



**RSF** REPORTERS  
SANS FRONTIÈRES

MINI  
GUIDELINE  
2020



01

THE  
LOGOTYPES



**MAIN  
LOGOTYPE**



# MAIN LOGOTYPE

PRESENTATION



The brand block is composed of a RSF icon and « Reporters Without Borders ». it is an inseparable brand block. Their ratio cannot be changed.

# MAIN LOGOTYPE

THE DECLINATIONS

x **RSF** REPORTER  
OHNE GRENZEN 1/4 x

**RSF** 无国界记者

**RSF** REPORTERS  
WITHOUT BORDERS

The brand block is translated into few languages in an uniform way. For these declinations, the typographic character of the text must be bold condensed.

# MAIN LOGOTYPE

PROTECTION ZONE



To protect the brand block, a protection zone is defined in relation to a letter height of the denomination, i.e. 1/4 of the icon height. Nothing must appear inside this zone.

# MAIN LOGOTYPE

THE MINIMUM SIZES



In order to keep an optimum readability,  
the brand block should not be below 55  
PX or 5 MM's high

# MAIN LOGOTYPE

MONOCHROME VERSION



For technical reasons and constraints, the brand block can appear in black monochrome version on supports that do not allow colour (handouts, partnership, etc.).



# LOGOTYPE PRINCIPAL

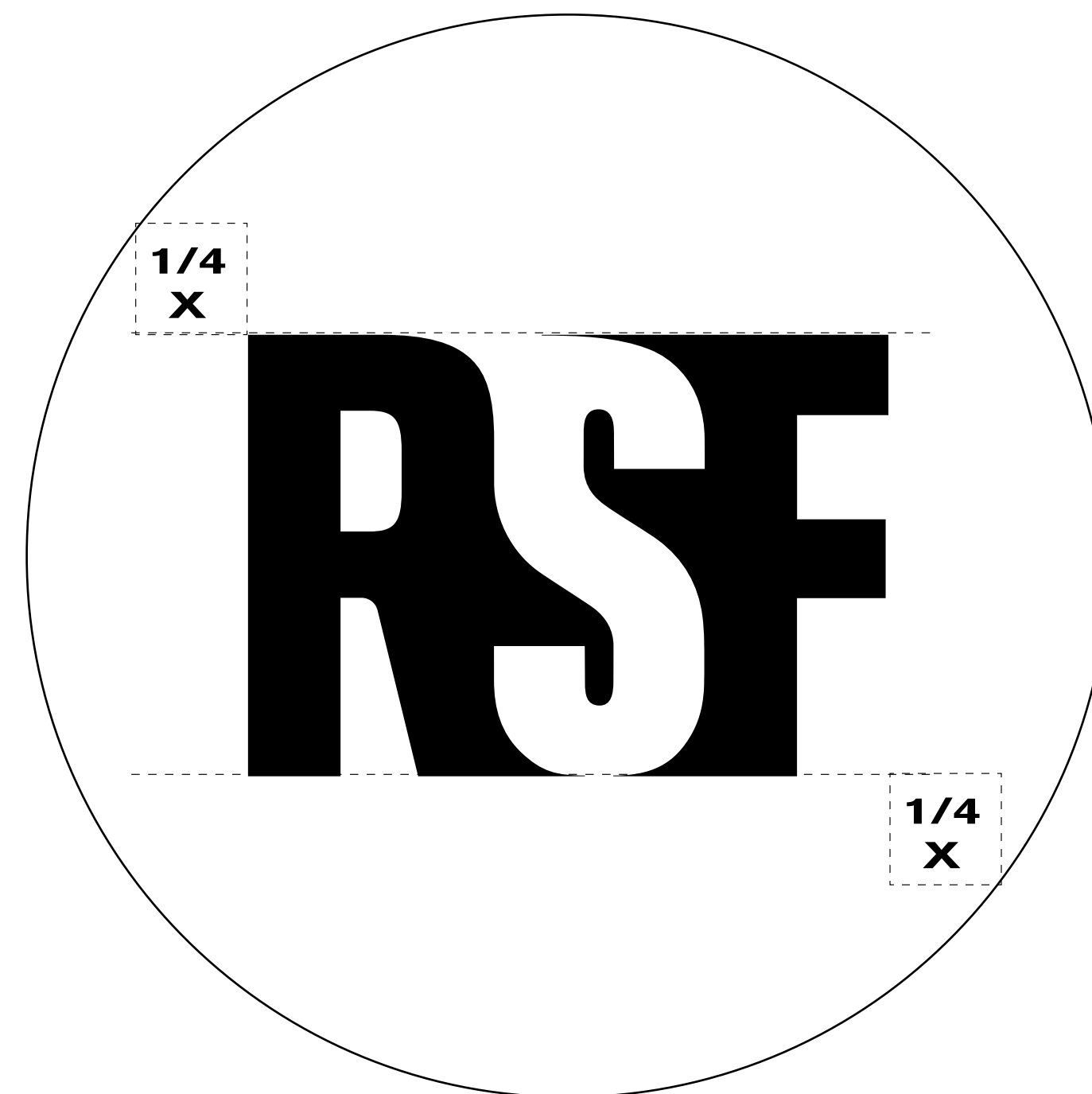
A MINIMUM VERSION



The icon alone can be used in certain cases, especially for favicons or avatars on digital media.

