'ensemble des
règles et éléments graphiques qui permettent
d'assurer une communication cohérente,
lisible et identifiable sur tous les supports.**

Elle définit les principes d'utilisation du logotype, des couleurs, des typographies, des éléments graphiques, des images et des mises en page.

Cette section a pour objectif de garantir une expression homogène de la marque auprès de l'ensemble des publics et sur l'ensemble des prises de parole du réseau. Elle constitue le cadre de référence pour toutes les productions visuelles du CFA Sport Animation Tourisme Occitanie, qu'elles soient institutionnelles, pédagogiques, événementielles ou digitales.

B. Charte d'usage



Logotype & déclinaisons



Logo fond blanc



Logo fond bleu marine





Logotype & déclinaisons



Logo monochrome fond blanc



Logo monochrome fond bleu marine



Logotype & déclinaisons



Logo N/B fond blanc



Logo N/B fond noir

Logotype & déclinaisons



Logo avec baseline fond blanc



Logo avec baseline fond bleu marine





Logotype & déclinaisons



Logo avec baseline monochrome fond blanc



Logo avec baseline monochrome fond bleu marine



Logotype & déclinaisons



Logo avec baseline N/B fond blanc



Logo avec baseline N/B fond noir

Logotype & déclinaisons



Symbole fond blanc



Symbole fond bleu marine

Logotype & déclinaisons



Symbole monochrome fond blanc



Symbole monochrome fond bleu marine



Logotype

& déclinaisons



Symbole N/B fond blanc



Symbole N/B fond noir



Zone de protection et taille minimale



Zone de protection

La zone de protection définit l’espace minimal à préserver autour du logotype afin de garantir sa lisibilité et sa bonne visibilité sur tous les supports. Aucun texte, image ou élément graphique ne doit entrer dans cette zone de respiration.

Taille minimale

Une taille minimale garantit une lecture claire et cohérente du logotype, notamment sur les petits formats print et digitaux. En dessous de cette dimension, certains éléments du bloc marque perdent en lisibilité.



Gestion des fonds

Gestion des fonds colorés

Le logotype du CFA Sport Animation
Tourisme Occitanie doit toujours
être utilisé dans des conditions
garantissant sa lisibilité, son
contraste et sa bonne identification.

*Les versions du logo ci-contre
définissent les usages autorisés
selon les couleurs de fond de la
palette principale.*



Peut être utilisé sur fond **Bleu Nuit 900**



Peut être utilisé sur fond **Blanc**



Peut être utilisé sur fond **Gris 50**



Peut être utilisé sur fond **Orange 500**
mais uniquement en monochrome blanc



Peut être utilisé sur fond **Bleu Clair 400**
mais uniquement en monochrome blanc



Peut être utilisé sur fond **Bleu 700**
mais uniquement en monochrome blanc



Gestion des fonds

Gestion des fonds photographiques et atypiques

Sur les fonds photographiques ou les couleurs ne faisant pas partie de la palette officielle, la priorité doit toujours être donnée à la lisibilité du logotype.

Lorsque le contraste n'est pas suffisant ou que le fond est trop complexe, l'utilisation d'un cartouche permet de préserver la clarté et l'intégrité du bloc marque.



Peut être utilisé sur fond photo foncé mais uniquement en monochrome blanc.



Peut être utilisé sur fond photo clair mais uniquement en monochrome bleu.



Si la photo est trop complexe et nuit à la lisibilité du logo, privilégier l'utilisation d'un cartouche blanc dans le cas d'une photo foncée.



Si la photo est trop complexe et nuit à la lisibilité du logo, privilégier l'utilisation d'un cartouche bleu dans le cas d'une photo claire.



Dans le cas d'une utilisation du logotype sur un fond foncé ne faisant pas partie de la palette définie dans cette charte, privilégier son intégration dans un cartouche blanc.



Dans le cas d'une utilisation du logotype sur un fond clair ne faisant pas partie de la palette définie dans cette charte, privilégier son intégration dans un cartouche bleu.



Cas d'usages interdits

Cas d'usages interdits

Le logotype du CFA Sport Animation Tourisme Occitanie doit toujours être utilisé dans le respect de sa construction originale.

Toute modification, déformation ou altération nuit à la lisibilité, à la cohérence et à l'identification de la marque. Les exemples ci-dessous présentent les usages proscrits afin de garantir une utilisation homogène du logotype sur l'ensemble des supports.



