

# CHARTRE GRAPHIQUE DE L'ÉTAT

### **LA PRÉSENTE CHARTE GRAPHIQUE S'INSCRIT DANS LE PROJET DE REFONTE DES FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION DE L'ÉTAT.**

La raison d'être de cette charte s'appuie sur un constat partagé : nos concitoyens ont exprimé des difficultés à identifier, à comprendre, à s'approprier l'action gouvernementale et plus généralement l'action publique. La diversité de ses champs d'action, jeux d'échelles, ainsi que la multiplicité de nos institutions publiques, impliquent de gagner en simplicité et en clarté pour faciliter l'appropriation par les citoyens.

### **CETTE CHARTE EST AINSI LA RÉSUULTANTE DE TROIS OBJECTIFS :**

- Prolonger notre héritage graphique existant, héritage plébiscité par les Français. La Marianne, le drapeau français et notre devise sont des éléments patrimoniaux auxquels nous sommes tous attachés. Cette charte capitalise sur cet attachement et inscrit chacun de ces signes dans la longue histoire des emblèmes de la République Française.
- Actualiser et rationaliser notre système identitaire commun pour correspondre aux nouveaux formats et aux nouveaux usages auxquels font face tous les professionnels de la communication.
- Simplifier la compréhension du citoyen et sa perception de l'action publique.

## I• RÉAFFIRMER LES EMBÈMES DE LA RÉPUBLIQUE EN RESTRUCTURANT LE BLOC-MARQUE

Le bloc-marque a été recomposé autour de trois éléments clés :

- **Un bloc Marianne dynamisé** : la Marianne est un des symboles de la République plébiscités par les Français. **Sa silhouette évolue pour mieux faire ressortir son profil et accentuer son humanité.**

Elle incarne l'exception française : la France est un des seuls pays utilisant un symbole anthropomorphique comme représentation officielle.

- **Une typographie spécifique : la typographie Marianne® est spécialement créée pour l'État et ses institutions.**

- **La devise : le bloc-marque se conclut par la devise de la République Française,** qui bénéficie d'un dessin beaucoup plus fin, inspiré des premiers caractères d'imprimerie française. Réalisée à la main, elle incarne l'élégance à la française.

Ces principes renforcent la visibilité du bloc Marianne tout en capitalisant sur les emblèmes incontournables de la République.

## II• RENFORCER LA VISIBILITÉ DE L'ACTION DE L'ÉTAT GRÂCE À UN SIGNE COMMUN

Le bloc-marque permet de :

- **Matérialiser le lien entre la décision gouvernementale et le déploiement des politiques publiques par l'État, en couvrant l'intégralité du champ d'intervention de l'État,** que ce soit au niveau ministériel ou au niveau des opérateurs de l'État.

- **Rationaliser le nombre d'émetteurs.**

- **Faciliter l'identification et la reconnaissance de l'État** avec l'utilisation d'un bloc-marque unique mais modulable selon les institutions.

Ainsi au niveau national, il est prévu une utilisation du bloc-marque avec :

- **l'intitulé ministériel** : les ministères, secrétariat d'État ou ministères auprès d'un ministère bénéficient d'un bloc-marque avec un intitulé qui leur est propre, quand ils ont un champs thématique d'intervention. Ils signent toutes leurs communications (internes, externes, web et réseaux sociaux, hors achat média) avec leurs blocs-marque ministériels.

- **l'intitulé « Gouvernement »** : toute communication conjointe de deux ministères ou plus est signée avec l'intitulé officiel « Gouvernement ». Il en est de même pour toutes les entités interministérielles. Tous les dispositifs de communication avec une visibilité média (bénéficiant d'un

achat média) doivent également utiliser le bloc-marque avec l'intitulé officiel « Gouvernement ».

- **l'intitulé « République Française »** : il apporte une caution officielle aux logotypes des opérateurs qui ne sont pas toujours connus ou identifiés comme partie intégrante de la sphère étatique. Les entités qui rendent un service direct à l'utilisateur et proposent un accueil du public peuvent garder leur logotype, qui est alors juxtaposé au bloc-marque « République Française ».

Au niveau local et à l'international, le bloc-marque fonctionne avec :

- **l'intitulé « Préfet de xxx »** qui continue d'être utilisé pour représenter tous les services déconcentrés quand ils interviennent au titre d'une mission relevant du niveau local.
- **l'intitulé « Ambassade de xxx »** ou « Consulat de xxx » en fonction de l'organisation de l'administration dans les zones concernées.

Le respect de ces principes renforcera la visibilité et la lisibilité de l'action de l'État pour les citoyens et contribuera à incarner chaque jour sa présence à leurs côtés.

## III• CRÉER DES REPÈRES AVEC UN SYSTÈME GRAPHIQUE COMPLET

Toutes les communications, quels que soient les supports et les formats, font l'objet de règles communes de composition graphique avec :

- **Une place dédiée pour le bloc-marque qui apparaît toujours en ouverture** des différents documents et supports.

- **Une optimisation de la hiérarchie d'informations avec la mise en place d'un cadre commun** qui fixe des zones et des principes d'affichage à respecter pour faire figurer l'émetteur, les éventuels partenaires, ainsi que le rattachement à des plans gouvernementaux.

- **Une zone de liberté d'expression,** qui capitalise sur l'utilisation de la nouvelle typographie Marianne® et sur une palette de couleurs retenues pour caractériser la marque de l'État. Chacun peut garder ses spécificités, tout en bénéficiant de la puissance du ralliement à la marque de l'État.

# **LES FONDAMENTAUX**

<b>I LES SYMBOLES DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE</b>	<b>5</b>	<b>III L'ARCHITECTURE DE MARQUE DE L'ÉTAT</b>	<b>19</b>	<b>V LE SYSTÈME GRAPHIQUE</b>	<b>29</b>	<b>VI LA TYPOGRAPHIE</b>	<b>40</b>
1 La Marianne dans le drapeau, dessin et histoire	6	<b>IV LES RÈGLES D'USAGE</b>	<b>21</b>	1 Les principes	30	1 Le dessin de la typographie	41
2 La Marianne dans le drapeau, usages et interdits	7	1 Les cas d'usage pour l'utilisation de l'intitulé officiel République Française	22	2 La zone émetteur	31	2 Les graisses de la typographie	42
3 La devise, dessin et histoire	8	2 Les cas d'usage pour l'utilisation de l'intitulé officiel Gouvernement	23	3 La zone partenaires	32	3 Le dessin de la typographie de complément	43
4 La devise, usages et interdits	9	3 Les cas d'usage ministériels	24	4 La zone d'expression	33	4 Les graisses de la typographie de complément	44
<b>II LE BLOC-MARQUE</b>	<b>10</b>	4 Les cas d'usage des services déconcentrés ou à l'international	25	5 Un système modulable	34	<b>VII LES COULEURS</b>	<b>45</b>
1 Les principes fondateurs	11	5 Les cas d'usage des directions ministérielles et délégations interministérielles	26	6 Une identification des programmes ou plans gouvernementaux	35	1 Les couleurs principales	46
2 La composition	12	6 Les cas d'usage en mineur : principes d'endossement	27	7 Les principes de construction Format vertical (print & web)	36	2 Les couleurs complémentaires	47
3 La taille minimale et les interdits	13	7 Les cas d'usage en mineur : principes de labellisation	28	Les principes de construction Format horizontal (print & web)	37	3 Les règles d'usage	48
4 Les règles de césure	14			8 Le cas particulier pour les opérateurs et entités servicielles sur les petits formats identitaires	38		
5 Des exemples de compositions	15			9 La traduction de l'architecture d'émetteurs au sein du système graphique	39		
6 Les couleurs	16						
7 Les usages sur fonds	17						
8 Le cas particulier des deuils nationaux	18						

## LES SYMBOLES DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

### La Marianne dans le drapeau, dessin et histoire

Créé en 1999, le bloc Marianne représente le profil de Marianne imbriqué dans le drapeau français. Il est devenu un des symboles de la République Française et un point de repère pour tous les Français.

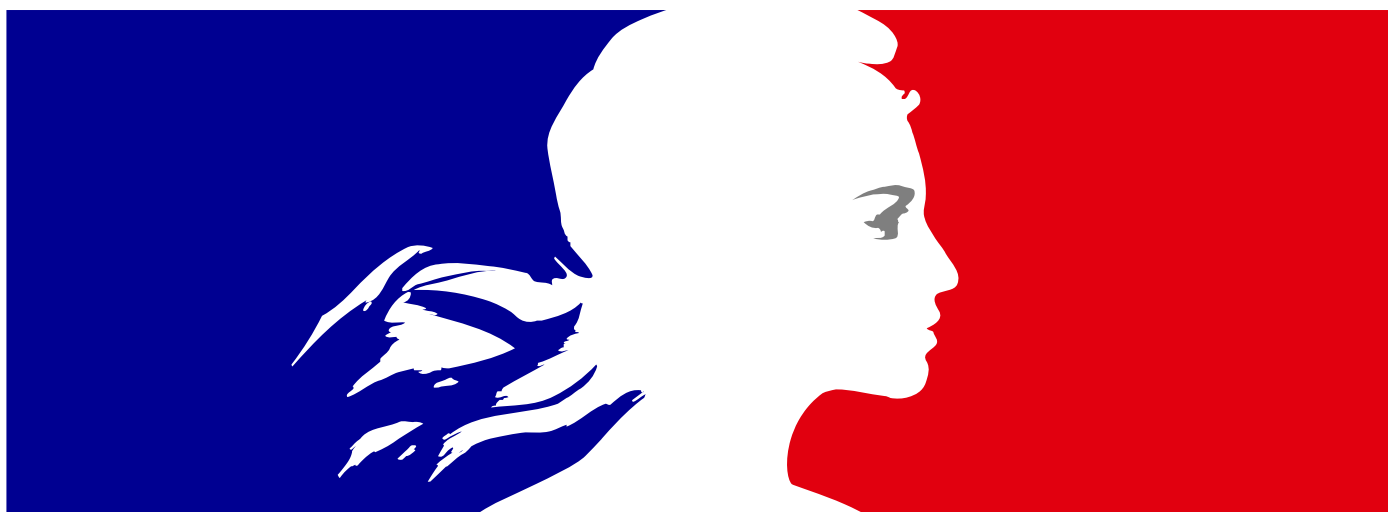
Ce bloc évolue pour mieux faire ressortir le profil de la Marianne et accentuer son humanité. Il est indispensable de toujours respecter ce dessin dans sa nouvelle composition ainsi que ses couleurs (bleu, rouge normalisé cf. p.45 Les couleurs)



Ancien  
bloc Marianne  
1999



Nouveau  
bloc Marianne  
2019



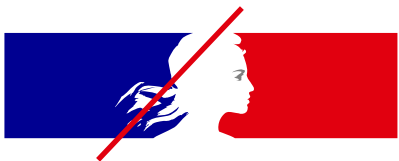
## LES SYMBOLES DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

### La Marianne dans le drapeau, usages et interdits

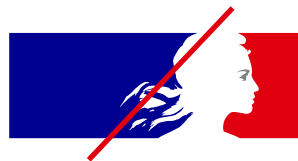
Le bloc Marianne est l'invariant des blocs-marque de l'Etat et ne peut être utilisé que dans ce cadre (cf. p.12 La Composition). Elle est unique et ne doit pas figurer plusieurs fois sur un même support.

En aucun cas cette Marianne ne peut être utilisée pour créer de nouveaux éléments graphiques, logotypes ou être détournée de son usage initial, hors des cas spécifiques indiqués dans la charte.

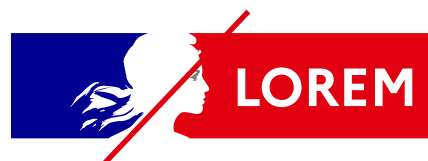
#### EXEMPLES D'INTERDITS



Ne pas étendre le drapeau



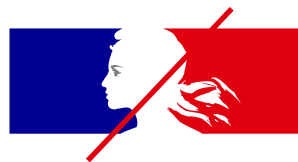
Ne pas modifier la position centrale de la Marianne



Ne pas inclure de texte dans la Marianne



Ne pas arrondir les angles



Ne pas inverser le sens de la Marianne



Ne pas modifier les couleurs de la Marianne

## LES SYMBOLES DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La devise,  
dessin et histoire

La présentation de la devise républicaine évolue.  
Dans sa structuration : elle est disposée à la verticale, pour être plus lisible et fonctionnelle, notamment sur les outils mobiles.

Dans son dessin : le lettrage dessiné spécialement pour la devise s'inspire de la typographie Granjon : entre héritage et modernité, elle est tant une marque d'audace que d'élégance et d'excellence à la française.

*Liberté*

Détails angulaires contrastant  
avec la structure fluide

*Égalité*

Terminaisons horizontales  
des sorties, en contraste  
avec les terminaisons  
rondes des fûts

*Fraternité*

Connexions très cursives  
avec des contreformes  
triangulaires marquées

Pente variable,  
structure dynamique  
et rythme rapide

## LES SYMBOLES DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

### La devise, usages et interdictions

La devise est indissociable des blocs-marque de l'État qu'elle vient compléter et ne peut être utilisée que dans ce cadre (cf. p.12 Composition).

Le lettrage est unique et ne doit pas être utilisé pour composer de nouveaux éléments graphiques, logotypes ou être détourné de son usage initial.

Sa composition, les proportions et l'espacement entre les valeurs au sein de la devise sont invariables.

*Liberté*  
*Fraternité*  
*Égalité*

Ne pas changer l'ordre des valeurs de la devise

*Liberté*  
*Égalité*  
*Fraternité*

Ne pas changer les proportions de la devise

*Liberté · Égalité · Fraternité*

Ne pas passer la devise sur une seule ligne

**Liberté**  
**Égalité**  
**Fraternité**

Ne pas changer la typographie de la devise

*Liberté*  
*Égalité*  
*Fraternité*

Ne pas changer les couleurs de la devise

<b>I LES SYMBOLES DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE</b>	<b>5</b>	<b>III L'ARCHITECTURE DE MARQUE DE L'ÉTAT</b>	<b>19</b>	<b>V LE SYSTÈME GRAPHIQUE</b>	<b>29</b>	<b>VI LA TYPOGRAPHIE</b>	<b>40</b>
1 La Marianne dans le drapeau, dessin et histoire	6	<b>IV LES RÈGLES D'USAGE</b>	<b>21</b>	1 Les principes	30	1 Le dessin de la typographie	41
2 La Marianne dans le drapeau, usages et interdits	7	1 Les cas d'usage pour l'utilisation de l'intitulé officiel République Française	22	2 La zone émetteur	31	2 Les graisses de la typographie	42
3 La devise, dessin et histoire	8	2 Les cas d'usage pour l'utilisation de l'intitulé officiel Gouvernement	23	3 La zone partenaires	32	3 Le dessin de la typographie de complément	43
4 La devise, usages et interdits	9	3 Les cas d'usage ministériels	24	4 La zone d'expression	33	4 Les graisses de la typographie de complément	44
<b>II LE BLOC-MARQUE</b>	<b>10</b>	4 Les cas d'usage des services déconcentrés ou à l'international	25	5 Un système modulable	34	<b>VII LES COULEURS</b>	<b>45</b>
1 Les principes fondateurs	11	5 Les cas d'usage des directions ministérielles et délégations interministérielles	26	6 Une identification des programmes ou plans gouvernementaux	35	1 Les couleurs principales	46
2 La composition	12	6 Les cas d'usage en mineur : principes d'endossement	27	7 Les principes de construction Format vertical (print & web)	36	2 Les couleurs complémentaires	47
3 La taille minimale et les interdits	13	7 Les cas d'usage en mineur : principes de labellisation	28	Les principes de construction Format horizontal (print & web)	37	3 Les règles d'usage	48
4 Les règles de césure	14			8 Le cas particulier pour les opérateurs et entités servicielles sur les petits formats identitaires	38		
5 Des exemples de compositions	15			9 La traduction de l'architecture d'émetteurs au sein du système graphique	39		
6 Les couleurs	16						
7 Les usages sur fonds	17						
8 Le cas particulier des deuils nationaux	18						

## LE BLOC-MARQUE

### Les principes fondateurs

Quel que soit le support et quel que soit le contexte de communication, au même titre que le bloc Marianne, le bloc-marque est unique et ne doit pas figurer plus d'une fois sur la face d'un même support.



1 - Bloc Marianne

**LOREM IPSUM  
DOLOR SIT**

2 - Intitulé officiel

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

3 - Devise républicaine

LE BLOC-MARQUE

La composition

Les blocs-marque sont faits de constantes et de variables : Marianne en entrée et devise républicaine en fin. L'ordre des éléments doit toujours être respecté. La partie centrale permet d'accueillir l'intitulé officiel. L'organisation des intitulés est normée p.14 dans la partie « Les règles de césure ».

RÈGLES DE COMPOSITION



UNE STRUCTURE MODULABLE



Émetteur sur 1 ligne

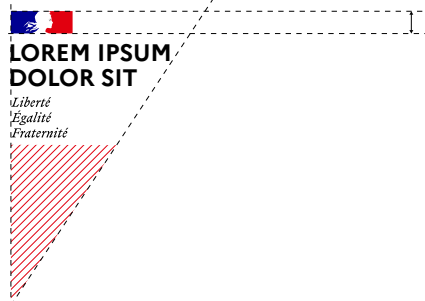
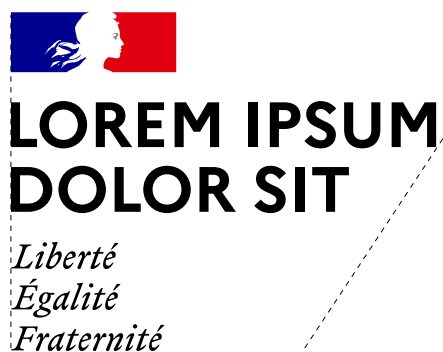
Émetteur sur 6 lignes maximum

## LE BLOC-MARQUE

### La taille minimale et les interdits

La taille minimale assure la lisibilité de tous les éléments du bloc-marque. Composé selon cette charte, il ne peut faire l'objet d'aucune modification tant au niveau de la composition, des proportions, de la typographie, que des couleurs.

#### TAILLE MINIMALE D'UTILISATION



Taille minimale de la hauteur de la Marianne  
 PRINT : 2,5mm  
 WEB : 20px

#### EXEMPLES D'INTERDITS



Mauvaise proportion de la Marianne



Changement de l'ordre des éléments



Changement de graisse de la typographie de l'intitulé de l'entité (ex : Marianne® Light)



Écriture des valeurs dans une autre typographie (ex : Marianne®)



Mauvaise composition (centrée)



Changement de couleur dans la typographie

LE BLOC-MARQUE

Les règles  
de césure

6 lignes maximum

**LOREM**  
IPSUM  
SIT...

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

La césure se place de manière à garder l'institution sur la première ligne, augmentant ainsi sa lisibilité

Maximum 25 caractères par ligne

EXEMPLES

  
**MINISTÈRE  
DE...**  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

  
**SECRETARIAT D'ÉTAT  
CHARGÉ DE...**  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

  
**PRÉFET  
DE...**  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

  
**AMBASSADE  
DE FRANCE  
EN...**  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

## LE BLOC-MARQUE

À titre d'exemple, voici la composition des blocs-marque correspondant au Gouvernement actuel.

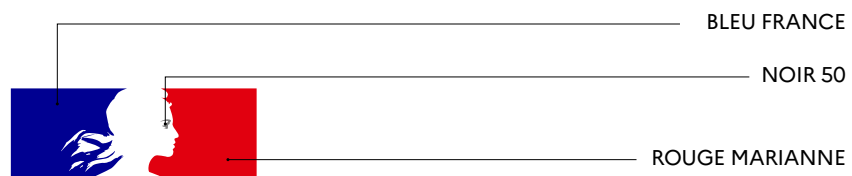
### Des exemples de composition



LE BLOC-MARQUE

Les couleurs

VERSION COULEURS  
(cf. p.46 Les couleurs principales)



**RÉPUBLIQUE** — NOIR 100  
**FRANÇAISE**

*Liberté*  
*Égalité* — NOIR 100  
*Fraternité*

VERSION NOIR ET BLANC



**RÉPUBLIQUE** — NOIR 100  
**FRANÇAISE**

*Liberté*  
*Égalité* — NOIR 100  
*Fraternité*

**LE BLOC-MARQUE**

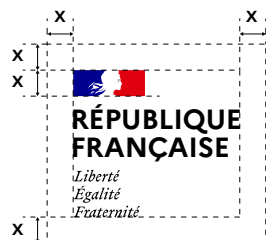
**Les usages sur fonds**

Les blocs-marque vivent en priorité en couleur sur fond blanc. Lorsque l'environnement n'est pas maîtrisé, il doit vivre, sur fond coloré ou perturbé, au sein d'un cartouche blanc dont les proportions sont déterminées ci-dessous.

FOND BLANC



COTES DU CARTOUCHE BLANC



FOND COULEUR



FOND PHOTO



## LE BLOC-MARQUE

Il existe une version du bloc-marque adaptée aux périodes de deuil qui drapait la Marianne de noir.

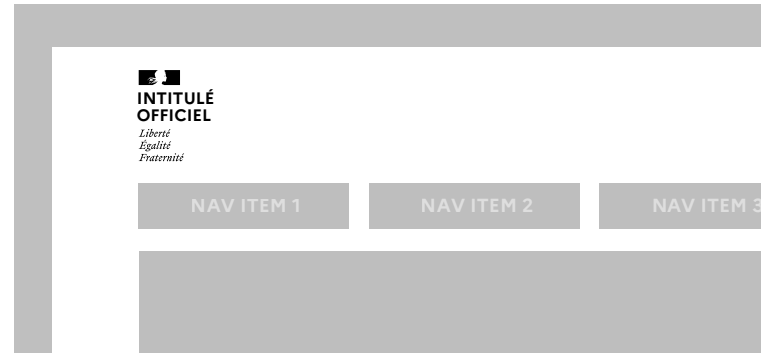
### Le cas particulier des deuils nationaux

NOIR 100

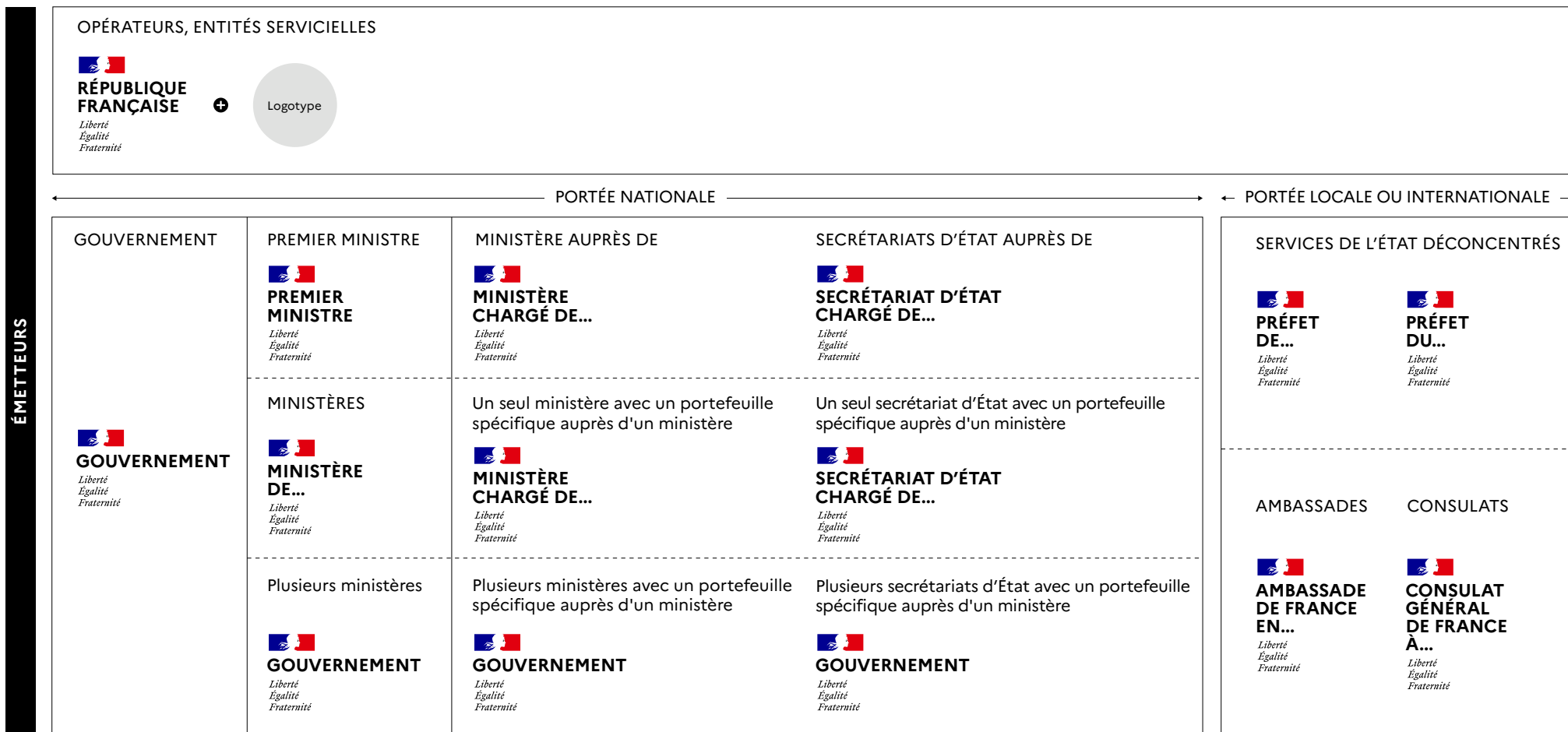


AVATAR RS

HEADER



<b>I LES SYMBOLES DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE</b>	<b>5</b>	<b>III L'ARCHITECTURE DE MARQUE DE L'ÉTAT</b>	<b>19</b>	<b>V LE SYSTÈME GRAPHIQUE</b>	<b>29</b>	<b>VI LA TYPOGRAPHIE</b>	<b>40</b>
1 La Marianne dans le drapeau, dessin et histoire	6	<b>IV LES RÈGLES D'USAGE</b>	<b>21</b>	1 Les principes	30	1 Le dessin de la typographie	41
2 La Marianne dans le drapeau, usages et interdits	7	1 Les cas d'usage pour l'utilisation de l'intitulé officiel République Française	22	2 La zone émetteur	31	2 Les graisses de la typographie	42
3 La devise, dessin et histoire	8	2 Les cas d'usage pour l'utilisation de l'intitulé officiel Gouvernement	23	3 La zone partenaires	32	3 Le dessin de la typographie de complément	43
4 La devise, usages et interdits	9	3 Les cas d'usage ministériels	24	4 La zone d'expression	33	4 Les graisses de la typographie de complément	44
<b>II LE BLOC-MARQUE</b>	<b>10</b>	4 Les cas d'usage des services déconcentrés ou à l'international	25	5 Un système modulable	34	<b>VII LES COULEURS</b>	<b>45</b>
1 Les principes fondateurs	11	5 Les cas d'usage des directions ministérielles et délégations interministérielles	26	6 Une identification des programmes ou plans gouvernementaux	35	1 Les couleurs principales	46
2 La composition	12	6 Les cas d'usage en mineur : principes d'endossement	27	7 Les principes de construction Format vertical (print & web)	36	2 Les couleurs complémentaires	47
3 La taille minimale et les interdits	13	7 Les cas d'usage en mineur : principes de labellisation	28	Les principes de construction Format horizontal (print & web)	37	3 Les règles d'usage	48
4 Les règles de césure	14			8 Le cas particulier pour les opérateurs et entités servicielles sur les petits formats identitaires	38		
5 Des exemples de compositions	15			9 La traduction de l'architecture d'émetteurs au sein du système graphique	39		
6 Les couleurs	16						
7 Les usages sur fonds	17						
8 Le cas particulier des deuils nationaux	18						



<b>I LES SYMBOLES DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE</b>	<b>5</b>	<b>III L'ARCHITECTURE DE MARQUE DE L'ÉTAT</b>	<b>19</b>	<b>V LE SYSTÈME GRAPHIQUE</b>	<b>29</b>	<b>VI LA TYPOGRAPHIE</b>	<b>40</b>
1 La Marianne dans le drapeau, dessin et histoire	6	<b>IV LES RÈGLES D'USAGE</b>	<b>21</b>	1 Les principes	30	1 Le dessin de la typographie	41
2 La Marianne dans le drapeau, usages et interdits	7	1 Les cas d'usage pour l'utilisation de l'intitulé officiel République Française	22	2 La zone émetteur	31	2 Les graisses de la typographie	42
3 La devise, dessin et histoire	8	2 Les cas d'usage pour l'utilisation de l'intitulé officiel Gouvernement	23	3 La zone partenaires	32	3 Le dessin de la typographie de complément	43
4 La devise, usages et interdits	9	3 Les cas d'usage ministériels	24	4 La zone d'expression	33	4 Les graisses de la typographie de complément	44
<b>II LE BLOC-MARQUE</b>	<b>10</b>	4 Les cas d'usage des services déconcentrés ou à l'international	25	5 Un système modulable	34	<b>VII LES COULEURS</b>	<b>45</b>
1 Les principes fondateurs	11	5 Les cas d'usage des directions ministérielles et délégations interministérielles	26	6 Une identification des programmes ou plans gouvernementaux	35	1 Les couleurs principales	46
2 La composition	12	6 Les cas d'usage en mineur : principes d'endossement	27	7 Les principes de construction Format vertical (print & web)	36	2 Les couleurs complémentaires	47
3 La taille minimale et les interdits	13	7 Les cas d'usage en mineur : principes de labellisation	28	Les principes de construction Format horizontal (print & web)	37	3 Les règles d'usage	48
4 Les règles de césure	14			8 Le cas particulier pour les opérateurs et entités servicielles sur les petits formats identitaires	38		
5 Des exemples de compositions	15			9 La traduction de l'architecture d'émetteurs au sein du système graphique	39		
6 Les couleurs	16						
7 Les usages sur fonds	17						
8 Le cas particulier des deuils nationaux	18						

## LES RÈGLES D'USAGE

Les cas d'usage pour  
l'utilisation de l'intitulé  
officiel République Française

L'intitulé officiel République Française vient apposer une caution officielle aux logos des opérateurs publics ou entités servicielles qui ne sont pas toujours connus / reconnus comme faisant partie de la sphère étatique.

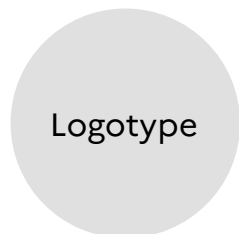
1• Si l'action est portée par un opérateur, c'est la mention République Française qui est utilisée comme intitulé officiel.

2• Cas spécifiques pour les entités rendant un service direct à l'utilisateur et proposant un accueil du public : elles peuvent garder leur logo qui est alors rattaché directement au bloc-marque de la République Française pour marquer son caractère officiel.

①



**RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE**



*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

②



**RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE**



**Service-Public.fr**  
Le site officiel de l'administration française

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



## LES RÈGLES D'USAGE

Les cas d'usage pour  
l'utilisation de l'intitulé  
officiel Gouvernement

## 1• USAGE INTERMINISTÉRIEL

Toute communication conjointe,  
de deux ministères ou plus, est signée  
avec l'intitulé officiel Gouvernement.

## 2• LORS D'ACHAT D'ESPACE PUBLICITAIRE

Tous les dispositifs de communication  
avec une visibilité média (bénéficiant  
d'un achat média) doivent comporter  
le bloc-marque avec l'intitulé  
officiel Gouvernement.

①



MINISTÈRE  
DE...

*Liberté*  
*Égalité*  
*Fraternité*

+



MINISTÈRE  
DE...