# MAIN LOGOTYPE

A MINIMUM VERSION



To protect the icon, a protection zone is set to 1/4 of the icon height. Nothing should appear inside this area.

# MAIN LOGOTYPE

The minimum version




To maintain maximum legibility,  
the icon should not exist below  
40 PX or 3 MM in height.

# MAIN LOGOTYPE


THE DON'T



The brand block must not be distorted, deformed or colour changed in any case.



**LOGOTYPES  
SECTIONS**



# LOGOTYPES SECTIONS

## PRESENTATION



The "rule" for the section's logo use is :

**For local communication in local language :**

- without the name of the county

**or**

- with the name of the country **(at the section's choice)**

**For the international communication in english :**

- with the name of the country

# LOGOTYPES SECTIONS

THE DECLINATIONS

**RSF** REPORTER  
OHNE GRENZEN  
DEUTSCHLAND

**RSF** REPORTERS  
WITHOUT BORDERS  
GERMANY

# LOGOTYPES SECTIONS

PROTECTION ZONE



To protect the brand block, a protection zone is defined in relation to a letter height of the denomination, which is 1/4 of the height of the icon. Nothing must appear within this zone.



# LOGOTYPES SECTIONS

THE MINIMUM SIZES



To maintain optimal legibility, the brand block should not exist below 60 PX or 8 MM in height.

# LOGOTYPES SECTIONS

MONOCHROME VERSION



For technical reasons and constraints, the brand block can appear in black monochrome version on supports that do not allow colour (handouts, partnership, etc.)

# LOGOTYPE PRESS FREEDOM AWARDS

PRESENTATION

**PRESS  
FREEDOM  
AWARDS  
2020**

**RSF** REPORTERS  
SANS FRONTIÈRES

02

THE  
COLOURS

# THE COLOURS

THE MAIN RANGE

The colours of the logotype are as follows, they cannot be changed.

R228-V0-B70  
C0-M94-J64-N0  
#E40046  
PANTONE 192 C

R0-V0-B0  
C40-M30-J30-N100  
#000000  
PANTONE NOIR

R255-V255-B255  
C0-M0-J0-N0  
#FFFFFF  
PANTONE BLANC

# THE COLOURS

THE MAIN RANGE

The use of these colours must be respected in proportion across the different supports.

**20%**  
ROUGE

**20%**  
NOIR

**60%**  
BLANC

03

THE  
TYPOGRAPHIES

# MAIN TYPOGRAPHY

MAIN TITLES

MEDIA SANS SEMI CONDENSED BOLD

AÀÂBCÇDĒÉÈÊFGHIÎJKL

MNOÔPQRSTUÛÛVWXYZ

0123456789&,:?(@+ = / \*)

FIGHT

FOR

FACTS



# SECONDARY TYPOGRAPHY

CURRENT SUBTITLES AND TEXTS

## BERTHOLD AKZIDENZ GROTESK

AaââBbCcÇçDdEeéèêFfGgHhIiÎJjKkL  
*NnOoôPpQqRfSsTtUuûùVvWwXxYyZz*  
**0123456789&,:?(@+=/\*)**

## BERTHOLD AKZIDENZ GROTESK CONDENSED

AaââBbCcÇçDdEeéèêFfGgHhIiÎJjKkLIn  
*OoôPpQqRfSsTtUuûùVvWwXxYyZz*  
**0123456789&,:?(@+=/\*)**

## BERTHOLD AKZIDENZ GROTESK EXTENDED

AaââBbCcÇçDdEeéèêFfGgHhIiÎJjKkL  
**NnOoôPpQqRfSsTtUuûùVvWwXxYyZz**  
**0123456789&,:?(@+=/\*)**

A A

a a

# ALTERNATIVE TYPOGRAPHY

IF BERTHOLD IS NOT AVAILABLE

ARIAL

AaàâBbCcÇçDdEeéèêFfGgHhIiîJjKkLl  
NnOoôPpQqRrSsTtUuûùVvWwXxYyZz  
**0123456789&,:?(@+=/!\*)**

ARIAL NARROW

AaàâBbCcÇçDdEeéèêFfGgHhIiîJjKkLl  
NnOoôPpQqRrSsTtUuûùVvWwXxYyZz  
**0123456789&,:?(@+=/!\*)**



04



THE  
GRAPHIC  
CODES

# THE GRAPHIC CODES

THE ENDORMENT CODE



The logotype is positioned on the different media using an endorsement structure that follows precise and unchangeable rules.

