

BRAND<sup>20
25</sup>
GUIDELINES



UN ÉVÉNEMENT INTERNATIONAL

La France Music Week – une semaine internationale pour la musique, est née de la volonté d’accueillir en France un **événement de portée internationale** afin de **promouvoir l’excellence des artistes et du secteur musical français.**

SOMMAIRE

01 IDENTITÉ VISUELLE

Logotype	p.4-8
Co-branding	p.9-14
Couleurs	p.17-20
Typographies	p.21-25
Éléments Graphiques	p.26
Iconographie	p.27-28

02 DIGITAL

Icon	p.30
Design Système	p.31
Éléments Graphiques	p.32-33
Gradient	p.34
Réseaux Sociaux	p.35-38
Keynote	p.39

03 PRINT

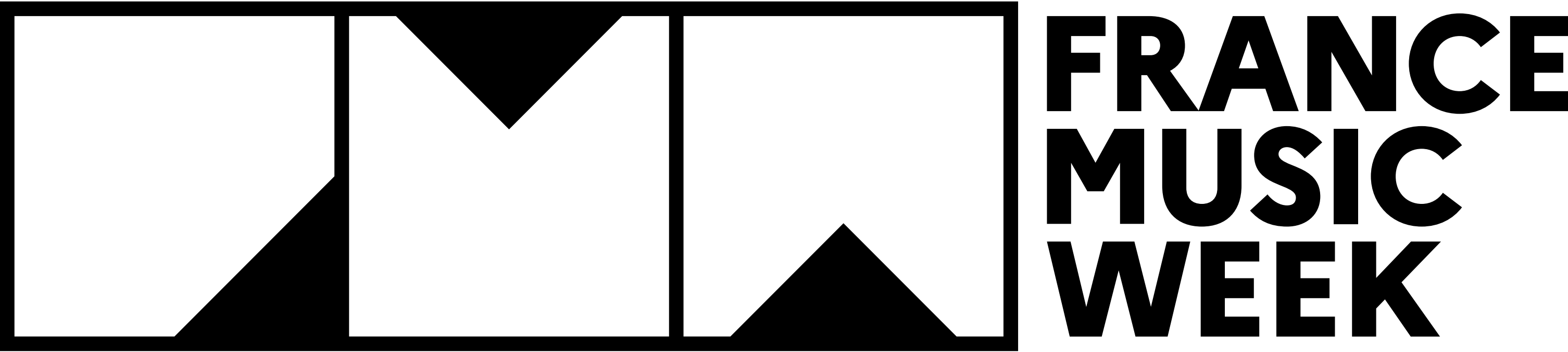
Papéteries	p.41-44
Signalétiques	p.45-47
Goodies	p.48

IDENTITÉ VISUELLE

01

LOGOTYPE

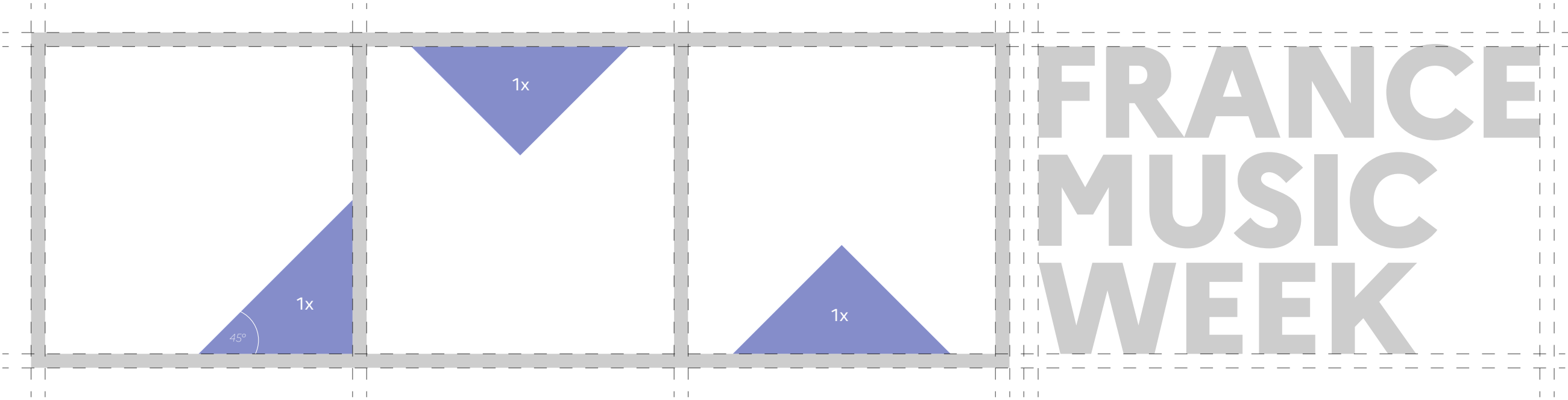
Le logo représente l’identité de **FRANCE MUSIC WEEK** et doit être utilisé avec rigueur. Il est essentiel de respecter ses proportions, sa zone de protection et ses couleurs officielles. Aucune modification n’est autorisée : pas de déformation, de changement de couleur ou d’ajout d’effets. Des versions alternatives (fond clair, foncé, monochrome) sont prévues pour s’adapter à chaque support.



LOGOTYPE

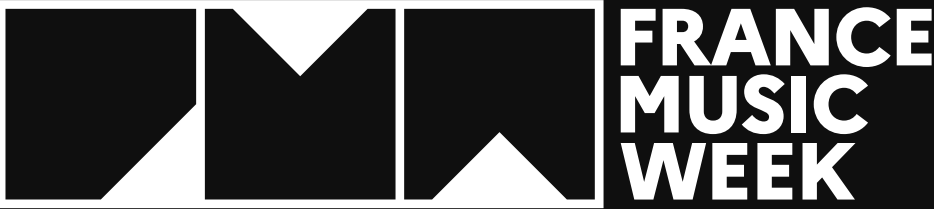
Le logotype de **France Music Week** repose sur une structure géométrique forte et identifiable. Il se compose de trois modules graphiques représentant les lettres F, M et W, chacune construite à partir d’angles à 45°. Ce système modulaire crée un ensemble stable, dynamique et rythmé, à l’image de l’événement.

La typographie utilisée est **la Marianne**, un caractère officiel de l’État français, renforçant l’ancrage **institutionnel et culturel** de l’événement.

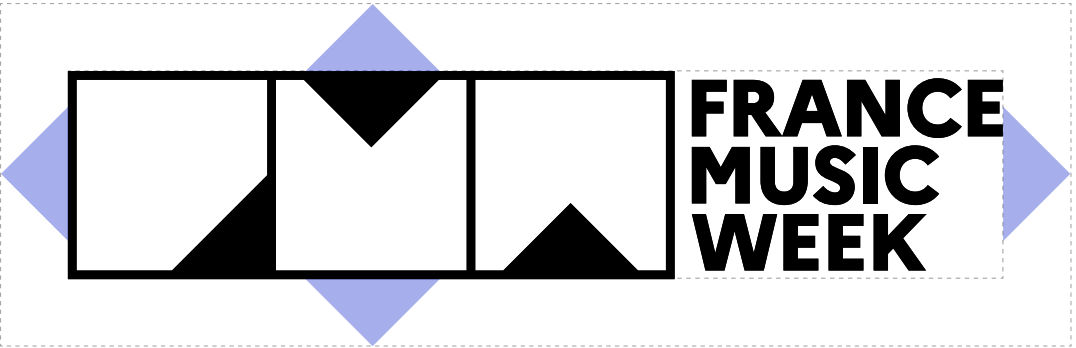


Taille min 35mm

EN RESERVE



ZONE DE PROTECTION



LOGOTYPE DÉCLINAISON

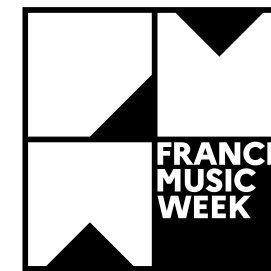
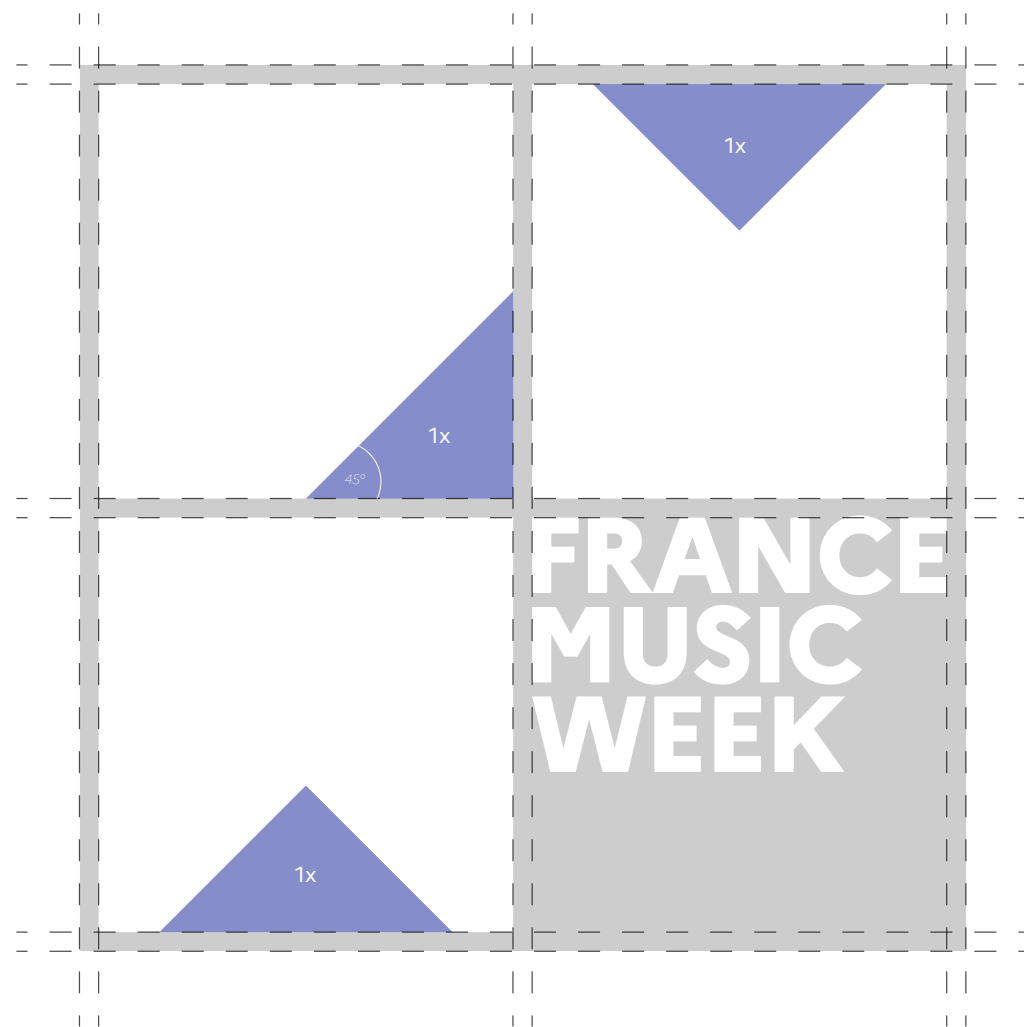
Afin de garantir une utilisation flexible et cohérente, une version déclinée du logo qui s’adapte à différents supports et formats. Cette version conserve l’essence de l’identité visuelle tout en offrant plus de liberté dans son application, assurant ainsi une présence uniforme et dynamique.



LOGOTYPE DÉCLINAISON

Le logotype de **France Music Week** repose sur une structure géométrique forte et identifiable. Il se compose de trois modules graphiques représentant les lettres F, M et W, chacune construite à partir d'angles à 45°. Ce système modulaire crée un ensemble stable, dynamique et rythmé, à l'image de l'événement.

La typographie utilisée est **la Marianne**, un caractère officiel de l'État français, renforçant l'ancrage **institutionnel et culturel** de l'événement.



Taille min 25mm

EN RESERVE



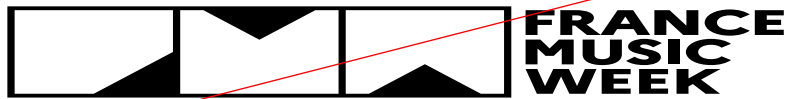
ZONE DE PROTECTION



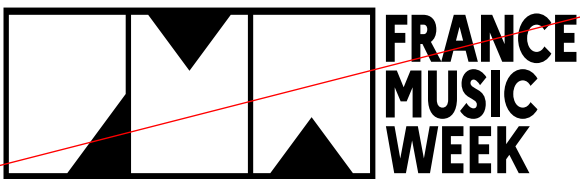
LOGOTYPE

LES INTERDITS

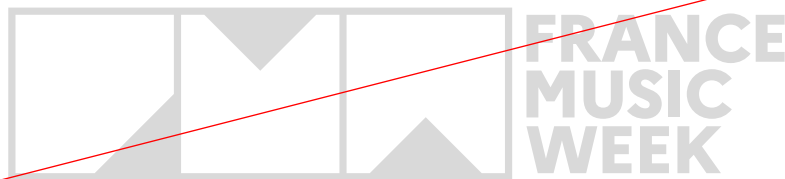
Pour préserver l'intégrité et la cohérence de l'identité visuelle, certaines utilisations du logotype sont strictement interdites. Toute altération de ses proportions, couleurs, typographies ou orientation est proscrite. Il est également interdit d'ajouter des effets, des contours ou des éléments perturbant sa lisibilité. Le respect de ces règles est essentiel pour garantir une identité homogène et professionnelle.