Ne pas étirer



Ne pas compresser



Ne pas pivoter (hors version verticale)



Ne pas appliquer d'effet dégradé



Ne pas modifier les couleurs (hors couleurs décrites dans cette charte graphique)



Ne pas appliquer d'effet de réflexion



Ne pas ajouter d'ombre ou de halo



Ne pas ajouter de contour



Ne pas modifier les formes du logo



PARTIE 3

Identité Visuelle du réseau CFA

Charte d'endossement pour les organismes de formation membres du réseau CFA Sport Animation Tourisme Occitanie

Cette section s'adresse aux organismes de formation membres du réseau CFA .
Elle définit les règles d'utilisation du logotype réseau, marqueur d'appartenance au
collectif CFA Sport Animation Tourisme Occitanie sur l'ensemble des supports de
communication des écoles membres.



Le logotype réseau

principes d'endossement

Deux logotypes, deux niveaux de marque.

Le CFA Sport Animation Occitanie dispose de deux logotypes distincts, qui répondent à deux fonctions complémentaires et non interchangeables.



Le logotype institutionnel identifie le CFA en tant que structure dans ses communications propres, ses documents officiels, ses prises de parole institutionnelles. Il appartient au CFA seul.



Le logotype d'endossement réseau (membre du réseau CFA Sport Animation Tourisme Occitanie) est le signe visible de l'appartenance à la communauté. Il ne remplace pas la marque de l'organisme de formation : il vient s'y adosser.

C'est un co-branding assumé, qui dit à la fois qui vous êtes et avec qui vous choisissez d'avancer.

La logique du co-branding

Chaque organisme de formation membre du réseau conserve son identité propre avec son nom, son logo, ses outils de communication;

Apposer le logotype réseau sur ses supports, c'est dire à ses publics : cette école forme avec l'exigence du réseau CFA Sport Animation Tourisme Occitanie. Elle s'inscrit dans un collectif qui répond de ses engagements.

Pour les apprentis et les employeurs, c'est un repère immédiat. Pour les partenaires institutionnels, c'est un signal de sérieux et de cohérence. Pour les organismes de formation eux-mêmes, c'est la valorisation d'appartenir à un réseau reconnu, structuré, certifié.

Ce que l'endossement engage

Afficher le logotype réseau n'est pas un droit acquis automatiquement. C'est la traduction visible d'engagements réels, formalisés dans la charte d'adhésion et le contrat cadre qui lie les organismes qui sous-traitent la formation en apprentissage pour notre CFA hors-les-murs.

En l'apposant, l'organisme de formation s'engage à respecter la charte graphique du réseau dans les conditions définies par le CFA, à porter les valeurs Éthique, Excellence, Partage dans ses pratiques quotidiennes, à contribuer à la visibilité collective (participation aux actions communes, diffusion des campagnes, cohérence des prises de parole) et à maintenir le niveau de qualité pédagogique et administrative attendu par le réseau. En cas de manquement constaté, le CFA se réserve le droit de mettre fin à l'usage du logotype réseau, conformément aux dispositions contractuelles en vigueur.

Une marque partagée

Chaque support où apparaît le logotype réseau est un point de contact supplémentaire, un ambassadeur de plus pour notre identité commune. C'est à ces conditions de cohérence, d'exigence et de respect des règles d'usage que la marque réseau gagnera en force et en reconnaissance à chaque nouvelle saison.