# THE GRAPHIC CODES

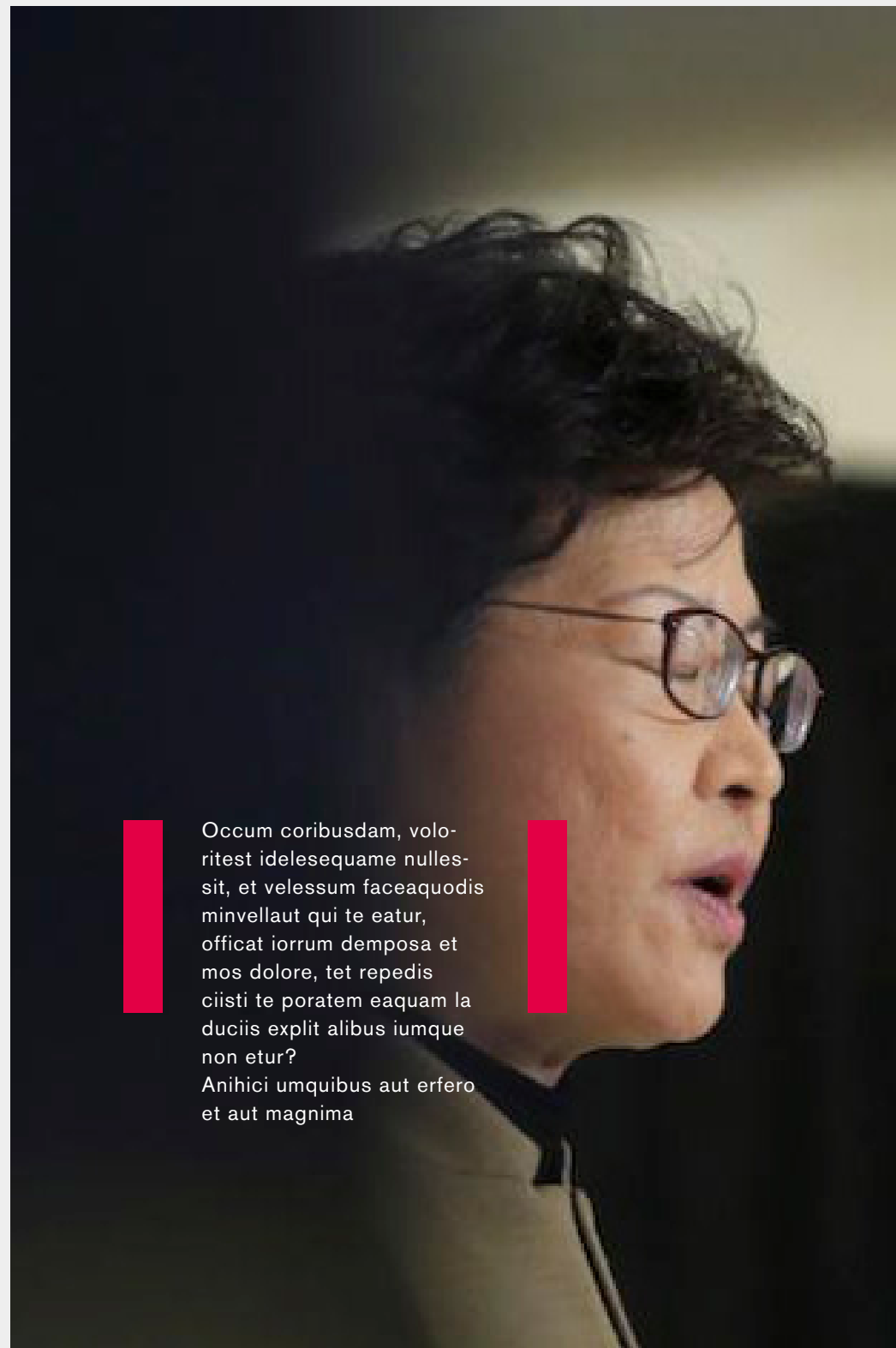
THE ENDORSEMENT CODE



This structure makes it possible to provide consistency to the brand through the variety of its supports thanks to precise and unchangeable rules.