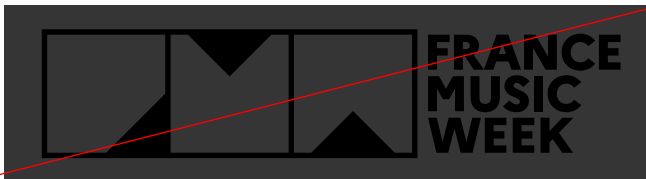
Intérdit de déformer logo



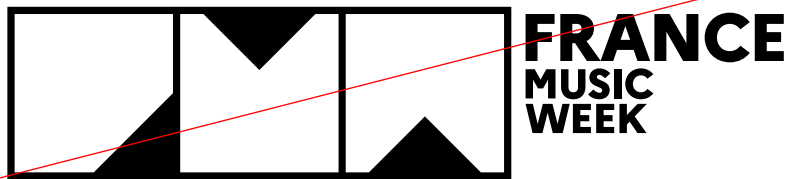
Intérdit de déformer logo



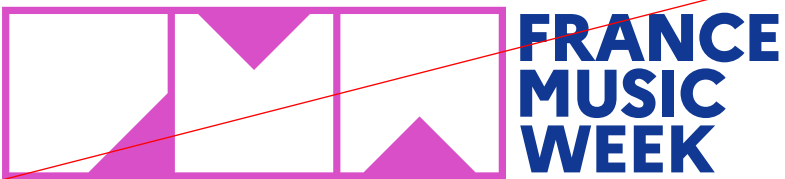
Intérdit de dégrader sa teinte



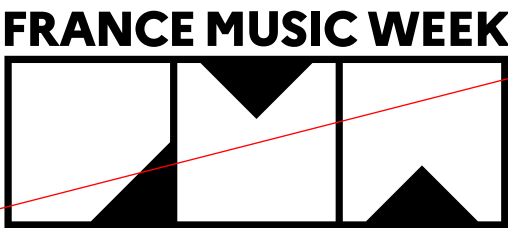
Intérdit de faire du ton sur ton



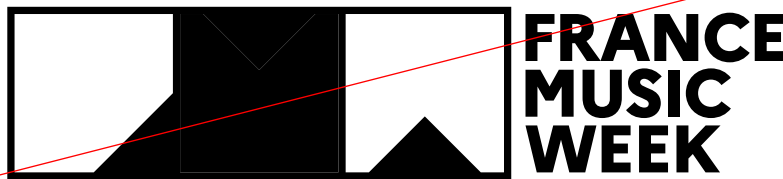
Intérdit de changer sa composition



Intérdit de l'utiliser autre qu'en monochrome



Intérdit de changer sa composition



Intérdit de remplir une des formes

CO-BRANDING

Pour l’intégration des logos partenaires dans l’identité visuelle, il est essentiel de respecter les directives pour maintenir une cohérence visuelle et une synergie parfaite entre les marques. Chaque logo doit être utilisé de manière uniforme afin de préserver l’équilibre et l’harmonie de l’ensemble.



PARTENAIRE OFFICIEL



PARTENAIRE OFFICIEL



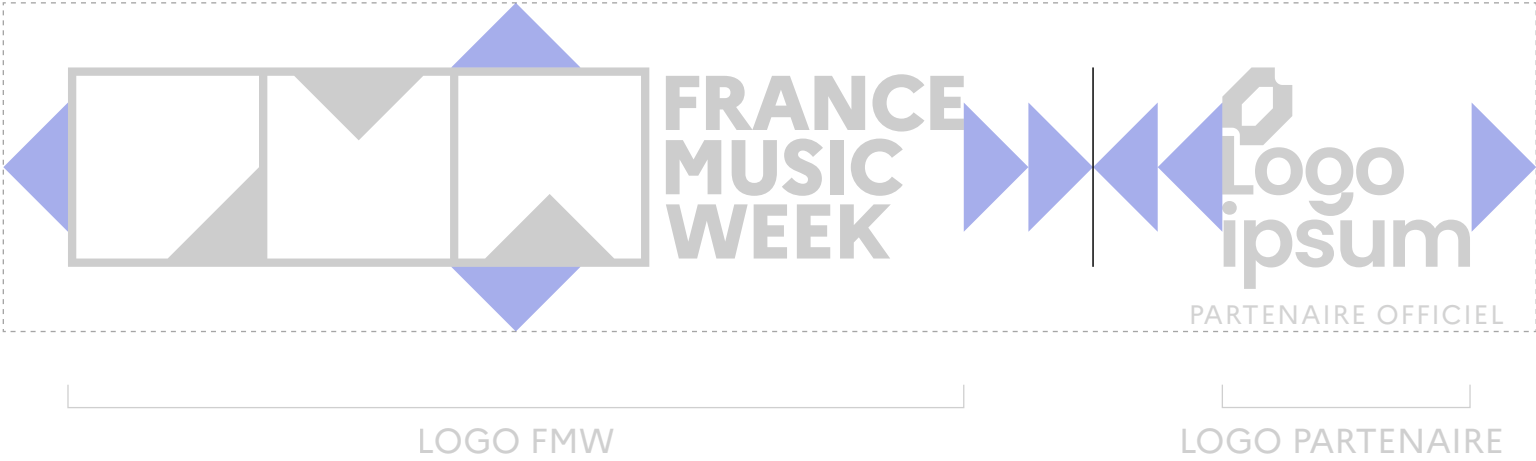
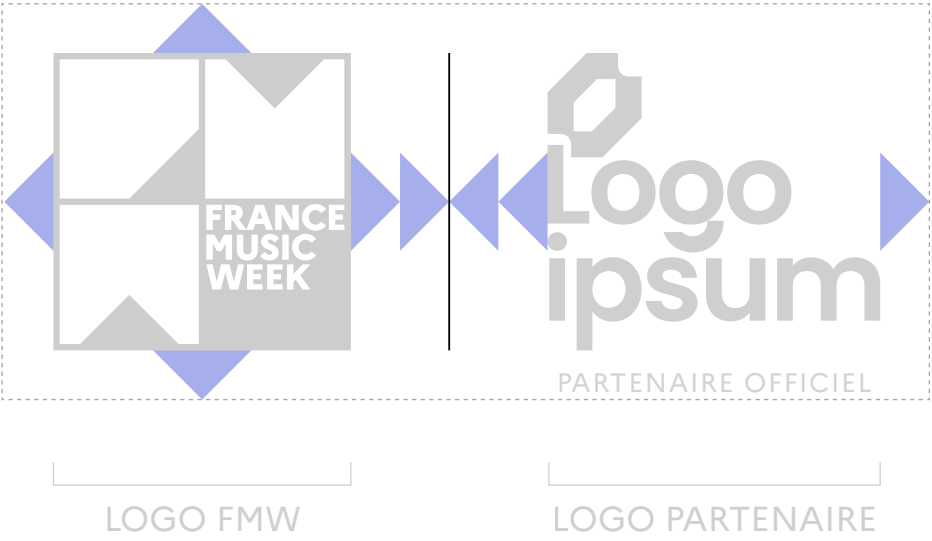
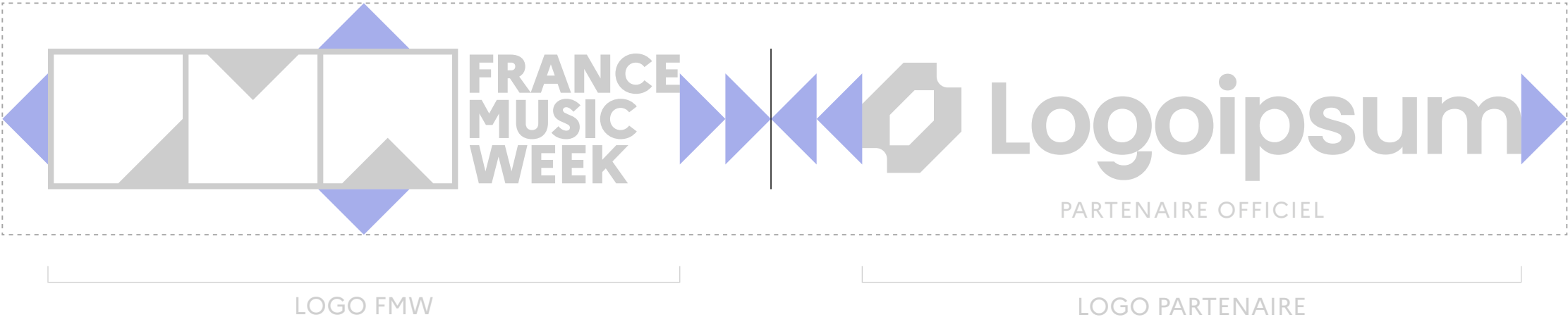
PARTENAIRE OFFICIEL



PARTENAIRE OFFICIEL

CO-BRANDING

Pour l'intégration des logos partenaires dans l'identité visuelle, il est essentiel de respecter les directives pour maintenir une cohérence visuelle et une synergie parfaite entre les marques. Chaque logo doit être utilisé de manière uniforme afin de préserver l'équilibre et l'harmonie de l'ensemble.



LOGOTYPE AVEC BASELINE

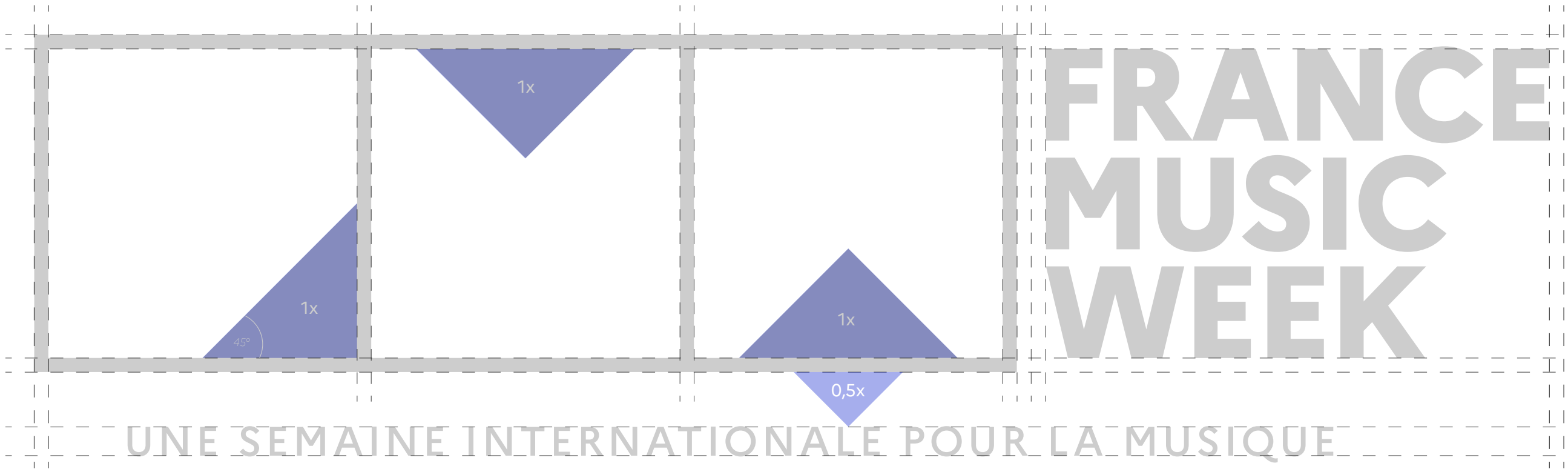
Le logo représente l’identité de **FRANCE MUSIC WEEK** et doit être utilisé avec rigueur. Il est essentiel de respecter ses proportions, sa zone de protection et ses couleurs officielles. Aucune modification n’est autorisée : pas de déformation, de changement de couleur ou d’ajout d’effets. Des versions alternatives (fond clair, foncé, monochrome) sont prévues pour s’adapter à chaque support.



UNE SEMAINE INTERNATIONALE POUR LA MUSIQUE

LOGOTYPE AVEC BASELINE

Le logo représente l’identité de **FRANCE MUSIC WEEK** et doit être utilisé avec rigueur. Il est essentiel de respecter ses proportions, sa zone de protection et ses couleurs officielles. Aucune modification n’est autorisée : pas de déformation, de changement de couleur ou d’ajout d’effets. Des versions alternatives (fond clair, foncé, monochrome) sont prévues pour s’adapter à chaque support.



Taille min 35mm

EN RESERVE



ZONE DE PROTECTION



CO-BRANDING

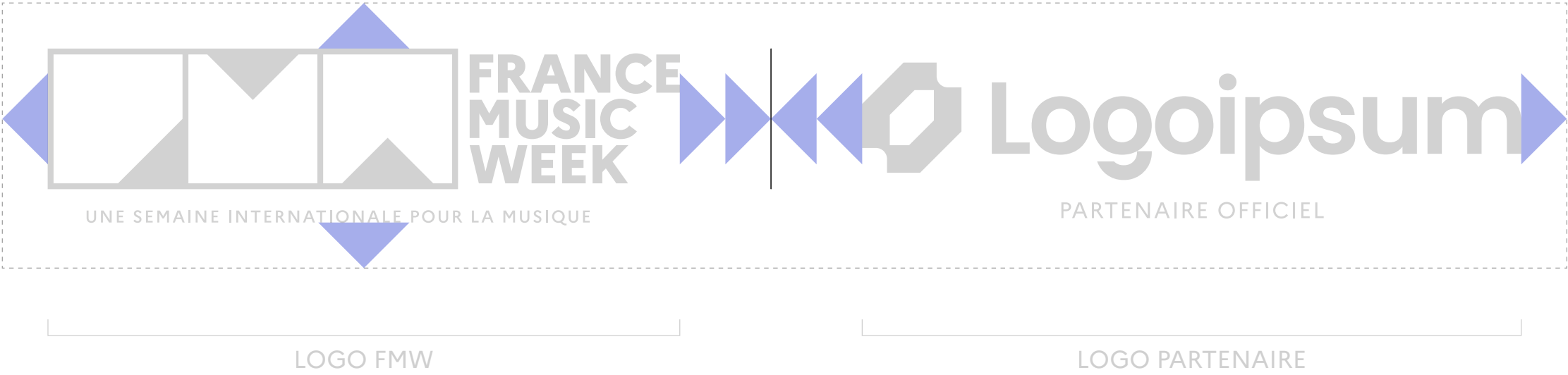
AVEC BASELINE

Pour l’intégration des logos partenaires dans l’identité visuelle, il est essentiel de respecter les directives pour maintenir une cohérence visuelle et une synergie parfaite entre les marques. Chaque logo doit être utilisé de manière uniforme afin de préserver l’équilibre et l’harmonie de l’ensemble.