*Liberté*  
*Égalité*  
*Fraternité*



**GOVERNEMENT**

*Liberté*  
*Égalité*  
*Fraternité*

②



**GOVERNEMENT**

*Liberté*  
*Égalité*  
*Fraternité*

**LES RÈGLES D'USAGE****Les cas d'usage ministériels**

Les ministères, secrétariats d'État signent toutes leurs communications (internes, externes, web et réseaux sociaux hors achat média).

Pour les ministères ou secrétariats d'État, avec un portefeuille spécifique auprès d'un ministère, dans un souci de lisibilité par le citoyen, l'intitulé officiel est placé directement sous le bloc Marianne et signe toutes les communications (internes, externes, web et réseaux sociaux, hors achat média).



**MINISTÈRE  
DE...**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



**MINISTÈRE  
CHARGÉ DE...**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



**SECRETARIAT D'ÉTAT  
CHARGÉ DE...**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

## LES RÈGLES D'USAGE

### Les cas d'usage des services déconcentrés ou à l'international

1• L'intitulé officiel « Préfet de » représente tous les services déconcentrés quand ils interviennent au titre d'une mission relevant du niveau local. Les ambassades et consulats adoptent également le bloc-marque.

2• Dans le cas de directions départementales, les directions apparaissent uniquement en intitulé sur les supports administratifs en précision de l'intitulé officiel « Préfet de ».

3• Lorsque les services déconcentrés de deux départements prennent la parole, c'est l'intitulé officiel de la région qui est utilisé dans le bloc-marque.

1



3



2



## LES RÈGLES D'USAGE

## Les cas d'usage des directions ministérielles et délégations interministérielles

## 1• DIRECTIONS ET SERVICES

Les intitulés des directions ne peuvent pas être logotypés. Les directions peuvent faire l'objet d'une mention simple en typographie Marianne®, accolée au bloc-marque de son ministère pour les supports administratifs.

## 2• DÉLÉGATIONS INTERMINISTÉRIELLES

Les intitulés des délégations interministérielles ne sont pas logotypés. Les délégations interministérielles peuvent faire l'objet d'une mention simple en typographie Marianne® accolée au bloc-marque Gouvernement pour les supports administratifs.

①



**PREMIER  
MINISTRE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



**Service d'Information  
du Gouvernement**



**MINISTÈRE  
DE L'ÉDUCATION  
NATIONALE  
ET DE LA JEUNESSE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



**Direction générale  
de l'enseignement  
scolaire**

②



**GOVERNEMENT**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



**Délégation interministérielle  
à la stratégie nationale pour l'autisme  
au sein des troubles du neuro-développement**

## LES RÈGLES D'USAGE

### Les cas d'usage en mineur : principes d'endossement

En environnement non maîtrisé, lorsque l'État est impliqué sans être l'émetteur principal, il vient endosser la communication avec une mention caractérisant son apport.

#### SÉPARATEUR VERTICAL



Avec la participation de



Promu par



Financé par



Soutenu par



Avec la participation du



Promu par



Financé par



#### SÉPARATEUR HORIZONTAL



Avec la participation de



Promu par



Financé par



Soutenu par



Avec la participation du



Promu par



Financé par



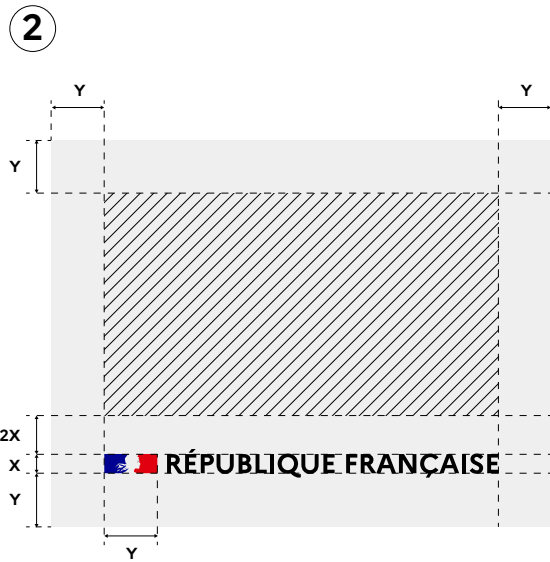
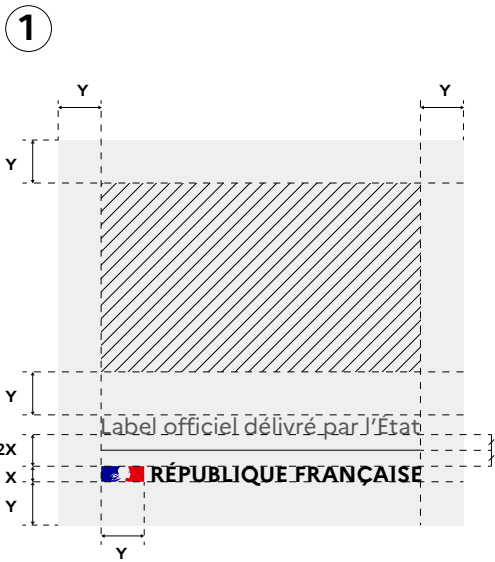
# IV — 7 LES RÈGLES D'USAGE

## Les cas d'usage en mineur : principes de labellisation

L'intitulé officiel République Française est associé en mineur aux labels.

Il vient apporter une caution officielle aux labels publics, pas toujours connus ou reconnus comme faisant partie de la sphère étatique.

- 1• Les labels déposés ou délivrés par l'État
- 2• Les labels bénéficiant de la caution de l'État



### EXEMPLES



<b>I LES SYMBOLES DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE</b>	<b>5</b>	<b>III L'ARCHITECTURE DE MARQUE DE L'ÉTAT</b>	<b>19</b>	<b>V LE SYSTÈME GRAPHIQUE</b>	<b>29</b>	<b>VI LA TYPOGRAPHIE</b>	<b>40</b>
1 La Marianne dans le drapeau, dessin et histoire	6	<b>IV LES RÈGLES D'USAGE</b>	<b>21</b>	1 Les principes	30	1 Le dessin de la typographie	41
2 La Marianne dans le drapeau, usages et interdits	7	1 Les cas d'usage pour l'utilisation de l'intitulé officiel République Française	22	2 La zone émetteur	31	2 Les graisses de la typographie	42
3 La devise, dessin et histoire	8	2 Les cas d'usage pour l'utilisation de l'intitulé officiel Gouvernement	23	3 La zone partenaires	32	3 Le dessin de la typographie de complément	43
4 La devise, usages et interdits	9	3 Les cas d'usage ministériels	24	4 La zone d'expression	33	4 Les graisses de la typographie de complément	44
<b>II LE BLOC-MARQUE</b>	<b>10</b>	4 Les cas d'usage des services déconcentrés ou à l'international	25	5 Un système modulable	34	<b>VII LES COULEURS</b>	<b>45</b>
1 Les principes fondateurs	11	5 Les cas d'usage des directions ministérielles et délégations interministérielles	26	6 Une identification des programmes ou plans gouvernementaux	35	1 Les couleurs principales	46
2 La composition	12	6 Les cas d'usage en mineur : principes d'endossement	27	7 Les principes de construction Format vertical (print & web)	36	2 Les couleurs complémentaires	47
3 La taille minimale et les interdits	13	7 Les cas d'usage en mineur : principes de labellisation	28	Les principes de construction Format horizontal (print & web)	37	3 Les règles d'usage	48
4 Les règles de césure	14			8 Le cas particulier pour les opérateurs et entités servicielles sur les petits formats identitaires	38		
5 Des exemples de compositions	15			9 La traduction de l'architecture d'émetteurs au sein du système graphique	39		
6 Les couleurs	16						
7 Les usages sur fonds	17						
8 Le cas particulier des deuils nationaux	18						

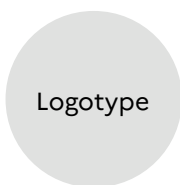
Les principes

NIVEAU ÉMETTEUR  
avec un positionnement  
fixe du bloc-marque.  
Le positionnement du logotype  
de l'opérateur est également normalisé  
lorsque celui-ci prend la parole



**LOREM IPSUM  
DOLOR SIT**

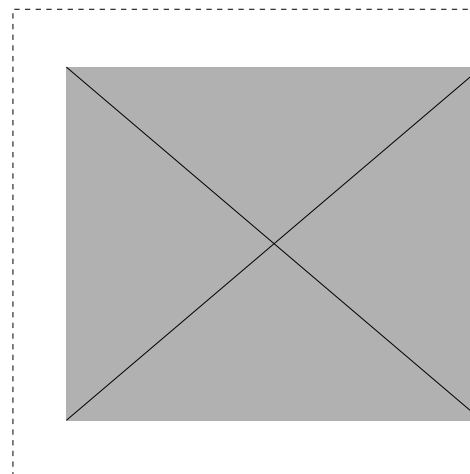
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



NORMALISATION DU CADRE  
pour remarquer l'émetteur



ZONE D'EXPRESSION  
dédiée au message



NIVEAU CONTEXTUEL  
pour valoriser le programme  
ou plan gouvernemental  
de rattachement



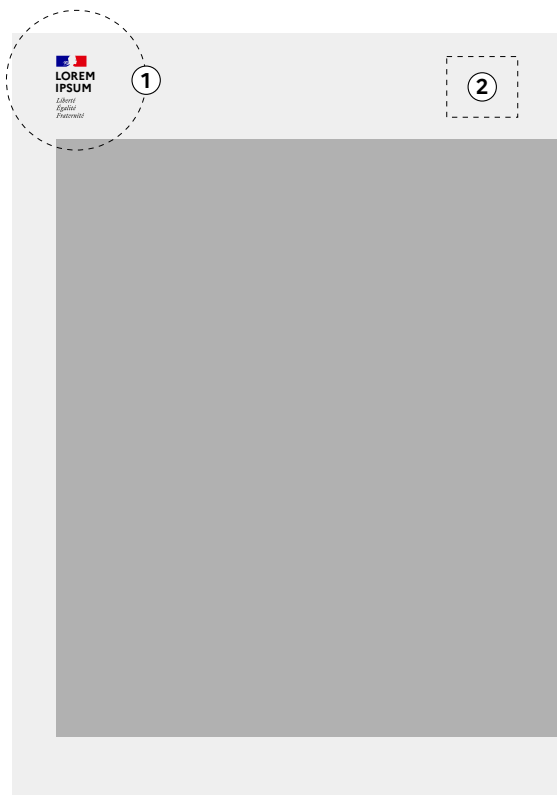
## La zone émetteur

Au sein du système graphique, il n'y a toujours qu'un seul émetteur : le bloc-marque, qui quand il porte l'intitulé officiel République Française est associé au logotype de l'opérateur auquel il vient apporter sa caution.

- 1• Le bloc-marque avec l'intitulé officiel :
  - République Française
  - Gouvernement
  - ministères
  - secrétariats d'État
  - préfets, ambassades, rectorats

- 2• Quand le bloc-marque République Française est utilisé, il est accompagné du logotype de l'opérateur ou des entités servicielles (cas spécifique des entités rendant un service direct à l'utilisateur et proposant un accueil du public).

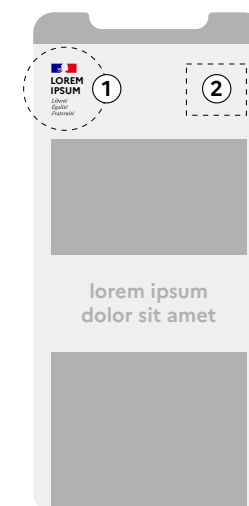
## PRINT



## WEB



## MOBILE



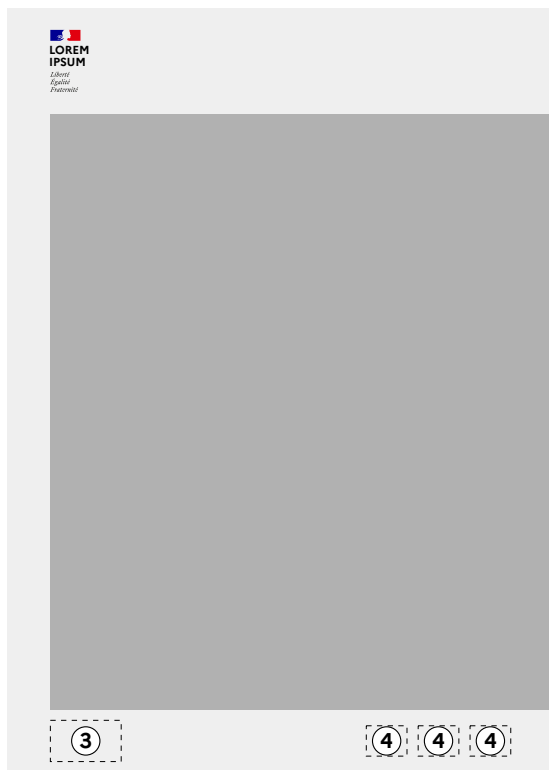
# LE SYSTÈME GRAPHIQUE

3• Partenaires principaux, potentiellement co-émetteurs

4• Partenaires secondaires

## La zone partenaires

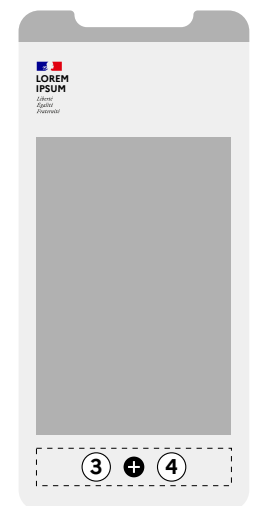
### PRINT



### WEB



### MOBILE



## LE SYSTÈME GRAPHIQUE

### La zone d'expression

L'intérieur du cadre commun constitue une zone de liberté d'expression.

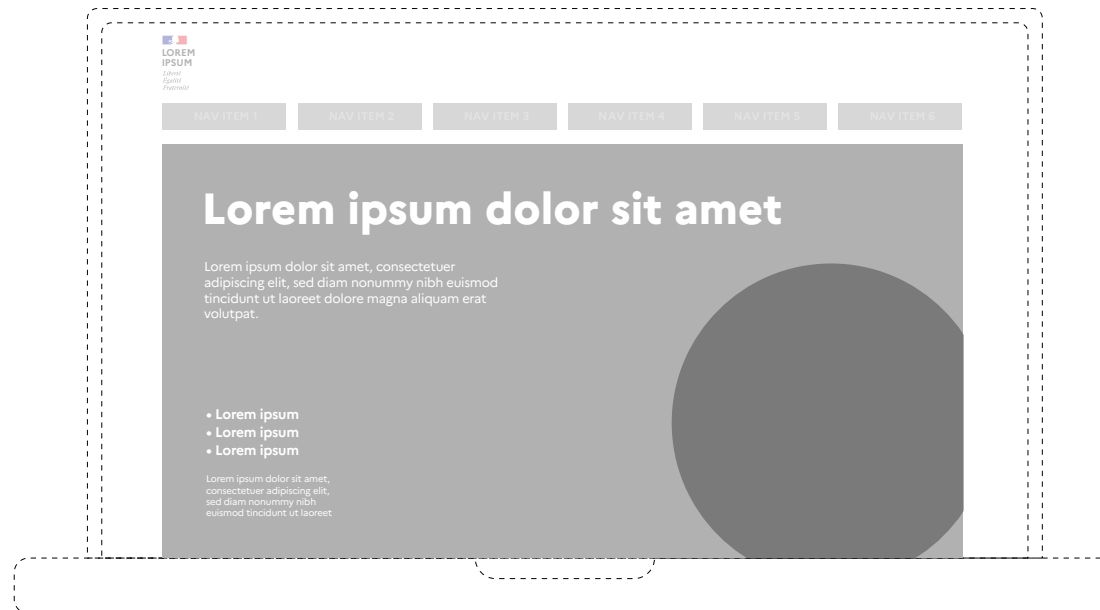
Cette zone d'expression sert à exprimer le message spécifique de la communication de l'émetteur, en reprenant la typographie et les couleurs de la charte graphique de l'État (cf. p.40 et p.45).

Dans cette zone d'expression, on peut retrouver les signatures ou visuels de campagnes.

### PRINT



### WEB



### MOBILE

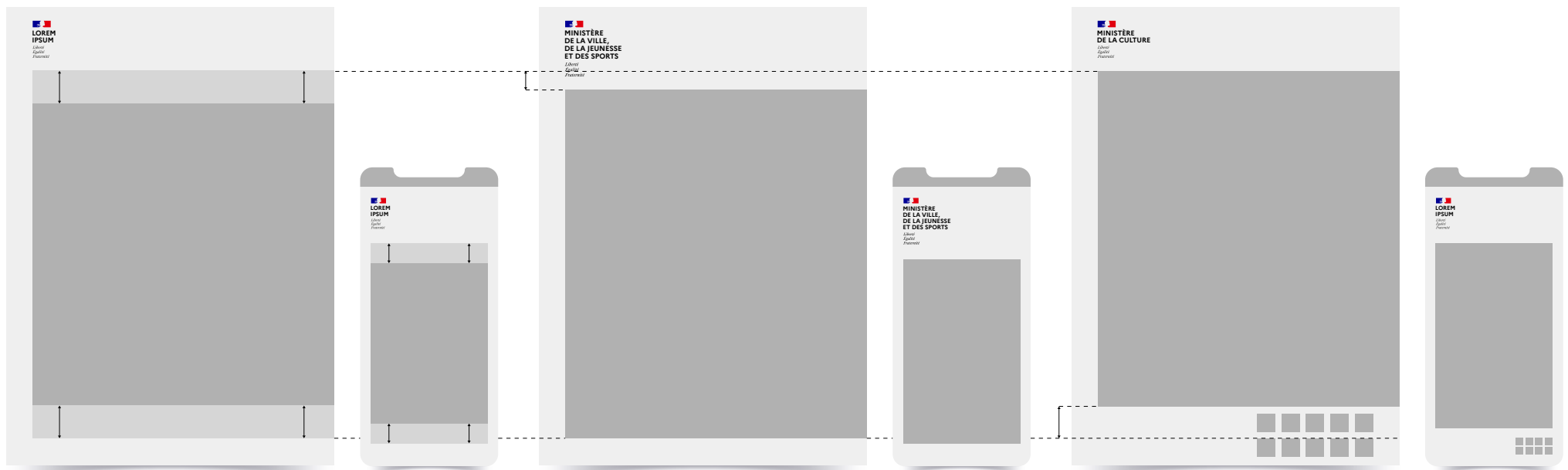


## Un système modulaire

Le système est modulaire.  
L'espace disponible en haut et en bas  
s'adapte, pour le premier selon la longueur  
du bloc-marque et pour le second selon  
le nombre de partenaires présentés.

EXEMPLE DE BLOC-MARQUE LONG

EXEMPLE DE PARTENAIRES NOMBREUX

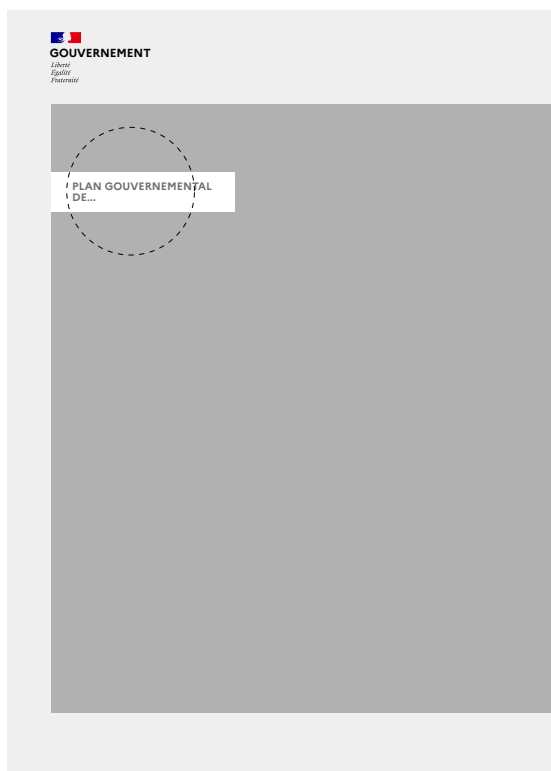


## Une identification des programmes ou plans gouvernementaux

Le système graphique prévoit aussi une place dédiée et harmonisée aux programmes ou plan d'actions gouvernementaux. En print, les politiques publiques sont valorisées dans un cartouche prévu à cet effet. En digital, elles sont présentées en typographie Marianne® Bold.

Dans le cas spécifique d'un espace dédié à ce programme ou plan, son nom est présenté et utilisé en place centrale en tant que nom de site.

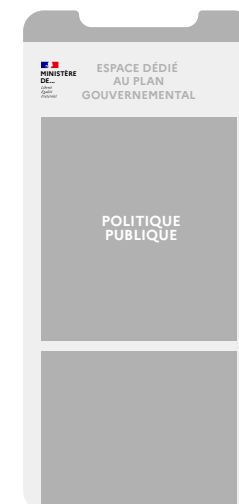
### PRINT



### WEB (exemple d'espace dédié)



### MOBILE (exemple d'espace dédié)



## LE SYSTÈME GRAPHIQUE

Les principes  
de construction  
Format vertical  
(print et web)

La taille du bloc-marque et celle du cadre commun sont définies par rapport au format du support. La valeur X servant de base à ce calcul est la hauteur du bloc Marianne.

Ces règles permettent une création et un placement d'éléments harmonieux et efficaces.



①

## ZONE OPÉRATEURS OU ENTITÉS SERVICIELLES

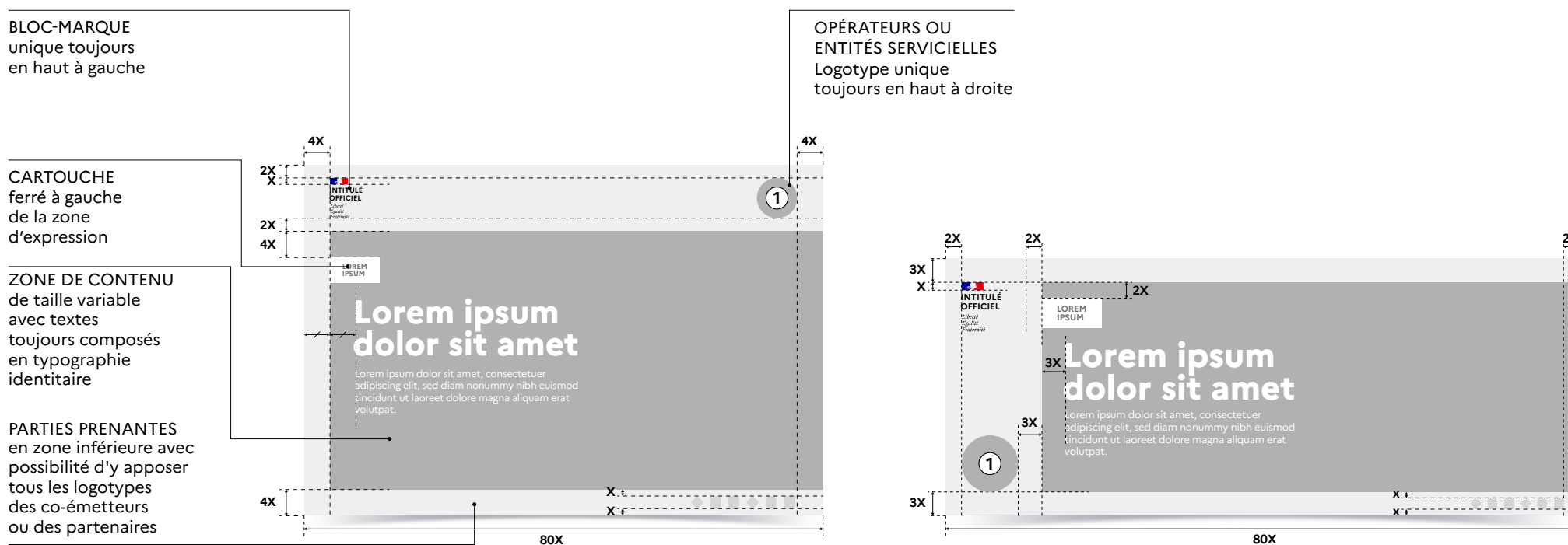
Lorsqu'un opérateur ou une entité servicielle est émetteur, son logotype vient se positionner dans cette zone, en complément du bloc-marque avec l'intitulé officiel République Française. Lorsqu'il est présent ce logotype est toujours unique. Le logotype ne doit pas dépasser en hauteur le bloc-marque avec l'intitulé République Française, afin de préserver un équilibre entre le logotype et le bloc-marque.

## LE SYSTÈME GRAPHIQUE

Les principes  
de construction  
Format horizontal  
(print et web)

La taille du bloc-marque et celle du cadre commun sont définies par rapport au format du support. La valeur X servant de base à ce calcul est la hauteur du bloc-Marianne.

Ces règles permettent une création et un placement d'éléments harmonieux et efficace.



①

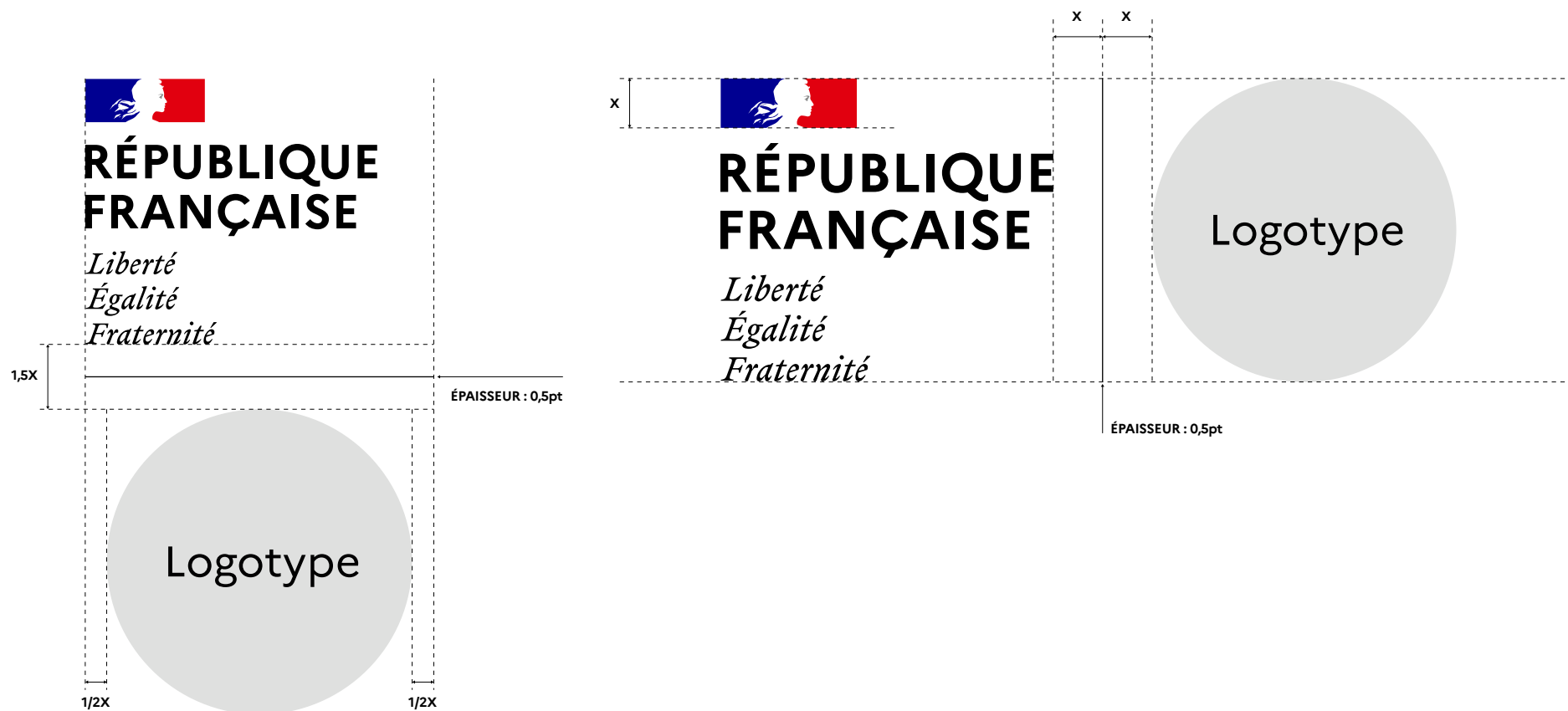
## ZONE OPÉRATEURS OU ENTITÉS SERVICIELLES

Lorsqu'un opérateur ou une entité servicielle est émetteur, son logotype vient se positionner dans cette zone, en complément du bloc-marque avec l'intitulé officiel République Française. Lorsqu'il est présent ce logotype est toujours unique. Le logotype ne doit pas dépasser en hauteur le bloc-marque avec l'intitulé République Française, afin de préserver un équilibre entre le logotype et le bloc-marque.

## LE SYSTÈME GRAPHIQUE

Le cas particulier pour  
les opérateurs et entités  
servicielles sur les petits  
formats identitaires

Pour les petits formats identitaires  
(ex : signatures de mail, signalétique,  
en environnement non-maîtrisé...)  
le bloc-marque République Française  
est adjoint au logotype de l'opérateur  
ou de l'entité servicielle pour permettre  
un endossement à proximité.

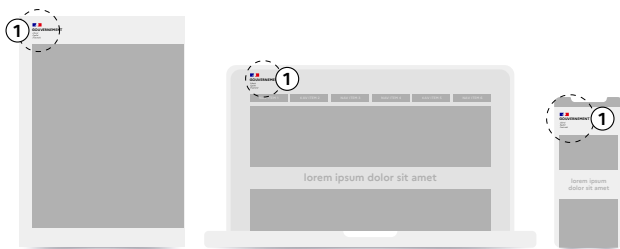


## LE SYSTÈME GRAPHIQUE

## La traduction de l'architecture d'émetteurs au sein du système graphique

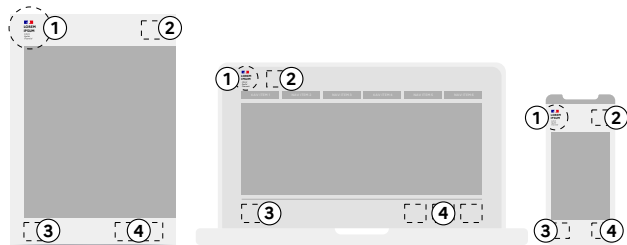
## PLUSIEURS MINISTÈRES

Dans le cas d'une communication à plusieurs ministères, le bloc-marque dans la zone émetteur sera celui du Gouvernement (1).



## PLUSIEURS OPÉRATEURS

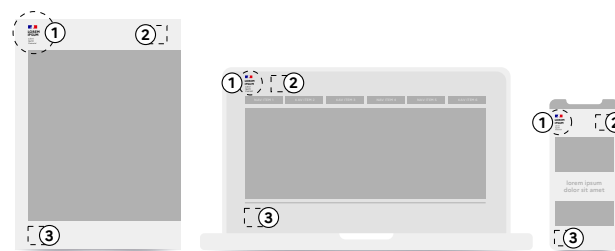
Dans le cas d'une communication multi-opérateurs, la zone émetteur sera composée du bloc-marque République Française (1) et du logotype de l'opérateur pilote (2). Les co-émetteurs seront eux placés en bas à gauche du support (3), et les autres partenaires, s'il y en a, en bas à droite (4).



## MINISTÈRE + OPÉRATEUR

- Si l'opérateur pilote et le ministère est partenaire, c'est le bloc-marque avec l'intitulé officiel République Française qui s'applique (1), accompagné du logotype de l'opérateur pilote à droite (2).

- Si le ministère pilote l'opération et l'opérateur est partenaire : c'est le bloc-marque avec l'intitulé du ministère qui s'applique (ou Gouvernement en média ou si interministériel) (1) et le logotype de l'opérateur est placé en bas à gauche en tant que co-émetteur (3).



