

DESIGN
FRANCE
WEEK



Charte
de communication

Charte de communication

La visibilité de France Design Week repose sur l'ensemble des acteurs participant à la manifestation, en respectant les principes de communication suivants :

1

ENGAGEMENTS FRANCE DESIGN WEEK

France Design Week participe à la bonne visibilité et lisibilité de chaque événement. Cela passe principalement par la diffusion des informations sur le site Internet France Design Week.

Pour l'édition 2025, France Design Week mentionne sur sa plateforme tous les événements existants dans la partie programmation, ainsi qu'à l'aide de la carte interactive permettant aux visiteurs de localiser les propositions grâce à divers filtres, et des pages événements qui en délivrent tous les détails pratiques à partir de la mosaïque. Des programmes PDF et imprimés sont également disponibles par territoire.

France Design Week ne peut partager ces données qu'à la condition que les participants aient bien répondu à l'appel à projets ouvert sur le site Internet en respectant les délais imposés. Cet appel à projets est disponible sur un compte personnel qu'ils doivent avoir créé et ensuite avoir rempli tous les champs demandés sur le formulaire.

France Design Week communique sur la manifestation de manière générale via sa [newsletter](#) et ses réseaux sociaux ([LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) et [YouTube](#)) ainsi que dans la presse nationale (RP : [14 Septembre](#)). Elle propose ainsi un focus sur le programme de chaque région.

Cependant, France Design Week n'est pas en capacité de créer des posts distincts sur chaque événement. Elle communique donc sur les événements individuels en les regroupant par territoire et par critères (thématiques, type de design, etc), de sorte à mettre à l'honneur chaque programmation régionale mais de manière large. Ce sont les comités régionaux qui s'engagent à communiquer sur leurs supports et via la presse régionale chacun des événements labellisés dans leur circonscription, et à leur donner toute l'importance qu'ils méritent.

2

ENGAGEMENTS DES PARTICIPANTS

Les contributeurs à France Design Week doivent faire apparaître le logo-label "France Design Week" sur tous leurs supports de communication, tant Web (site Internet/blog, newsletter, réseaux sociaux...) que print (affiche, flyer, programme, dossier de presse...), en respectant la charte graphique qui leur est communiquée à validation de leur événement par leur référent régional ou la coordination nationale (APCI).

Ils sont également tenus de communiquer sur leur participation à France Design Week en amont et pendant la manifestation, en utilisant l'affiche nationale sur leurs supports virtuels et physiques (si l'événement est en présentiel, via le panneau signalétique fourni par exemple).

Ils peuvent partager les informations génériques nationales France Design Week en plus des informations propres à leur(s) événement(s) et à la programmation de leur territoire.

Afin de les aider à communiquer correctement, plusieurs outils sont à leur disposition (voir plus loin et détails dans le Guide du participant). En outre, le [comité de pilotage](#) est disponible pour répondre à leurs questions et les accompagner dans leurs démarches.

Les membres France Design Week étant solidaires, ils s'engagent également à relayer les événements des autres membres de leur région. Ils sont enjoins à faire un retour sur leur événement à son issue auprès de France Design Week (bilan avec statistiques de l'événement, éléments quantitatifs et qualitatifs, visuels obligatoires), qui communiquera sur le sujet de sorte à créer une continuité entre les éditions.



Les bonnes pratiques de communication

Dès l'avènement du festival, plusieurs outils de communication nécessaires à la bonne organisation de la manifestation et sa visibilité ont été mis à disposition des contributeurs à France Design Week.

1

LES OUTILS ACCESSIBLES

Afin d'aider tous les organisateurs d'événements à communiquer correctement sur leur proposition labellisée France Design Week, de nombreux outils sont à leur disposition, pour les accompagner dans leur expérience de promotion du design :

- un site Internet
- un kit com détaillé
- des vidéos tutos
- des documents didactiques
- des templates de documents
- des supports de communication divers, web et print : newsletter et réseaux sociaux, signalétique (panneau, affiche), etc.
- Plus de détails peuvent être trouvés dans le Guide du participant !

2

FOCUS SUR LE SITE INTERNET

Le site Internet France Design Week permet à chaque cible (contributeurs/participants, visiteurs, partenaires, comité) de retrouver toutes les informations essentielles à son parcours utilisateur. C'est notamment sur celui-ci que chacun pourra retrouver le programme, l'appel à candidatures spécifique et un espace personnel rassemblant toutes les informations individuelles des contributeurs.

3

ATTENTIONS PARTICULIÈRES

L'appel à projets, auquel les participants doivent répondre pour s'inscrire dans la programmation France Design Week, est un formulaire qui requiert différentes informations comme le titre de l'événement, le lieu, la date, etc. En plus de respecter ces champs afin de proposer un événement complet qui correspond aux besoins du festival, il faut l'illustrer avec une image de référence. Les crédits de ce visuel doivent être impérativement connus ou l'image doit être libre de droits, afin d'éviter tous litiges qui pourraient enclencher des problèmes plus sérieux pour le participant concerné et l'organisation France Design Week.



Il est également demandé à chaque contributeur de respecter scrupuleusement la charte graphique de France Design Week produite par l'agence Lonsdale. Cela pour en assurer sa conformité, imposée de droit par ses auteurs mais également pour perpétuer la continuité de la communication et de l'unité de ce que représente France Design Week.

Pour retrouver plus d'exemples de la communication effectuée lors des éditions précédentes, voici les bilans des années 2021 et 2022, démontrant l'usage des outils nationaux mais aussi des outils déclinés en région.



3

LES RÉSEAUX SOCIAUX

France Design Week est présente sur LinkedIn, Instagram, YouTube et Facebook (liens ci-contre).