# THE GRAPHIC CODES

## THE MARKER

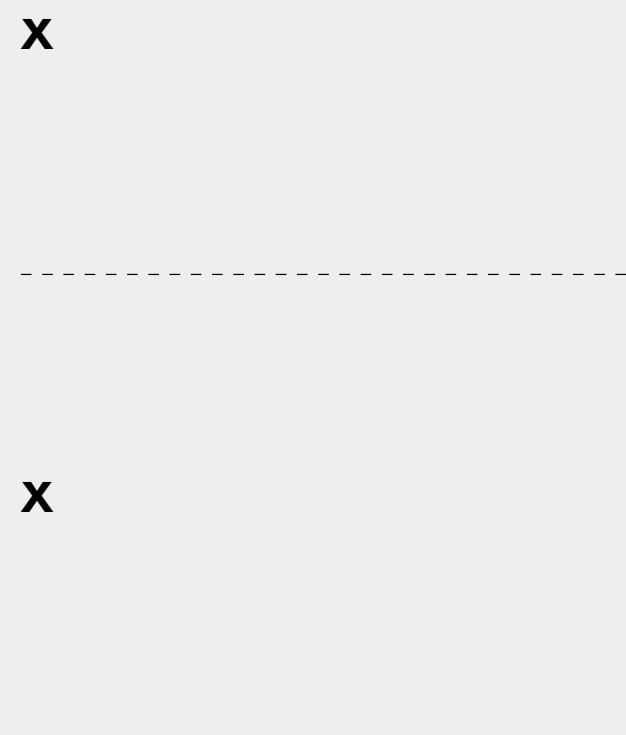


Beyond a simple endorsement system, this code is also a marker that highlights information. Some examples above.

# THE GRAPHIC CODES

## THE WINDOW

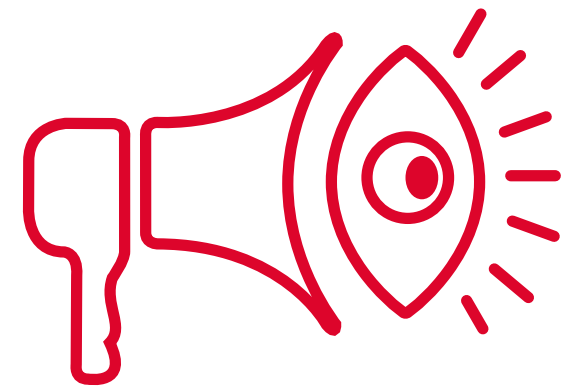
X  
HOMOTETICS IN  
SQUARE OR  
HORIZONTAL  
FORMATS



This marker becomes ALSO window on images and adapts itself according to simple rules to keep a homogeneity of thickness.

# THE GRAPHIC CODES

THE PICTOGRAMS





**05**

**EXAMPLES**



# CORPORATE SUPPORTS



# CORPORATE SUPPORTS

THE LETTERHEAD

x

x



REPORTERS SANS FRONTIÈRES  
CS 90247 75083 PARIS CEDEX 02  
(33) 1 44 83 84 84 - WWW.RSF.ORG  
SIRET 343 884 221 000 41 - TVA FR 02 34 36 84 221 000 41 - CODE APE 8499Z - ASSOCIATION RECONNUE D'UTILITÉ PUBLIQUE

x

x



# CORPORATE SUPPORTS

THE BUSINESS CARD



# CORPORATE SUPPORTS

## THE MEMBERSHIPCARD



**RSF** REPORTERS SANS FRONTIÈRES

//  
//

NOM, PRÉNOM \_\_\_\_\_

ADRESSE \_\_\_\_\_

N° D'ADHÉRENT \_\_\_\_\_

VALIDITÉ \_\_\_\_\_

Reporters sans frontières, 47 rue Vivienne – 75002 Paris – France  
Tél. (33) 1 44 83 84 84 - Fax (+33) 1 45 23 11 51- www.rsf.org



# CORPORATE SUPPORTS

THE POWERPOINT TEMPLATE

**RSF** REPORTERS  
SANS FRONTIÈRES

PRÉSENTATION  
DU RAPPORT  
ANNUEL 2020  
JANVIER 2021

**01**

## LES CHIFFRES CLÉ

LOREM IPSUM DOLOR  
SIT AMET, CONSECTE-  
TUER ADIPISCING



## CHIFFRES EN EUROPE

LOREM IPSUM DOLOR  
SIT AMET, CONSECTE-  
TUER ADIPISCING

XX

## ÉVÈNEMENT DU MOIS

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,  
CONSECTETUER ADIPISCING

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER ADIPISCING ELIT, SED DIAM NONUMMY NIBH EUISMOD TINCIDUNT UT LAOREET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT VOLUTPAT. UT WISI ENIM AD MINIM VENIAM, QUI NOSTRUD EXERCI TATION ULLAMCORPER SUSCIPIT LOBORTIS NISL UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT. DUIS AUTEM VEL EUM IRIURE DOLOR IN HENDRERIT IN VULPUTATE VELIT ESSE MOLESTIE CONSEQUAT, VEL ILLUM DOLORE EU FEUGIAT NULLA FACILISIS



LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER ADIPISCING ELIT, SED DIAM NONUMMY NIBH EUISMOD TINCIDUNT UT LAOREET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT VOLUTPAT. UT WISI ENIM AD MINIM VENIAM, QUI NOSTRUD EXERCI TATION ULLAMCORPER SUSCIPIT LOBORTIS NISL UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT. DUIS AUTEM VEL EUM IRIURE DOLOR IN HENDRERIT IN VULPUTATE VELIT