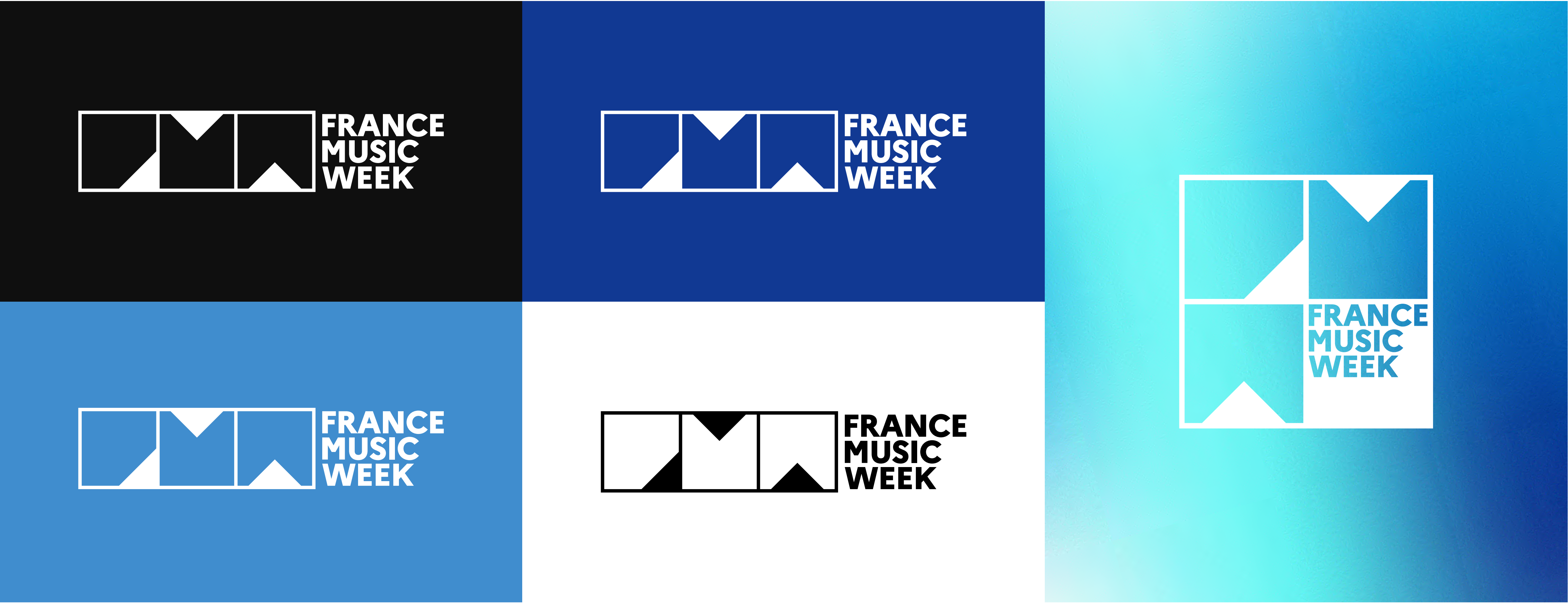
CO-BRANDING AVEC BASELINE

Pour l’intégration des logos partenaires dans l’identité visuelle, il est essentiel de respecter les directives pour maintenir une cohérence visuelle et une synergie parfaite entre les marques. Chaque logo doit être utilisé de manière uniforme afin de préserver l’équilibre et l’harmonie de l’ensemble.



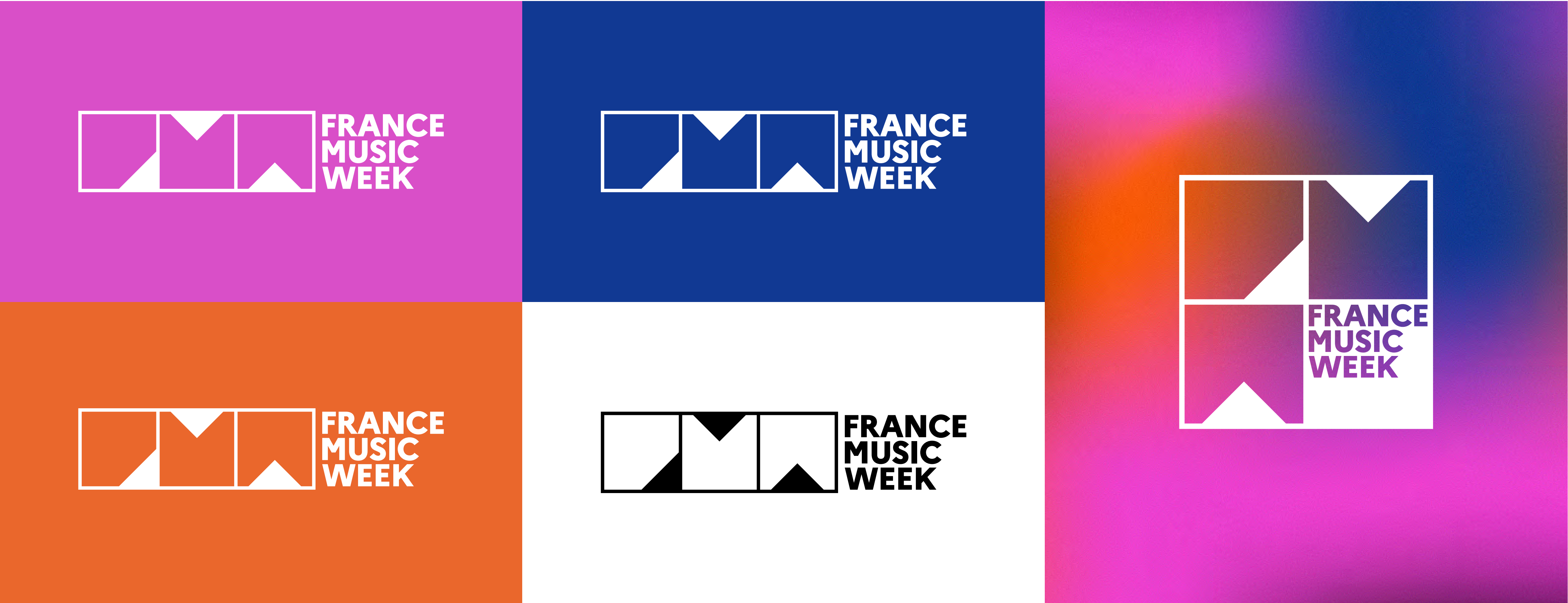
LOGOTYPE DÉCLINAISONS

Dans le cadre de la **communication B2B**, le logotype pourra être appliqué sur divers fonds colorés, tout en conservant son apparence en noir et blanc pour assurer une clarté et une uniformité visuelle.



LOGOTYPE DÉCLINAISONS

Dans le cadre de la **communication B2C**, le logotype pourra être appliqué sur divers fonds colorés, tout en conservant son apparence en noir et blanc pour assurer une clarté et une uniformité visuelle.



COULEURS^{B2B}

Les teintes de bleu et cyan, choisies pour **les événements B2B** de France Musique Week, véhiculent confiance, professionnalisme et sérénité. Elles renforcent une identité moderne, tout en créant une atmosphère dynamique et engageante.

ECHO

R 118 C 49
G 255 M 0
B 249 Y 10
K 0

Hex
#76FFF9

TEMPO

R 6 C 78
G 144 M 31
B 213 Y 0
K 0

Hex
#0690D5

MINUIT

R 17 C 100
G 57 M 79
B 147 Y 5
K 0

Hex
#113993

BLANC

R 255 C 0
G 255 M 0
B 255 Y 0
K 0

Hex
#FFFFFF

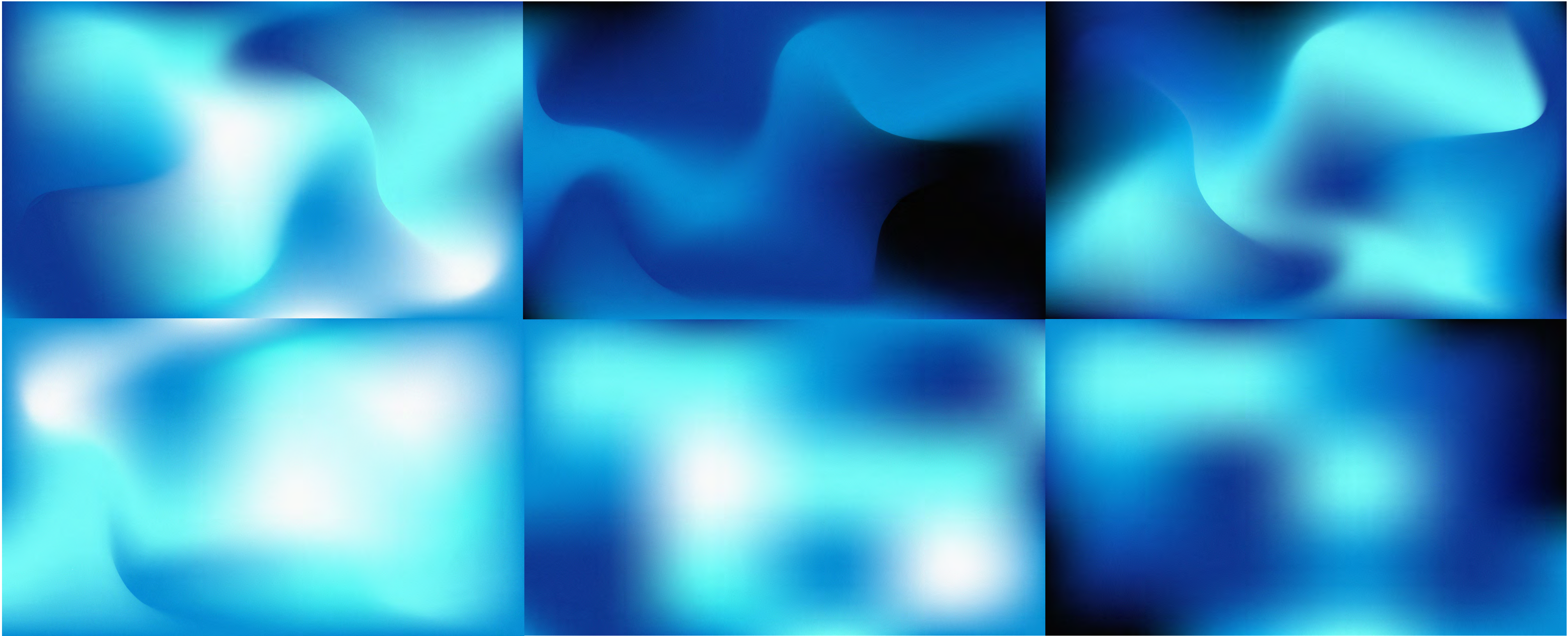
VINYLE

R 0 C 91
G 0 M 79
B 0 Y 62
K 97

Hex
#000000

GRADIENT^{B2B}

Une série de gradients a été conçue. Ces dégradés visent à renforcer la cohérence graphique tout en apportant du dynamisme et de la modernité aux supports de communication. Ils pourront être utilisés en fond, en habillage ou pour souligner certains éléments visuels clés.



COULEURS^{B2C}

Ces couleurs vives et contrastées évoquent l'énergie, la créativité et la dynamique d'un événement musical, attirant immédiatement l'attention du public. Leur combinaison crée une ambiance festive et immersive, parfaite pour capter l'engagement d'une audience **B2C**.

POP

R 236 C 7
G 64 M 86
B 207 Y 0
K 0

Hex
#EC40CF

BASS

R 254 C 1
G 92 M 75
B 2 Y 100
K 0

Hex
#FE5C02

MINUIT

R 17 C 100
G 57 M 79
B 147 Y 5
K 0

Hex
#113993

BLANC

R 255 C 0
G 255 M 0
B 255 Y 0
K 0

Hex
#FFFFFF

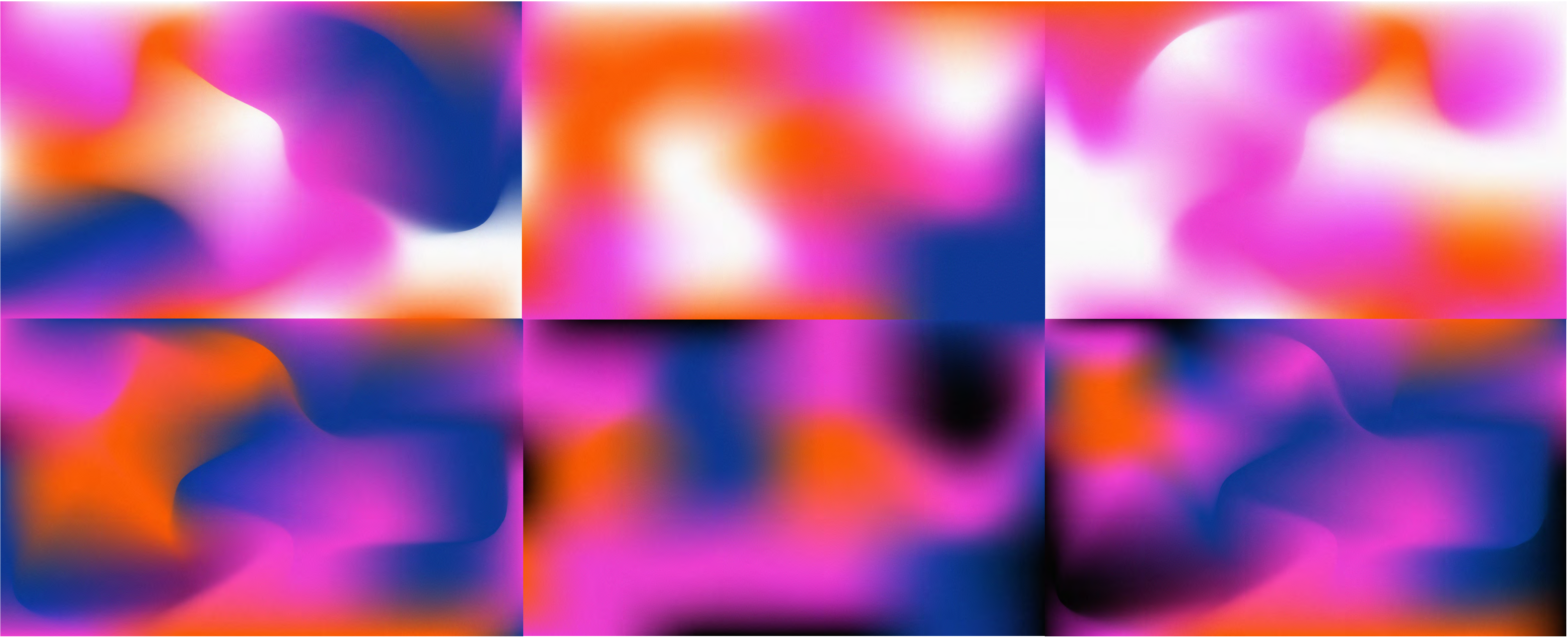
VINYLE

R 0 C 91
G 0 M 79
B 0 Y 62
K 97

Hex
#000000

GRADIENT^{B2B}

Une série de gradients a été conçue. Ces dégradés visent à renforcer la cohérence graphique tout en apportant du dynamisme et de la modernité aux supports de communication. Ils pourront être utilisés en fond, en habillage ou pour souligner certains éléments visuels clés.