<b>I LES SYMBOLES DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE</b>	<b>5</b>	<b>III L'ARCHITECTURE DE MARQUE DE L'ÉTAT</b>	<b>19</b>	<b>V LE SYSTÈME GRAPHIQUE</b>	<b>29</b>	<b>VI LA TYPOGRAPHIE</b>	<b>40</b>
1 La Marianne dans le drapeau, dessin et histoire	6	<b>IV LES RÈGLES D'USAGE</b>	<b>21</b>	1 Les principes	30	1 Le dessin de la typographie	41
2 La Marianne dans le drapeau, usages et interdits	7	1 Les cas d'usage pour l'utilisation de l'intitulé officiel République Française	22	2 La zone émetteur	31	2 Les graisses de la typographie	42
3 La devise, dessin et histoire	8	2 Les cas d'usage pour l'utilisation de l'intitulé officiel Gouvernement	23	3 La zone partenaires	32	3 Le dessin de la typographie de complément	43
4 La devise, usages et interdits	9	3 Les cas d'usage ministériels	24	4 La zone d'expression	33	4 Les graisses de la typographie de complément	44
<b>II LE BLOC-MARQUE</b>	<b>10</b>	4 Les cas d'usage des services déconcentrés ou à l'international	25	5 Un système modulable	34		
1 Les principes fondateurs	11	5 Les cas d'usage des directions ministérielles et délégations interministérielles	26	6 Une identification des programmes ou plans gouvernementaux	35	<b>VII LES COULEURS</b>	<b>45</b>
2 La composition	12	6 Les cas d'usage en mineur : principes d'endossement	27	7 Les principes de construction Format vertical (print & web)	36	1 Les couleurs principales	46
3 La taille minimale et les interdits	13	7 Les cas d'usage en mineur : principes de labellisation	28	Les principes de construction Format horizontal (print & web)	37	2 Les couleurs complémentaires	47
4 Les règles de césure	14			8 Le cas particulier pour les opérateurs et entités servicielles sur les petits formats identitaires	38	3 Les règles d'usage	48
5 Des exemples de compositions	15			9 La traduction de l'architecture d'émetteurs au sein du système graphique	39		
6 Les couleurs	16						
7 Les usages sur fonds	17						
8 Le cas particulier des deuils nationaux	18						

## LA TYPOGRAPHIE

Le dessin  
de la typographie

La typographie Marianne® a été spécialement dessinée pour répondre à des besoins d'identification, de sobriété et de lisibilité des supports de communication. Elle a été développée pour un usage exclusif par les acteurs de la sphère étatique.

Son dessin fait référence au patrimoine typographique français pour les proportions : elles sont basées sur la capitale romaine pour les capitales et sur le Garamond pour les bas de casse. La construction géométrique et synthétique (ponctuation très simple et ronde) contraste avec des formes traditionnelles plus écrites (queue du /Q, /a et /g avec deux boucles...).

MARIANNE® TYPEFACE

Alignements verticaux rationalisés

RÉPUBLIQUE

FRANÇAISE, Diagonales, ponctuation et accents rationalisés

GOVERNEMENT. Point rond

Terminaisons géométriques

Apexes plats et stables

**N.B.** Exclusivement en papeterie et en bureautique, l'utilisation de la typographie Arial est autorisée en substitution.

LA TYPOGRAPHIE

Les graisses de la typographie

La typographie Marianne® a été déclinée en six niveaux de graisse afin de permettre un large panel d'expression.

MARIANNE® TYPEFACE

THIN

A À Â Ã Ä BC Ç DE È Ê Ë F G H I Î Ï J K L M N O Ô Ö Æ P Q R S T U Û Ü V W X Y Z
a à â ä b c ç d e è ê ë f g h i î ï j k l m n o ô ö æ p q r s t u ù û ü v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 € . , ; ; ... \* ' ' " " ' " ! ? - < > « » ( ) - — · @ \ / / | \_ #

LIGHT

A À Â Ã Ä BC Ç DE È Ê Ë F G H I Î Ï J K L M N O Ô Ö Æ P Q R S T U Û Ü V W X Y Z
a à â ä b c ç d e è ê ë f g h i î ï j k l m n o ô ö æ p q r s t u ù û ü v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 € . , ; ; ... \* ' ' " " ' " ! ? - < > « » ( ) - — · @ \ / / | \_ #

REGULAR

A À Â Ã Ä BC Ç DE È Ê Ë F G H I Î Ï J K L M N O Ô Ö Æ P Q R S T U Û Ü V W X Y Z
a à â ä b c ç d e è ê ë f g h i î ï j k l m n o ô ö æ p q r s t u ù û ü v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 € . , ; ; ... \* ' ' " " ' " ! ? - < > « » ( ) - — · @ \ / / | \_ #

MEDIUM

A À Â Ã Ä BC Ç DE È Ê Ë F G H I Î Ï J K L M N O Ô Ö Æ P Q R S T U Û Ü V W X Y Z
a à â ä b c ç d e è ê ë f g h i î ï j k l m n o ô ö æ p q r s t u ù û ü v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 € . , ; ; ... \* ' ' " " ' " ! ? - < > « » ( ) - — · @ \ / / | \_ #

BOLD

A À Â Ã Ä BC Ç DE È Ê Ë F G H I Î Ï J K L M N O Ô Ö Æ P Q R S T U Û Ü V W X Y Z
a à â ä b c ç d e è ê ë f g h i î ï j k l m n o ô ö æ p q r s t u ù û ü v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 € . , ; ; ... \* ' ' " " ' " ! ? - < > « » ( ) - — · @ \ / / | \_ #

EXTRABOLD

A À Â Ã Ä BC Ç DE È Ê Ë F G H I Î Ï J K L M N O Ô Ö Æ P Q R S T U Û Ü V W X Y Z
a à â ä b c ç d e è ê ë f g h i î ï j k l m n o ô ö æ p q r s t u ù û ü v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 € . , ; ; ... \* ' ' " " ' " ! ? - < > « » ( ) - — · @ \ / / | \_ #

## LA TYPOGRAPHIE

Le dessin  
de la typographie  
de complément

La Spectral est une typographie dont le style vient contraster avec la typographie principale Marianne®. Son usage doit se faire avec parcimonie, en se limitant à des compositions d'informations spécifiques, secondaires ou mineures (contenus historiques, citations, traduction, etc.). Il convient de toujours privilégier l'usage de la Marianne® à la Spectral.

Conçue pour les performances à l'écran, la Spectral assure une lisibilité maximale, notamment dans les environnements difficiles.

## SPECTRAL® TYPEFACE

Empattements  
géométriques

A B C D E

Terminaisons  
arrondies

a b c d e

Traverses  
ouvertes

LA TYPOGRAPHIE

Les graisses de la typographie de complément

SPECTRAL® TYPEFACE

EXTRALIGHT AÀĂÄBCÇDEÈÊËËFGHIÏĲJKLMNOÔÖÏ
PQRSTUÛÜŨVWXYZ
aàääbcçdeèêëëfghiiĳklmnoôöœpqrstuûüvwxyz
0123456789 €.,;:... \*'“”"!?-<»>() - — ·@\\|/|#

EXTRALIGHT ITALIC AÀĂÄBCÇDEÈÊËËFGHIÏĲJKLMNOÔÖÏ
PQRSTUÛÜŨVWXYZ
aàääbcçdeèêëëfghiiĳklmnoôöœpqrstuûüvwxyz
0123456789 €.,;:... \*'“”"!?-<»>() - — ·@\\|/|#

LIGHT AÀĂÄBCÇDEÈÊËËFGHIÏĲJKLMNOÔÖÏ
PQRSTUÛÜŨVWXYZ
aàääbcçdeèêëëfghiiĳklmnoôöœpqrstuûüvwxyz
0123456789 €.,;:... \*'“”"!?-<»>() - — ·@\\|/|#

LIGHT ITALIC AÀĂÄBCÇDEÈÊËËFGHIÏĲJKLMNOÔÖÏ
PQRSTUÛÜŨVWXYZ
aàääbcçdeèêëëfghiiĳklmnoôöœpqrstuûüvwxyz
0123456789 €.,;:... \*'“”"!?-<»>() - — ·@\\|/|#

REGULAR AÀĂÄBCÇDEÈÊËËFGHIÏĲJKLMNOÔÖÏ
PQRSTUÛÜŨVWXYZ
aàääbcçdeèêëëfghiiĳklmnoôöœpqrstuûüvwxyz
0123456789 €.,;:... \*'“”"!?-<»>() - — ·@\\|/|#

ITALIC AÀĂÄBCÇDEÈÊËËFGHIÏĲJKLMNOÔÖÏ
PQRSTUÛÜŨVWXYZ
aàääbcçdeèêëëfghiiĳklmnoôöœpqrstuûüvwxyz
0123456789 €.,;:... \*'“”"!?-<»>() - — ·@\\|/|#

MEDIUM AÀĂÄBCÇDEÈÊËËFGHIÏĲJKLMNOÔÖÏ
PQRSTUÛÜŨVWXYZ
aàääbcçdeèêëëfghiiĳklmnoôöœpqrstuûüvwxyz
0123456789 €.,;:... \*'“”"!?-<»>() - — ·@\\|/|#

MEDIUM ITALIC AÀĂÄBCÇDEÈÊËËFGHIÏĲJKLMNOÔÖÏ
PQRSTUÛÜŨVWXYZ
aàääbcçdeèêëëfghiiĳklmnoôöœpqrstuûüvwxyz
0123456789 €.,;:... \*'“”"!?-<»>() - — ·@\\|/|#

SEMIBOLD AÀĂÄBCÇDEÈÊËËFGHIÏĲJKLMNOÔÖÏ
PQRSTUÛÜŨVWXYZ
aàääbcçdeèêëëfghiiĳklmnoôöœpqrstuûüvwxyz
0123456789 €.,;:... \*'“”"!?-<»>() - — ·@\\|/|#

SEMIBOLD ITALIC AÀĂÄBCÇDEÈÊËËFGHIÏĲJKLMNOÔÖÏ
PQRSTUÛÜŨVWXYZ
aàääbcçdeèêëëfghiiĳklmnoôöœpqrstuûüvwxyz
0123456789 €.,;:... \*'“”"!?-<»>() - — ·@\\|/|#

BOLD AÀĂÄBCÇDEÈÊËËFGHIÏĲJKLMNOÔÖÏ
PQRSTUÛÜŨVWXYZ
aàääbcçdeèêëëfghiiĳklmnoôöœpqrstuûüvwxyz
0123456789 €.,;:... \*'“”"!?-<»>() - — ·@\\|/|#

BOLD ITALIC AÀĂÄBCÇDEÈÊËËFGHIÏĲJKLMNOÔÖÏ
PQRSTUÛÜŨVWXYZ
aàääbcçdeèêëëfghiiĳklmnoôöœpqrstuûüvwxyz
0123456789 €.,;:... \*'“”"!?-<»>() - — ·@\\|/|#

EXTRABOLD AÀĂÄBCÇDEÈÊËËFGHIÏĲJKLMNOÔÖÏ
PQRSTUÛÜŨVWXYZ
aàääbcçdeèêëëfghiiĳklmnoôöœpqrstuûüvwxyz
0123456789 €.,;:... \*'“”"!?-<»>() - — ·@\\|/|#

EXTRABOLD ITALIC AÀĂÄBCÇDEÈÊËËFGHIÏĲJKLMNOÔÖÏ
PQRSTUÛÜŨVWXYZ
aàääbcçdeèêëëfghiiĳklmnoôöœpqrstuûüvwxyz
0123456789 €.,;:... \*'“”"!?-<»>() - — ·@\\|/|#

<b>I LES SYMBOLES DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE</b>	<b>5</b>	<b>III L'ARCHITECTURE DE MARQUE DE L'ÉTAT</b>	<b>19</b>	<b>V LE SYSTÈME GRAPHIQUE</b>	<b>29</b>	<b>VI LA TYPOGRAPHIE</b>	<b>40</b>
1 La Marianne dans le drapeau, dessin et histoire	6	<b>IV LES RÈGLES D'USAGE</b>	<b>21</b>	1 Les principes	30	1 Le dessin de la typographie	41
2 La Marianne dans le drapeau, usages et interdits	7	1 Les cas d'usage pour l'utilisation de l'intitulé officiel République Française	22	2 La zone émetteur	31	2 Les graisses de la typographie	42
3 La devise, dessin et histoire	8	2 Les cas d'usage pour l'utilisation de l'intitulé officiel Gouvernement	23	3 La zone partenaires	32	3 Le dessin de la typographie de complément	43
4 La devise, usages et interdits	9	3 Les cas d'usage ministériels	24	4 La zone d'expression	33	4 Les graisses de la typographie de complément	44
<b>II LE BLOC-MARQUE</b>	<b>10</b>	4 Les cas d'usage des services déconcentrés ou à l'international	25	5 Un système modulable	34	<b>VII LES COULEURS</b>	<b>45</b>
1 Les principes fondateurs	11	5 Les cas d'usage des directions ministérielles et délégations interministérielles	26	6 Une identification des programmes ou plans gouvernementaux	35	1 Les couleurs principales	46
2 La composition	12	6 Les cas d'usage en mineur : principes d'endossement	27	7 Les principes de construction Format vertical (print & web)	36	2 Les couleurs complémentaires	47
3 La taille minimale et les interdits	13	7 Les cas d'usage en mineur : principes de labellisation	28	8 Les principes de construction Format horizontal (print & web)	37	3 Les règles d'usage	48
4 Les règles de césure	14			9 Le cas particulier pour les opérateurs et entités servicielles sur les petits formats identitaires	38		
5 Des exemples de compositions	15			9 La traduction de l'architecture d'émetteurs au sein du système graphique	39		
6 Les couleurs	16						
7 Les usages sur fonds	17						
8 Le cas particulier des deuils nationaux	18						

# VII — 1 LES COULEURS

## Les couleurs principales

BLEU FRANCE



R 0    C 100    Hx #000091  
V 0    M 90    PMS 072C  
B 145    J 20  
N 7

BLANC



R 255    C 00    Hx #FFFFFF  
V 255    M 00  
B 255    J 00  
N 00

ROUGE MARIANNE



R 225    C 00    Hx #E1000F  
V 0    M 100    PMS 485C  
B 15    J 100  
N 00



**RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



**GOVERNEMENT**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

## LES COULEURS

### Les couleurs complémentaires

Pour harmoniser les communications de façon globale, une palette de couleurs complémentaires a été définie. Cette palette, volontairement étendue, permet de couvrir tous les besoins. Des teintes pastels (2, 3, 4) issues des teintes principales (1) ont été définies pour enrichir la palette et faciliter son utilisation pour des illustrations.

Les teintes 0 sont les ombres des teintes 1. Leur utilisation doit strictement rentrer dans ce cadre pour éviter un rendu trop sombre.

+10% NOIR	A0	B0	C0	D0	E0	F0	G0	H0	I0	J0	K0	L0	M0	N0	O0	P0	Q0	
	A1	B1	C1	D1	E1	F1	G1	H1	I1	J1	K1	L1	M1	N1	O1	P1	Q1	R1
	R 149 C 27 V 139 M 26 B 98 J 73 N 25	R 145 C 42 V 174 M 1 B 79 J 100 N 7	R 22 C 90 V 155 M 0 B 98 J 95 N 0	R 70 C 88 V 105 M 20 B 100 J 52 N 48	R 0 C 92 V 172 M 0 B 140 J 65 N 0	R 87 C 84 V 112 M 63 B 190 J 0 N 0	R 72 C 100 V 77 M 97 B 122 J 0 N 19	R 255 C 0 V 141 M 54 B 126 J 58 N 0	R 208 C 3 V 138 M 52 B 119 J 55 N 5	R 255 C 0 V 194 M 23 B 158 J 40 N 0	R 255 C 0 V 232 M 0 B 0 J 100 N 0	R 253 C 0 V 207 M 8 B 65 J 100 N 0	R 255 C 0 V 153 M 39 B 64 J 98 N 0	R 225 C 0 V 139 M 53 B 99 J 79 N 0	R 255 C 0 V 111 M 66 B 76 J 96 N 0	R 125 C 26 V 78 M 100 B 91 J 37 N 43	R 162 C 7 V 104 M 68 B 89 J 74 N 27	R 0 C 60 V 0 M 60 B 0 J 60 N 100
	Hx #958B62 PMS 7768U	Hx #91AE4F PMS 2301U	Hx #169862 PMS 347U	Hx #466964 PMS 3305U	Hx #00AC8C PMS GreenU	Hx #5770BE PMS 2386U	Hx #484D7A PMS 2758U	Hx #FF8D7E PMS 170U	Hx #D08A77 PMS 7618U	Hx #FFC29E PMS 1555U	Hx #FFE800 PMS YellowU	Hx #FDC4F1 PMS 7404U	Hx #FF9940 PMS 1375U	Hx #E18B63 PMS 7577U	Hx #FF6F4C PMS 1655U	Hx #7D4E5B PMS 7421U	Hx #A26859 PMS 7593U	Hx #000000 PMS Black C
50%	A2	B2	C2	D2	E2	F2	G2	H2	I2	J2	K2	L2	M2	N2	O2	P2	Q2	R2
25%	A3	B3	C3	D3	E3	F3	G3	H3	I3	J3	K3	L3	M3	N3	O3	P3	Q3	R3
10%	A4	B4	C4	D4	E4	F4	G4	H4	I4	J4	K4	L4	M4	N4	O4	P4	Q4	R4

Les règles  
d'usage

Des teintes peuvent se superposer selon les cas.  
 Dans le cas d'une communication basée sur le texte, des teintes claires sont utilisées en fond et des couleurs fortes pour la typographie, favorisant une bonne lisibilité. Un usage de la couleur dans la typographie, dans le cas d'une communication sur fond photo, est possible dans la limite de la lisibilité.

## CAS DU FOND BLANC : LISÉRÉ DE COULEUR

**Lorem ipsum  
dolor sit amet**

**Lorem ipsum  
dolor sit amet**

## DANS LES FONDS

**Lorem ipsum  
dolor sit amet**

**Lorem ipsum  
dolor sit amet**

**Lorem ipsum  
dolor sit amet**

**Lorem ipsum  
dolor sit amet**

## DANS LA TYPOGRAPHIE



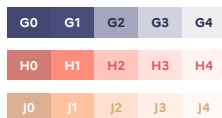
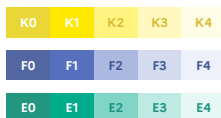
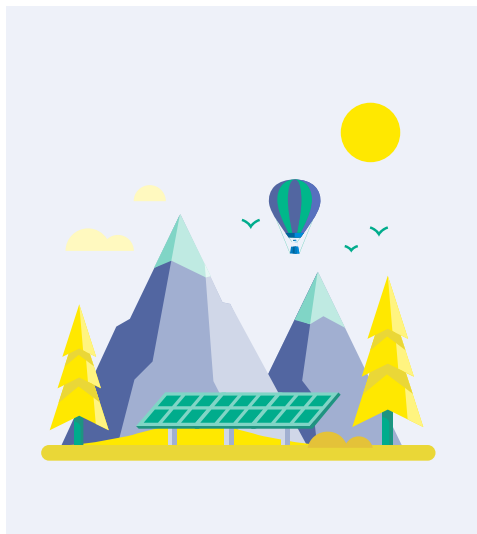
## VII — 3 LES COULEURS

### Les règles d'usage

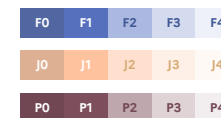
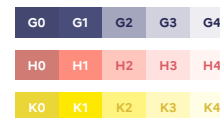
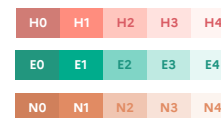
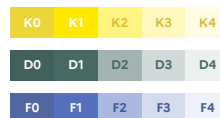
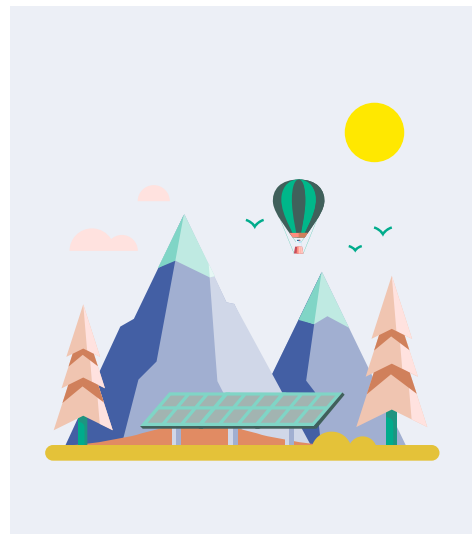
Dans les illustrations, il est important en premier lieu de sélectionner des couleurs harmonieuses. Éviter un nombre de teintes trop important qui compliqueront la conception et la force de l'illustration.

**Les teintes 0 sont les ombres des teintes 1.**  
Leur utilisation doit strictement rentrer dans ce cadre pour éviter un rendu trop sombre.

EXEMPLE : CE QU'IL FAUT FAIRE



EXEMPLE : CE QU'IL NE FAUT PAS FAIRE



# LES APPLICATIONS

<b>I MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT, SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL</b>	<b>51</b>	<b>5 Réseaux sociaux</b>	<b>73</b>	<b>3 Signalétique</b>	<b>99</b>	f. Affiche	120
1 Papeterie et print	52	a. Avatar	73	a. Plaque signalétique pour les délégations interministérielles	99	g. Affiche 4x3	121
a. Papier en-tête	52	b. Visuel de couverture (cover)	74	b. Fond de scène et pupitre	100	h. Flyer et brochure	122
b. Carte de visite	53	c. Post	75	c. Kakémono	102	<b>2 Outils bureautiques</b>	<b>124</b>
c. Carte de correspondance	54	<b>6 Vidéo</b>	<b>77</b>	<b>4 UI Kit</b>	<b>103</b>	a. Signature mail	124
d. Communiqué de presse	55	a. Intro et outro	77	a. Gestion du bloc-marque dans l'en-tête (header)	103	b. Masque traitement de texte	125
e. Affiche	56	b. Filigrane	79	b. Pied de page (footer)	104	c. Masque présentation A4	126
f. Flyer et brochure	57	c. Gestion des sous-titres	80	<b>5 Réseaux sociaux</b>	<b>105</b>	d. Masque présentation 16/9	127
g. Enveloppe	59	d. Gestion des synthés	81	a. Avatar	105	<b>3 Signalétique</b>	<b>128</b>
h. Chemise	60	<b>II INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS BÉNÉFICIAINT D'ACHAT MÉDIA</b>	<b>82</b>	b. Visuel de couverture (cover)	106	a. Principe signalétique	128
<b>2 Outils bureautiques</b>	<b>61</b>	<b>1 Papeterie et print</b>	<b>83</b>	c. Post	107	b. Kakémono	129
a. Signature mail	61	a. Papier en-tête	83	<b>6 Vidéo</b>	<b>109</b>	<b>4 UI Kit</b>	<b>130</b>
b. Masque traitement de texte	62	b. Carte de visite	84	a. Intro et outro	109	a. Gestion du bloc-marque dans l'en-tête (header)	130
c. Masque présentation A4	63	c. Carte de correspondance	85	b. Filigrane	111	b. Pied de page (footer)	131
d. Masque présentation 16/9	65	c. Communiqué de presse	86	c. Gestion des sous-titres	112	<b>5 Réseaux sociaux</b>	<b>132</b>
<b>3 Signalétique</b>	<b>66</b>	e. Annonce presse	87	d. Gestion des synthés	113	a. Visuel de couverture (cover)	132
a. Plaque signalétique	66	f. Affiche	88	<b>III OPÉRATEURS ET ENTITÉS SERVICIELLES</b>	<b>114</b>	b. Post	133
b. Plaque signalétique d'une direction	67	g. Affiche 4x3	89	<b>1 Papeterie et print</b>	<b>115</b>	<b>6 Vidéo</b>	<b>134</b>
c. Fond de scène et pupitre	68	h. Flyer et brochure	90	a. Papier en-tête	115	a. Outro	134
d. Kakémono	70	i. Enveloppe	92	b. Carte de visite	116	b. Filigrane	135
<b>4 UI Kit</b>	<b>71</b>	j. Chemise	93	c. Carte de correspondance	117	c. Gestion des sous-titres	136
a. Gestion du bloc-marque dans l'en-tête (header)	71	<b>2 Outils bureautiques</b>	<b>94</b>	d. Communiqué de presse	118	d. Gestion des synthés	137
b. Pied de page (footer)	72	a. Signature mail	94	e. Annonce presse	119		
		b. Masque traitement de texte	95				
		c. Masque présentation A4	96				
		d. Masque présentation 16/9	98				

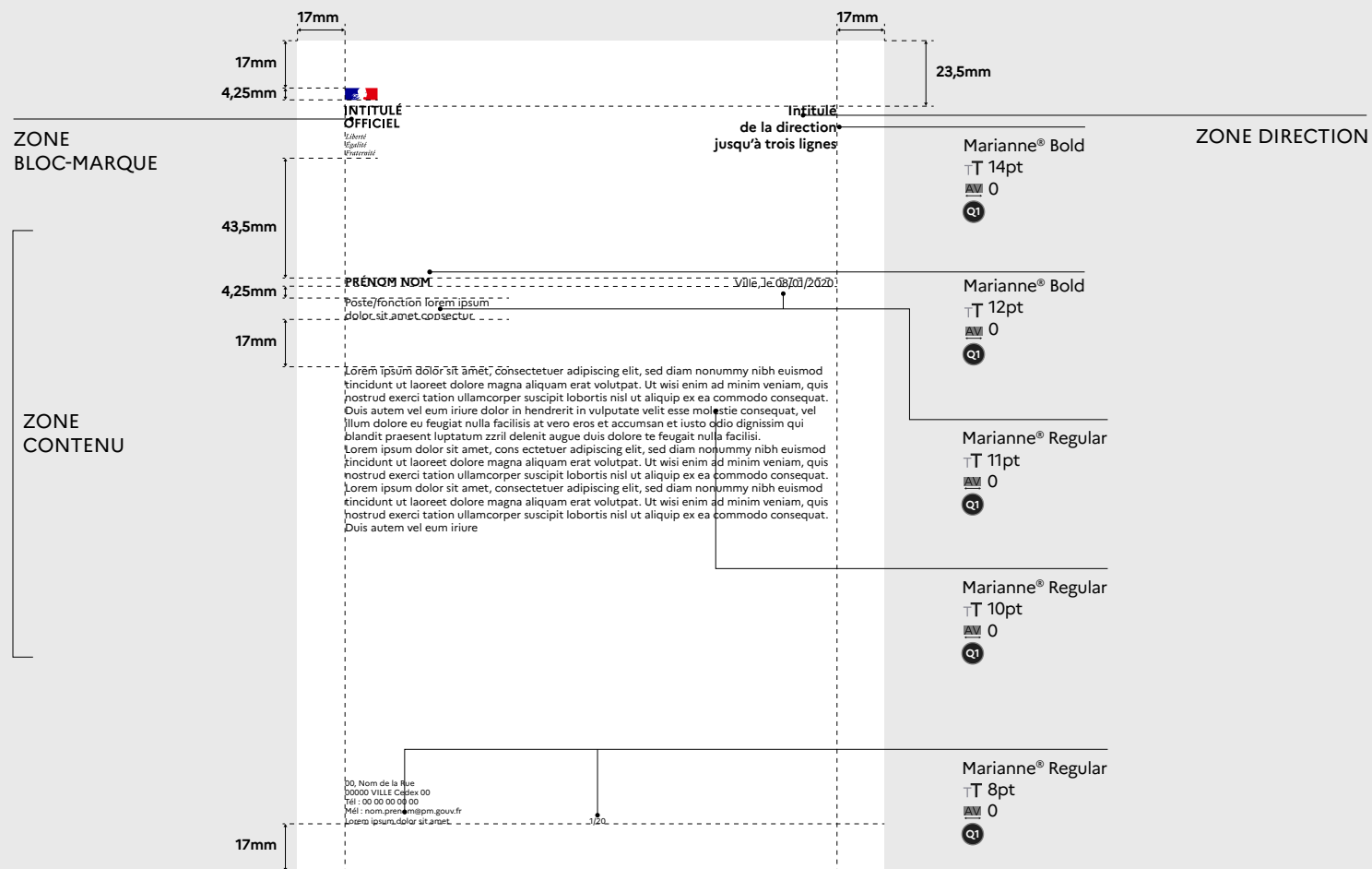
# MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT, SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL

LONGUEUR : 210mm

HAUTEUR : 297mm

## Papeterie et print

### a. Papier en-tête



**MINISTÈRES, SecrÉTARIATS D'ÉTAT,  
SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL**

Papeterie et print

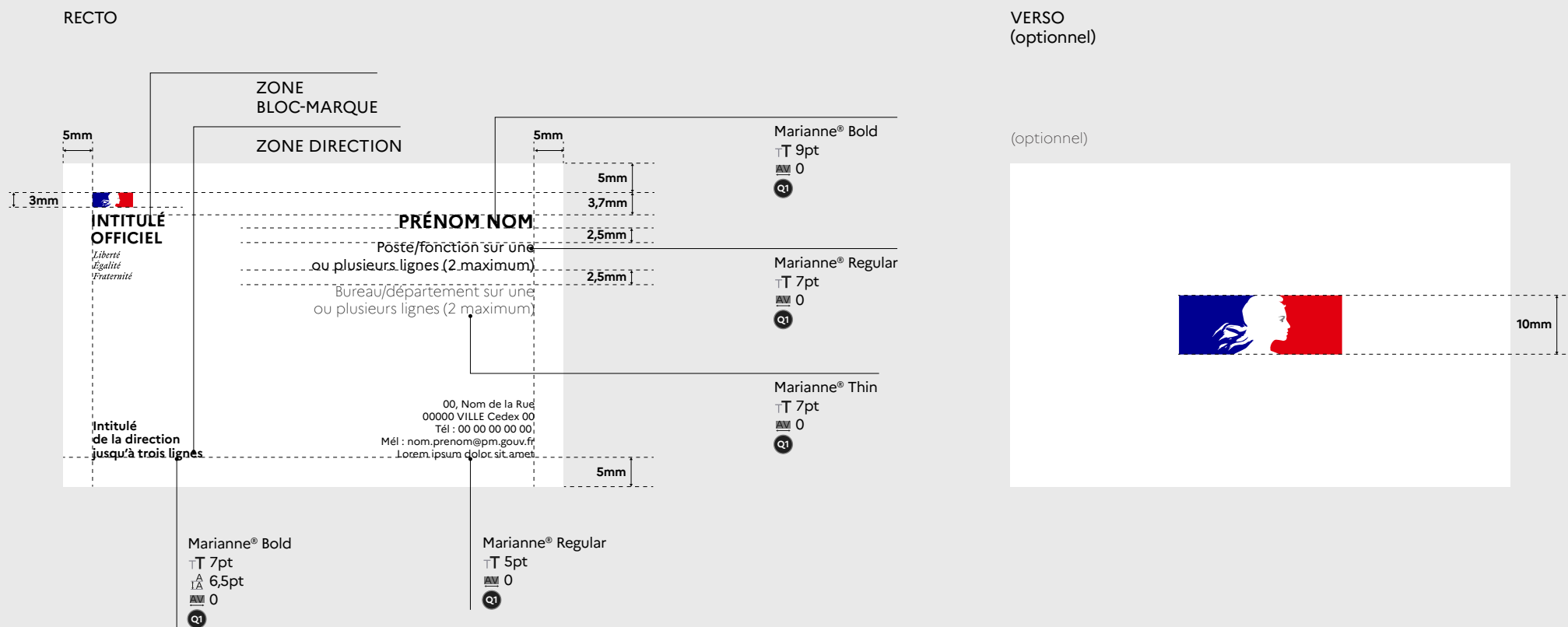
LONGUEUR : 85mm

HAUTEUR : 55mm

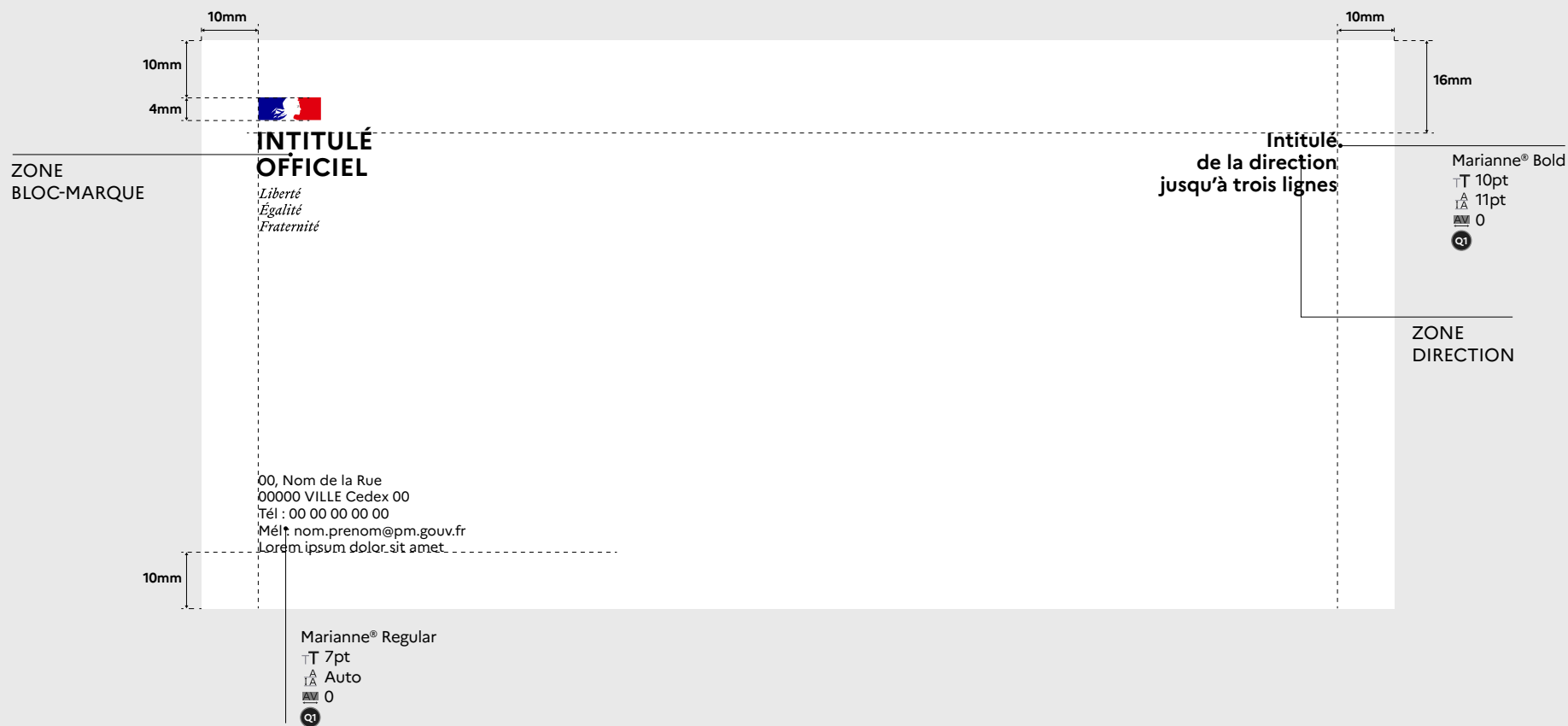
**b. Carte de visite**

Des membres du Gouvernement à l'ensemble des agents de l'État, une carte de visite commune est mise au service de l'identité collective des serviteurs de l'État.