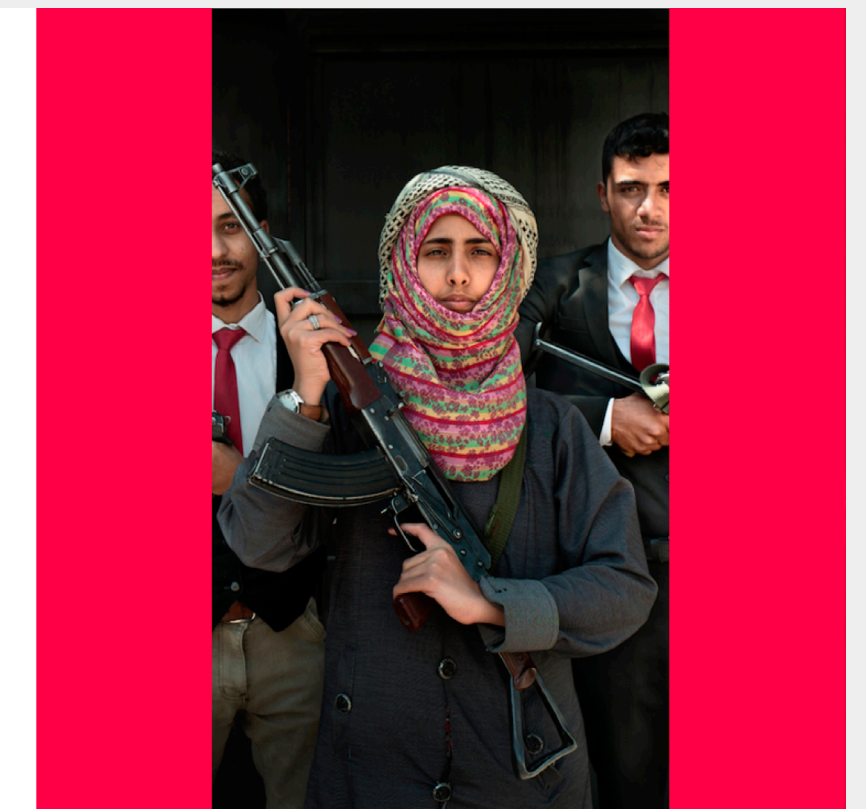
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER ADIPISCING ELIT, SED DIAM NONUMMY NIBH EUISMOD TINCIDUNT UT LAOREET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT VOLUTPAT. UT WISI ENIM AD MINIM VENIAM, QUI NOSTRUD EXERCI TATION ULLAMCORPER SUSCIPIT LOBORTIS NISL UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT. DUIS AUTEM VEL EUM IRIURE DOLOR IN HENDRERIT IN VULPUTATE VELIT ESSE MOLESTIE CONSEQUAT, VEL

XX

## FOCUS ON

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,  
CONSECTETUER ADIPISCING

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER ADIPISCING ELIT, SED DIAM NONUMMY NIBH EUISMOD TINCIDUNT UT LAOREET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT VOLUTPAT. UT WISI ENIM AD MINIM VENIAM, QUI NOSTRUD EXERCI TATION ULLAMCORPER SUSCIPIT LOBORTIS NISL UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT. DUIS AUTEM VEL EUM IRIURE DOLOR IN HENDRERIT IN VULPUTATE





# EDITORIAL SUPPORTS



# EDITORIAL SUPPORTS

THE BOOK

## SOMMAIRE #60



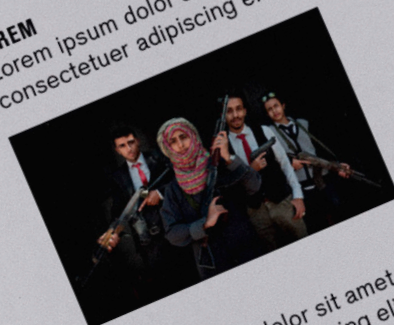
EN COUVERTURE

XX LOREM  
Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit,

XX LOREM  
Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit,

XX LOREM  
Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit,

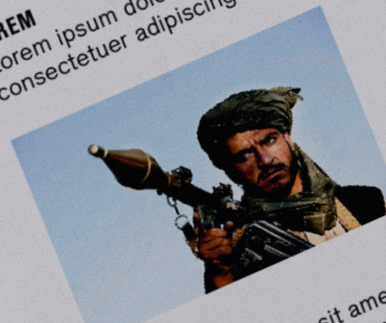
XX LOREM  
Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit,



XX LOREM  
Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit,

XX LOREM  
Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit,

XX LOREM  
Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit,



XX LOREM  
Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit,

XX LOREM  
Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit,

XX LOREM  
Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit,

01



## VÉRONIQUE DE VIGUERIE

Au gré de ses reportages, accompagnée de sa sœur de plume Manon Quéroil-Brunel, elle a été femme de taliban dans la vallée de Swat, acheteuse de terres rares en Mongolie-Intérieure ou pensionnaire d'un bordel à Damas...