TYPOGRAPHIE PRINCIPALE

Élégante et contemporaine, la typographie **Marianne** incarne avec force l'identité française. Dessinée pour conjuguer modernité et héritage, elle reflète parfaitement l'esprit de **France Music Week** : un dialogue entre tradition et innovation. Sa structure équilibrée, à la fois rigoureuse et expressive, confère à l'événement une tonalité institutionnelle tout en restant accessible et vivante.

MARIANNE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz

01234567889!@€\$
? , ; : / + =

Thin

Light

Regular

Bold



TYPOGRAPHIE PRINCIPALE

La richesse des graisses de **Marianne** permet une hiérarchisation claire et fluide des contenus. Les versions Regular et Light assurent une lecture élégante et discrète pour les textes courants, tandis que les graisses Bold et ExtraBold marquent les titres et les accroches avec force et autorité. Cette palette typographique offre une grande souplesse d’usage, tout en conservant une cohérence visuelle forte sur l’ensemble des supports de France Musique Week.

Typographie

MARIANNE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01234567889!@€\$
? , ; . : / + =

Graisses

Thin
Thin Italic
Light
Light Italic
Regular
Regular Italic
Medium
Medium Italic
Bold
Bold italic
Extrabold
Extrabold Italic

Exemples

La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.

TYPOGRAPHIE SECONDAIRE

Conçue pour répondre aux exigences de l’édition contemporaine, **Spectral** apporte une touche littéraire et sophistiquée à notre univers graphique. Avec ses empattements fins et son rythme élégant, elle dialogue subtilement avec Mariane, tout en renforçant **l’ancrage culturel et éditorial de France Music Week**. Utilisée pour les textes courants, les légendes ou les citations, Spectral assure une lecture fluide, expressive et empreinte de sens.

SPECTRALE

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz

01234567889!@€\$
? , ; . : / + =

ExtraLight Light Regular Bold



TYPOGRAPHIE

SECONDAIRE

La **typographie Spectral** offre une large palette de graisses, du light au bold, permettant une grande flexibilité dans les hiérarchies visuelles. Elle allie élégance et lisibilité, tout en assurant une cohérence forte à travers tous les usages graphiques.

Typographie

SPECTRALE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01234567889!@€\$
? , ; . : / + =

Graisses

ExtraLight
ExtraLight Italic
Light
Light Italic
Italic
Regular
Medium
Medium Italic
SemiBold
SemiBold Italic
Bold
Bold italic
Extrabold
Extrabold Italic

Exemples

La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.
La musique est une langue universelle.

TYPOGRAPHIE

HIÉRARCHIE

La hiérarchie typographique garantit une lecture fluide et claire. Les titres sont définis par **Marianne en graisse Bold** pour marquer l'impact, tandis que les sous-titres et textes secondaires sont assurés par **Spectral en Regular** ou Light, offrant un contraste subtil et une lisibilité optimale. Cette organisation renforce la structure et l'identité visuelle de l'événement.

MARIANNE

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
?;:/!

SPECTRAL

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
?;:/!

Marianne, ExtraBold

Marianne, Regular Italic

Marianne, Bold

Spectral, Regular

TITRE PRINCIPAL

TITRE SECONDAIRE

TITRE 3

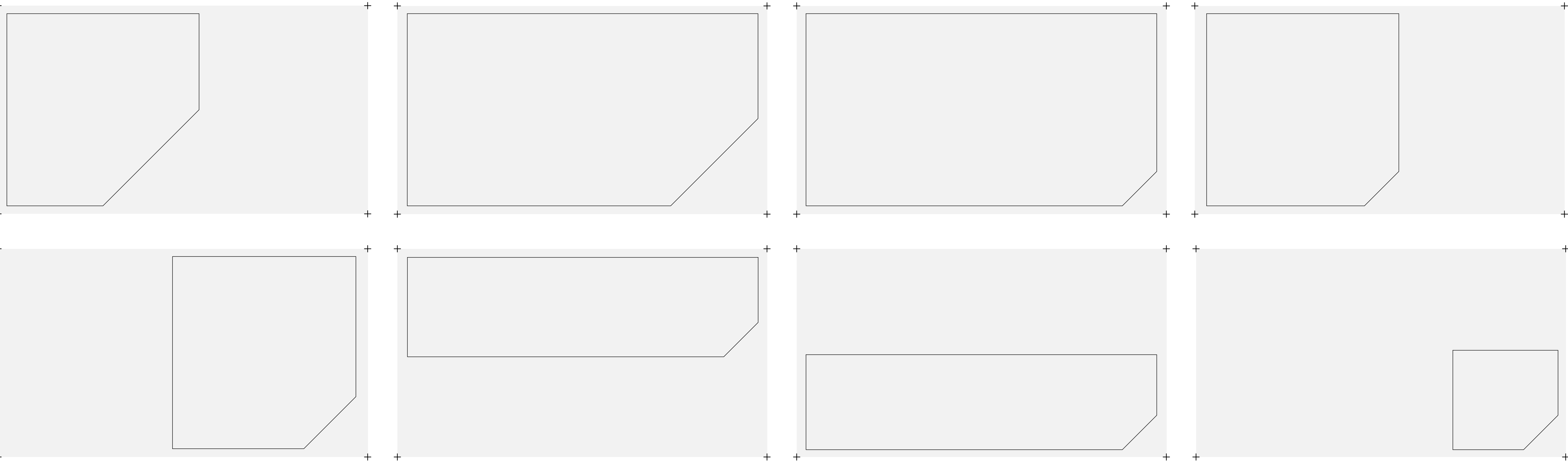
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla

ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Afin de renforcer l'identité et d'apporter plus de personnalité aux supports, une série d'éléments graphiques a été conçue. Ces formes, textures et compositions viennent enrichir la charte existante en offrant de nouvelles possibilités de mise en page, tout en maintenant une cohérence visuelle forte. Ils permettent de créer des univers variés, expressifs et modulables selon les besoins de communication, du print au digital.

SYSTÈME

Système développé autour du F du logotype
un seul angle peut être coupé celui en bas à droite de la forme et toujours à **45°**.



ICONOGRAPHIE^{B2B}

Une direction iconographique a également été pensée afin d’assurer une cohérence visuelle dans le traitement des images. Elle guide le choix des visuels en termes de style, de ton et de composition, pour renforcer l’univers de la **France Music Week**.



ICONOGRAPHIE^{B2C}

Une direction iconographique a également été pensée afin d’assurer une cohérence visuelle dans le traitement des images. Elle guide le choix des visuels en termes de style, de ton et de composition, pour renforcer l’univers de la **France Music Week**.



CHARTÉ
DIGITAL

02

ICON^{APP}

Dans le cadre de la **France Music Week**, une série d'icônes a été spécialement pensée pour habiller les applications associées à l'événement. Elles s'inscrivent dans l'univers graphique global tout en apportant clarté, cohérence et identité aux interfaces numériques.



B2B
Gradient



B2C
Gradient



N&B
Applat



N&B
Applat



DESIGN SYSTÈME

Des composants UI ont été conçus pour garantir une expérience utilisateur cohérente et fidèle à l'identité visuelle. Boutons, icônes, menus et autres éléments respectent les codes graphiques définis dans cette charte. Ces éléments sont déclinés dans différents états (actif, survol, désactivé, etc.) afin d'assurer une navigation claire et intuitive. Éléments à adapter avec les couleurs de la charte

COULEURS B2B



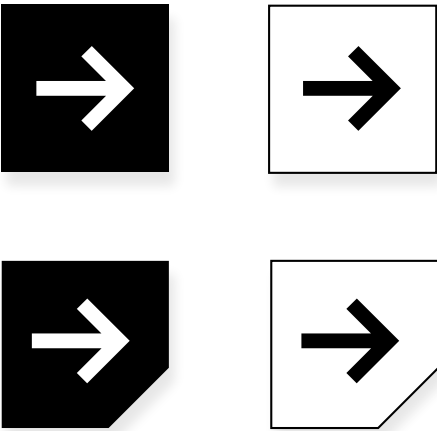
COULEURS B2C



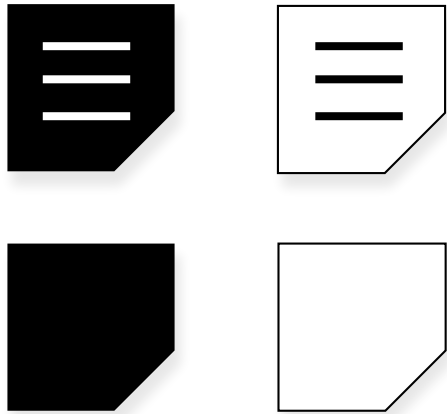
BOUTONS PRINCIPAL



BOUTONS SECONDAIRE



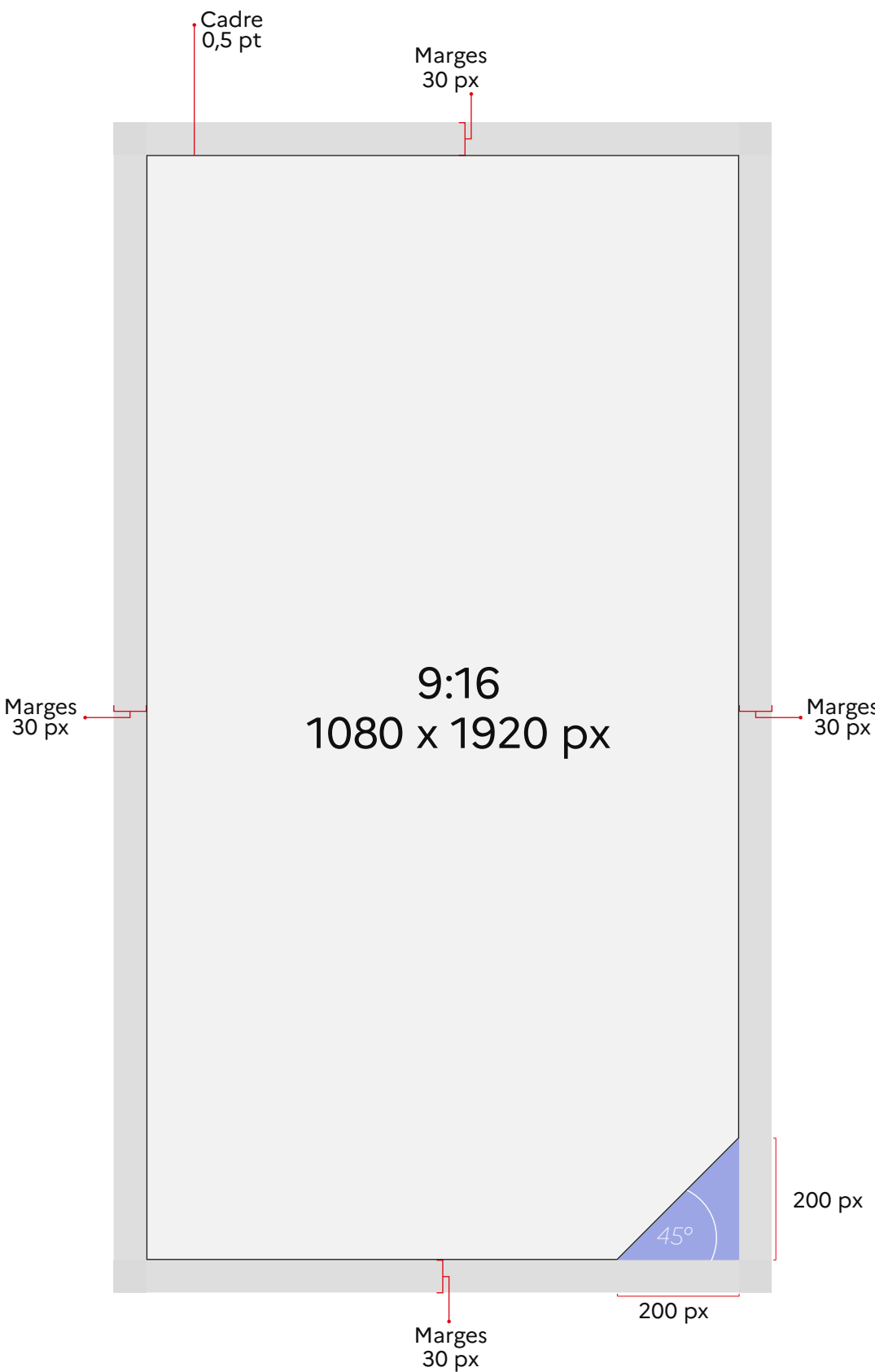
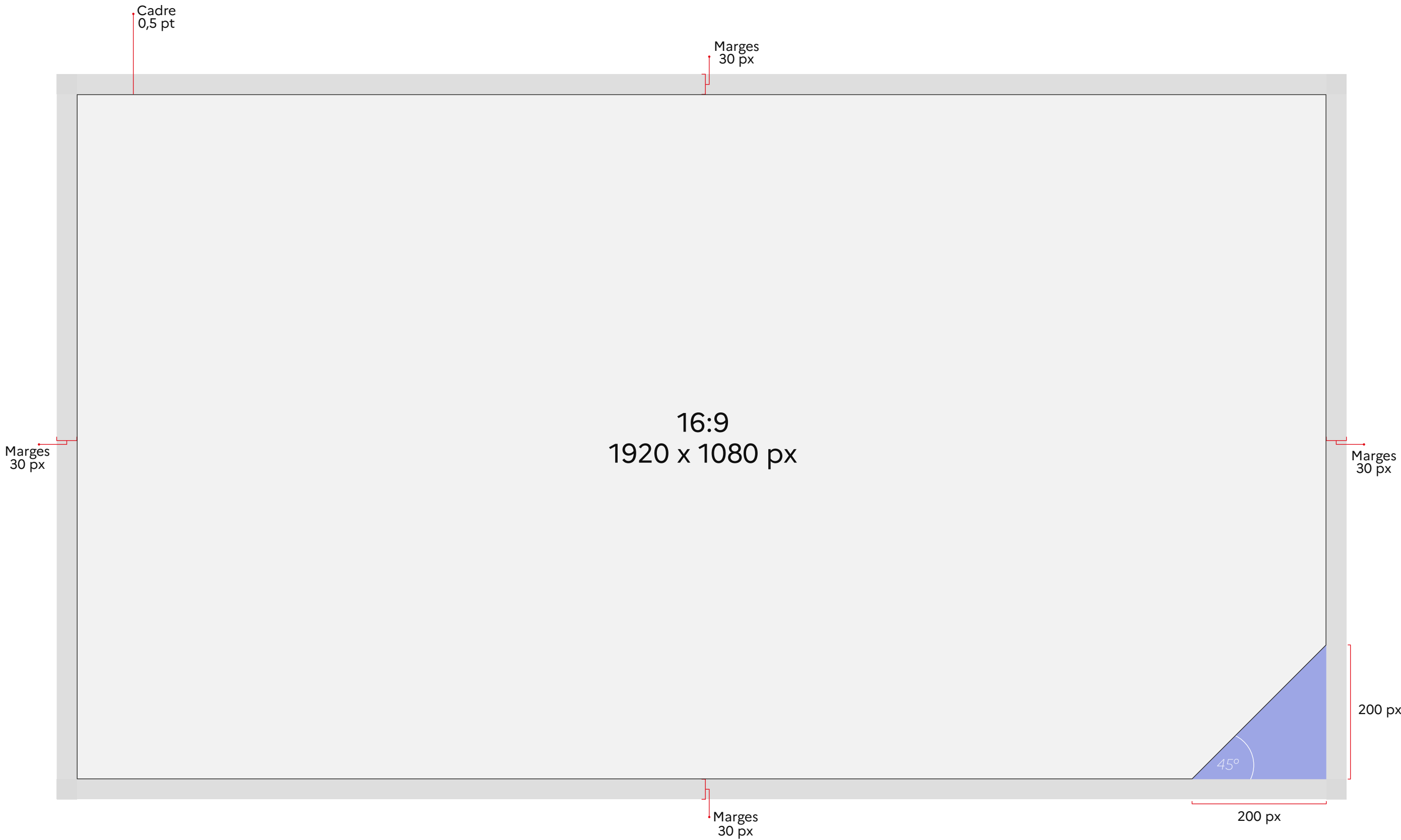
MENU