A. Charte d'usage

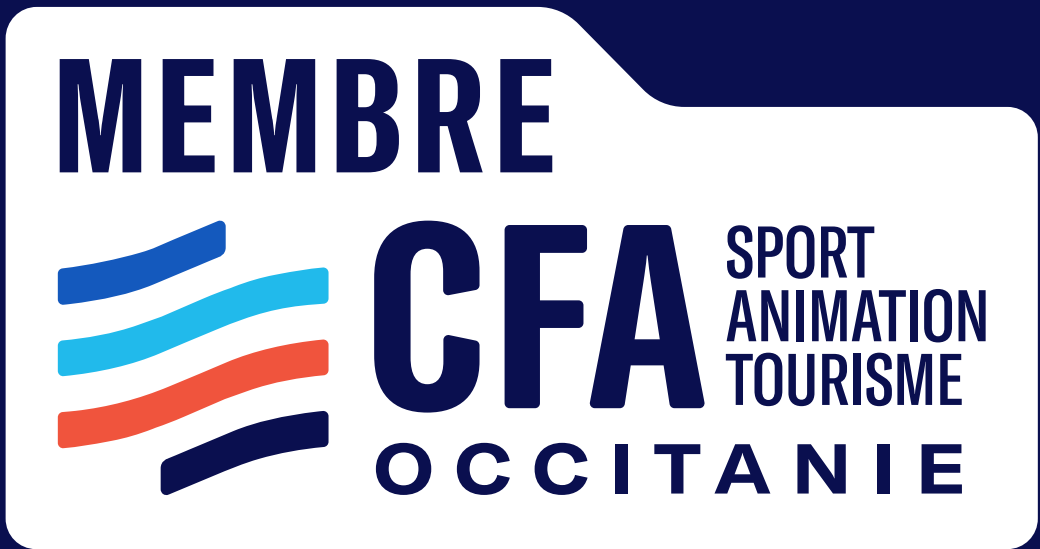


Logotype

& déclinaisons



Logo fond blanc



Logo fond bleu marine



Logotype

& déclinaisons



Logo monochrome fond blanc



Logo monochrome fond bleu marine

Positionnement par rapport au logotype de l'école membre



Le logotype réseau doit être positionné dans l'alignement du logotype de l'école membre afin de garantir une cohabitation visuelle cohérente et équilibrée.

Un séparateur vertical doit systématiquement être utilisé entre les deux logotypes afin de distinguer clairement l'identité de l'établissement et son appartenance au réseau CFA Sport Animation Tourisme Occitanie.



Logotype

& déclinaisons



Logo N/B fond blanc



Logo N/B fond noir



Zone de protection et taille minimale



Zone de protection

La zone de protection définit l'espace minimal à préserver autour du logotype afin de garantir sa lisibilité et sa bonne visibilité sur tous les supports. Aucun texte, image ou élément graphique ne doit entrer dans cette zone de respiration.

Taille minimale

Une taille minimale garantit une lecture claire et cohérente du logotype, notamment sur les petits formats print et digitaux. En dessous de cette dimension, certains éléments du bloc marque perdent en lisibilité.



Gestion des fonds

Un logotype pensé pour s’adapter à tous les supports

Grâce à son système de cartouche intégré, le logotype réseau peut être utilisé sur une grande variété de fonds tout en conservant lisibilité, contraste et cohérence visuelle.

Les versions ci-contre définissent les usages recommandés selon la nature et la luminosité du fond utilisé.



Sur fond couleur foncé, utiliser la version au cartouche blanc du logo



Sur fond couleur clair, utiliser la version au cartouche bleu nuit du logo



Sur fond photo foncé, utiliser la version au cartouche blanc du logo



Sur fond photo clair, utiliser la version au cartouche bleu nuit du logo



Cas d'usages interdits

Cas d'usages interdits

Le logotype du réseau CFA Sport Animation Tourisme Occitanie doit toujours être utilisé dans le respect de sa construction originale.

Toute modification, déformation ou altération nuit à la lisibilité, à la cohérence et à l'identification de la marque. Les exemples ci-dessous présentent les usages proscrits afin de garantir une utilisation homogène du logotype sur l'ensemble des supports.



Ne pas étirer



Ne pas compresser



Ne pas pivoter



Ne pas appliquer d'effet dégradé



Ne pas modifier les couleurs (hors couleurs décrites dans cette charte graphique)



Ne pas appliquer d'effet de réflexion



Ne pas ajouter d'ombre ou de halo



Ne pas ajouter de contour



Ne pas modifier les formes du logo



B. Principes d'application





Applications digitales :