De ces moments de bravoure, Véronique de Viguerie rapporte des images puissantes et poignantes et une affection particulière pour celles et ceux qui refusent leur sort.

100 PHOTOS  
POUR LA LIBERTÉ  
DE LA PRESSE



+ DOSSIER SPÉCIAL  
LES JOURNALISTES  
DANS LE VISEUR  
DES NARCOS

**RSF** REPORTERS  
SANS FRONTIÈRES

60

REPORTERS  
SANS FRONTIÈRES



# VÉRONIQUE DE VIGUERIE

100 PHOTOS  
POUR LA LIBERTÉ  
DE LA PRESSE

100 PHOTOS DE VÉRONIQUE DE VIGUERIE POUR LA LIBERTÉ DE LA PRESSE

RSF

REPORTERS  
SANS FRONTIÈRES  
100 PHOTOS  
POUR LA LIBERTÉ  
DE LA PRESSE



# EDITORIAL SUPPORTS

THE RAPPORTS

## CES JOURNAUX QUI N'ARRIVENT JAMAIS



**RSF** REPORTERS SANS FRONTIÈRES

## 01

### QUAND LE LECTEUR N'A PLUS DE JOURNAUX À ACHETER

Ils représentent le tout dernier maillon de la chaîne de distribution de la presse. Qu'ils soient « crieurs de rue » dans une ville mexicaine, kiosquiers sur la plus grande avenue de la capitale française ou encore marchands de journaux dans une station-service polonaise, un aéroport serbe, dans les rues de Madagascar ou du Congo-Brazzaville, les vendeurs de journaux jouent un rôle essentiel dans la diffusion de l'information.



Kiosque à journaux à Antananarivo, la veille de l'élection présidentielle de 2013 à Madagascar, le 22 octobre 2013. © Stéphane de Sakutin / AFP

Dernier intermédiaire entre le lecteur et son journal, le vendeur de journaux représente aussi la dernière possibilité de limiter l'accès à l'information. Une étude réalisée par RSF (voir page 15) confirme que près de 41% des cas de censure se produisent au moment de la vente. La diffusion de l'information peut être discrètement empêchée sans que cela ait un impact sur l'équilibre financier du journal, lorsque toute une édition est achetée massivement dans les kiosques par une institution ou un individu. Les entraves se révèlent plus spectaculaires dans les nombreux cas constatés de saisies. Ou plus insidieuses, lorsque les marchands de journaux n'ont d'autre choix que de promouvoir la seule presse pro-gouvernementale au détriment de la presse indépendante, qui finit par étouffer économiquement. Enfin, la censure peut s'exercer de façon radicale et brutale lorsque les marchands de journaux se trouvent directement menacés, voire assassinés. Au final, qu'importe la manière et les moyens, l'objectif est toujours le même : empêcher un journal d'être lu.



Pour empêcher un journal d'être lu, tous les moyens sont bons : achat massif d'une édition, saisies d'exemplaires, voire assassinat des vendeurs de journaux. © Pixay

### MAIN BASSE SUR LES JOURNAUX DANS LES KIOSQUES

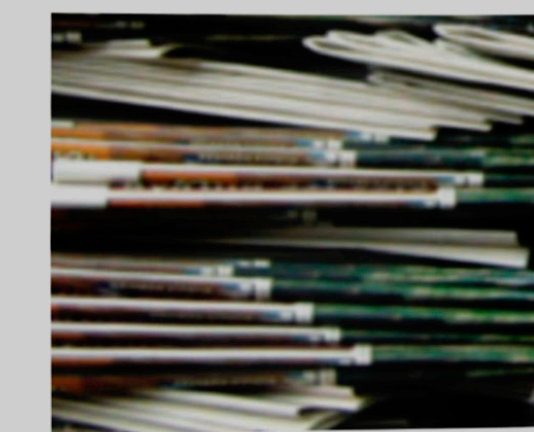
#### LE PRIX FORT POUR MASQUER LA VÉRITÉ À MADAGASCAR

Le bi-hebdomadaire malgache *Telonohorefy* s'attendait à faire le plein des ventes le 18 septembre 2018 : sa une affichait les portraits de la Première dame de Madagascar et du conseiller de l'ex-président Rajaonarimampianina, en exercice à l'époque des faits, accompagné d'un titre un titre affirmant qu'ils avaient une liaison secrète. De fait, le matin de la parution, l'édition du jour a rapidement disparu des étals. Mais les acheteurs n'étaient pas leurs lecteurs habituels. « Le plus discrètement possible » les exemplaires disponibles chez les marchands de journaux ont été achetés par « des représentants du pouvoir », se souvient un responsable du journal.