PICTOGRAMMES

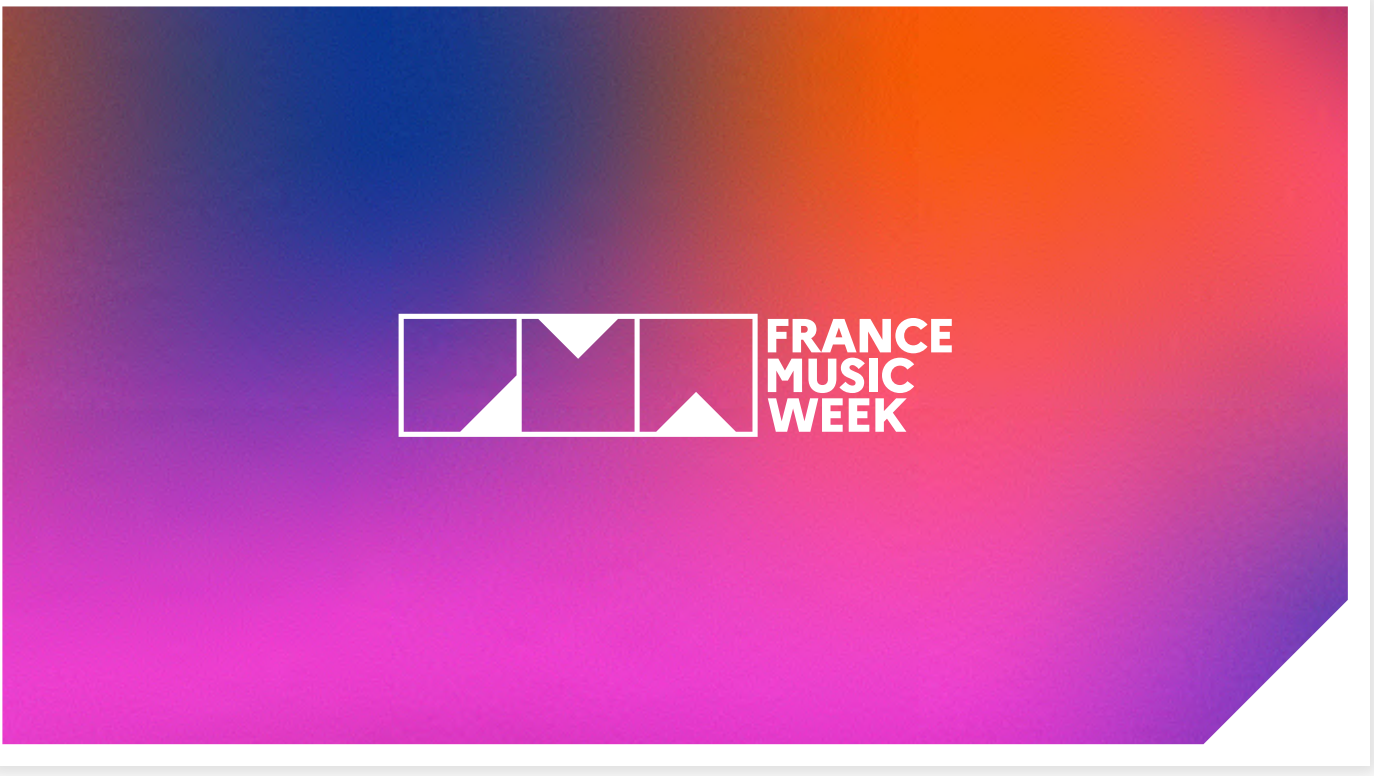
ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Inspiré du F du logo, cet encadré est un marqueur visuel fort. Il sert à mettre en valeur les visuels tout en affirmant notre identité graphique. Son positionnement, ses proportions et ses marges sont précisément définis dans la charte : **il est essentiel de respecter ces guidelines pour garantir l’unité sur l’ensemble des supports.**



ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

L'encadré s'applique sur des visuels en pleine page. Il doit être utilisé en noir ou blanc selon le contraste nécessaire, afin de garantir une lisibilité optimale. Il peut également être utilisé avec un visuel intégré à l'intérieur, créant ainsi un effet de marie-louise qui structure le contenu tout en renforçant l'élégance de la composition.



ORDINATEUR



SMARTPHONE

GRADIENT

Les dégradés font partie intégrante du langage visuel. Qu'ils soient issus de l'univers B2B ou B2C, ils peuvent être **utilisés en arrière-plan derrière un visuel**, pour apporter du dynamisme, de la profondeur et renforcer l'atmosphère générale.

DÉGRADÉS B2B



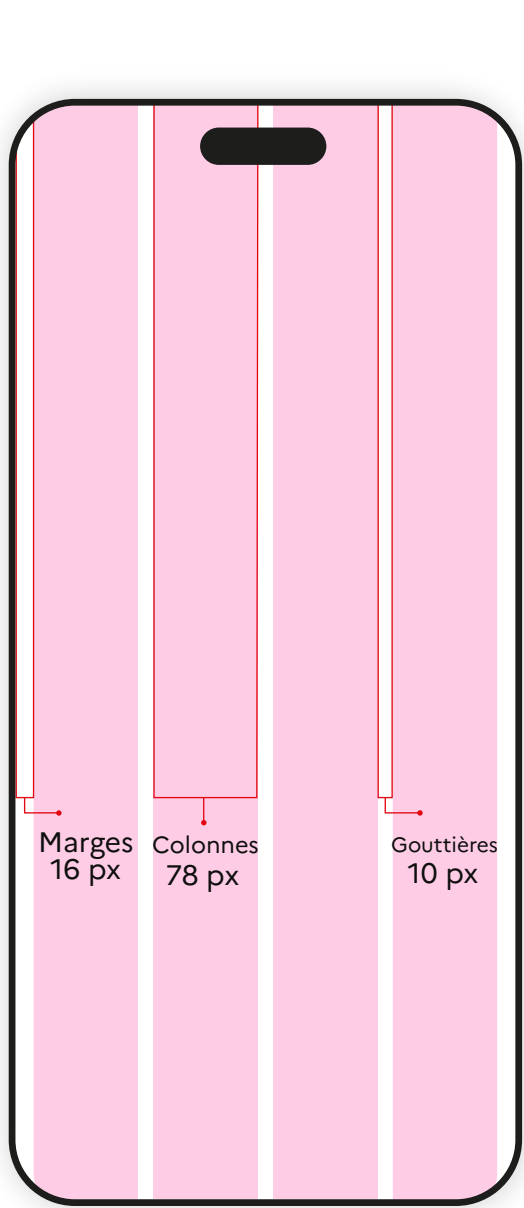
DÉGRADÉS B2C



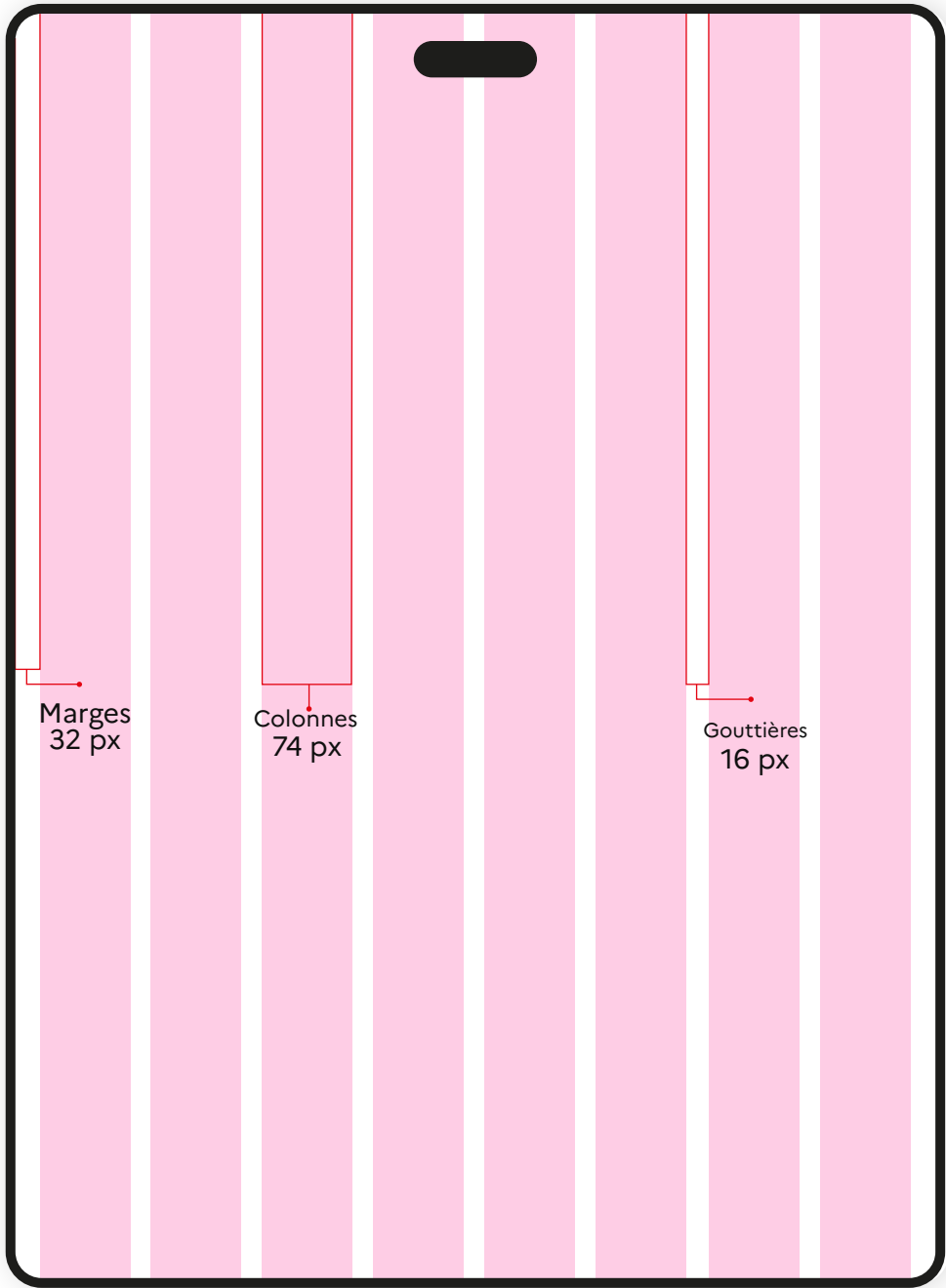
RÉSEAUX SOCIAUX

GRID SYSTÈME

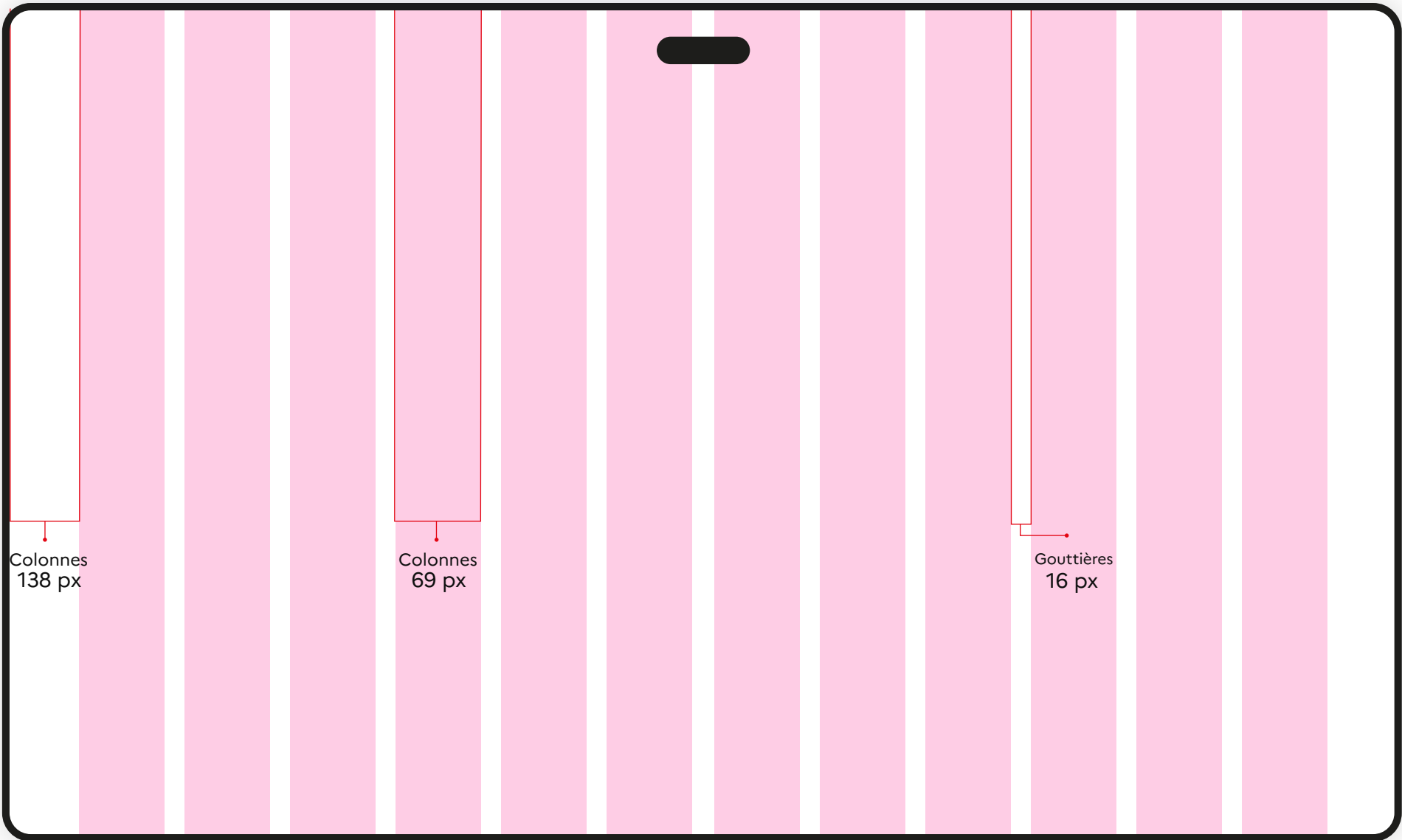
Système de grille pour composer facilement vos mises en page. Il permet une organisation fluide et structurée de vos contenus, tout en assurant une cohérence visuelle optimale. Idéal pour créer des compositions équilibrées et harmonieuses sur les réseaux.