Fonctionnelle, sobre et modulable, elle correspond à tous les usages.



c. Carte de correspondance



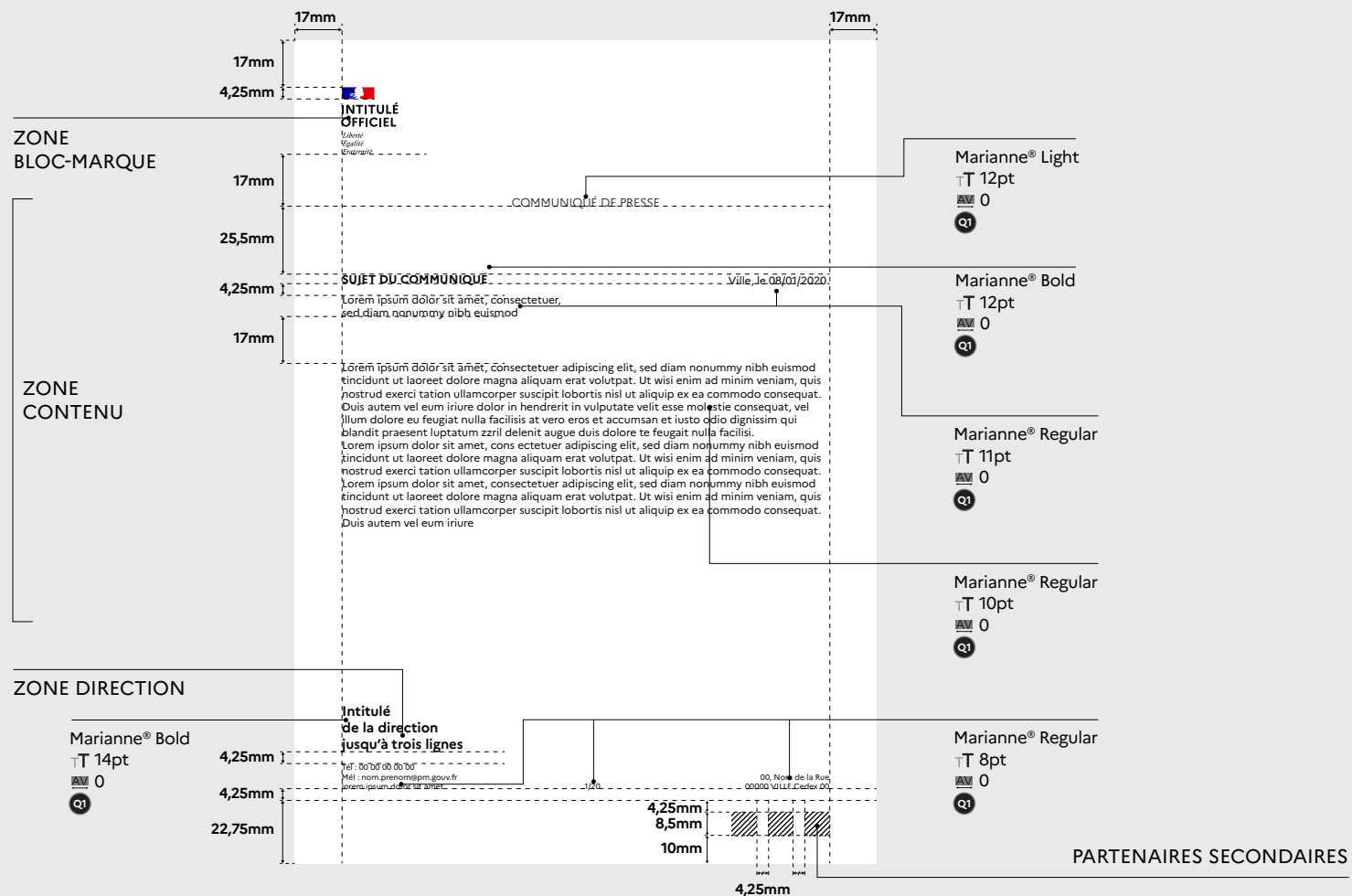
# MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT, SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL

LONGUEUR : 210mm

HAUTEUR : 297mm

Papeterie et print

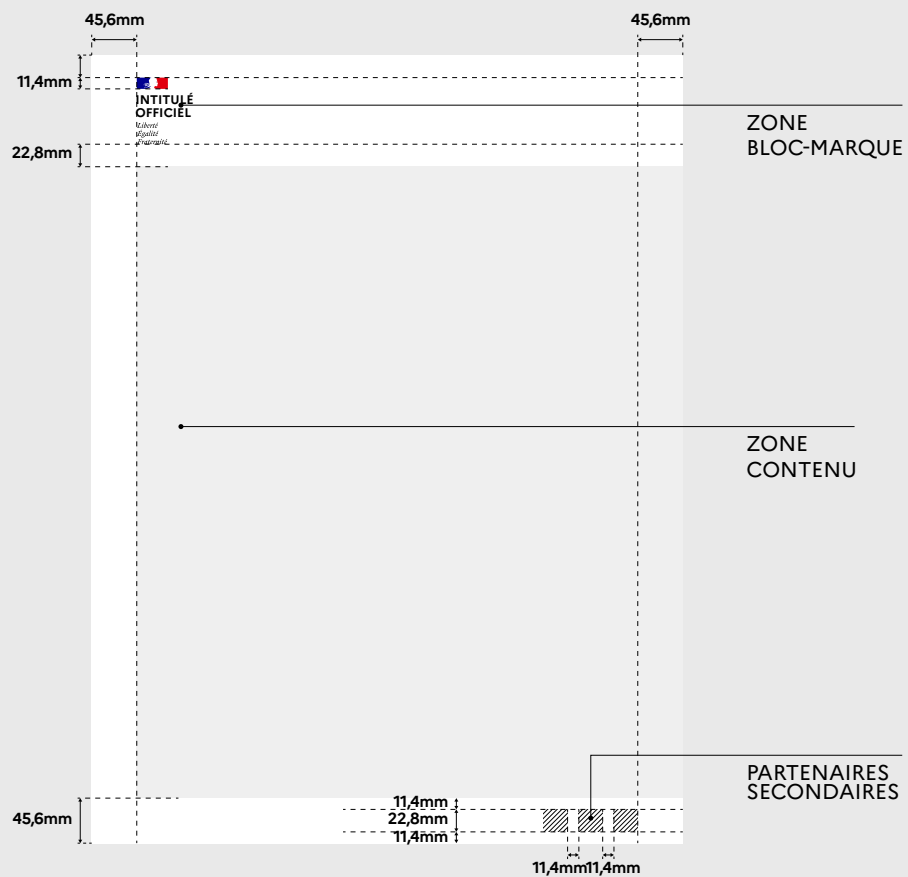
## d. Communiqué de presse



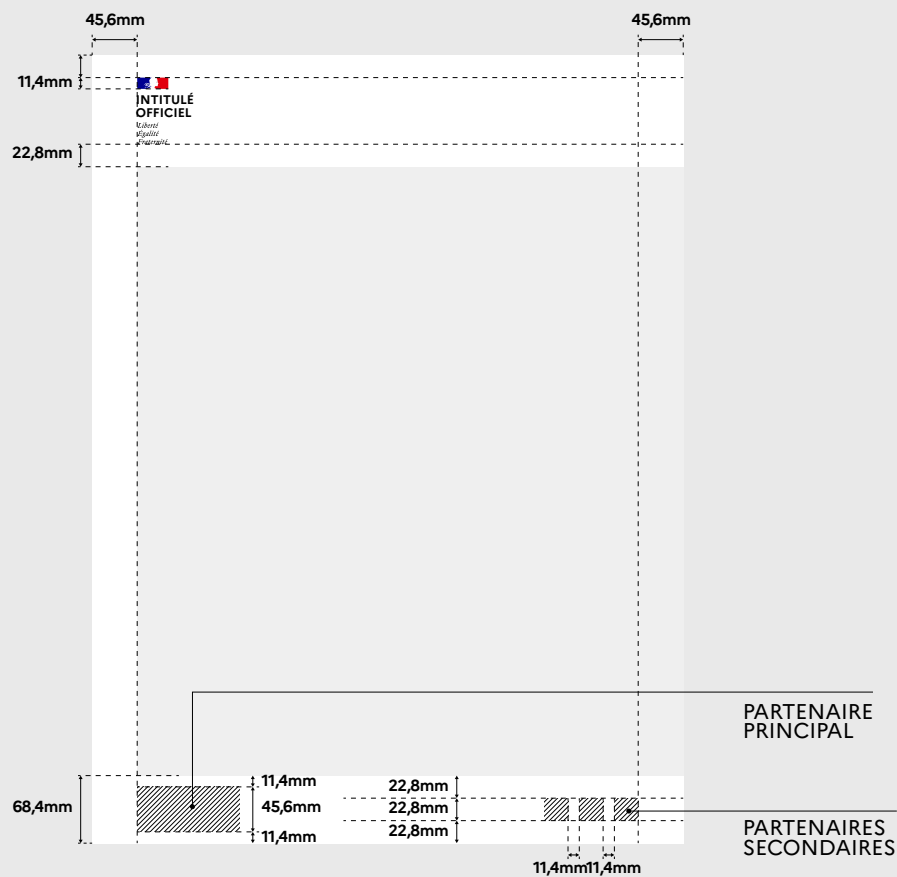
e. Affiche

cf. FONDAMENTAUX p.36-37

CAS AVEC PARTENAIRES SECONDAIRES



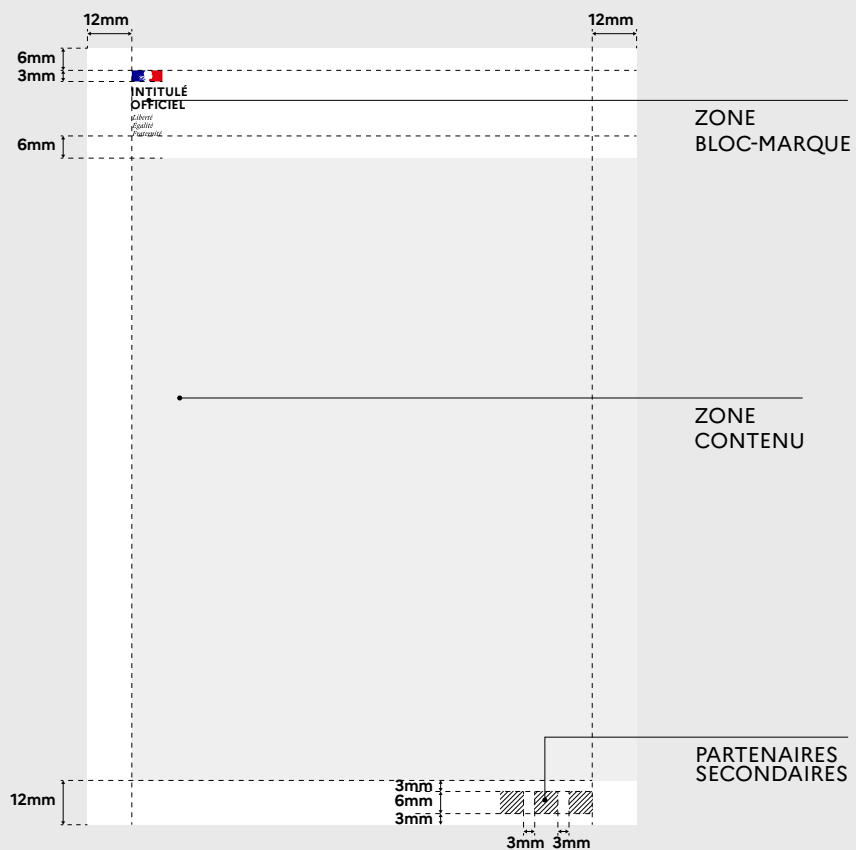
CAS AVEC PARTENAIRE PRINCIPAL + PARTENAIRES SECONDAIRES



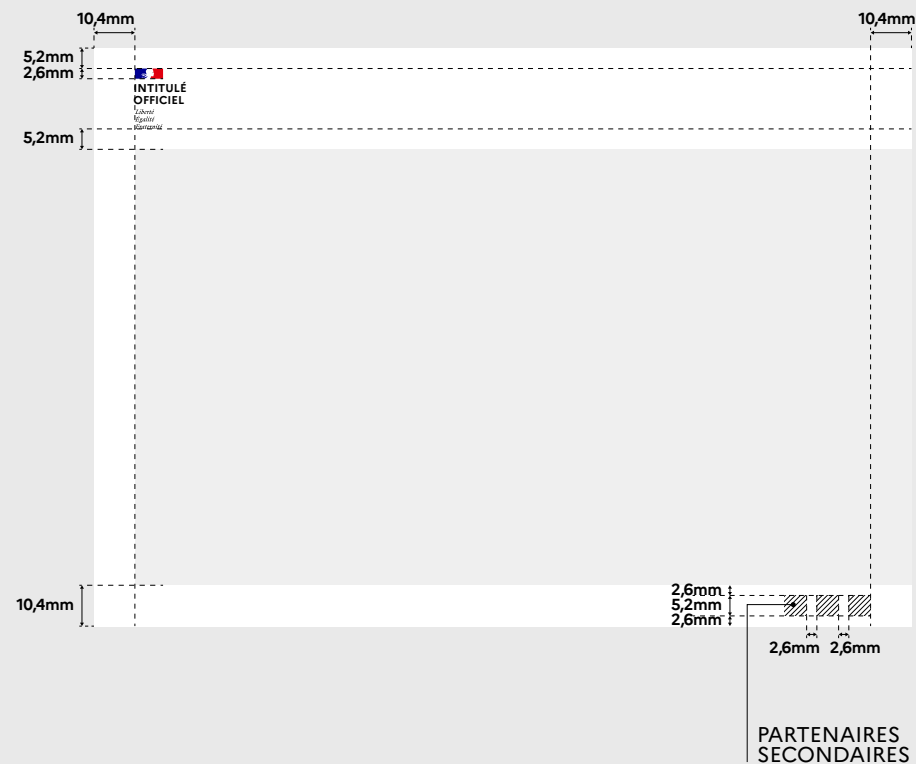
f. Flyer et brochure

cf. FONDAMENTAUX p.36-37

CAS AVEC PARTENAIRES SECONDAIRES  
FORMAT VERTICAL



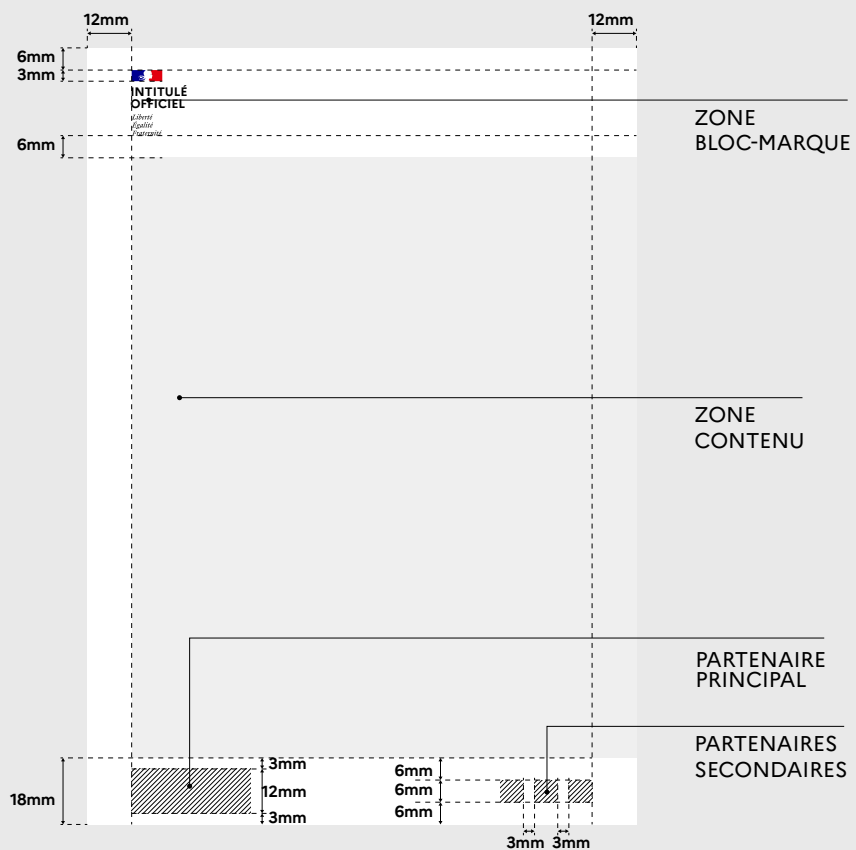
FORMAT HORIZONTAL



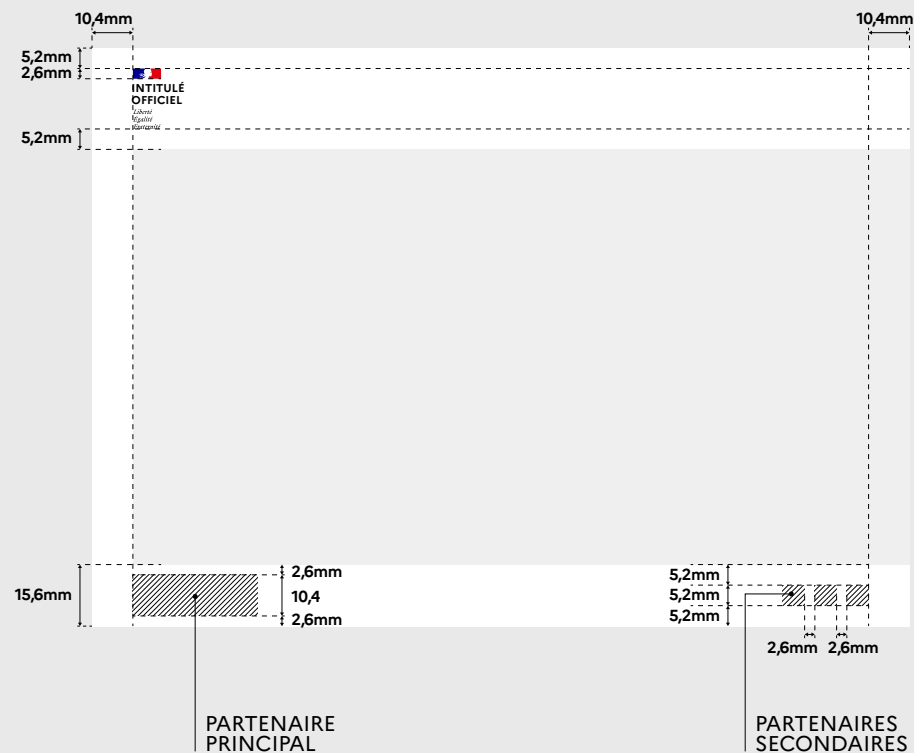
f. Flyer et brochure

cf. FONDAMENTAUX p.36-37

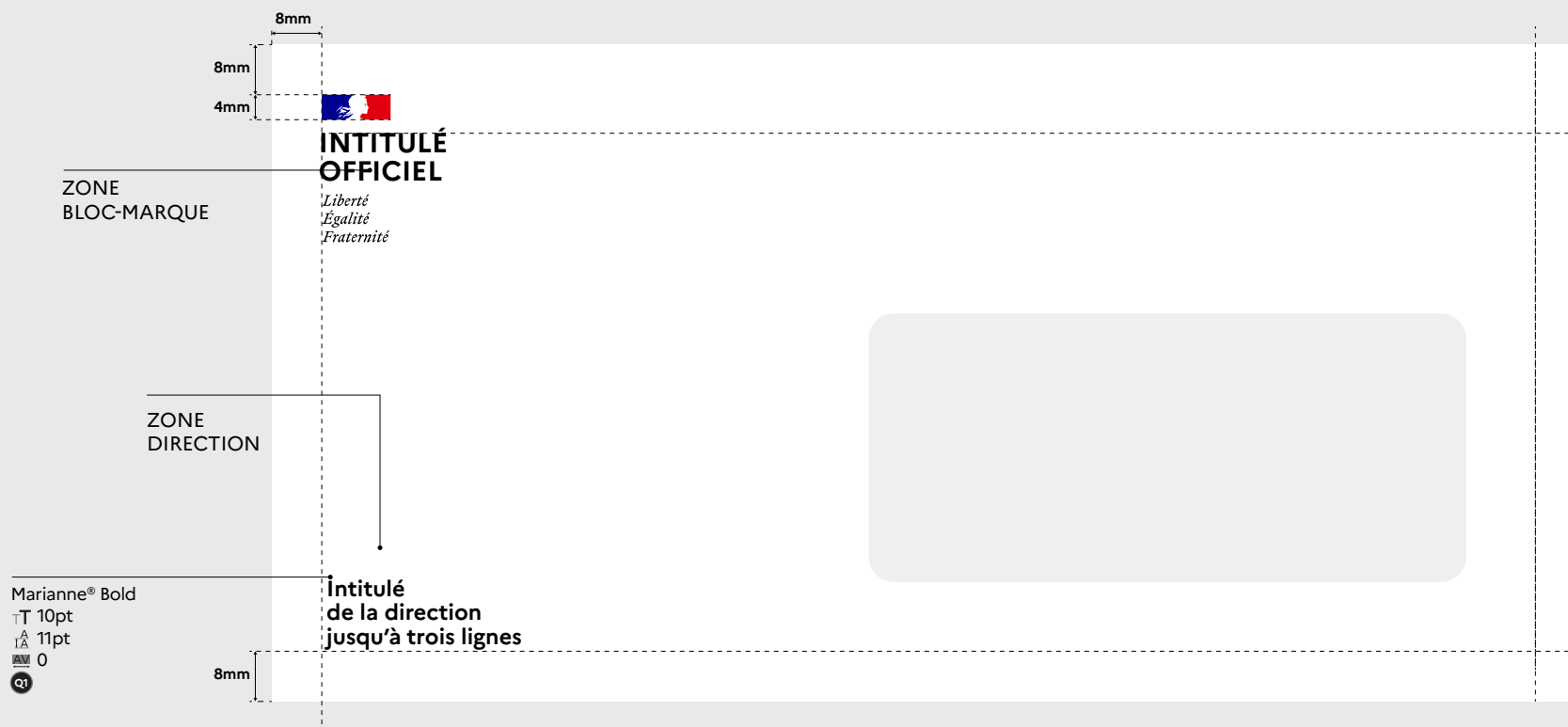
CAS AVEC PARTENAIRE PRINCIPAL + PARTENAIRES SECONDAIRES  
FORMAT VERTICAL



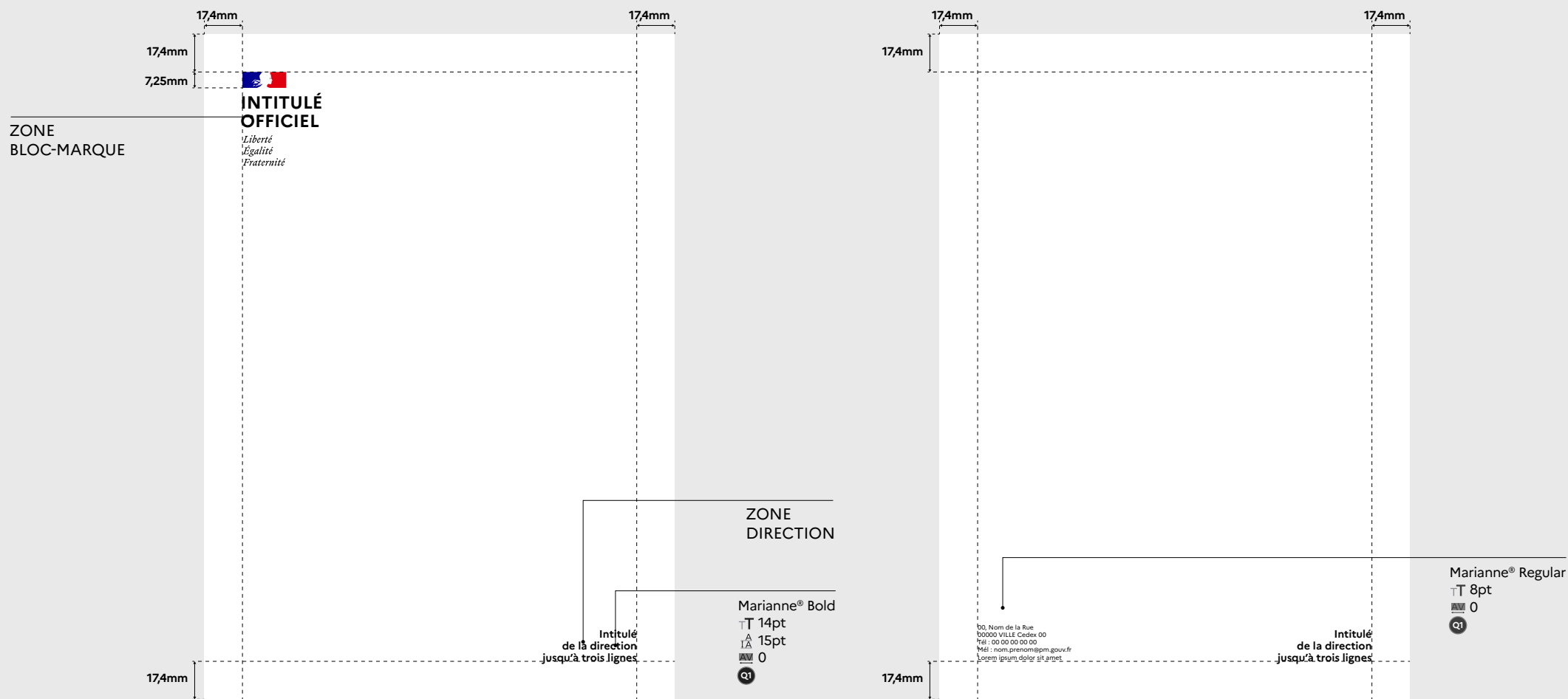
FORMAT HORIZONTAL



g. Enveloppe



h. Chemise



**MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT,  
SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL**

**Outils bureautiques**

**a. Signature mail**

L'harmonisation de l'ensemble des signatures mail permet une meilleure identification des agents de l'État entre eux et avec leurs partenaires.

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.  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam.

Très cordialement.