Quelques jours plus tard, l'équipe de *Telonohorefy* décide de traiter à nouveau du sujet. Une seconde fois, l'édition disparaît de la circulation. L'information n'aura finalement jamais été diffusée à grande échelle. « Le sujet étant délicat, aucun autre journal n'a osé relater cet épisode », confirme un journaliste local. En revanche, six mois plus tard, au moment où le conseiller du président est arrêté pour faits de malversations et de corruption, *Telonohorefy* republie son portrait aux côtés de l'épouse du président, assurant qu'il a été en réalité incarcéré « pour avoir détourné » la Première dame. Le numéro s'est alors normalement vendu.

#### ACHAT MASSIF AU TOGO ET MENACES AU CONGO-BRAZZAVILLE

La plus discrète des méthodes est d'acheter massivement une édition indésirable avant même qu'elle ne soit distribuée dans les kiosques - ou de la saisir. Cela a été le cas en septembre 2017 au Togo. Le numéro 2958 de l'hebdomadaire *Jeune Afrique* avec sa une sur le président Faure Gnassingbé est



L'édition du 18 septembre 2018 du journal malgache *Telonohorefy* : une liaison entre la Première dame malgache et le conseiller du président. © Stéphane de Sakutin / AFP

introuvable à Lomé. La semaine suivante, dans un article intitulé « Vérités togolaises », François Soudan, alors directeur de la rédaction de *Jeune Afrique*, donne quelques détails : « À leur arrivée à l'aéroport de Lomé-Togo le 18 septembre, la totalité des exemplaires de *JA* sont saisis à la douane, comme au bon vieux temps des pays africains. (...) Avant d'envoyer notre distributeur sur les lieux, les gabelous ont pris soin d'empêcher les frais de distribution. »



# DIGITAL SUPPORTS



# DIGITAL SUPPORTS

THE GRAPHIC CODES



For digital media, the codes presented above are retained but some codes are adapted.