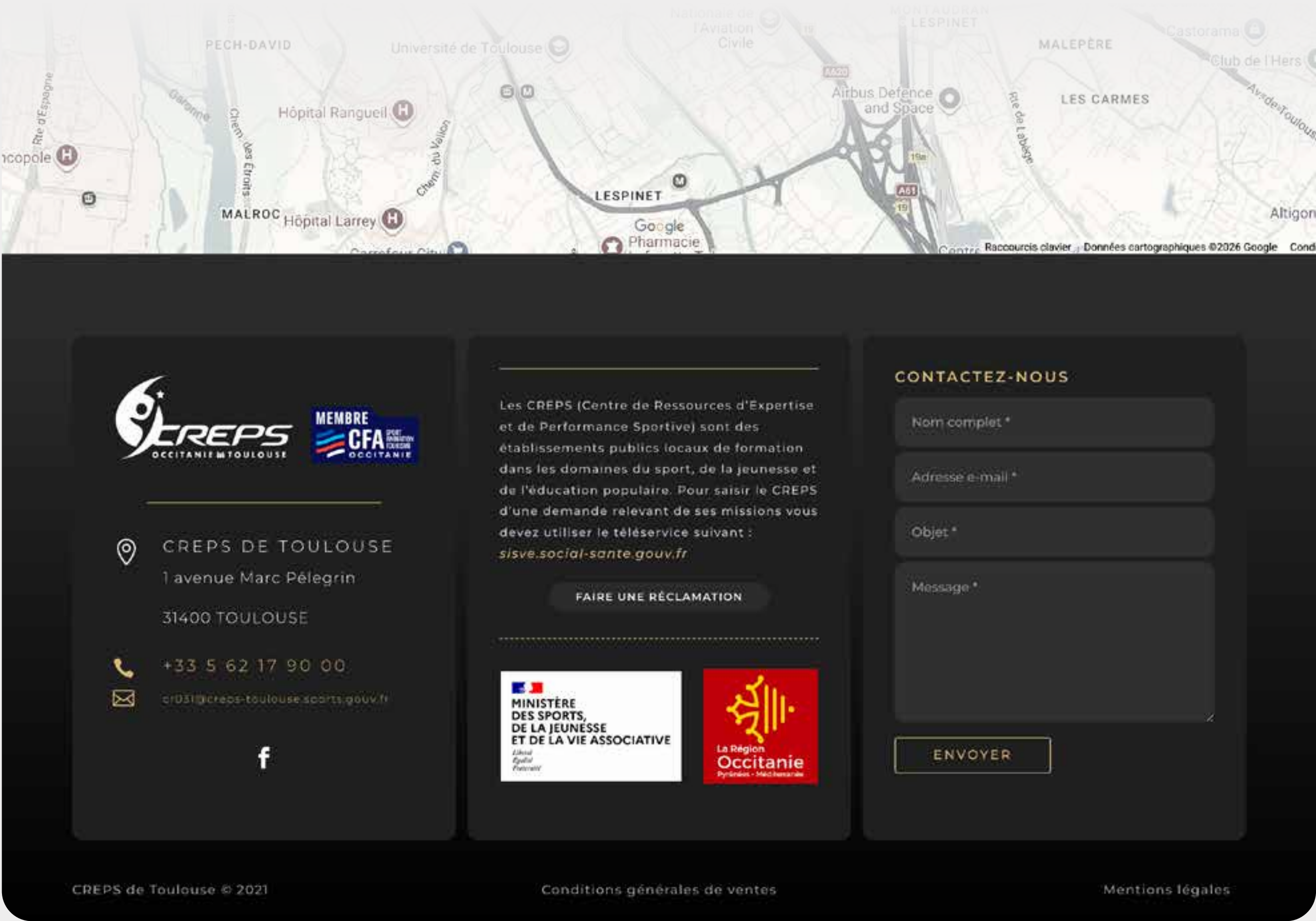
Site web de l'école

Emplacement obligatoire du logotype réseau

Le logotype réseau doit être présent sur les pages du site liées à l'apprentissage et aux formations CFA afin de rendre visible l'appartenance de l'établissement au réseau CFA Sport Animation Tourisme Occitanie.

Il doit rester clairement identifiable tout en s'intégrant harmonieusement à l'interface et à l'identité visuelle propre de l'école membre.

En usage digital, le logotype réseau ne doit pas être affiché à une taille inférieure à 70 px de large, correspondant à l'équivalent de la taille minimale de 3 cm définie pour les supports print.



Supports de communication externes :

Supports print

Plaquette de présentation de l'école

Sur les supports de communication des écoles membres, le logotype réseau doit rester lisible et identifiable tout en conservant une position secondaire par rapport au logotype de l'établissement.

La version utilisée dépend du fond sur lequel il est appliqué : sur un fond foncé, privilégier la version avec cartouche blanc ; sur un fond clair, utiliser la version avec cartouche Bleu Nuit 900 afin de garantir un contraste et une lisibilité optimaux.

Le placement du logotype réseau reste libre selon la composition du support, à condition de conserver une bonne visibilité et une taille minimale de 3 cm de large.



Contacts & Ressources

cfa@cfa-sport.com
Standard de 9h à 13h
04 67 61 72 28

cfa-sport.fr