10px  
 30px 5px  
 20px

**INTITULE OFFICIEL**  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

Intitulé de la direction jusqu'à trois lignes

**PRÉNOM NOM**  
 Poste/fonction sur une ou plusieurs lignes (2 maximum)  
 Bureau/département sur une ou plusieurs lignes (2 maximum)

00, Nom de la Rue, 00000 VILLE Cedex 00  
 Tél : 00 00 00 00 00  
**www.intituleofficiel.gouv.fr**

Marianne® Bold  
 T 7pt  
 A 7pt  
 0  
 Q1

Arial® Bold  
 T 9pt  
 A 0  
 Q1

Arial® Bold  
 T 8pt  
 A 0  
 Q1

Arial® Regular  
 T 8pt  
 A 0  
 Q1

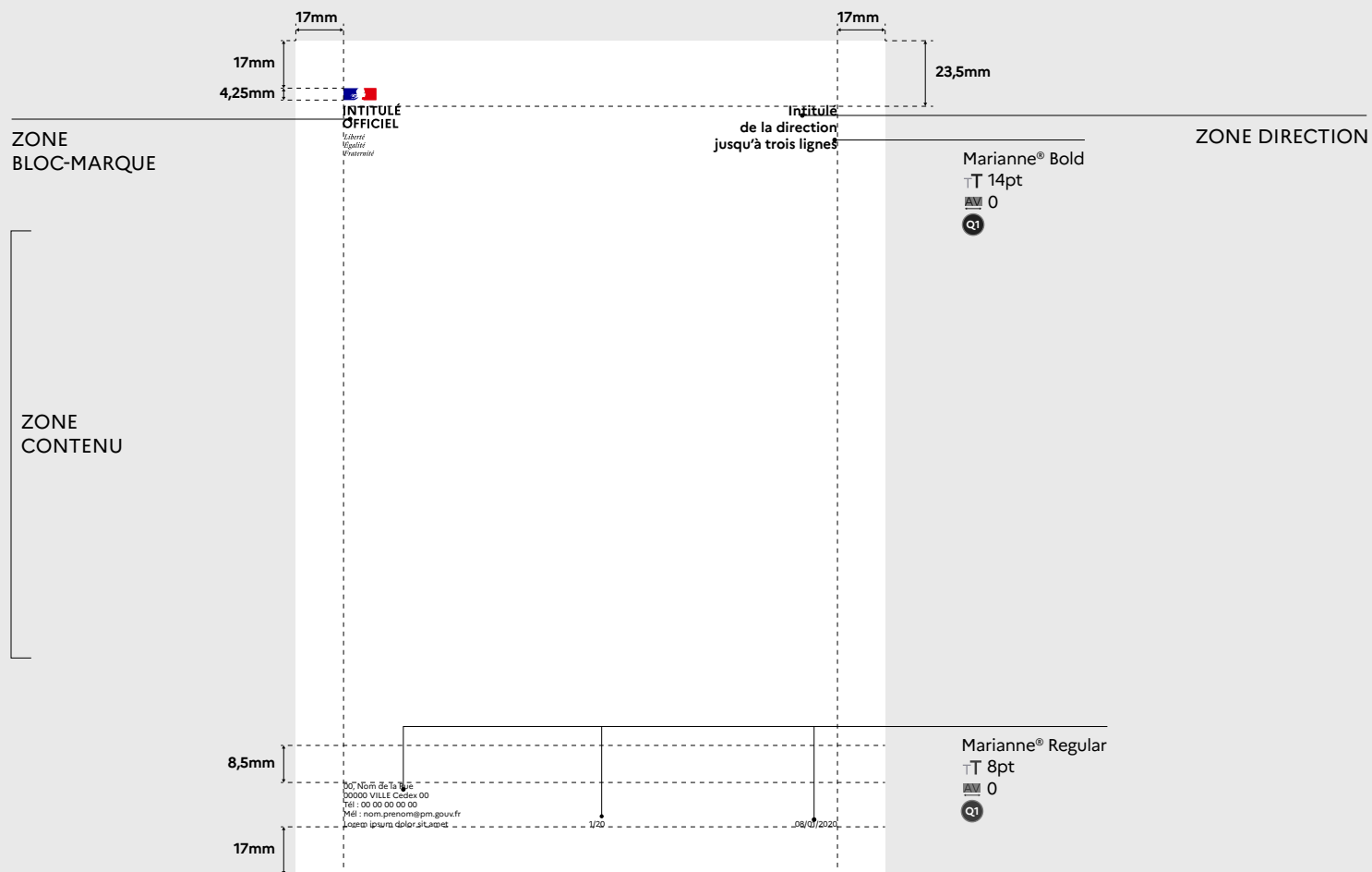
# MINISTÈRES, SecrÉTARIATS D'ÉTAT, SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL

LONGUEUR : 210mm

HAUTEUR : 297mm

Outils bureautiques

## b. Masque traitement de texte

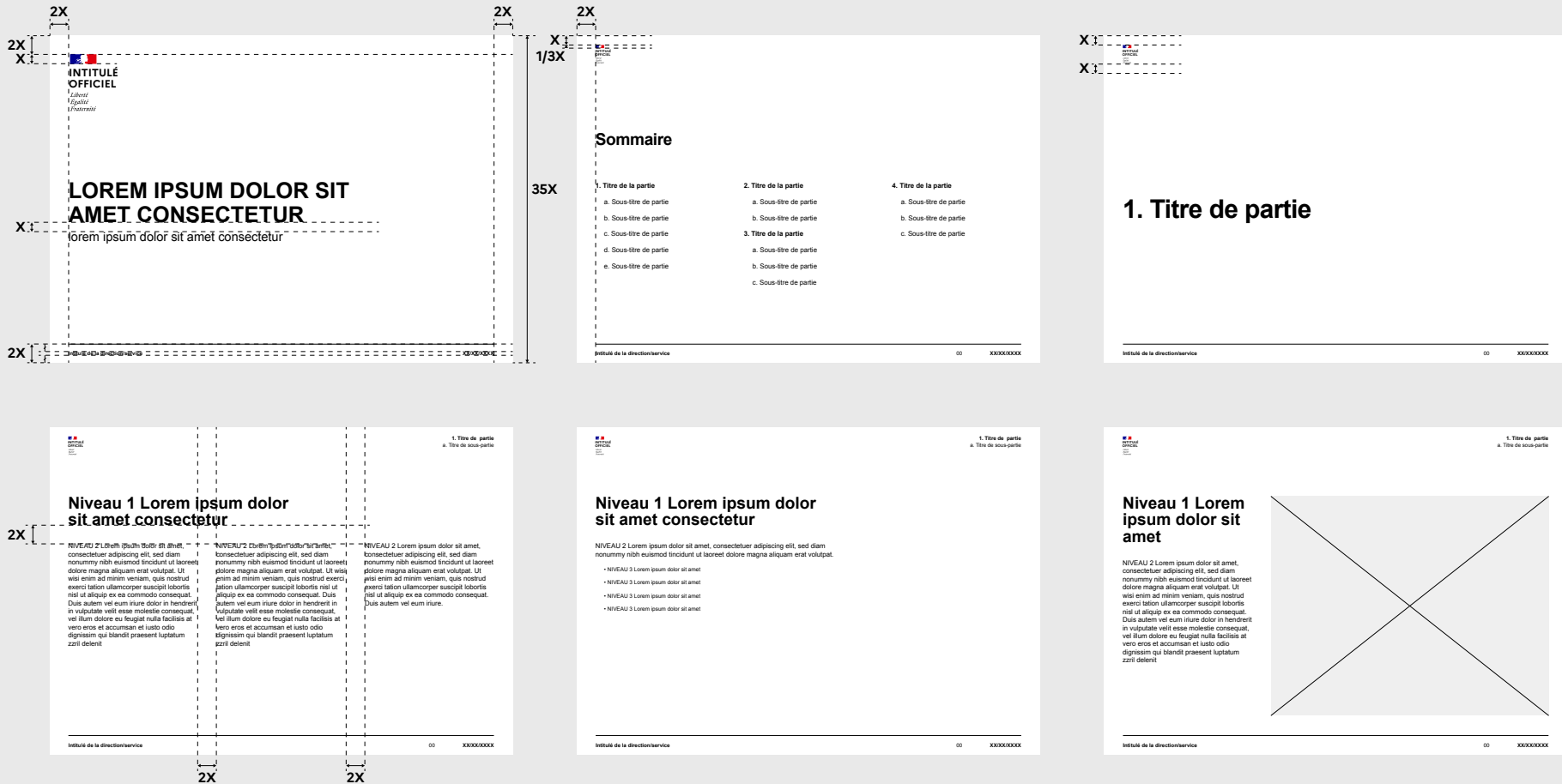


c. Masque présentation A4 (éco)

L'harmonisation des supports de présentation à vocation interne et externe permet une meilleure compréhension des contenus en raison d'une structuration partagée par tous les agents de l'État.

Ce modèle est dit « éco » car il n'autorise que de rares zones d'expression couleur.

L'utilisation de ces masques est conseillée, mais à adapter en fonction des besoins.



# MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT, SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL

## Outils bureautiques

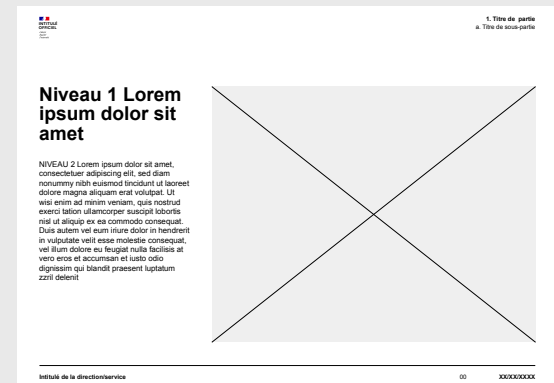
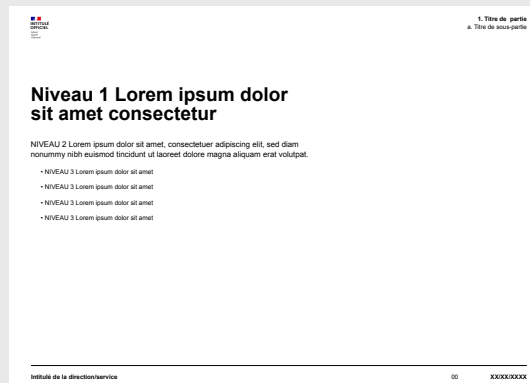
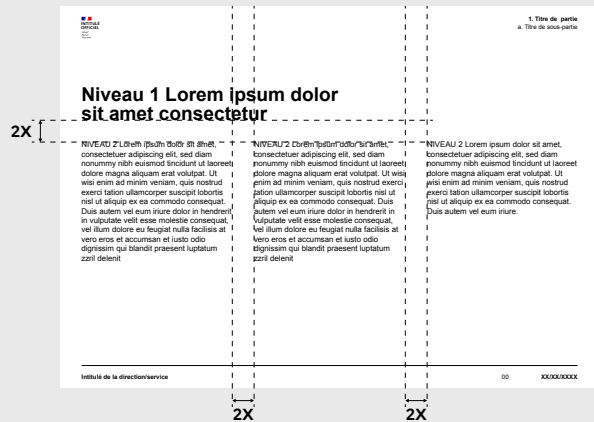
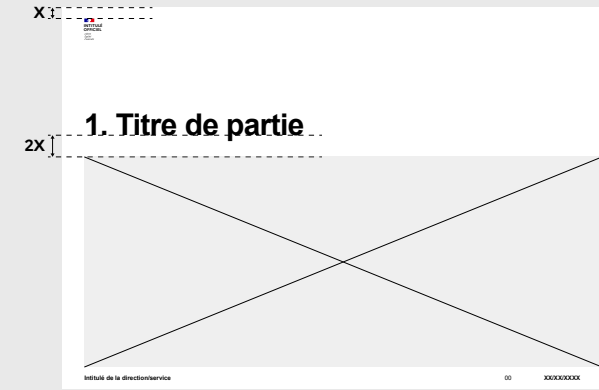
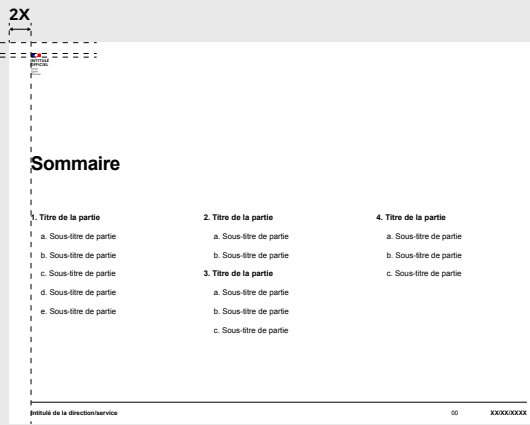
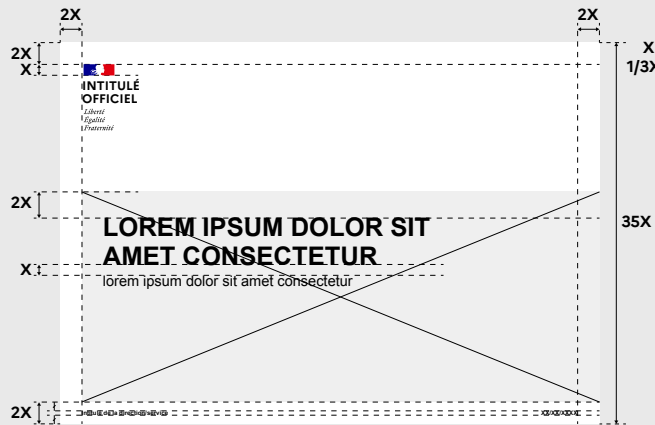
### c. Masque présentation A4 (classique)

L'harmonisation des supports de présentation à vocation interne et externe permet une meilleure compréhension des contenus en raison d'une structuration partagée par tous les agents de l'État.

LONGUEUR : 297mm

HAUTEUR : 210mm

L'utilisation de ces masques est conseillée, mais à adapter en fonction des besoins.



# MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT, SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL

## Outils bureautiques

### d. Masque présentation 16/9 (spécial écrans)

L'harmonisation des supports de présentation à vocation interne et externe permet une meilleure compréhension des contenus en raison d'une structuration partagée par tous les agents de l'État.

L'utilisation de ces masques est conseillée, mais à adapter en fonction des besoins.



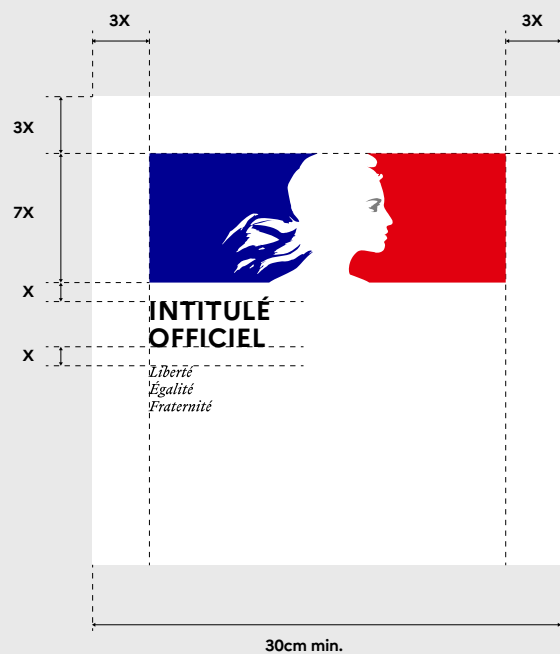
**MINISTÈRES, SecrÉTARIATS D'ÉTAT,  
SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL**

**Signalétique**

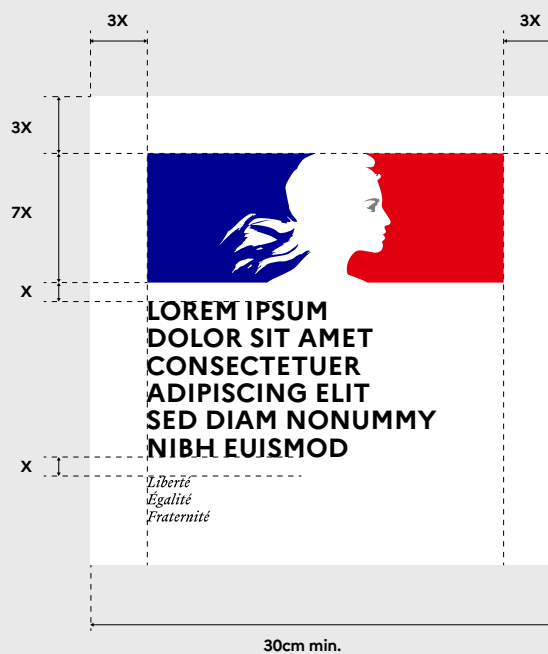
**a. Plaque signalétique**

L'utilisation de ces formats est conseillée,  
mais à adapter en fonction des contraintes  
des plaques existantes.

VERSION CARRÉE – INTITULÉ OFFICIEL COURT



VERSION CARRÉE – INTITULÉ OFFICIEL LONG



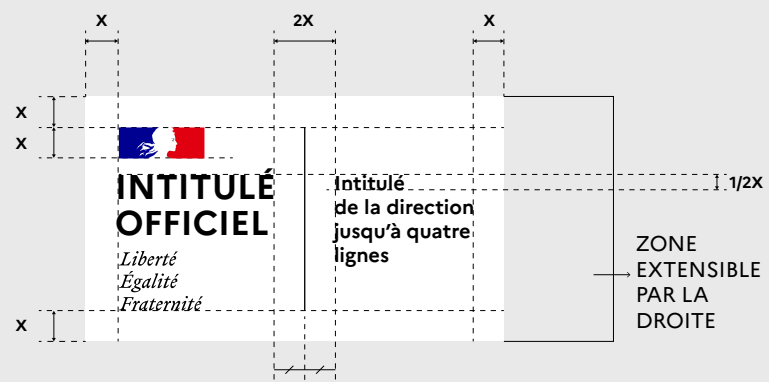
## MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT, SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL

### Signalétique

#### b. Plaque signalétique d'une direction

L'utilisation de ces formats est conseillée,  
mais à adapter en fonction des contraintes  
des plaques existantes.

VERSION HORIZONTALE



VERSION VERTICALE



**MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT,  
SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL**

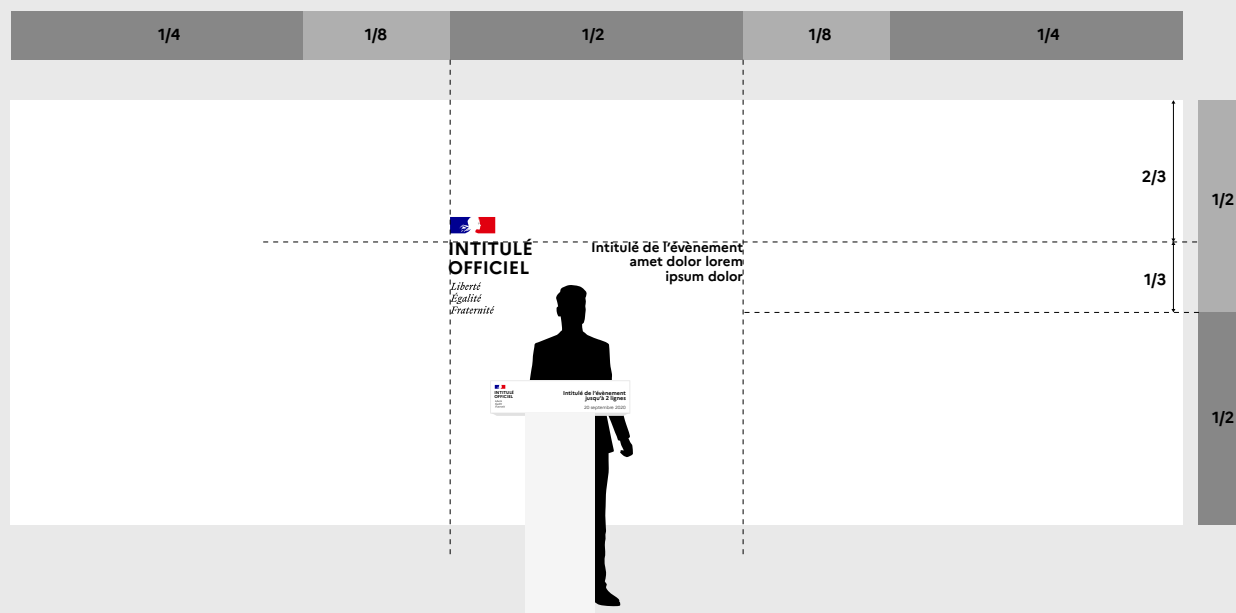
**Signalétique**

**c. Fond de scène/pupitre**

L'utilisation de cette mise en situation de fond de scène et pupitre est proposée, mais elle est à adapter en fonction des besoins.

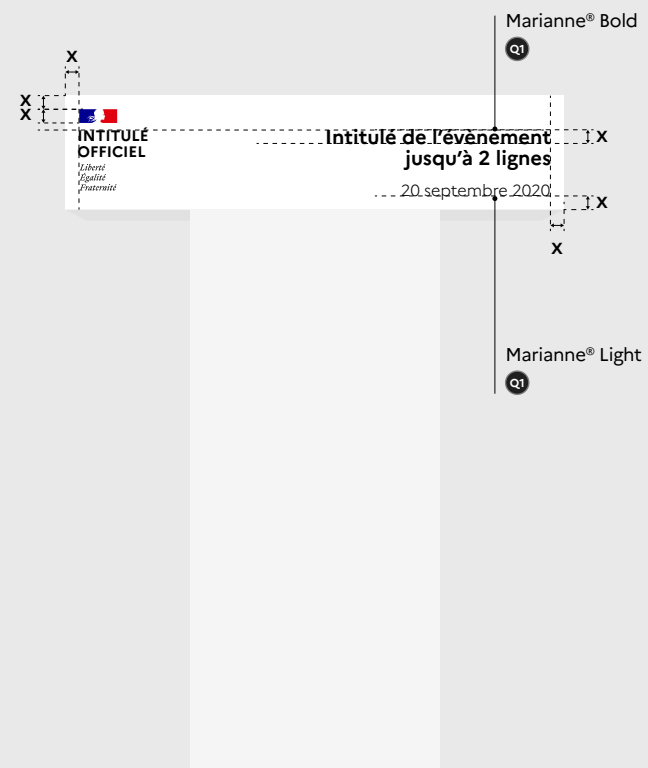
FOND DE SCÈNE – OPTION 1

Utilisation du bloc-marque accompagné de l'intitulé de l'évènement.



PUPITRE – OPTION 1

Utilisation du bloc-marque accompagné de l'intitulé de l'évènement.



**MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT,  
SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL**

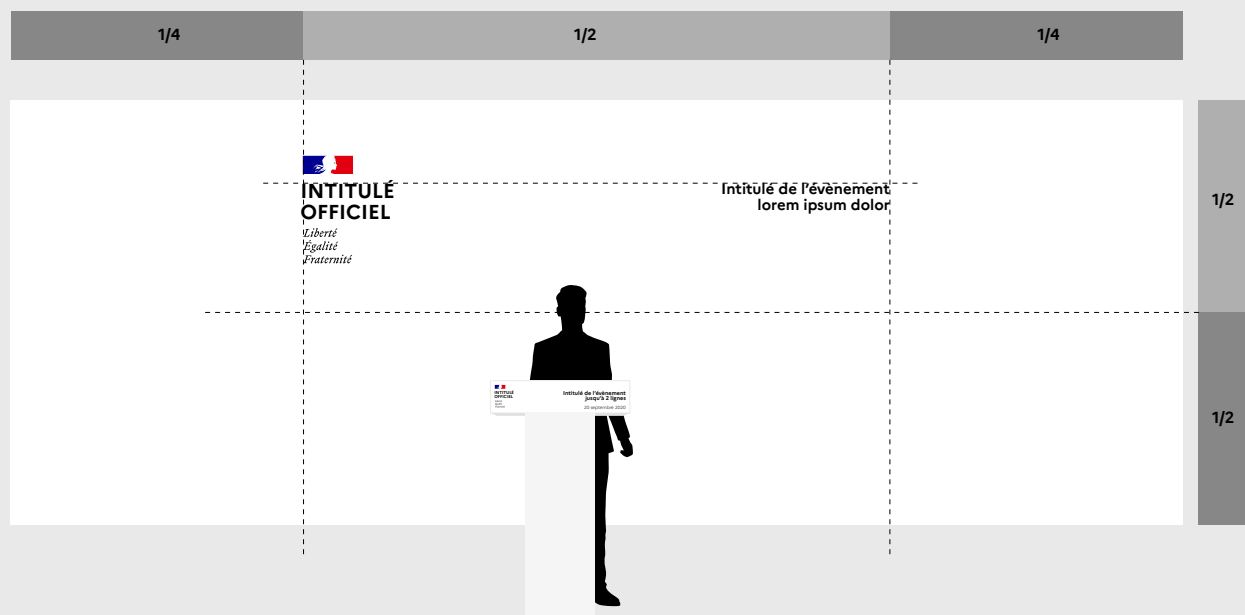
**Signalétique**

**c. Fond de scène/pupitre**

L'utilisation de cette mise en situation de fond de scène et pupitre est proposée, mais elle est à adapter en fonction des besoins.

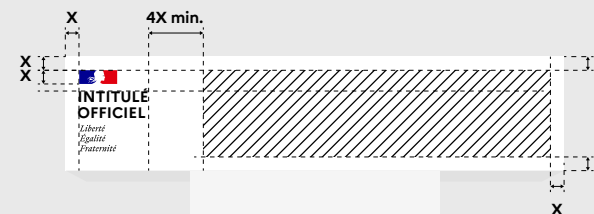
FOND DE SCÈNE – OPTION 2

Utilisation du bloc-marque accompagné de l'intitulé de l'évènement.



PUPITRE – OPTION 2

Utilisation du bloc-marque accompagné d'une zone d'expression.

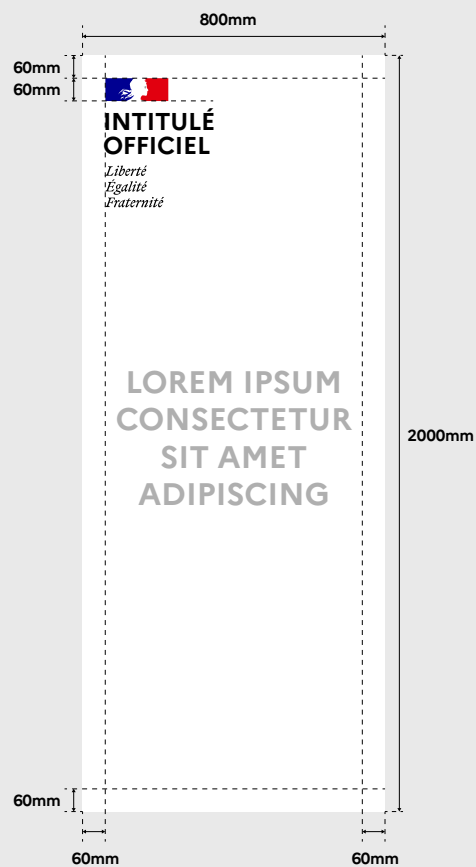


MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT,  
SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL

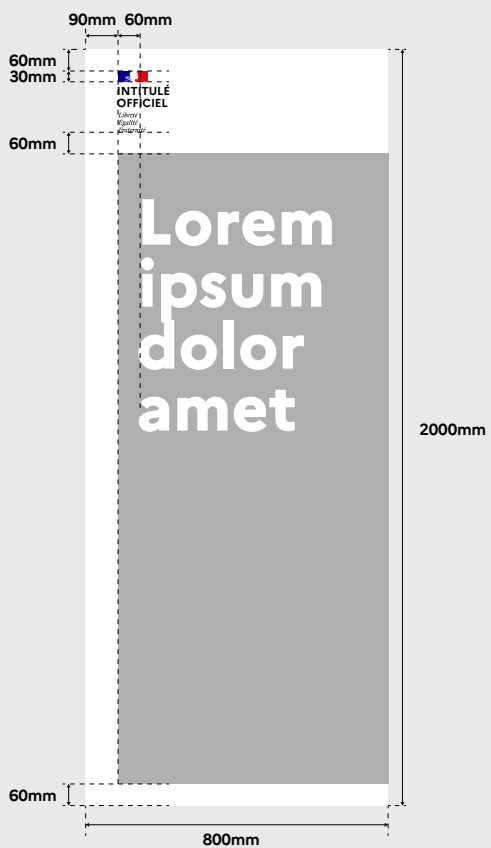
Signalétique

d. Kakémono

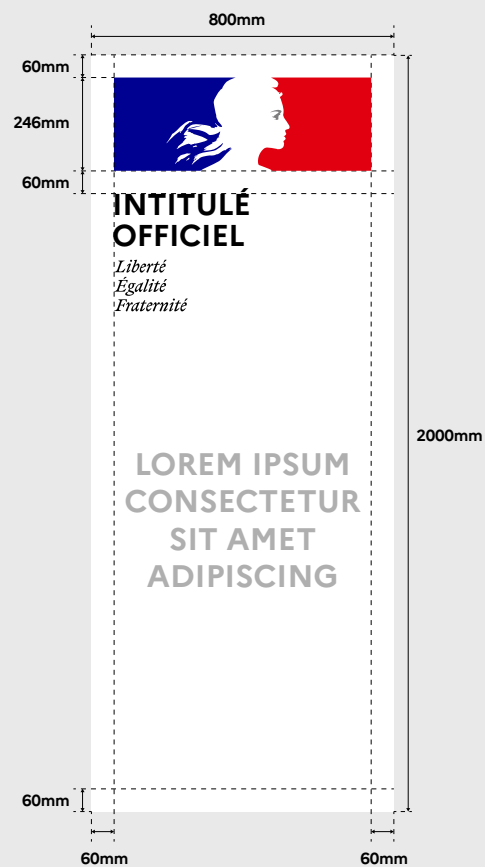
OPTION 1



OPTION 2



OPTION 3



## MINISTÈRES, SecrÉTARIATS D'ÉTAT, SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL

### UI Kit

#### a. Gestion du bloc-marque dans l'en-tête (header)

Les éléments normalisés de l'en-tête sont :

- le bloc-marque,
- le nom du site quand celui-ci porte sur une thématique plus précise ou plus large que le périmètre émetteur.

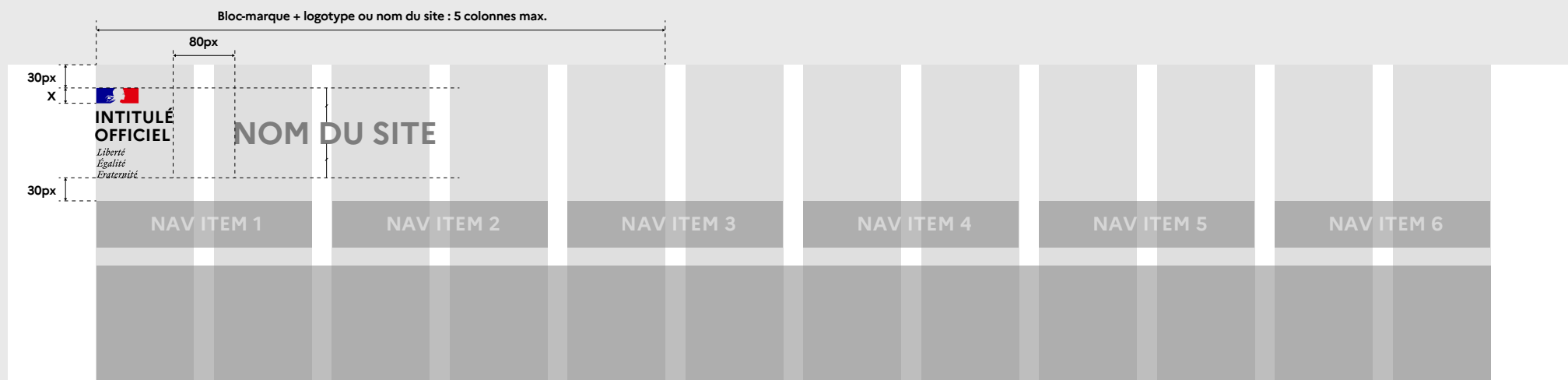
L'ensemble de ces deux éléments ne doit pas dépasser 5 colonnes.

- un arrière-plan de couleur blanche.

(La navigation n'est pas normée, elle est présentée ici à titre indicatif.)

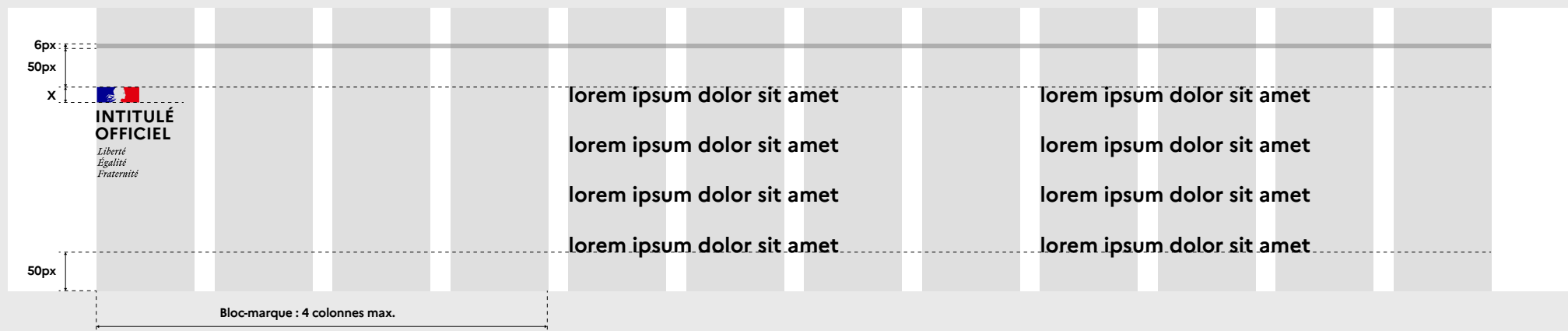
X = 20PX

NAVIGATION DESKTOP



**MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT,  
SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL**  
UI Kit

**b. Pied de page (footer)**  
(optionnel)



**MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT,  
SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL****Réseaux sociaux****a. Avatar**

La mise en place d'un avatar unique capitalisant sur la Marianne vient asseoir une harmonisation forte de la sphère ministérielle sur les réseaux sociaux. Cet avatar est unique et non modifiable.