# DIGITAL SUPPORTS

THE WEBSITE ON MOBILE VERSION



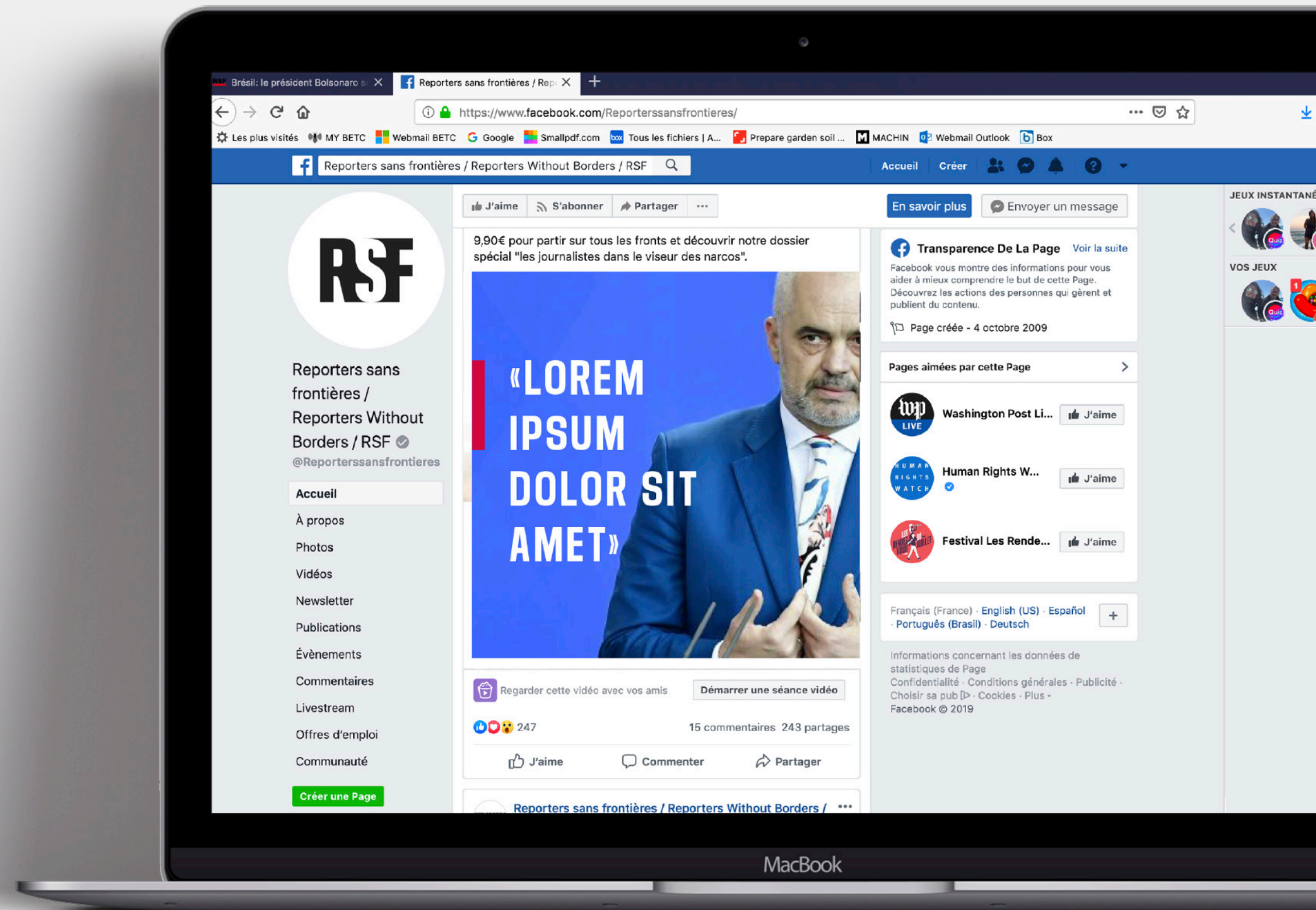
# DIGITAL SUPPORTS

THE SOCIAL MEDIAS



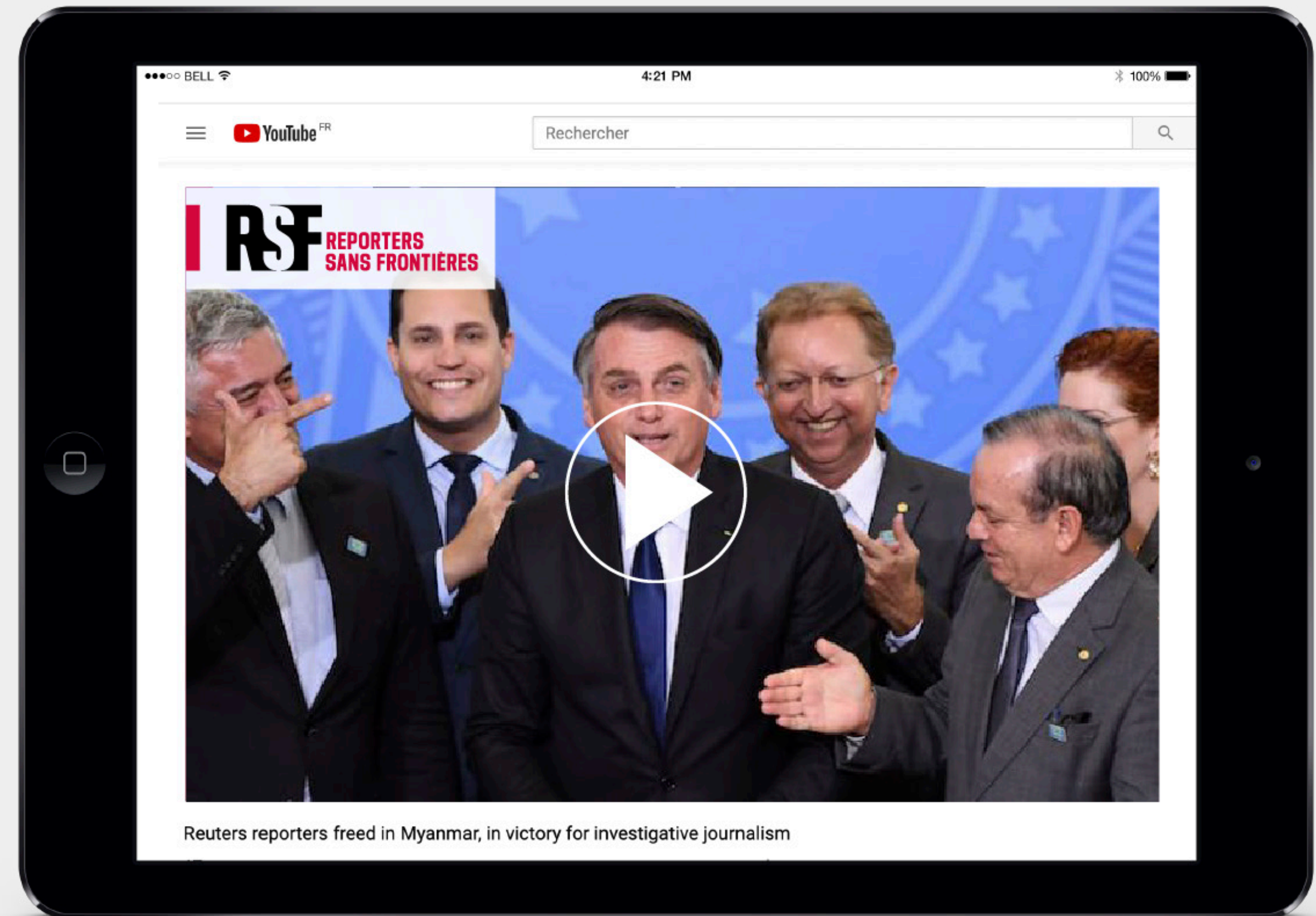
# DIGITAL SUPPORTS

## THE SOCIAL MEDIAS



# DIGITAL SUPPORTS

THE SOCIAL MEDIAS





**RSF** REPORTERS