SMARTPHONE
4 colonnes



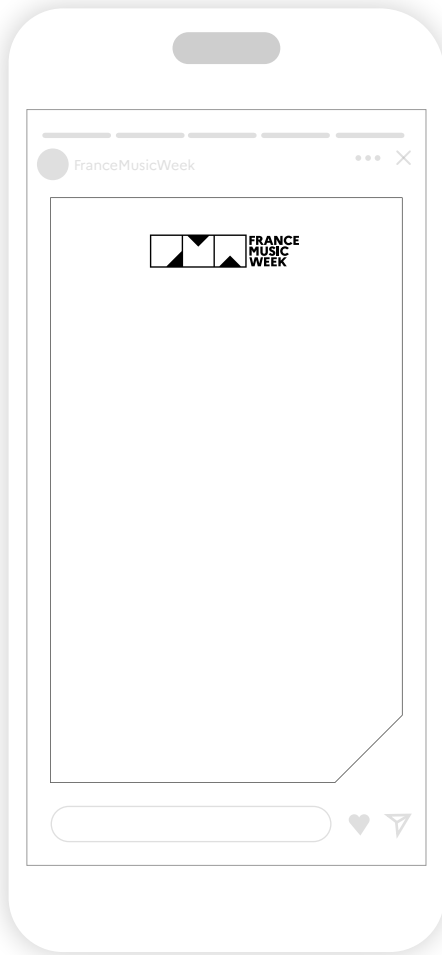
TABLETTE
8 colonnes



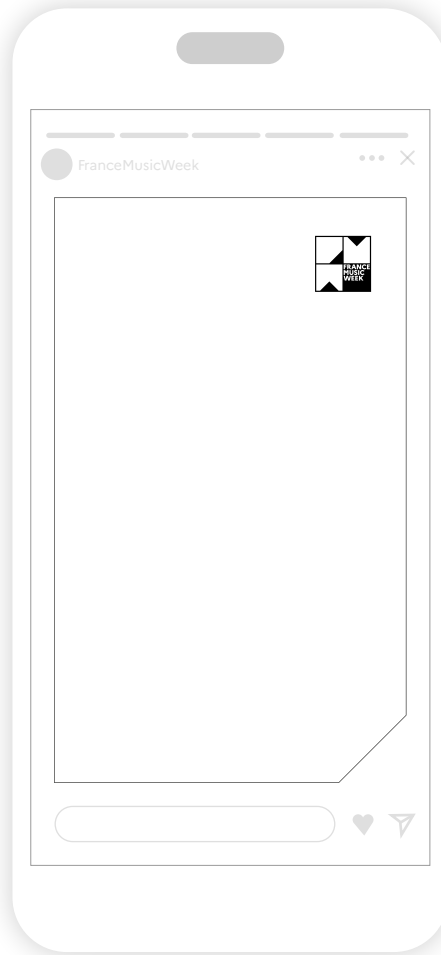
ORDINATEUR
12 colonnes

RÉSEAUX SOCIAUX BRAND CONTENT

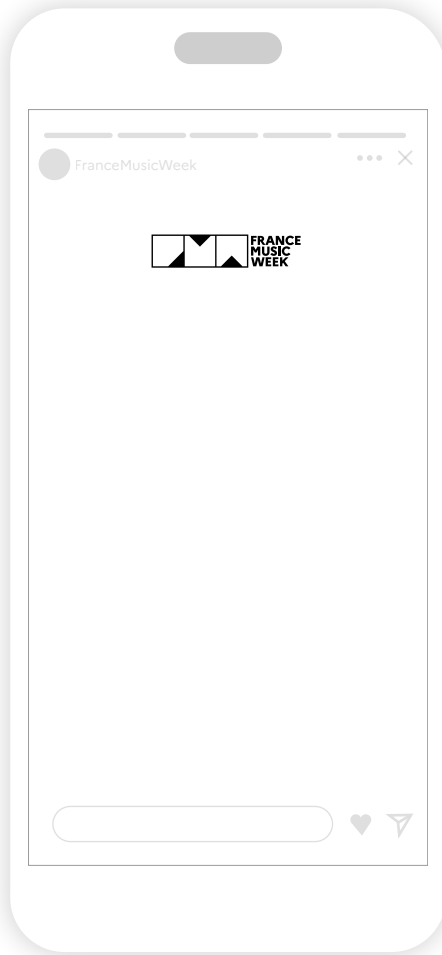
L'emplacement du logo a été défini afin d'assurer une visibilité optimale tout en respectant l'équilibre des compositions. L'usage du cadre est envisagé comme un élément graphique modulable : il peut être utilisé pour structurer et valoriser certains contenus, notamment sur les réseaux sociaux. Toutefois, son utilisation reste optionnelle et devra être évaluée en fonction du support et de la lisibilité globale du visuel.



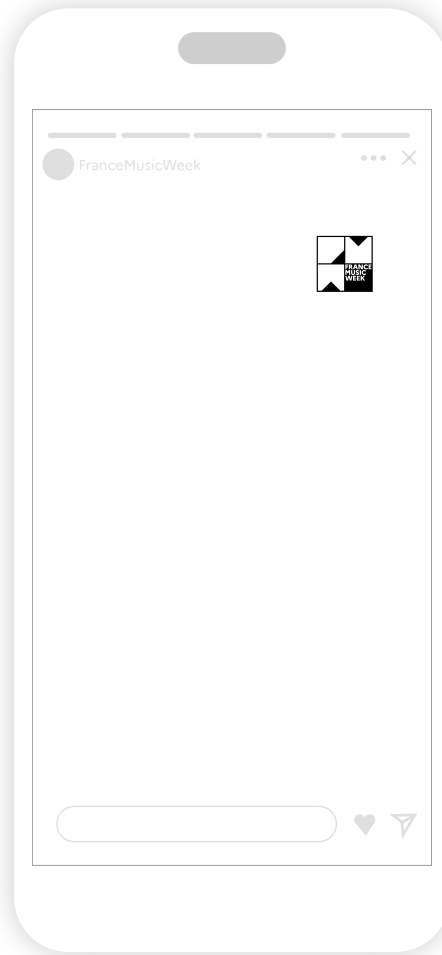
#1 cadre + logo allongé



#2 cadre + logo Carré



#3 logo allongé



#4 logo Carré



BANNIÈRES WEB

Les bannières web doivent représenter fidèlement l’identité visuelle, en utilisant les couleurs, typographies et éléments graphiques définis dans la charte. Elles doivent être visuellement attractives, avec un message clair et direct, accompagné d’un appel à l’action bien identifié. Chaque bannière doit être adaptée à son format (site web, mobile, réseaux sociaux) tout en respectant une hiérarchie visuelle simple. Éviter de surcharger les visuels : privilégier un design épuré et percutant.

POST LINKEDIN
552 px x 276 px



BANNIÈRE WEB
975 px x 147 px



BANNIÈRE WEB
261 px x 850 px



BANNIÈRE WEB
416 px x 850 px

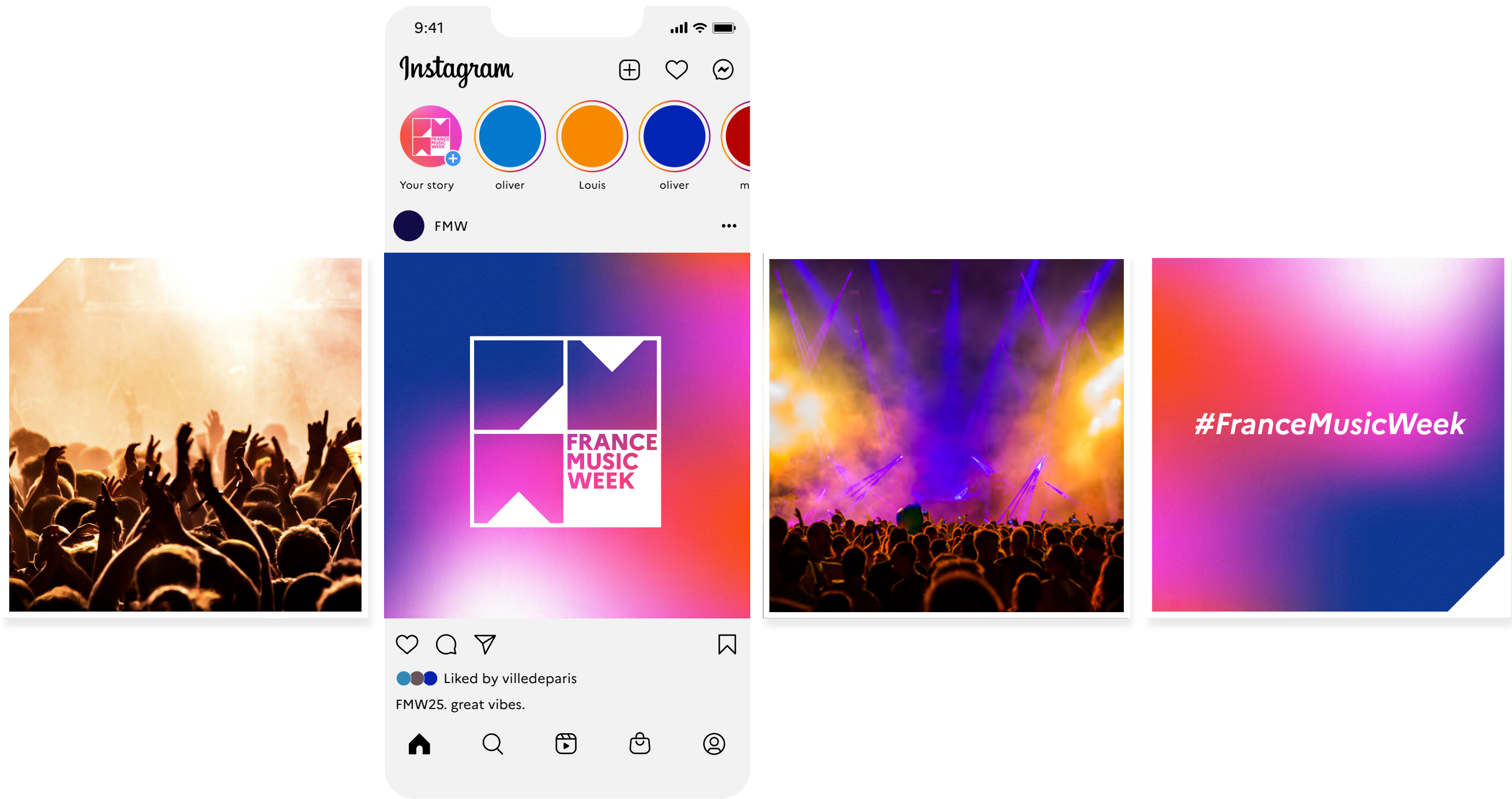


PHOTO DE
COUVERTURE LINKEDIN
1 584 px x396 px



FEED EXEMPLE

Exemple de feed pour les réseaux sociaux. Il sert à montrer de façon concrète comment l'identité visuelle peut s'exprimer dans un cadre réel. À travers cette mise en situation, on voit comment les couleurs, les typographies, les visuels et le ton général peuvent s'adapter aux formats digitaux tout en gardant une vraie cohérence.



KEYNOTE

EXEMPLE

Exemple de slides conçu pour illustrer de manière concrète l’application de l’identité visuelle dans le cadre d’une présentation. Cet exemple montre comment utiliser les éléments graphiques clés: typographies, couleurs, mise en page, traitement des images et logos afin d’assurer une cohérence visuelle forte.



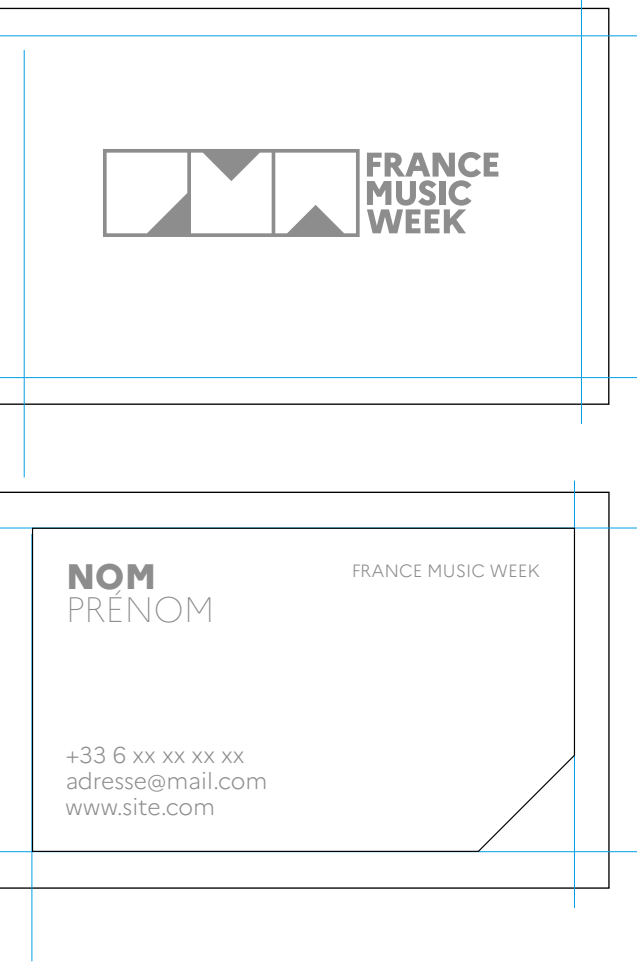
CHARTÉ
Print

03

PAPETERIECORPORATE

Des modèles de papeterie ont été développés pour assurer une cohérence visuelle sur l’ensemble des supports de correspondance (papier à en-tête, cartes de visite, enveloppes, etc.). Ces gabarits respectent les principes de la charte graphique et intègrent les éléments de l’identité visuelle de manière harmonieuse. Ils sont disponibles pour une utilisation conforme à l’idebtité.