Lorsqu'un contributeur publie sur un réseau social, il doit identifier la page France Design Week pour bien associer son événement à la communication générale du festival. De plus, il peut indiquer des hashtags (ci-dessous), qui mettent en avant ses publications dans des recherches de mots-clés et touchent donc une communauté qui n'est pas abonnée directement à ses réseaux sociaux. Mentions du compte France Design Week et hashtags sont donc un moyen idéal pour les participants de bénéficier d'une visibilité accrue.



Afin d'assurer une meilleure communication globale et un relais plus efficace des posts réalisés par les participants, il est vivement conseillé de taguer les membres du comité régional auquel l'événement est rattaché (le comité régional est par définition le comité de pilotage du territoire dans laquelle se déroule l'événement proposé). Toutes les informations relatives aux membres des comités régionaux peuvent être trouvées [ici](#).

LES # À MENTIONNER

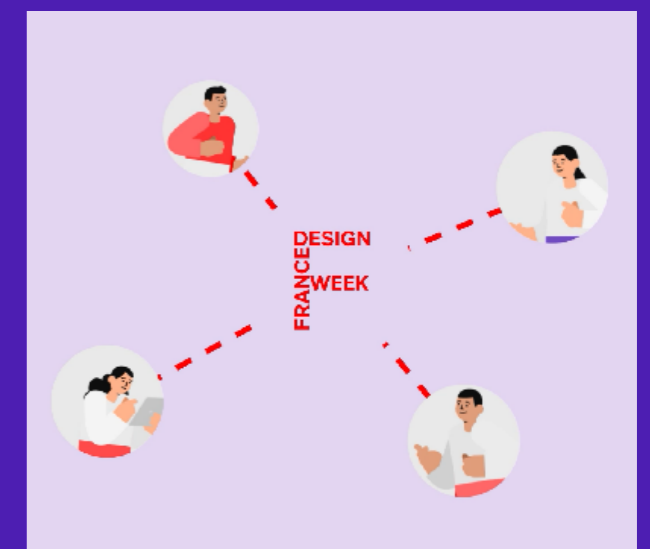
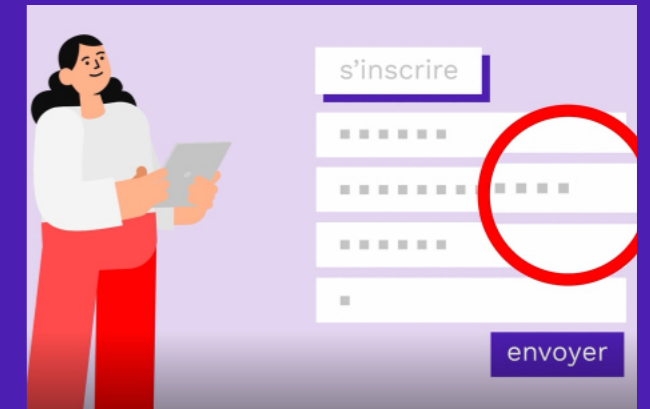
#FranceDesignWeek
 #francedesignweek2025
 #francedesignweek25
 #fdw
 #fdw2025
 #fdw25

4

LE KIT DE COMMUNICATION

Il s'agit d'un [dossier Google Drive](#) où trouver tous les éléments nécessaires à une communication tant print que web. Les contributeurs, le comité et la presse ont accès aux logos des membres nationaux du comité organisationnel et des partenaires nationaux, ainsi que, par région, aux logos du comité de ce territoire et des partenaires locaux. De plus, tous les détails des membres du comité comme le site Internet, les comptes réseaux sociaux et les hashtags associés, sont partagés.

Le kit com propose la charte graphique et les logos de France Design Week ainsi que tous les documents officiels (charte des valeurs, charte de communication, guide du participant, dossier de partenariat, bilan de l'édition précédente, dossier de presse ou encore des documents administratifs). Des templates des documents chartés France Design Week sont disponibles, tels qu'un modèle d'invitation, de programme, de bilan... Enfin, des vidéos tutorielles, des visuels graphiques et des photos des anciennes éditions sont à disposition des utilisateurs.



La coordination : l'APCI et le comité

Créée en 1983 à l'initiative des ministères chargés de l'Industrie et de la Culture, l'APCI est l'association nationale de promotion du design en France, reconnue d'intérêt général, à l'initiative du projet France Design Week.

Son objectif est de promouvoir auprès de tous les publics, et notamment des entreprises, la puissance transformatrice du design dans toutes ses dimensions, qu'elles soient systémiques (stratégies, organisations, management) ou expérientielles (services, espaces, interfaces, objets).



Elle participe au rayonnement international du design français (entre autre à l'aide du formidable outil qu'est l'exposition Designer(s) du design dont elle possède la scénographie et le droit de duplication), contribue à la définition et au pilotage d'une politique nationale de design en participant au Conseil national du design (CNDes), appuie et anime un réseau d'acteurs régionaux en organisant des événements tels que France Design Week et en créant un réseau de Design Labs. Elle s'engage également en faveur de l'employabilité des jeunes designers en organisant le Forum Design, mode d'emploi. Elle regroupe parmi ses membres et partenaires des collectivités, des entreprises de toutes tailles (de la startup au grand groupe), des agences et designers indépendants, des écoles et des étudiants.



Découvrez tous les membres du comité sur la page dédiée du site



COORDINATION FRANCE DESIGN WEEK

APCI

28 rue du Chemin Vert 75011 PARIS

contact@apci-design.fr

+33 (0)6 62 12 75 48

Rozenn Ludard

rludard@apci-design.fr

Crédits photos

p. 5 de haut en bas : © APCI et © Lonsdale

p. 9 : Lille Design_Design Drink © studio.b.helle

FRANCE
DESIGN
WEEK

francedesignweek.fr