VERSION RONDE

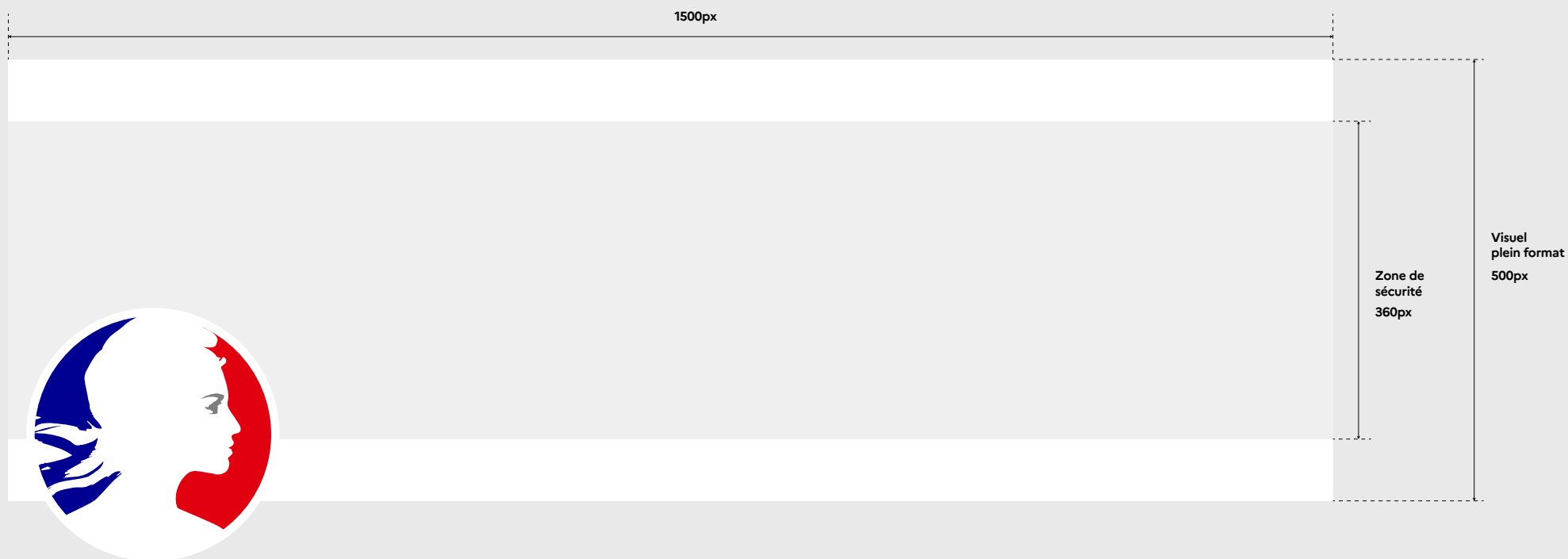


VERSION CARRÉE



**MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT,  
SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL****Réseaux sociaux****b. Visuel de couverture (cover)**

Le visuel choisi pour la couverture doit figurer dans la zone de sécurité afin d'assurer la meilleure lisibilité. Seront privilégiés les visuels qui représentent l'administration.



**MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT,  
SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL**

**Réseaux sociaux**

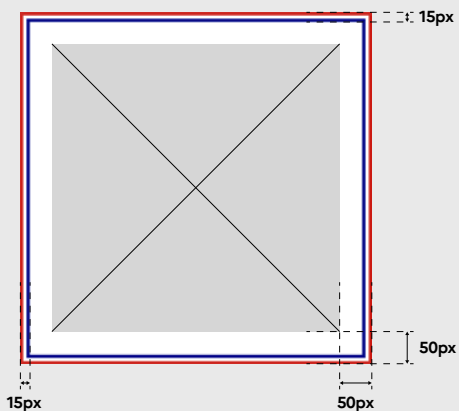
**c. Post**

Ces gabarits norment les créations de supports destinés aux réseaux sociaux.

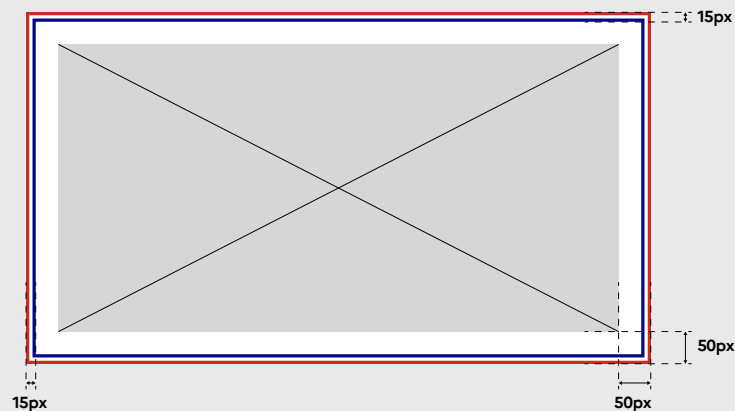
Ce format reprend un liseré bleu, blanc, rouge, qui a pour vocation de souligner l'action gouvernementale.

La création de pied de page dans les posts est proscrite. Il est nécessaire de s'en tenir aux versions de cette charte.

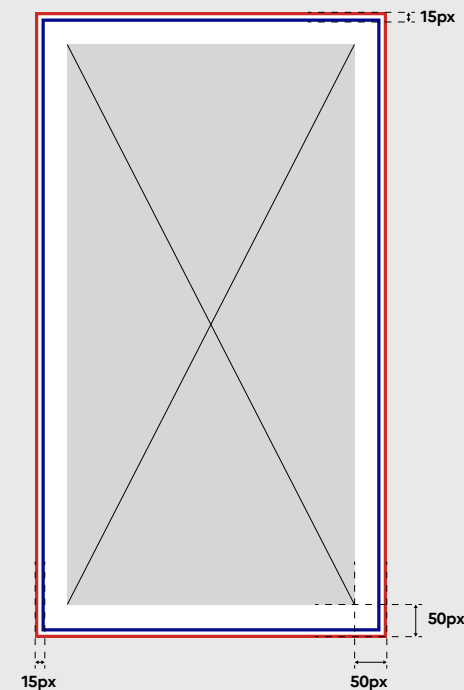
INSTAGRAM (540x540px)



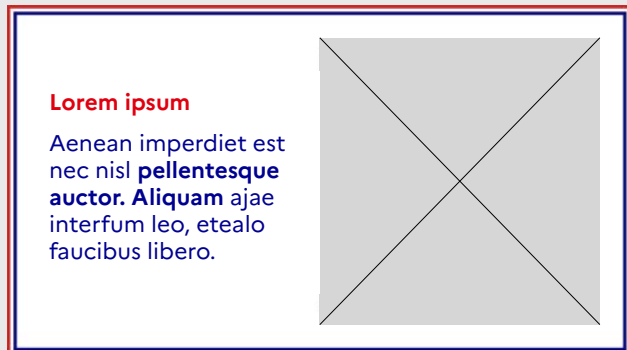
TWITTER (960x540px) 16/9



9/16



TWITTER - CAS AVEC PHOTO



TWITTER - CAS AVEC CITATION



# MINISTÈRES, SecrÉTARIATS D'ÉTAT, SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL

## Réseaux sociaux

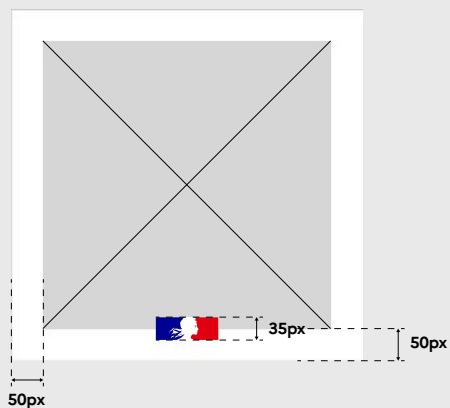
### c. Post

Ces gabarits norment les créations de supports destinés aux réseaux sociaux.

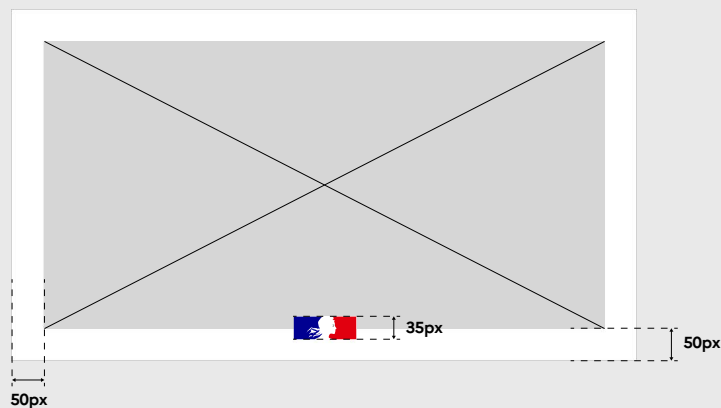
Ce format, qui reprend le principe du cadre commun, a pour vocation d'identifier et unifier l'action de l'État.

La création de pied de page dans les posts est proscrite. Il est nécessaire de s'en tenir aux versions de cette charte.

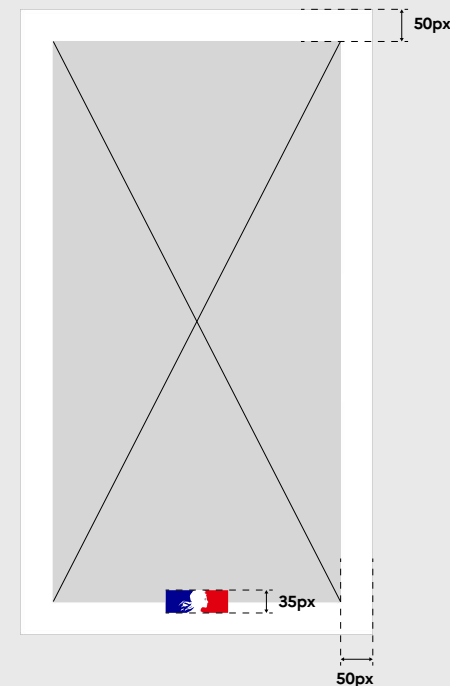
INSTAGRAM (540x540px)



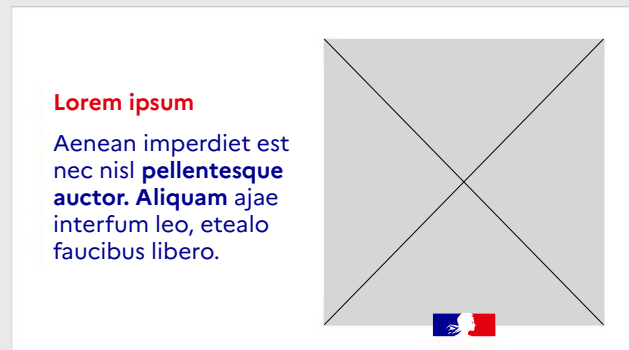
TWITTER (960x540px) 16/9



9/16



TWITTER - CAS AVEC PHOTO



TWITTER - CAS AVEC CITATION



## MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT, SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL

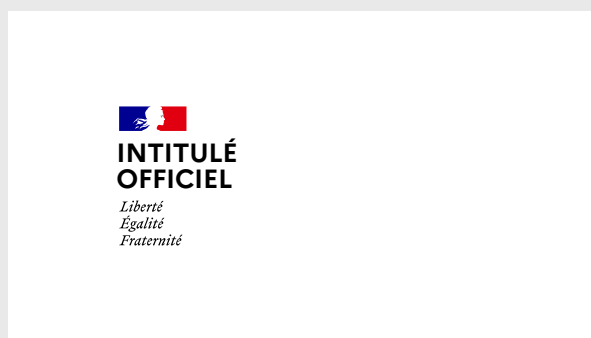
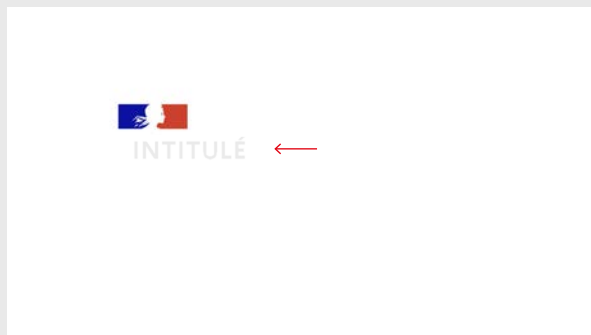
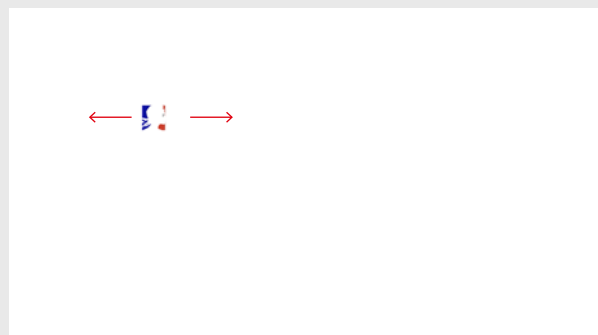
### Vidéo

#### a. Intro et outro

Pour les supports vidéos, il est prévu une animation du bloc-marque pour permettre de bien identifier l'émetteur.

Cette animation est à utiliser systématiquement en outro et en intro quand cela est pertinent (par exemple pour des vidéos de type film institutionnel).

VERSION COURTE : 4 secondes



**MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT,  
SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL**

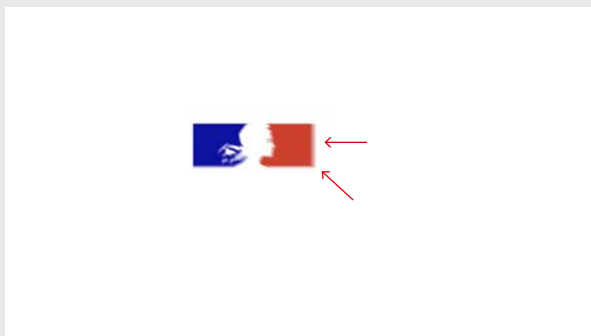
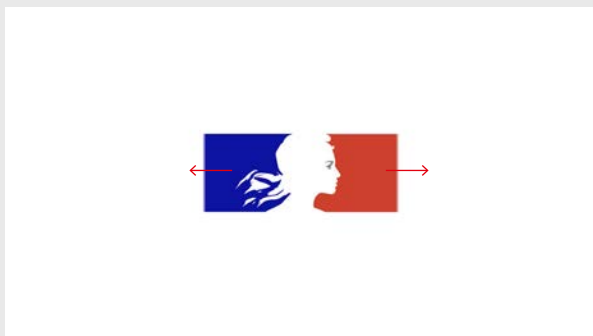
**Vidéo**

**a. Intro et outro**

Pour les supports vidéos, il est prévu une animation du bloc-marque pour permettre de bien identifier l'émetteur.

Cette animation est à utiliser systématiquement en outro et en intro quand cela est pertinent (par exemple pour des vidéos de type film institutionnel).

VERSION LONGUE : 6 secondes



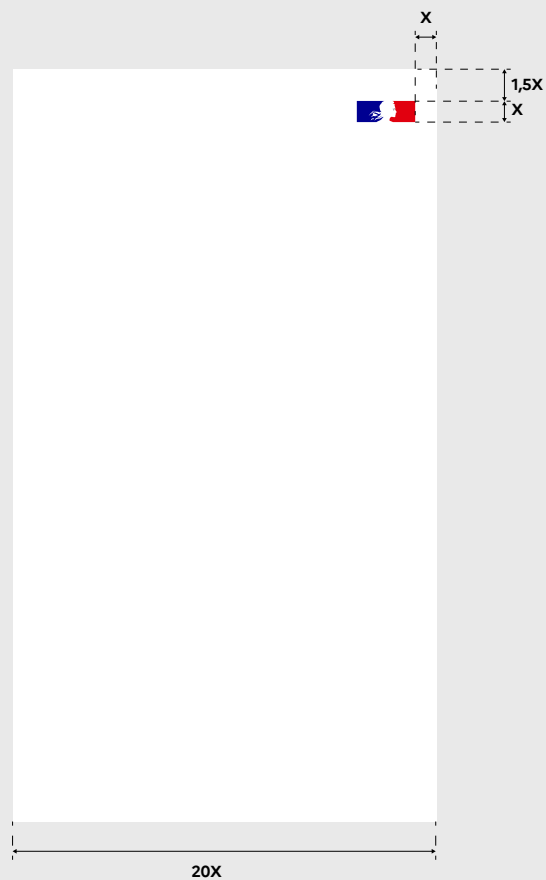
**MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT,  
SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL****Vidéo****b. Filigrane**

À l'image de ce qui est mis en place pour les posts, un filigrane vient s'apposer sur les vidéos, afin de faire ressortir leur caractère officiel.

HORIZONTAL 16/9



VERTICAL 9/16



c. Gestion des sous-titres

Pour toutes les vidéos utilisant des sous-titres, il est recommandé d'utiliser la typographie propriétaire Marianne®.

GESTION SUR FOND FONCÉ

3,5X      Zone de sous-titrage max. 13,5X      3,5X

2 lignes max. 3X

2X

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy

Marianne® Bold  
 T 76pt  
 A Auto  
 0

GESTION SUR FOND CLAIR

3,5X      Zone de sous-titrage max. 13,5X      3,5X

0,5X      0,5X

2 lignes max. 3X  
 0,5X  
 1,5X

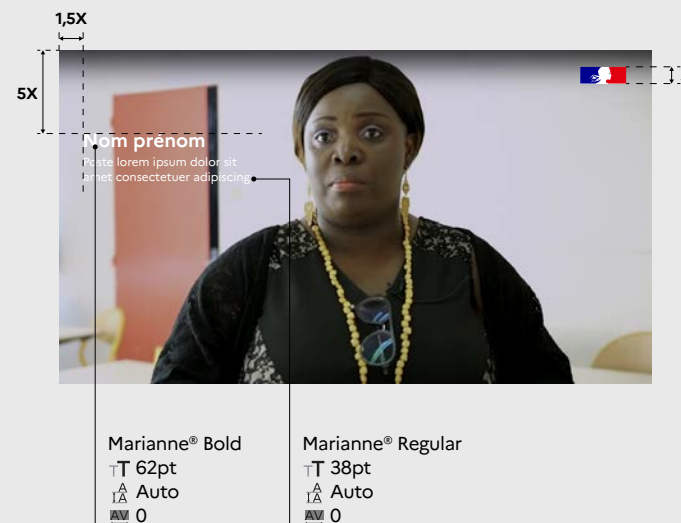
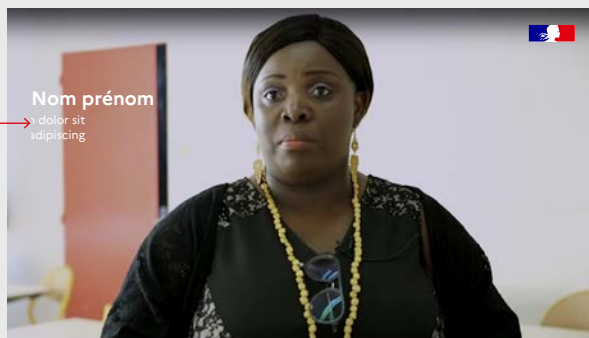
RESTAURATION  
 SANTÉ  
 COMPTABILITÉ  
 INDUSTRIE

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy

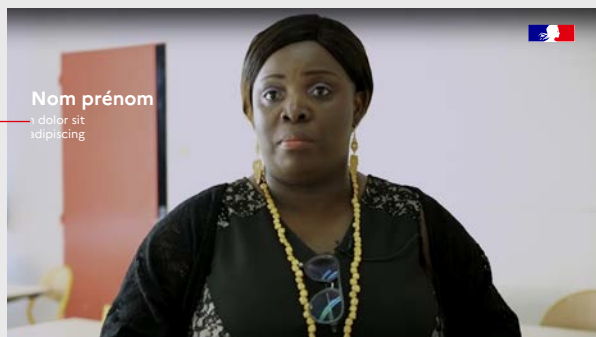
d. Gestion des synthésés

Pour toutes les vidéos, pour les synthésés, il est recommandé d'utiliser la typographie propriétaire Marianne®.

APPARITION



DISPARITION

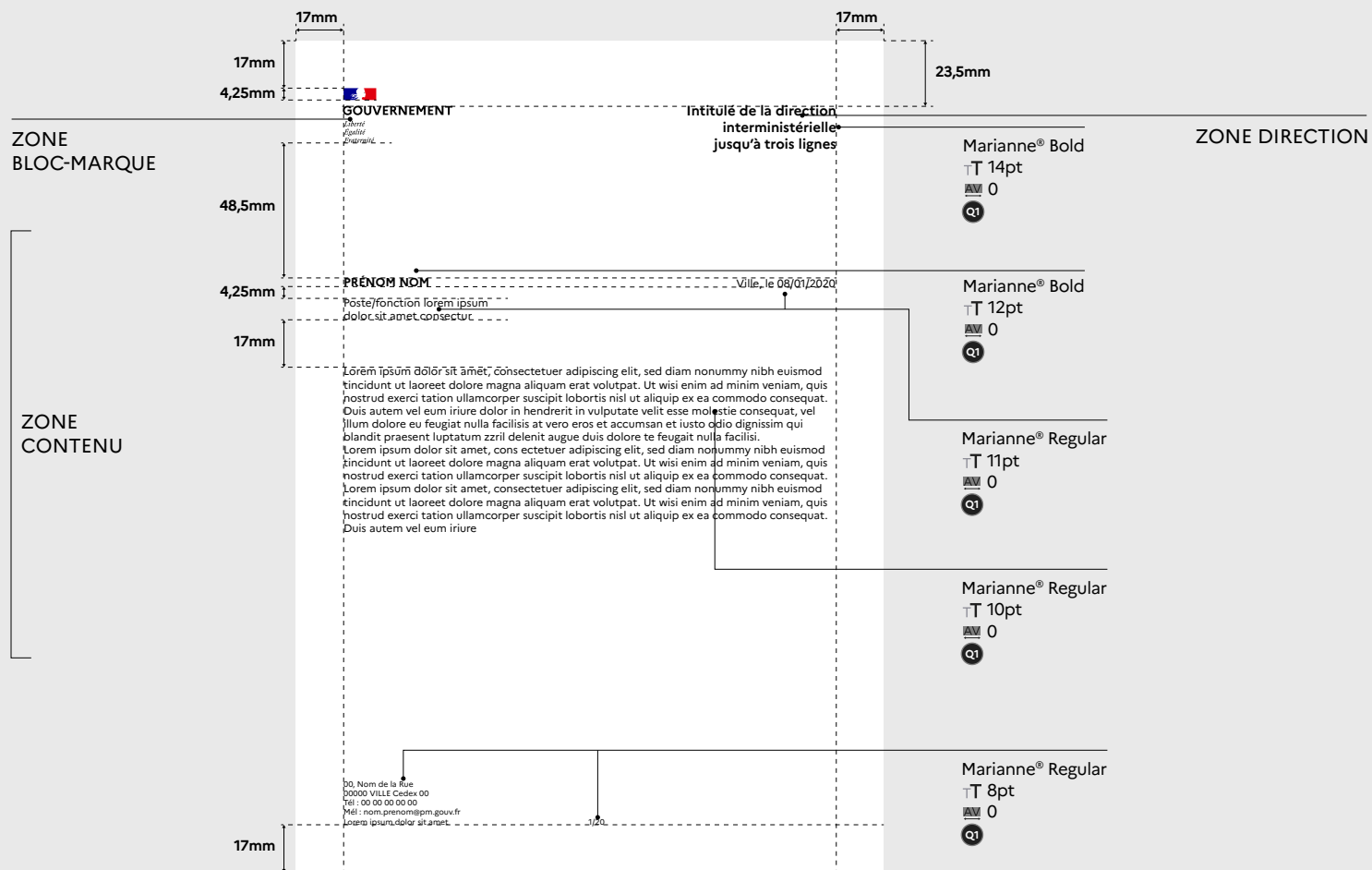


<b>I MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT, SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL</b>	<b>51</b>	<b>5 Réseaux sociaux</b>	<b>73</b>	<b>3 Signalétique</b>	<b>99</b>	f. Affiche	120
1 Papeterie et print	52	a. Avatar	73	a. Plaque signalétique pour les délégations interministérielles	99	g. Affiche 4x3	121
a. Papier en-tête	52	b. Visuel de couverture (cover)	74	b. Fond de scène et pupitre	100	h. Flyer et brochure	122
b. Carte de visite	53	c. Post	75	c. Kakémono	102	<b>2 Outils bureautiques</b>	<b>124</b>
c. Carte de correspondance	54	<b>6 Vidéo</b>	<b>77</b>	<b>4 UI Kit</b>	<b>103</b>	a. Signature mail	124
d. Communiqué de presse	55	a. Intro et outro	77	a. Gestion du bloc-marque dans l'en-tête (header)	103	b. Masque traitement de texte	125
e. Affiche	56	b. Filigrane	79	b. Pied de page (footer)	104	c. Masque présentation A4	126
f. Flyer et brochure	57	c. Gestion des sous-titres	80	<b>5 Réseaux sociaux</b>	<b>105</b>	d. Masque présentation 16/9	127
g. Enveloppe	59	d. Gestion des synthés	81	a. Avatar	105	<b>3 Signalétique</b>	<b>128</b>
h. Chemise	60	<b>II INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS BÉNÉFICIAINT D'ACHAT MÉDIA</b>	<b>82</b>	b. Visuel de couverture (cover)	106	a. Principe signalétique	128
<b>2 Outils bureautiques</b>	<b>61</b>	<b>1 Papeterie et print</b>	<b>83</b>	c. Post	107	b. Kakémono	129
a. Signature mail	61	a. Papier en-tête	83	<b>6 Vidéo</b>	<b>109</b>	<b>4 UI Kit</b>	<b>130</b>
b. Masque traitement de texte	62	b. Carte de visite	84	a. Intro et outro	109	a. Gestion du bloc-marque dans l'en-tête (header)	130
c. Masque présentation A4	63	c. Carte de correspondance	85	b. Filigrane	111	b. Pied de page (footer)	131
d. Masque présentation 16/9	65	c. Communiqué de presse	86	c. Gestion des sous-titres	112	<b>5 Réseaux sociaux</b>	<b>132</b>
<b>3 Signalétique</b>	<b>66</b>	e. Annonce presse	87	d. Gestion des synthés	113	a. Visuel de couverture (cover)	132
a. Plaque signalétique	66	f. Affiche	88	<b>III OPÉRATEURS ET ENTITÉS SERVICIELLES</b>	<b>114</b>	b. Post	133
b. Plaque signalétique d'une direction	67	g. Affiche 4x3	89	<b>1 Papeterie et print</b>	<b>115</b>	<b>6 Vidéo</b>	<b>134</b>
c. Fond de scène et pupitre	68	h. Flyer et brochure	90	a. Papier en-tête	115	a. Outro	134
d. Kakémono	70	i. Enveloppe	92	b. Carte de visite	116	b. Filigrane	135
<b>4 UI Kit</b>	<b>71</b>	j. Chemise	93	c. Carte de correspondance	117	c. Gestion des sous-titres	136
a. Gestion du bloc-marque dans l'en-tête (header)	71	<b>2 Outils bureautiques</b>	<b>94</b>	d. Communiqué de presse	118	d. Gestion des synthés	137
b. Pied de page (footer)	72	a. Signature mail	94	e. Annonce presse	119		
		b. Masque traitement de texte	95				
		c. Masque présentation A4	96				
		d. Masque présentation 16/9	98				

# INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS BÉNÉFICIAIRE D'ACHAT MÉDIA

## Papeterie et print

### a. Papier en-tête



**INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS  
BÉNÉFICIAINT D'ACHAT MÉDIA**

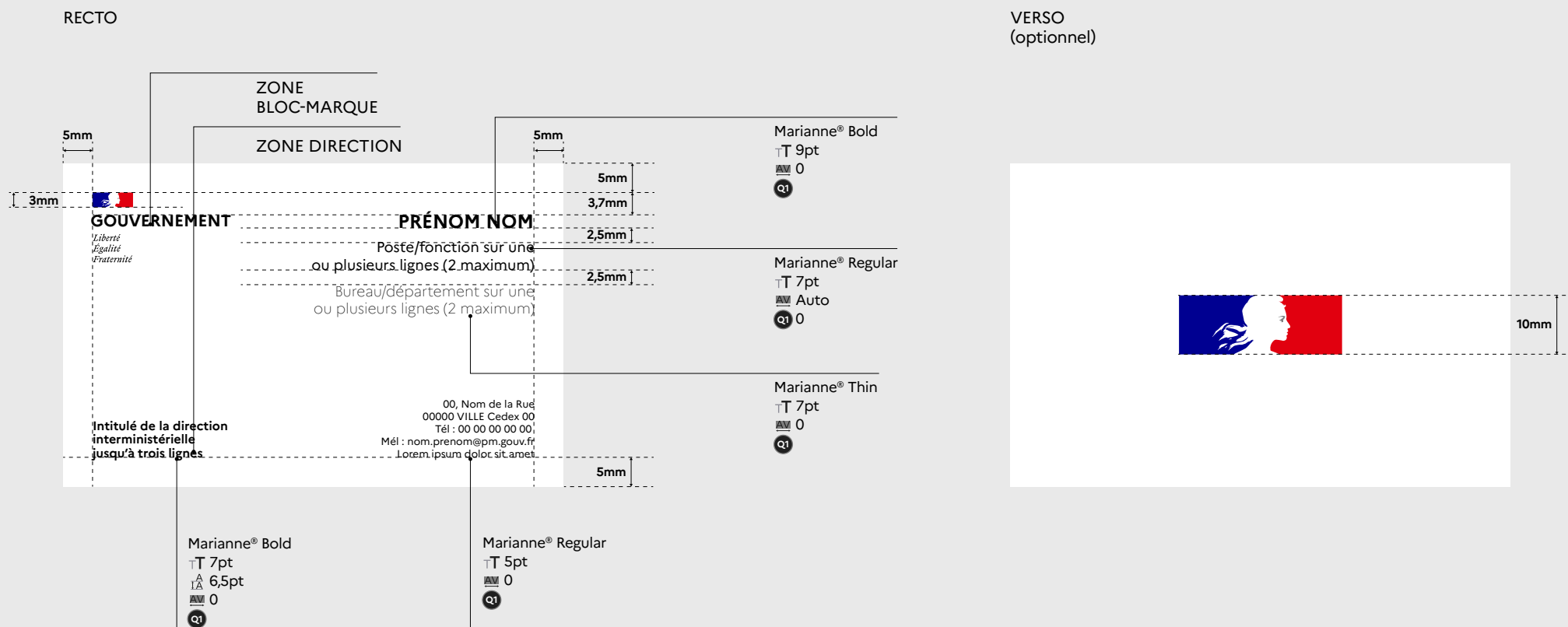
**Papeterie et print**

**b. Carte de visite**

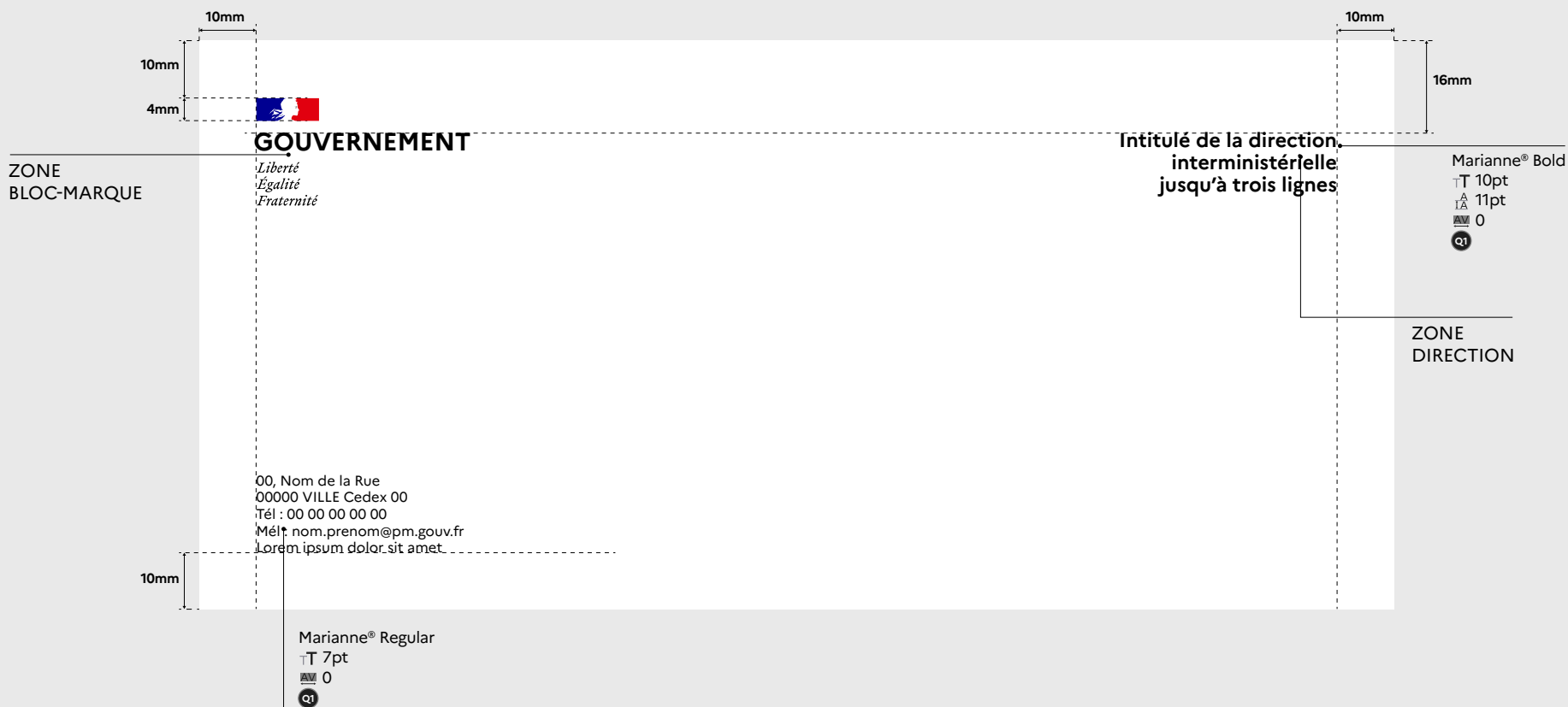
Des membres du Gouvernement à l'ensemble des agents de l'État, une carte de visite commune est mise au service de l'identité collective des serviteurs de l'État.