CARTE DE VISITE85x55mm



Marges de Sécurité **5mm**
Taille Largeur logo **55mm**

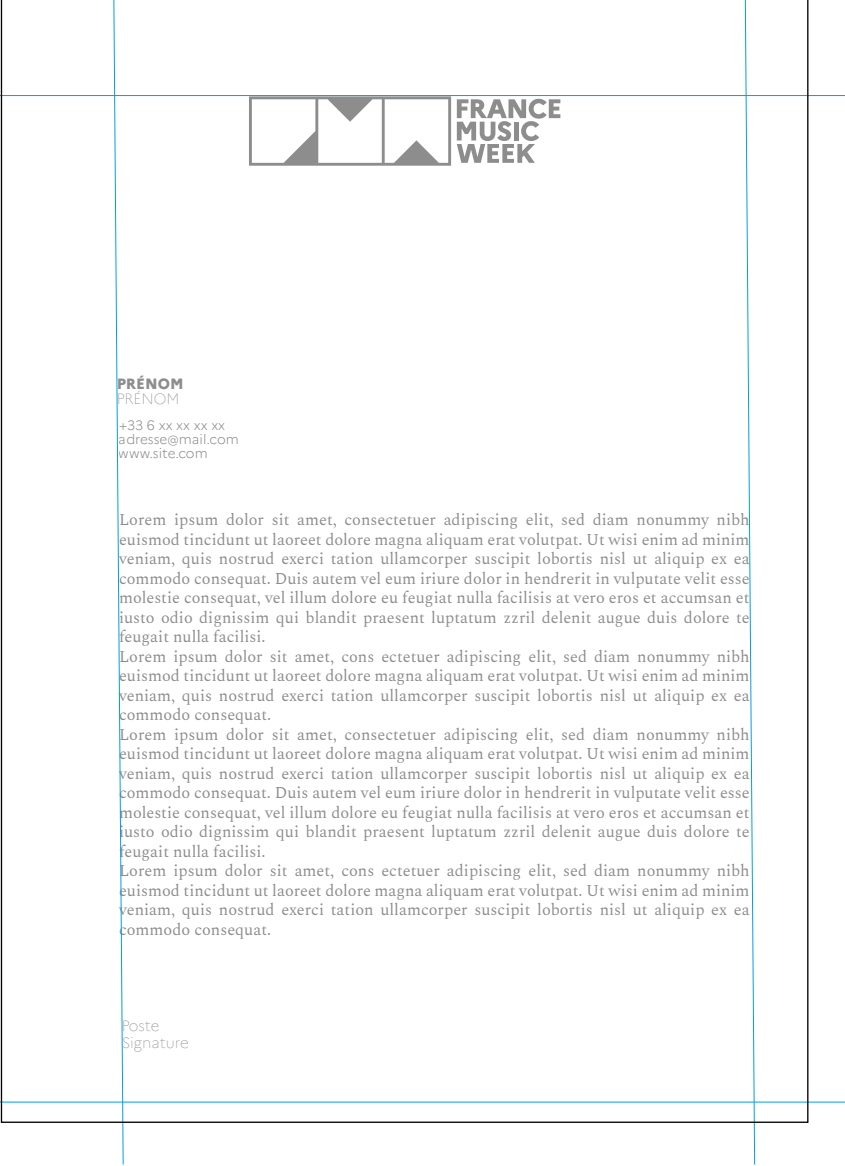
NOM **MARIANNE ExtraBold 14pt**
PRÉNOM **MARIANNE Thin 14pt**
COORDONÉES **MARIANNE Thin 9pt**

ENVELOPPE220x110mm



Marges de Sécurité **10mm**
Taille Largeur logo **60mm**

ENVELOPPE210x297mm



Marges de tête **10mm**
Marges de pied **10mm**
Marges gauche **10mm**
Marges droite **10mm**

Taille Largeur logo **60mm**

NOM **MARIANNE ExtraBold 11pt**
PRÉNOM **MARIANNE Thin 11pt**
COORDONÉES **MARIANNE Thin 11pt**
Texte **SPECTRALE REGULAR 12pt**

PAPETERIE

EXEMPLE

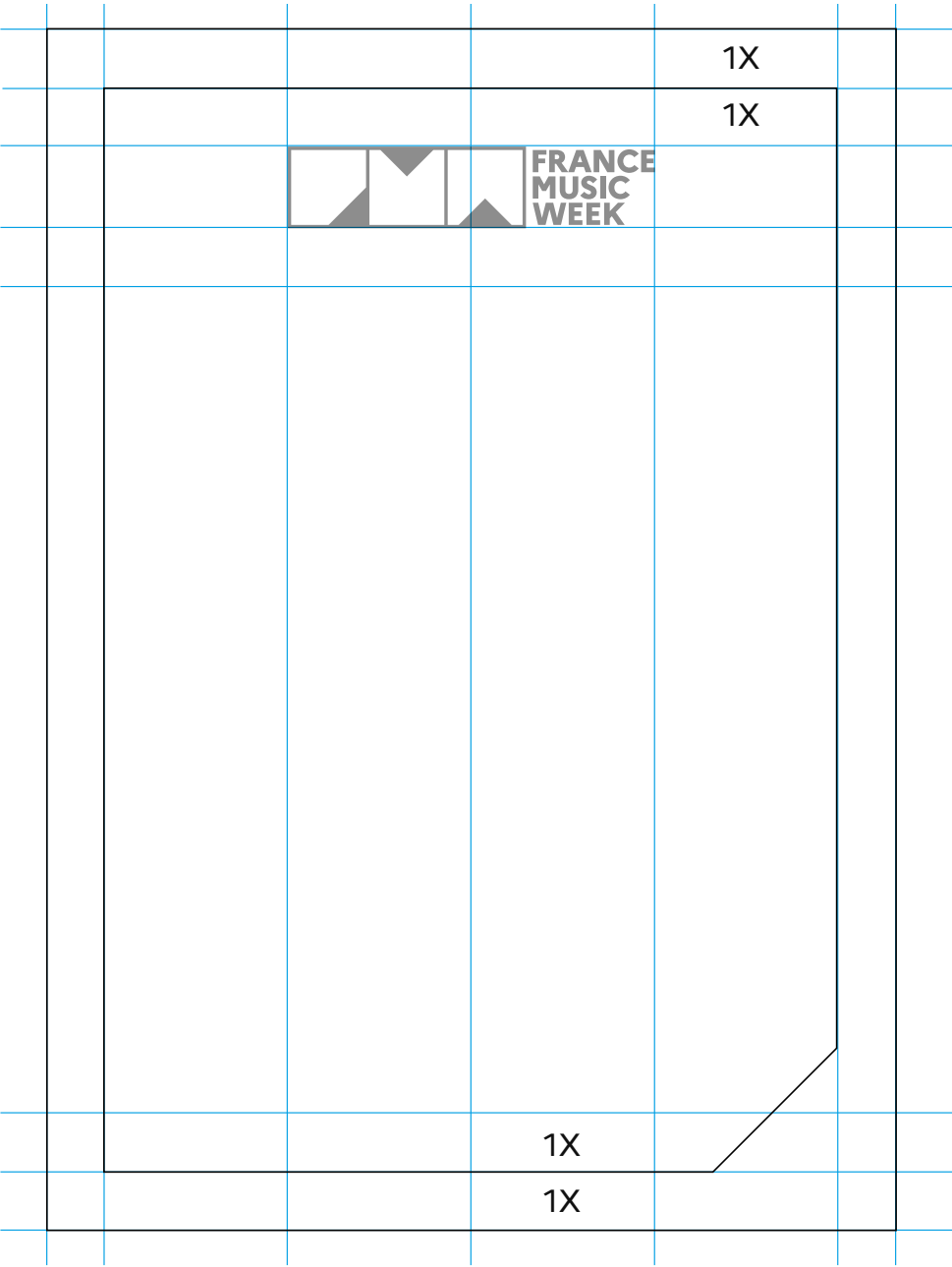
Des modèles de papeterie ont été développés pour assurer une cohérence visuelle sur l'ensemble des supports de correspondance (papier à en-tête, cartes de visite, enveloppes, etc.). Ces gabarits respectent les principes de la charte graphique et intègrent les éléments de l'identité visuelle de manière harmonieuse. Ils sont disponibles pour une utilisation conforme à l'idebtité.

PRINT



AFFICHES GABARITS

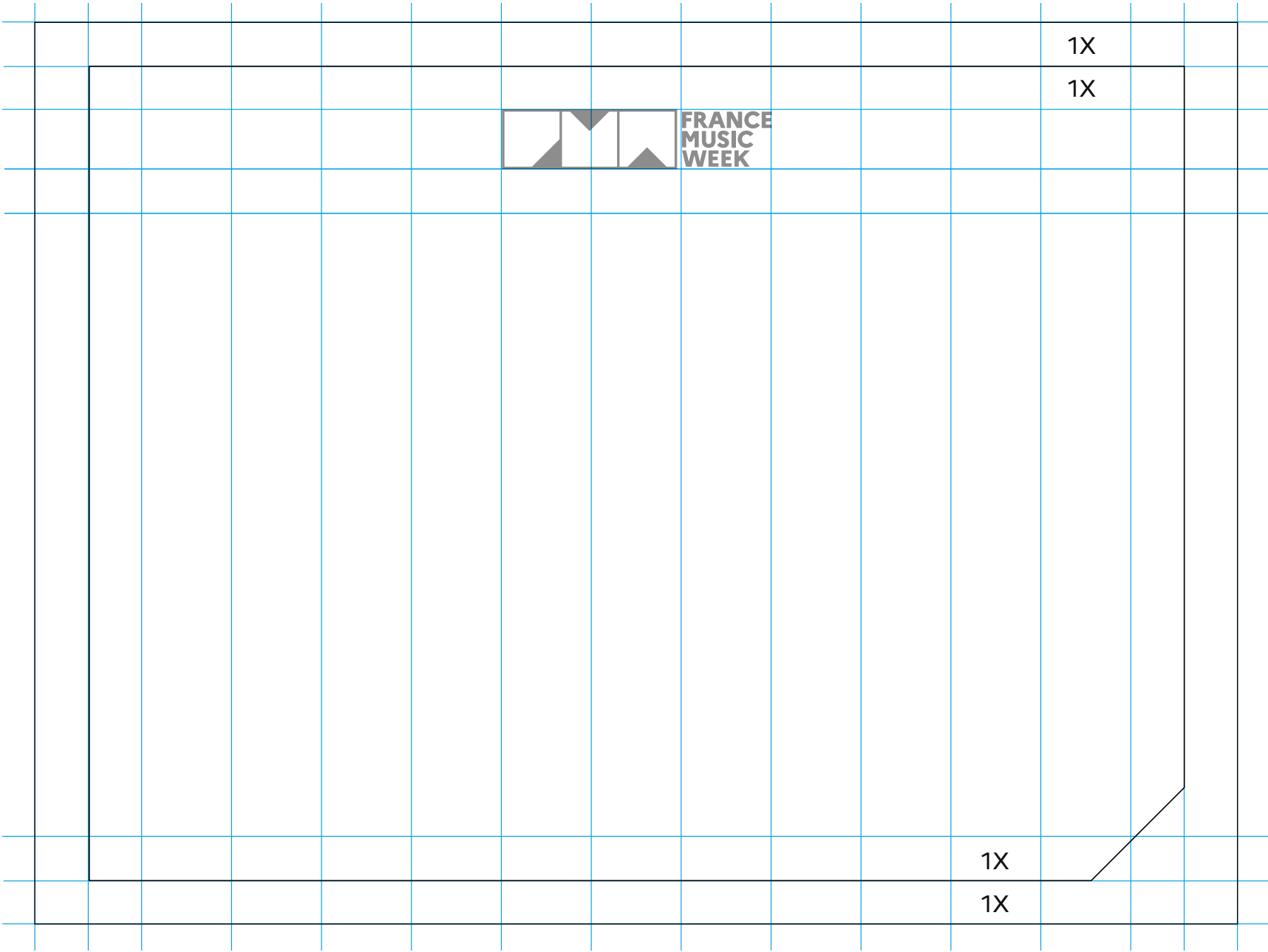
Pour garantir une communication claire et professionnelle, des gabarits avec les marges à respecter ainsi que les tailles minimales du logo France Music Week selon les formats (A3, A2, A1, 4x3). Merci de vous y référer afin d’assurer une bonne lisibilité et une cohérence visuelle sur tous les supports.