LONGUEUR : 85mm

HAUTEUR : 55mm



c. Carte de correspondance

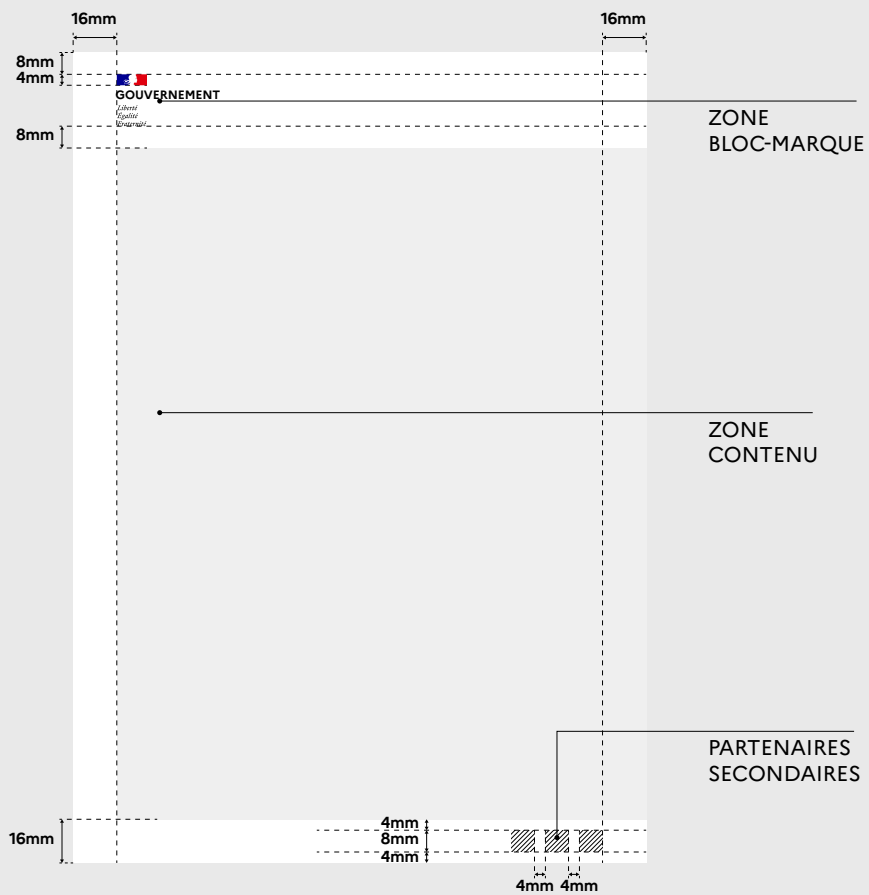




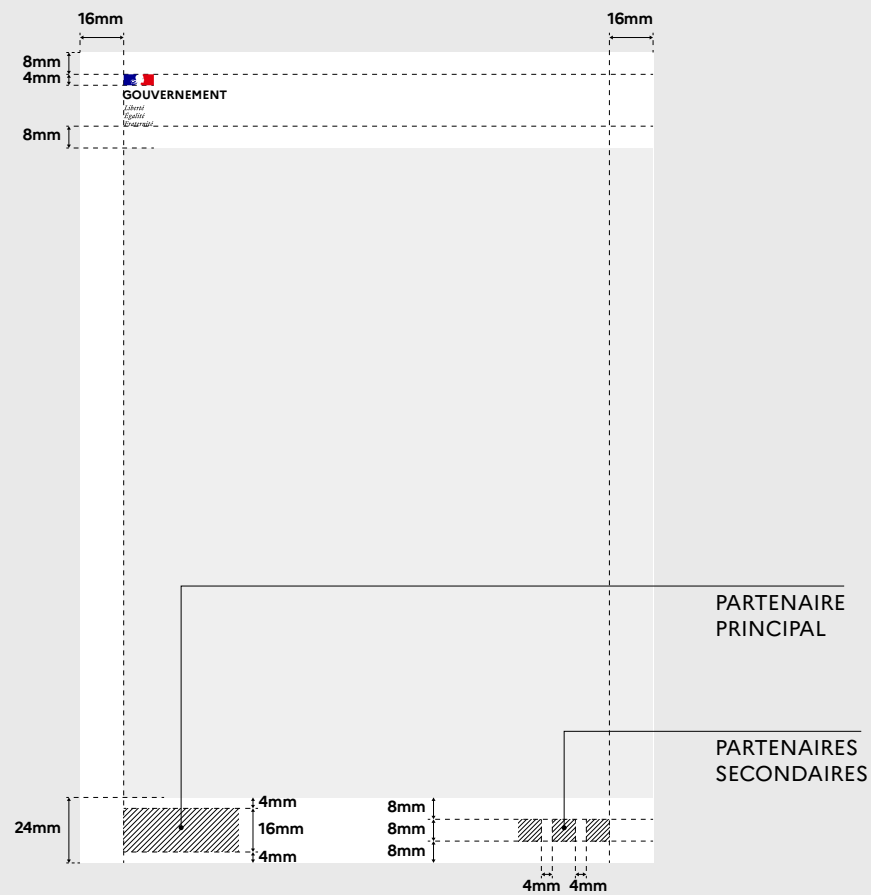
e. Annonce presse

cf. FONDAMENTAUX p.36-37

CAS AVEC PARTENAIRES SECONDAIRES



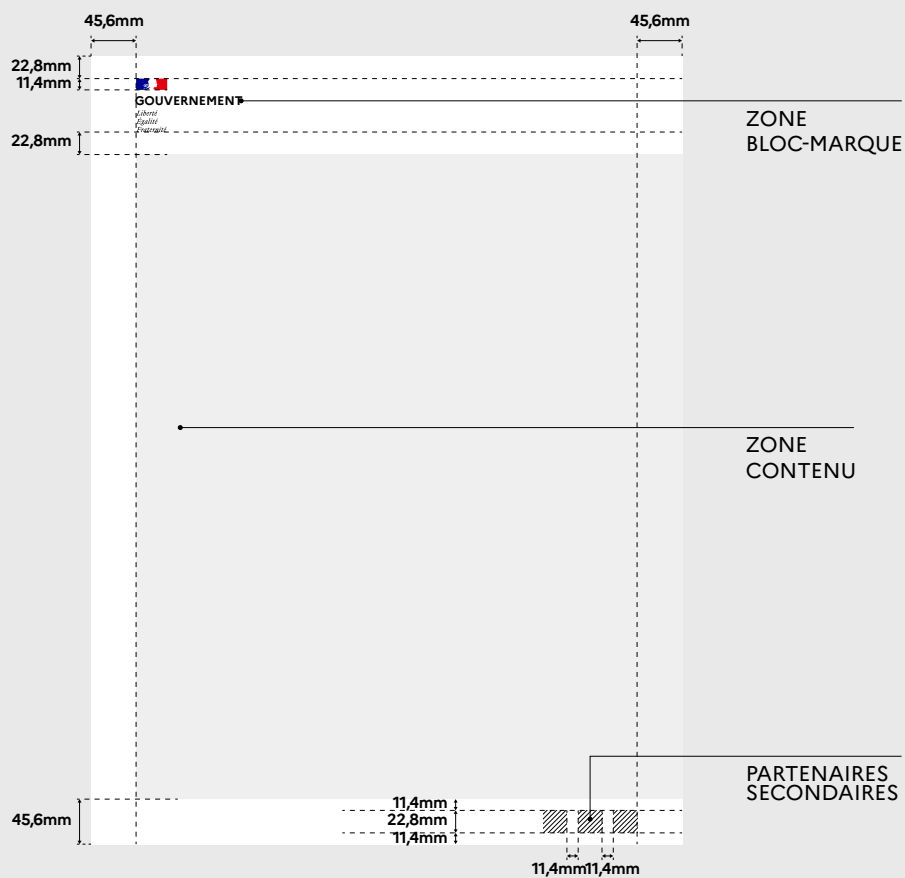
CAS AVEC PARTENAIRE PRINCIPAL + PARTENAIRES SECONDAIRES



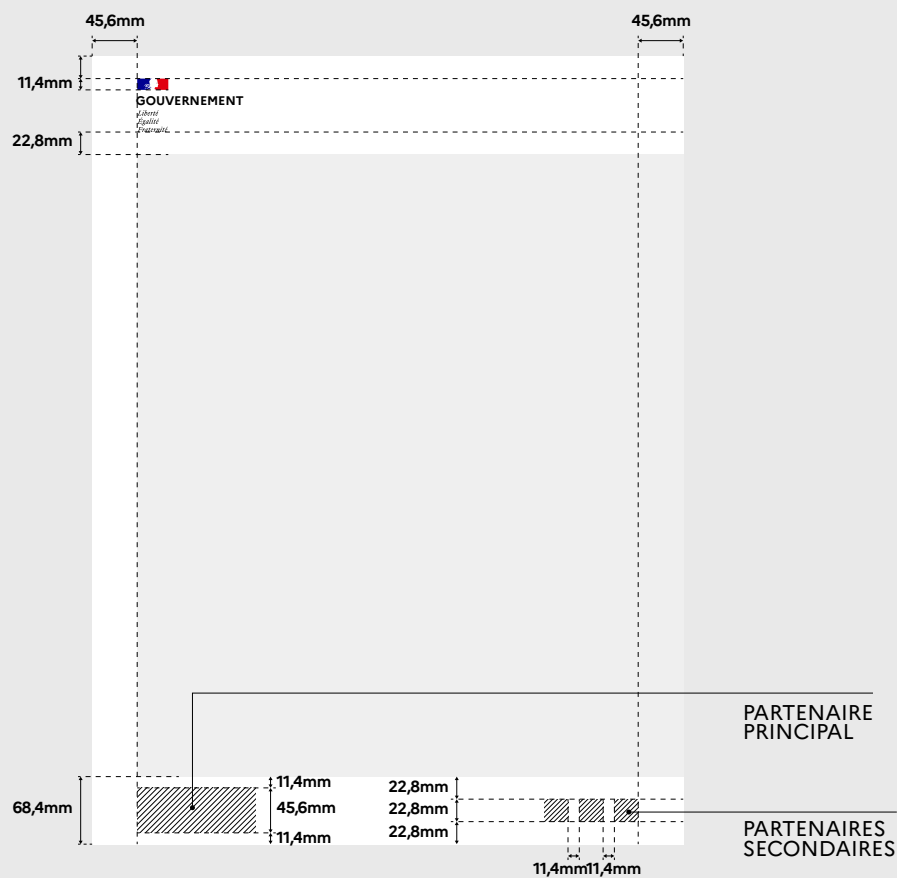
f. Affiche

cf. FONDAMENTAUX p.36-37

CAS AVEC PARTENAIRES SECONDAIRES



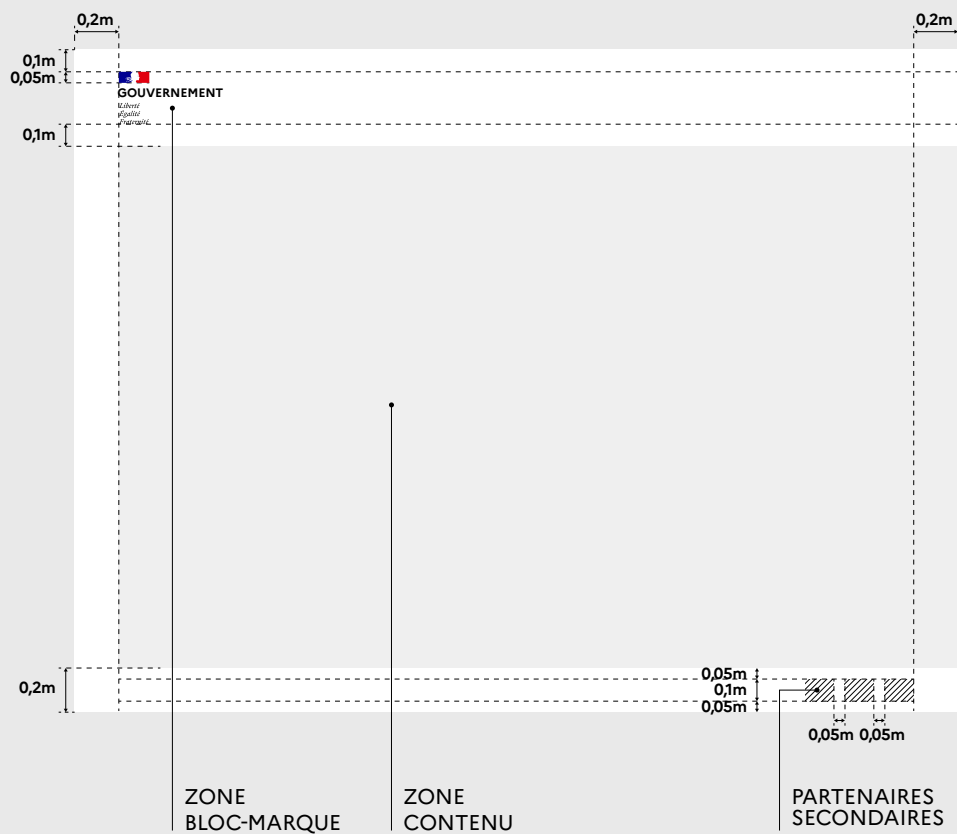
CAS AVEC PARTENAIRE PRINCIPAL + PARTENAIRES SECONDAIRES



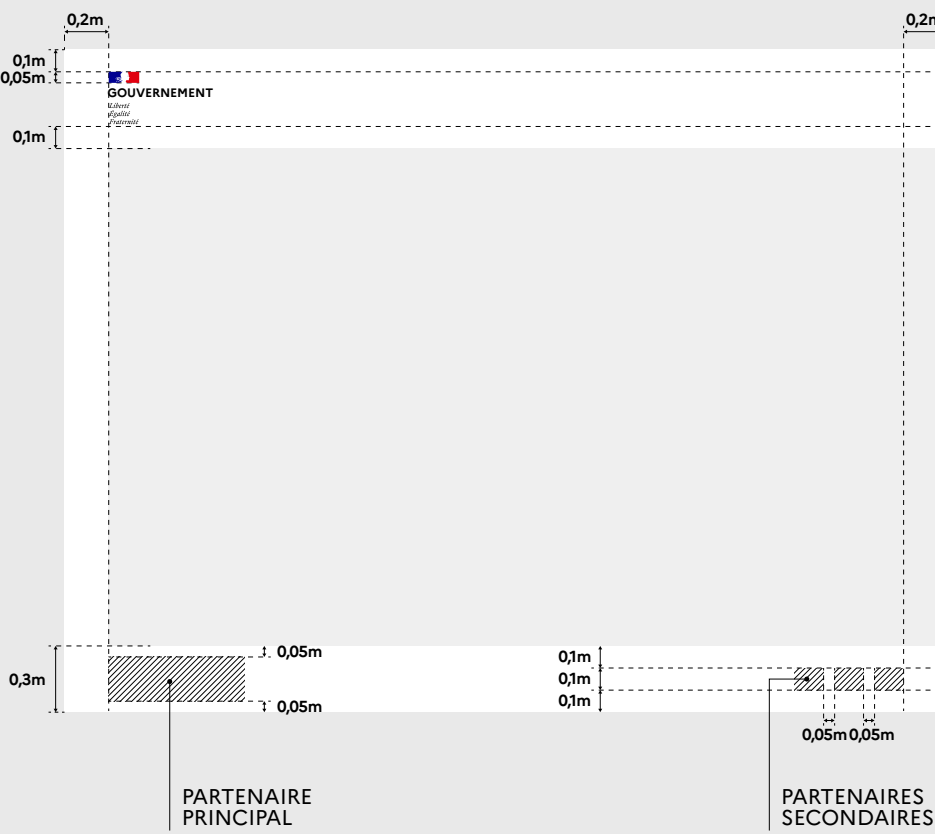
g. Affiche 4x3

cf. FONDAMENTAUX p.36-37

CAS AVEC PARTENAIRES SECONDAIRES



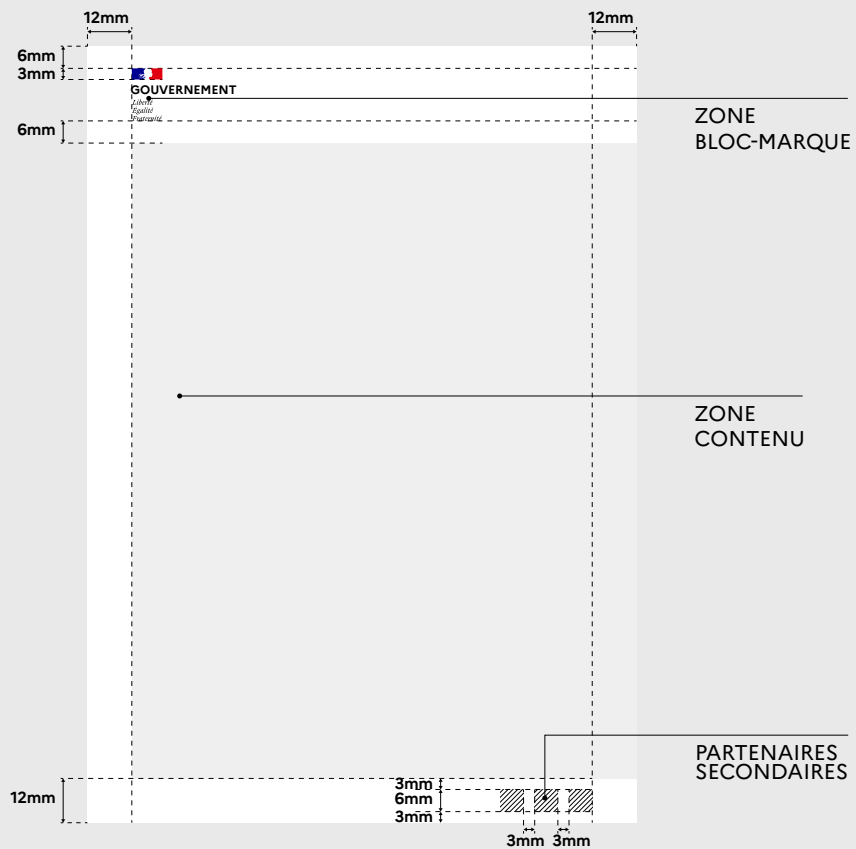
CAS AVEC PARTENAIRE PRINCIPAL + PARTENAIRES SECONDAIRES



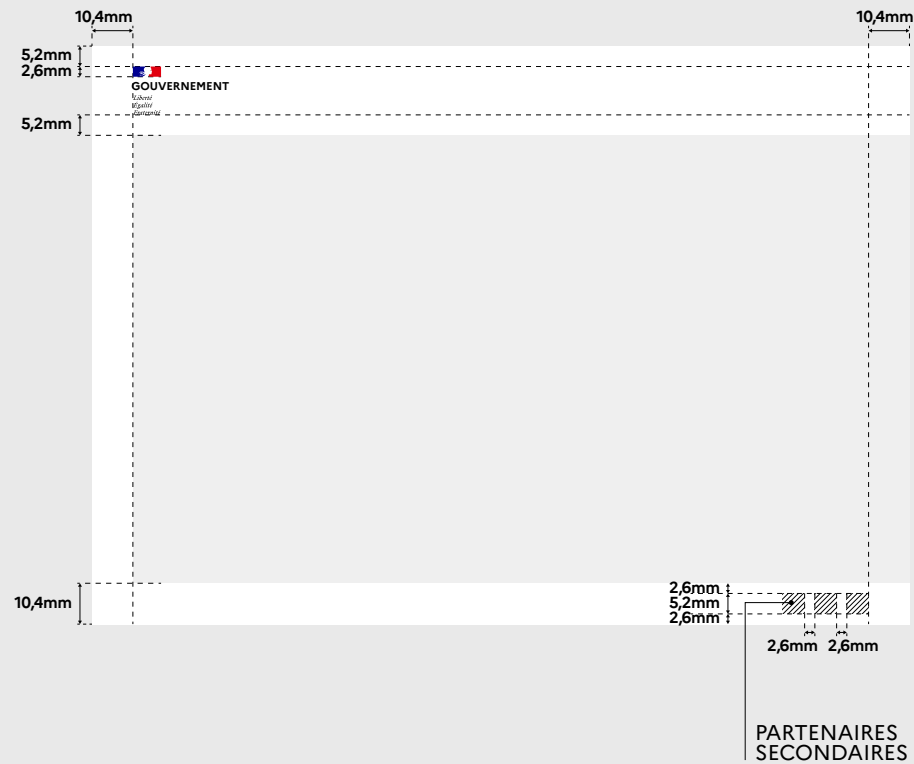
h. Flyer et brochure

cf. FONDAMENTAUX p.36-37

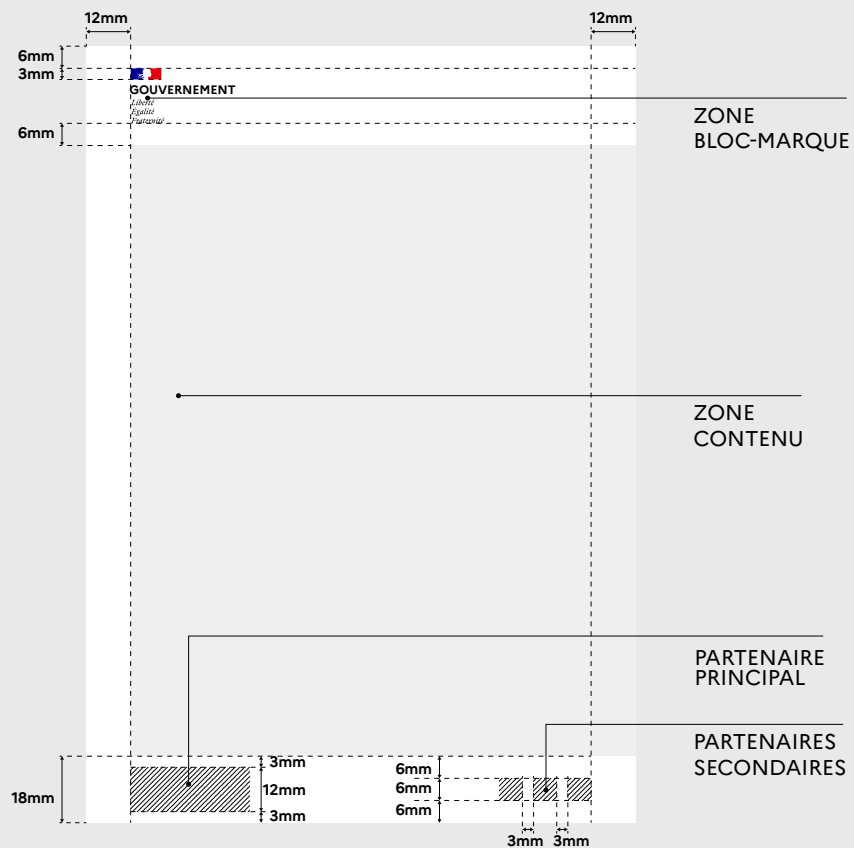
CAS AVEC PARTENAIRE PRINCIPAL  
FORMAT VERTICAL



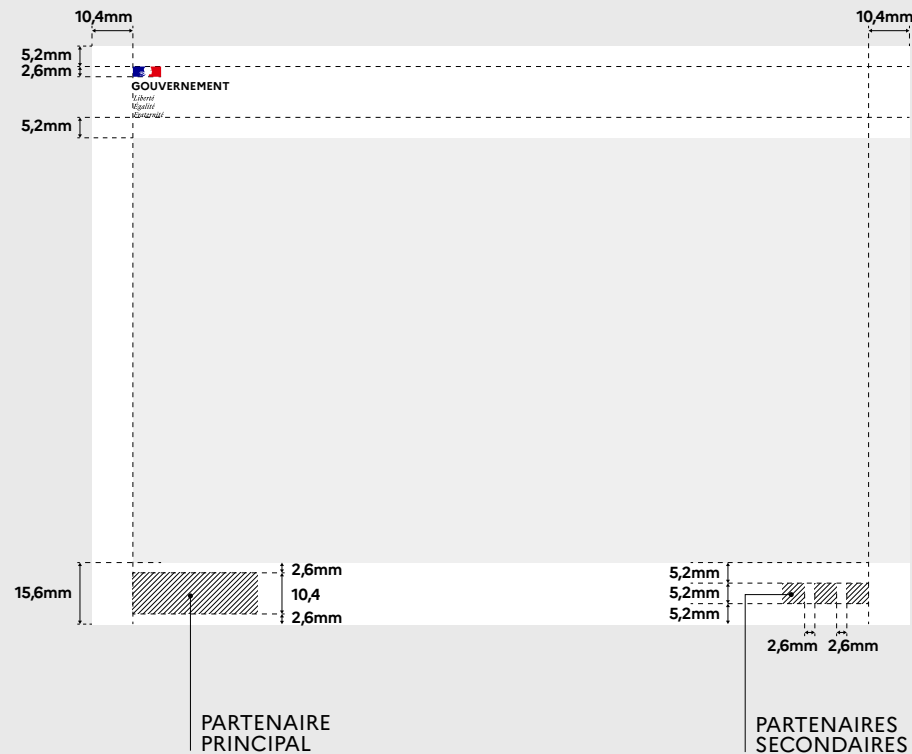
FORMAT HORIZONTAL



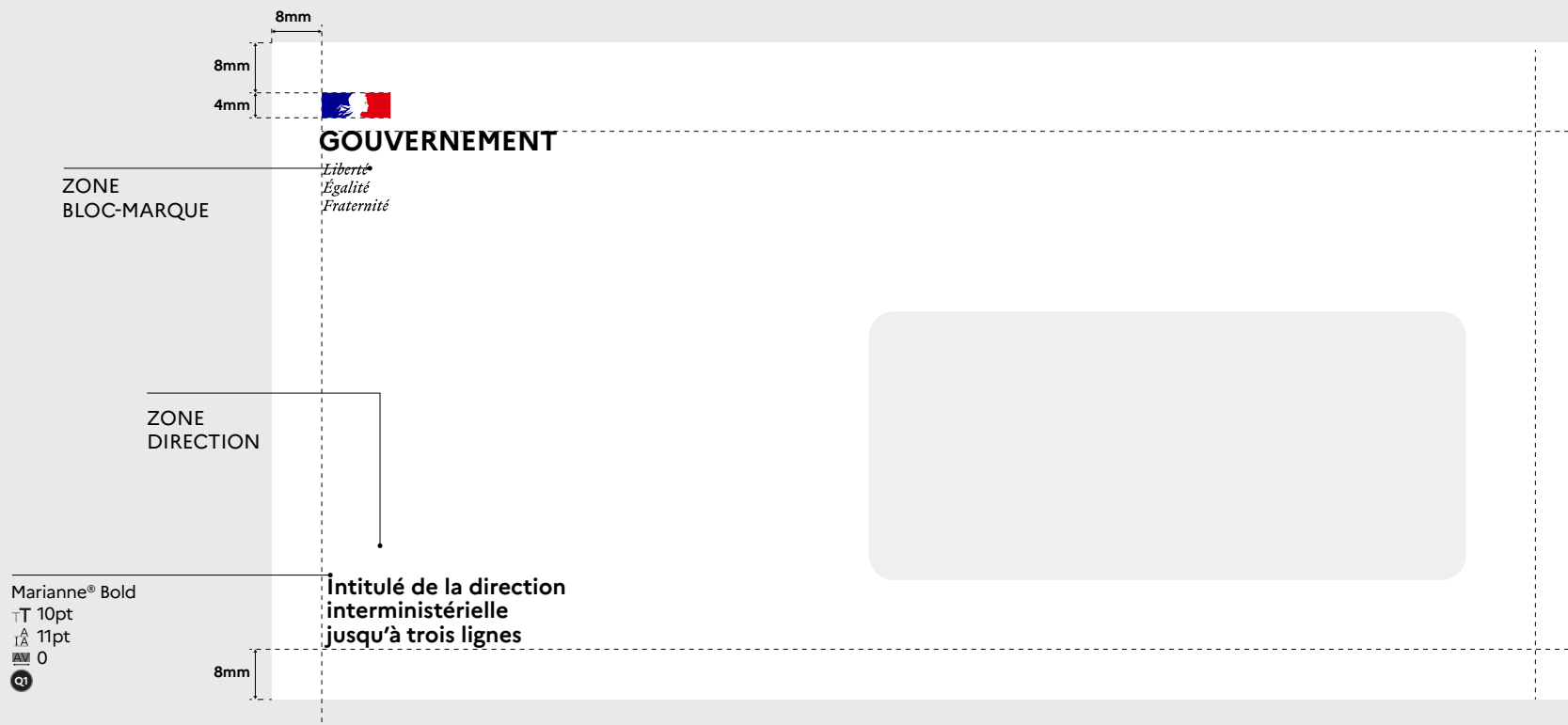
CAS AVEC PARTENAIRE PRINCIPAL + PARTENAIRES SECONDAIRES  
FORMAT VERTICAL