AFFICHE A1
59,4 x 84,1 cm
Marges de Sécurité **10 mm**
Taille Largeur logo min **120 mm**

AFFICHE A2
42 x 59,4 cm
Marges de Sécurité **5 mm**
Taille Largeur logo min **80 mm**

AFFICHE A3
29,7 x 42 cm
Marges de Sécurité **5 mm**
Taille Largeur logo min **45 mm**



AFFICHE 4X3
400 x 300 cm
Marges de Sécurité **150 mm**
Taille Largeur colonnes **800 mm**

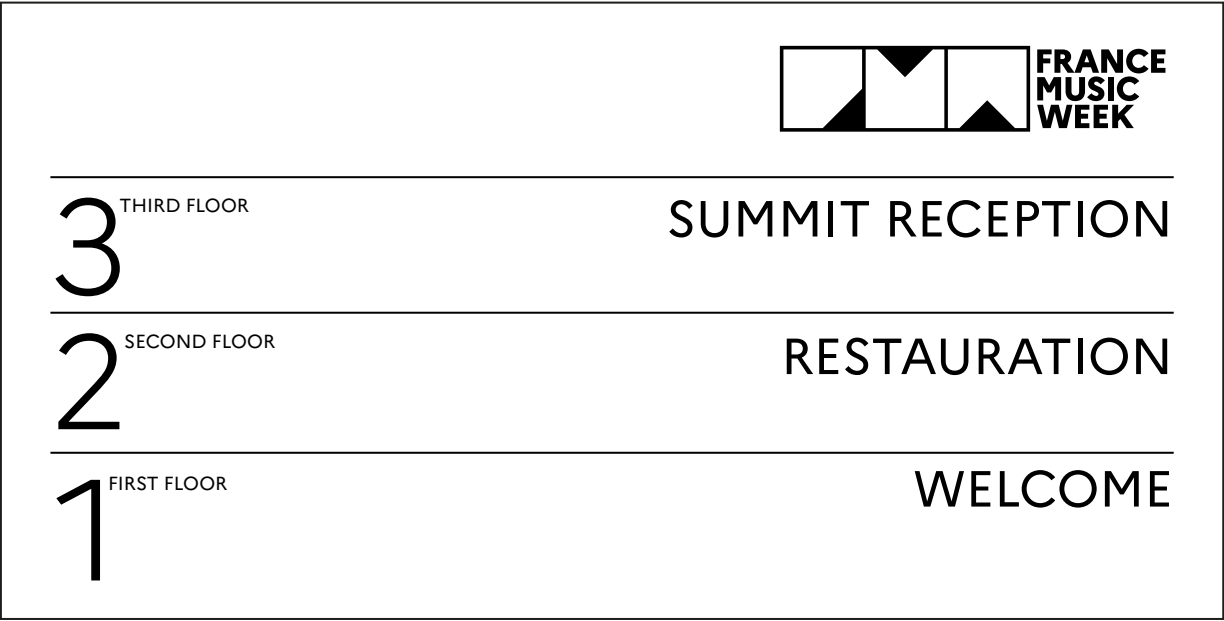
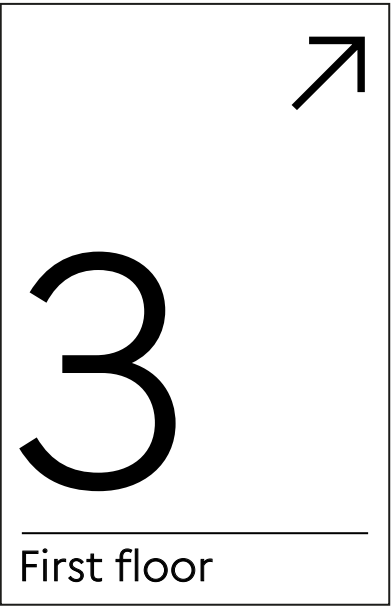
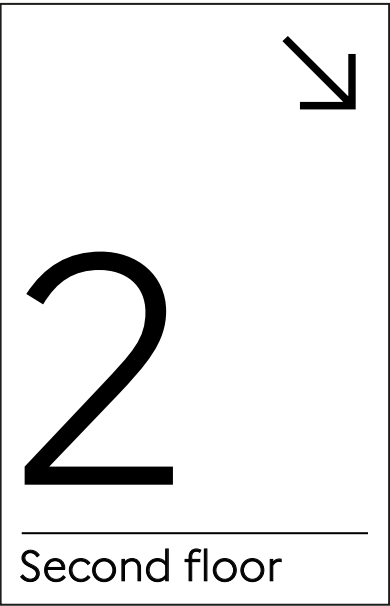
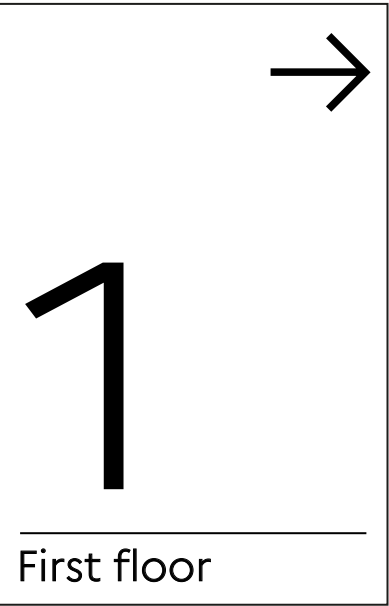
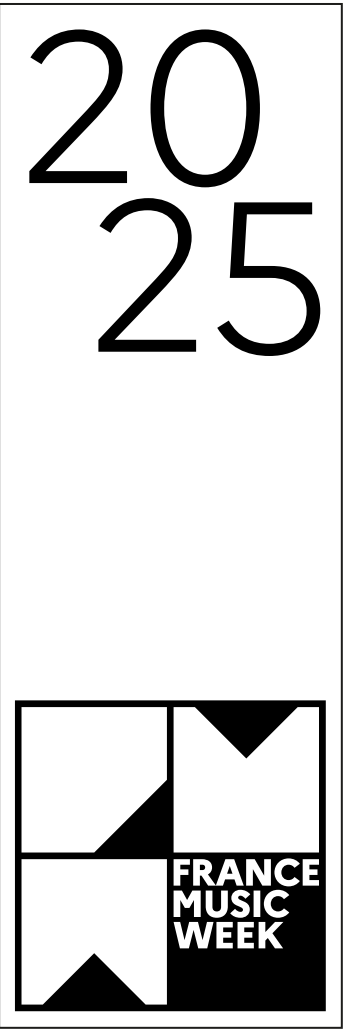
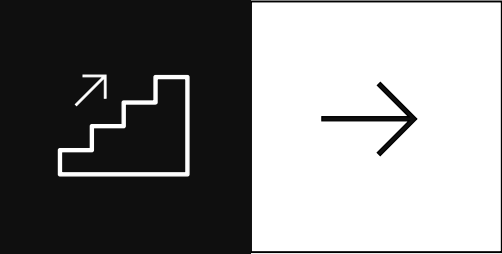
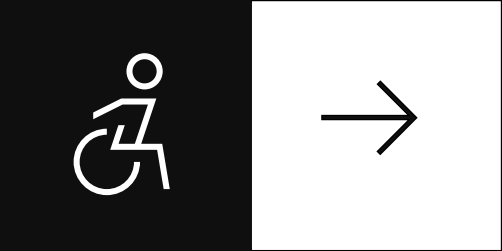
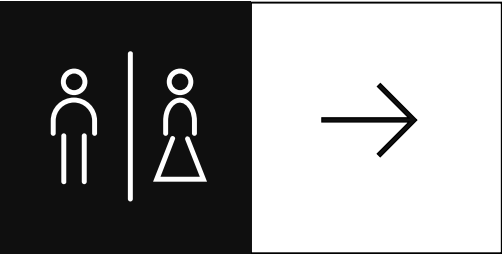
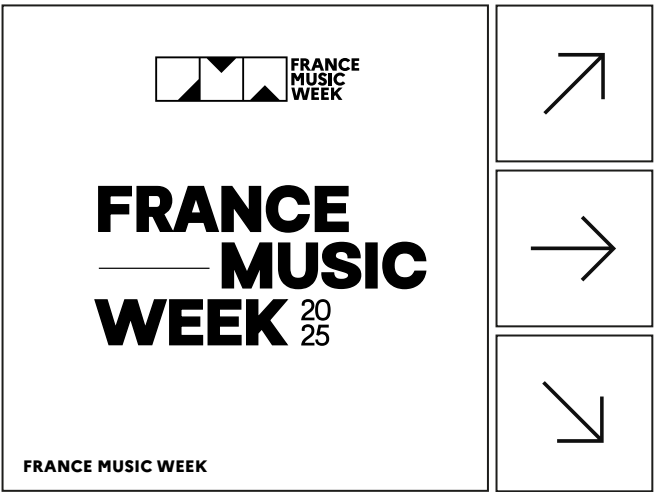
AFFICHES EXEMPLE

Pour garantir une communication claire et professionnelle, des gabarits avec les marges à respecter ainsi que les tailles minimales du logo France Music Week selon les formats (A3, A2, A1, 4x3). Merci de vous y référer afin d’assurer une bonne lisibilité et une cohérence visuelle sur tous les supports.



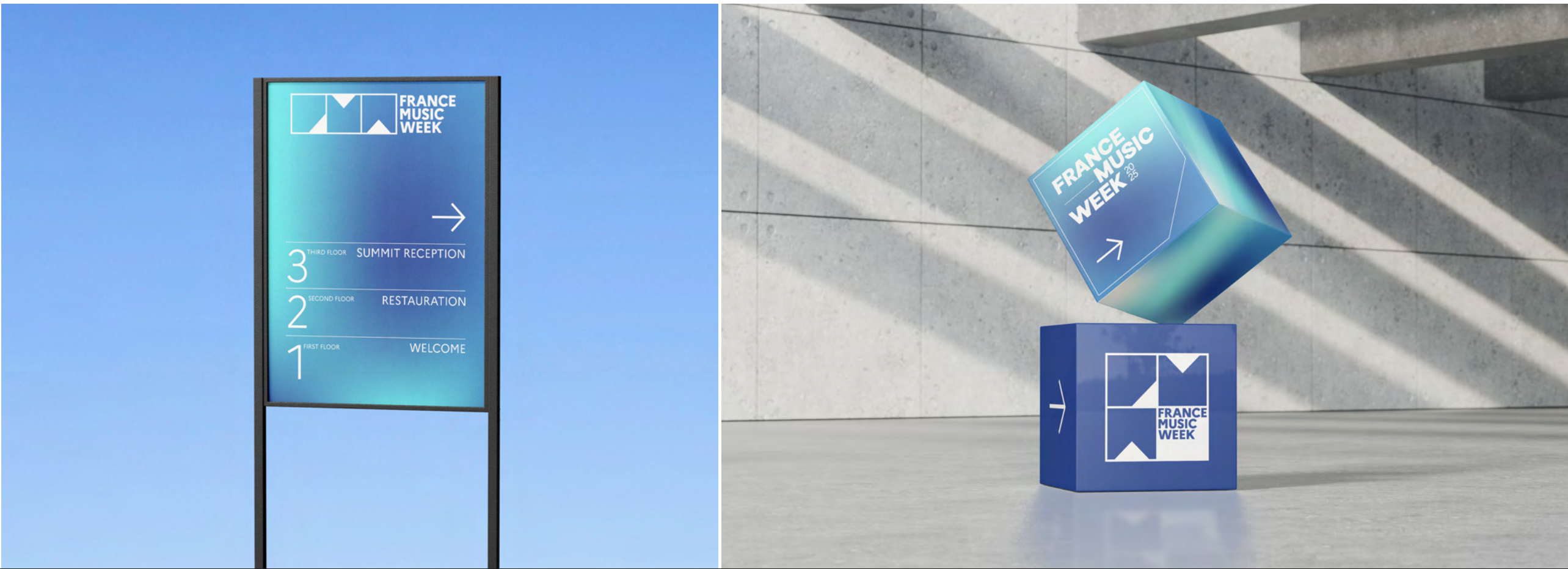
SIGNALÉTIQUE

La charte graphique inclut également des exemples de signalétique afin d'assurer une cohérence visuelle dans l'ensemble des espaces. Ces éléments illustrent l'application concrète de l'identité visuelle sur des supports directionnels, informatifs ou fonctionnels, à travers des pictogrammes, panneaux et marquages pensés pour allier lisibilité, esthétique et accessibilité. La signalétique peut être en N&B ou aplat de couleurs également pour plus de lisibilité.



SIGNALÉTIQUE EXEMPLE B2B

La signalétique et les éléments visuels définis dans cette charte sont également pensés pour un usage en **B2B**. Ils permettent de garantir une cohérence d’image lors de salons professionnels, partenariats, événements corporate ou présentations client.



SIGNALÉTIQUE EXEMPLE B2C

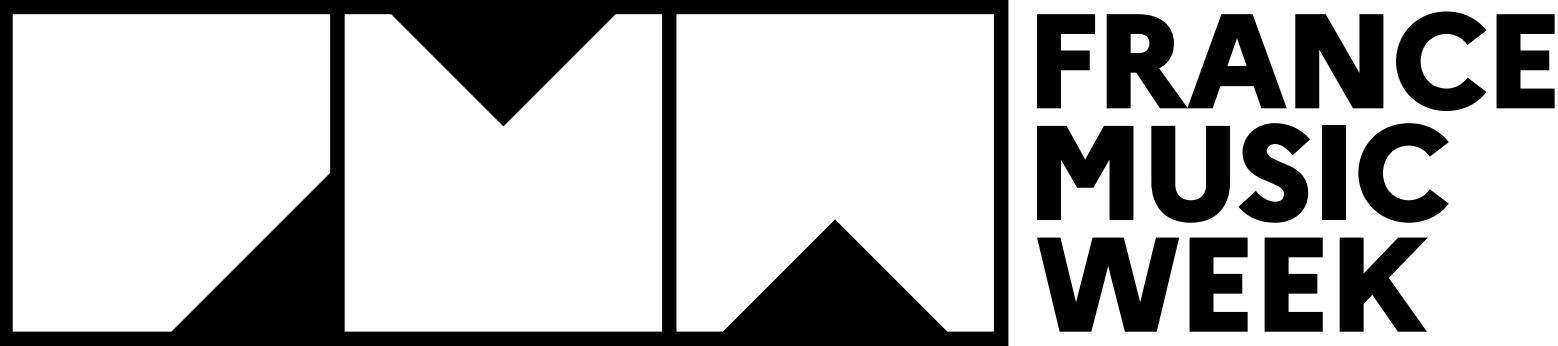
En **B2C**, elle joue un rôle clé dans l’expérience utilisateur : elle permet d’orienter, d’informer et de valoriser l’identité auprès du grand public, tout en garantissant une lisibilité optimale sur l’ensemble des supports, physiques ou digitaux.



GOODIES

Plongez dans l'univers visuel de France Music Week grâce à une sélection de goodies conçus dans le respect de la charte graphique de l'événement. Typographies fortes, noir & blanc minimaliste, icônes modernes... chaque objet reprend les codes visuels de l'édition 2025 pour prolonger l'expérience au-delà des scènes. À collectionner, porter ou offrir !





Contact / Direction artistique :

AGENCE AUDITOIRE
Mail pro XXX
Téléphone XXX

Crédits :

France Music Week 2025
Logo, visuels, et contenu – © Tous droits réservés
Version de la charte : v2.0 – Avril 2025