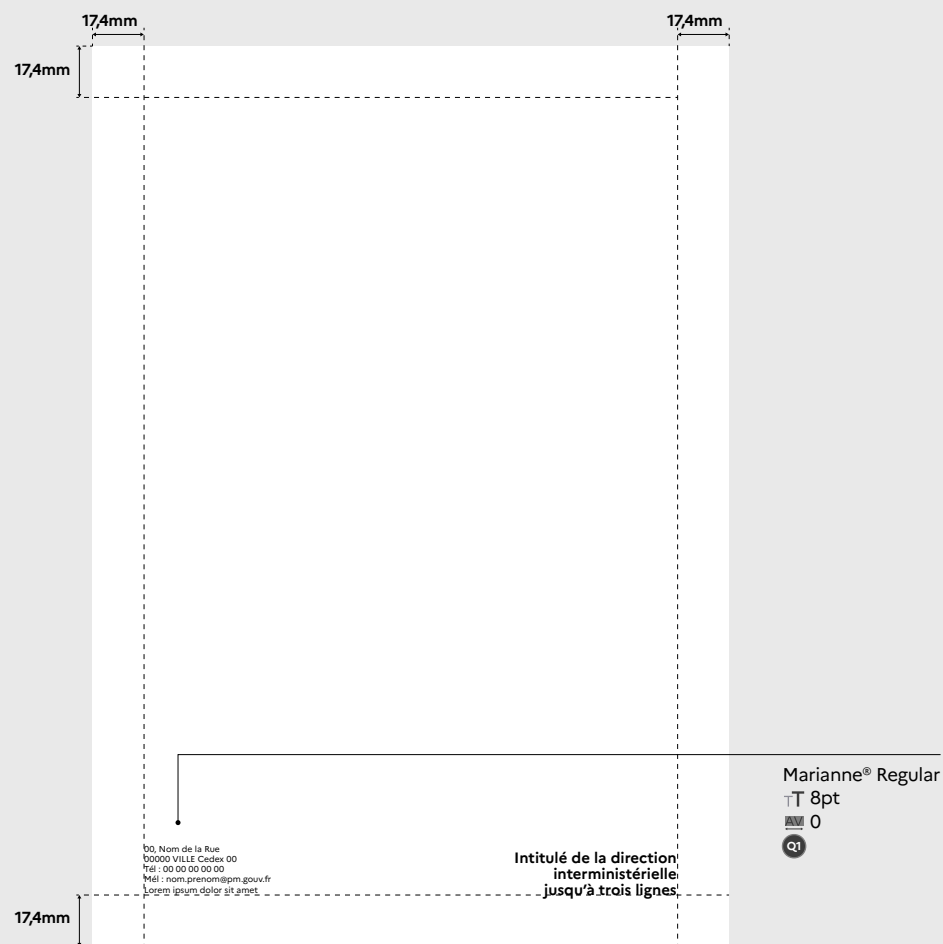
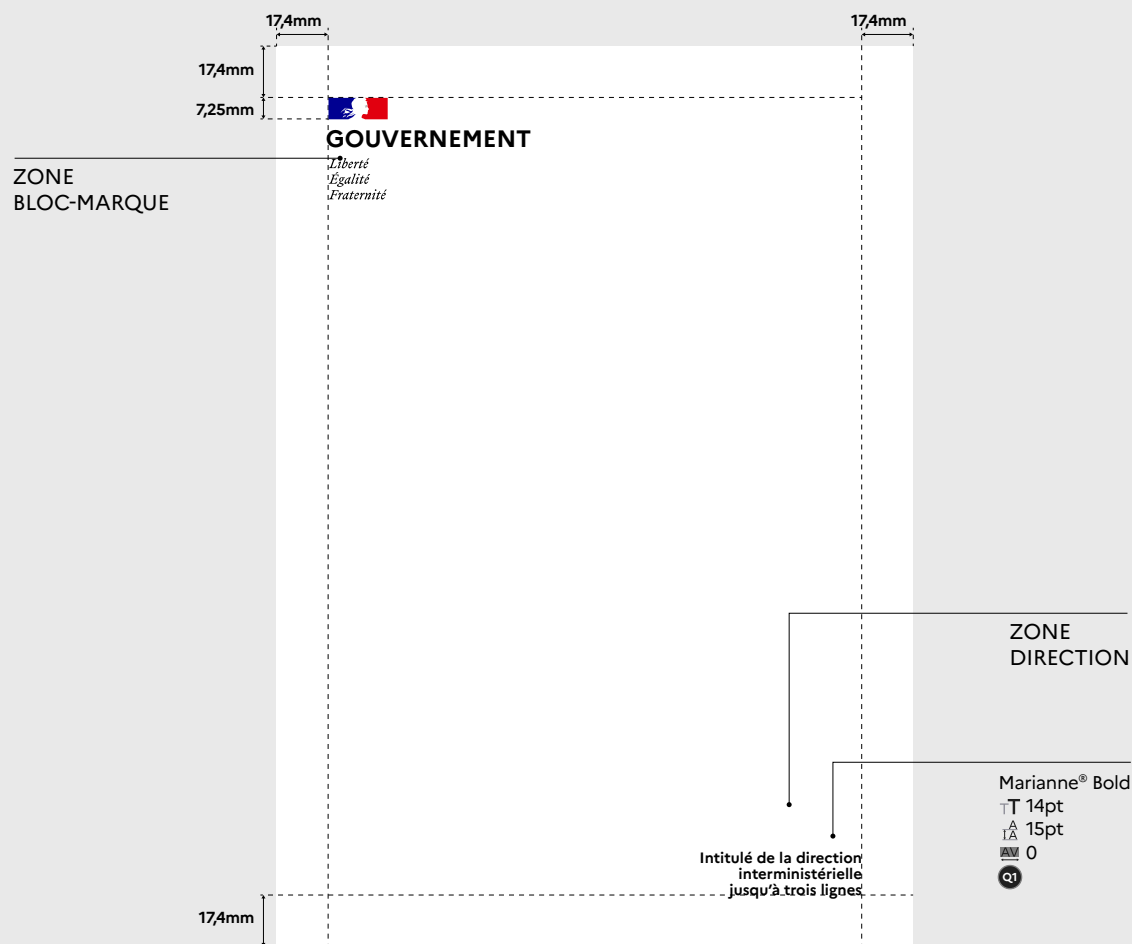
FORMAT HORIZONTAL



i. Enveloppe



j. Chemise



**INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS  
BÉNÉFICIAINT D'ACHAT MÉDIA**


**Outils bureautiques**

**a. Signature mail**

L'harmonisation de l'ensemble des signatures mail permet une meilleure identification des agents de l'État entre eux et avec leurs partenaires.

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.  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam.

Très cordialement.

10px  
  
**GOVERNEMENT**  
*Liberté*  
*Égalité*  
*Fraternité*

30px 5px  
 Intitulé de la direction  
 interministérielle  
 jusqu'à trois lignes

20px  
**PRÉNOM NOM**  
 Poste/fonction sur une ou plusieurs lignes (2 maximum)  
 Bureau/département sur une ou plusieurs lignes (2 maximum)

00, Nom de la Rue, 00000 VILLE Cedex 00  
 Tél : 00 00 00 00 00  
**www.gouvernement.fr**

Arial® Bold  
 T 9pt  
 0

Arial® Bold  
 T 8pt  
 0

Arial® Regular  
 T 8pt  
 0

Marianne® Bold  
 T 7pt  
 A 7pt  
 0

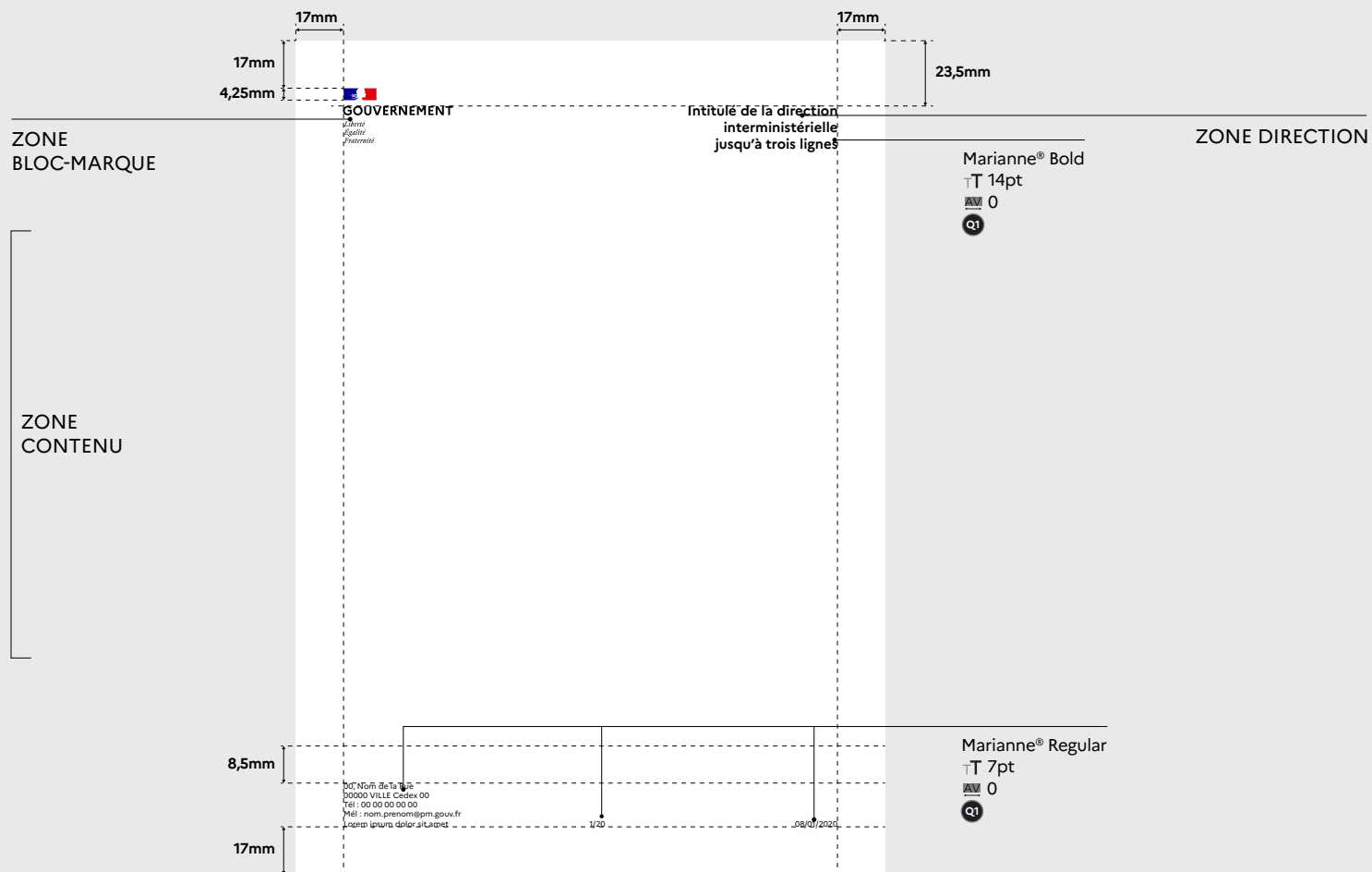
# INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS BÉNÉFICIAINT D'ACHAT MÉDIA

LONGUEUR : 210mm

HAUTEUR : 297mm

Outils bureautiques

## b. Masque traitement de texte



# INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS BÉNÉFICIAINT D'ACHAT MÉDIA

## Outils bureautiques

### c. Masque présentation A4 (éco)

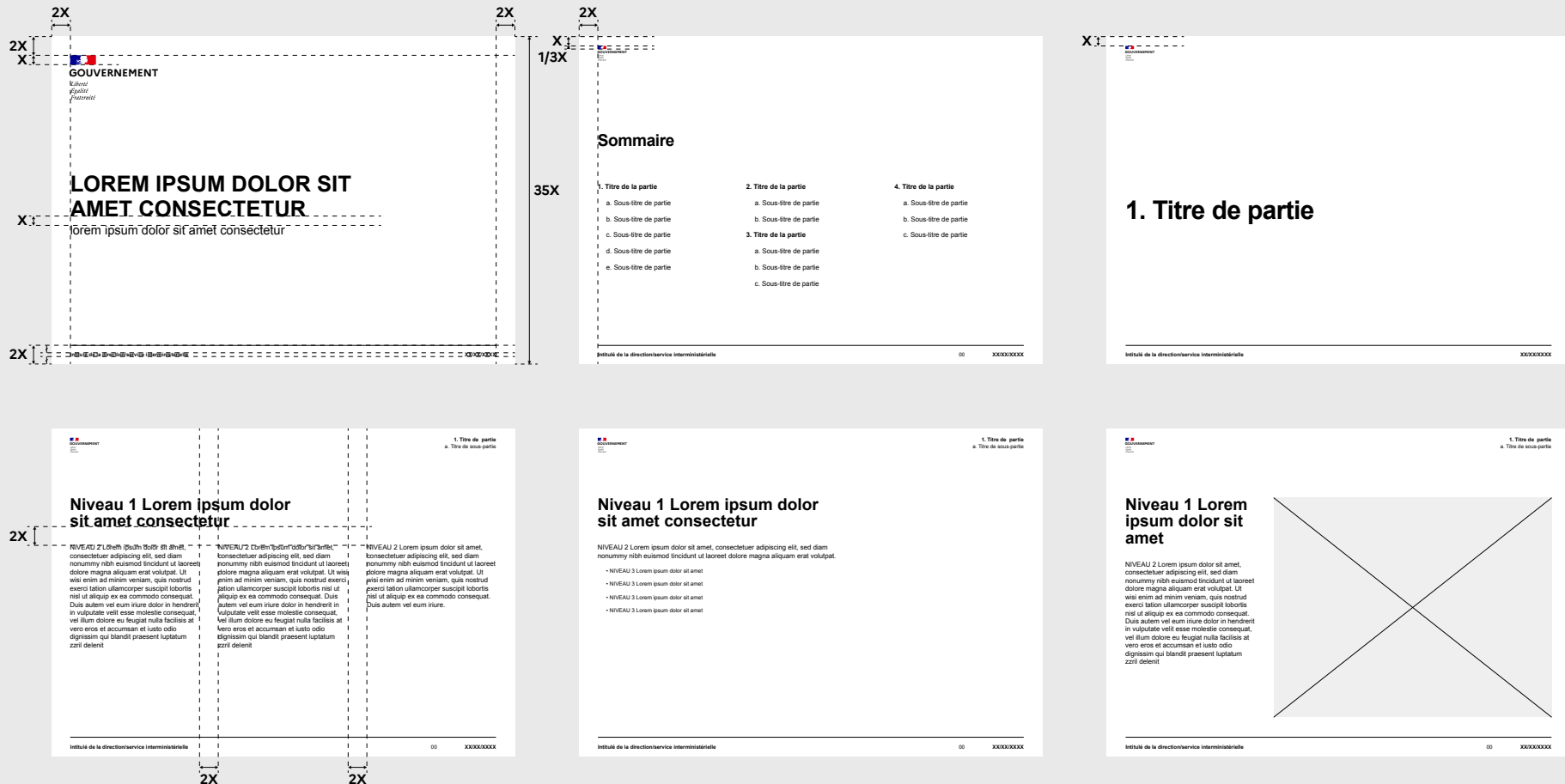
L'harmonisation des supports de présentation à vocation interne et externe permet une meilleure compréhension des contenus en raison d'une structuration partagée par tous les agents de l'État.

LONGUEUR : 1920px

HAUTEUR : 1080px

Ce modèle est dit « éco » car il n'autorise que de rares zones d'expression couleur.

L'utilisation de ces masques est conseillée, mais à adapter en fonction des besoins.



# INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS BÉNÉFICIAINT D'ACHAT MÉDIA

## Outils bureautiques

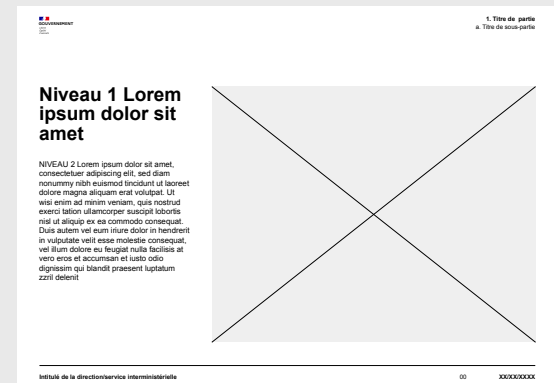
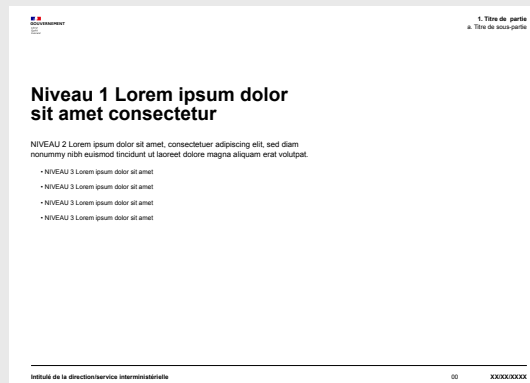
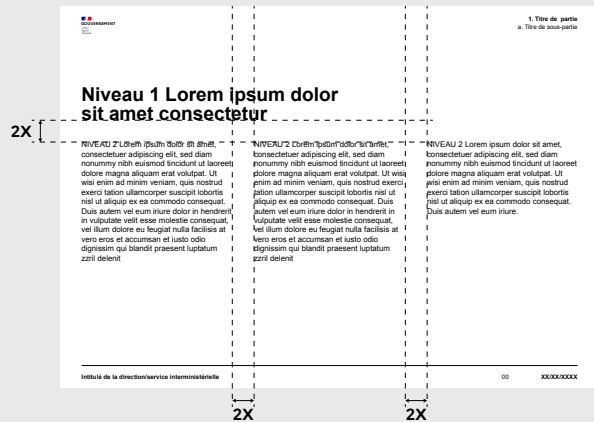
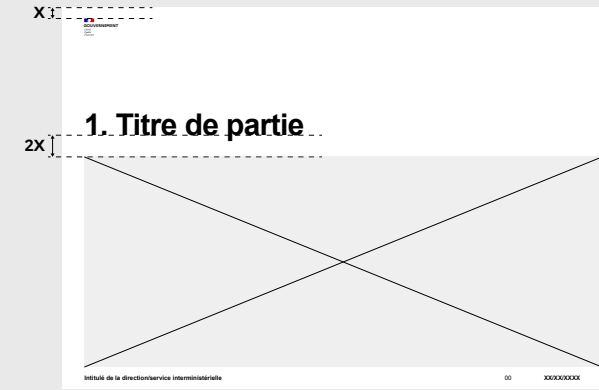
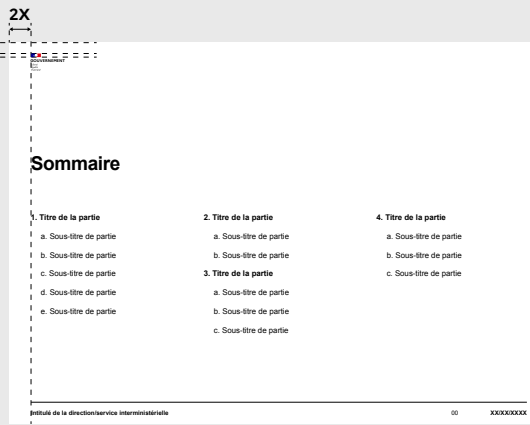
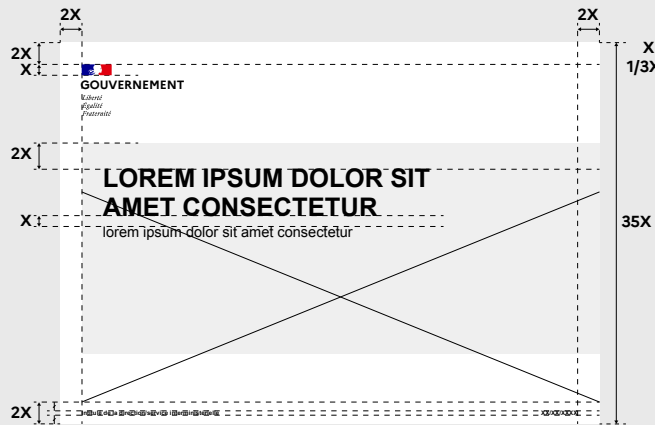
LONGUEUR : 1920px

HAUTEUR : 1080px

### c. Masque présentation A4 (classique)

L'harmonisation des supports de présentation à vocation interne et externe permet une meilleure compréhension des contenus en raison d'une structuration partagée par tous les agents de l'État.

L'utilisation de ces masques est conseillée, mais à adapter en fonction des besoins.



# INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS BÉNÉFICIAINT D'ACHAT MÉDIA

## Outils bureautiques

### d. Masque présentation 16/9 (spécial écrans)

L'harmonisation des supports de présentation à vocation interne et externe permet une meilleure compréhension des contenus en raison d'une structuration partagée par tous les agents de l'État.

L'utilisation de ces masques est conseillée, mais à adapter en fonction des besoins.

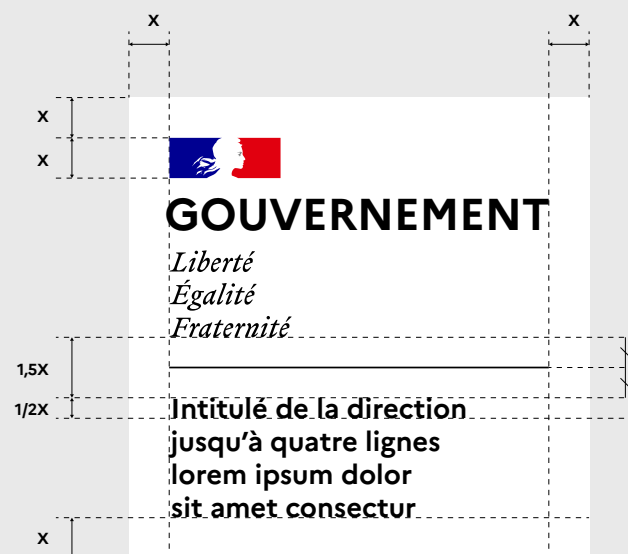
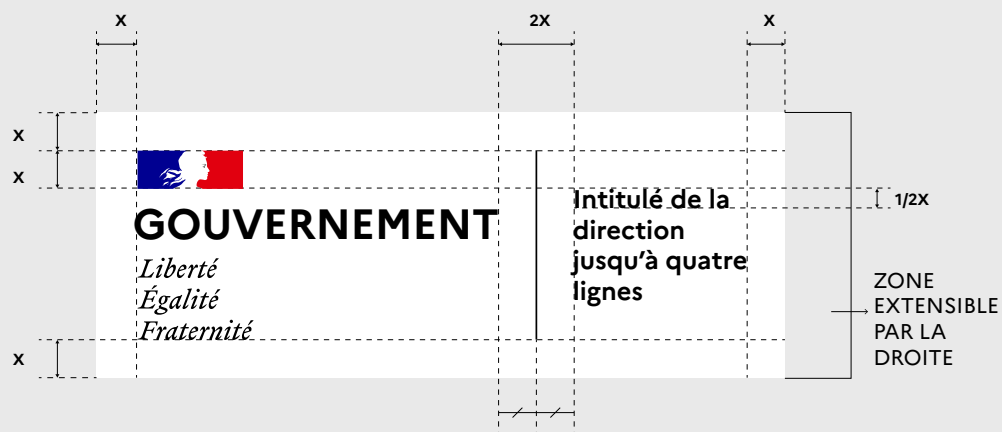


**INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS  
BÉNÉFICIAIRES D'ACHAT MÉDIA**

**Signalétique**

**a. Plaque signalétique  
pour les délégations  
interministérielles**

L'utilisation de ces formats est conseillée,  
mais à adapter en fonction des contraintes  
des plaques existantes.



**INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS  
BÉNÉFICIAIRES D'ACHAT MÉDIA**

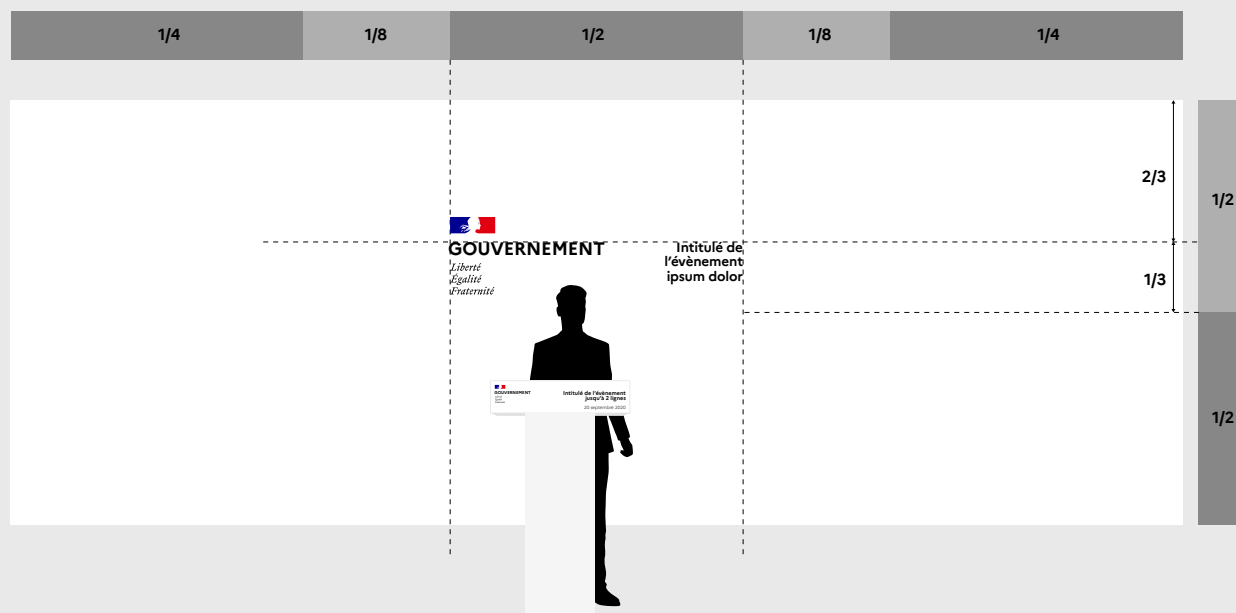
**Signalétique**

**b. Fond de scène et pupitre**

L'utilisation de cette mise en situation de fond de scène et pupitre est proposée, mais elle est à adapter en fonction des besoins.

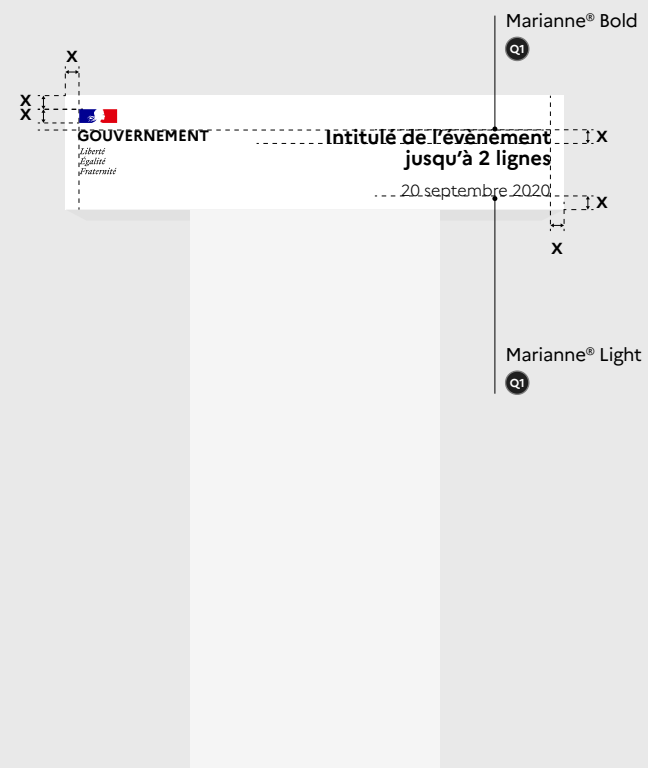
FOND DE SCÈNE – OPTION 1

Utilisation du bloc-marque accompagné de l'intitulé de l'évènement.



PUPITRE – OPTION 1

Utilisation du bloc-marque accompagné de l'intitulé de l'évènement.



**INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS  
BÉNÉFICIAIRES D'ACHAT MÉDIA**

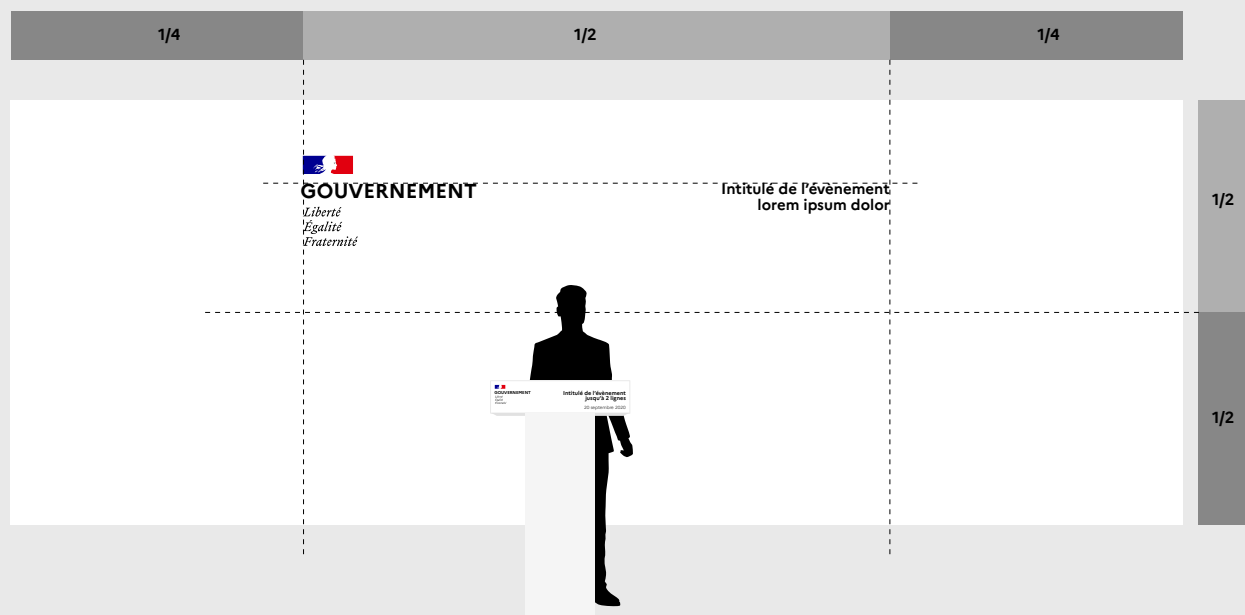
**Signalétique**

**b. Fond de scène et pupitre**

L'utilisation de cette mise en situation de fond de scène et pupitre est proposée, mais elle est à adapter en fonction des besoins.

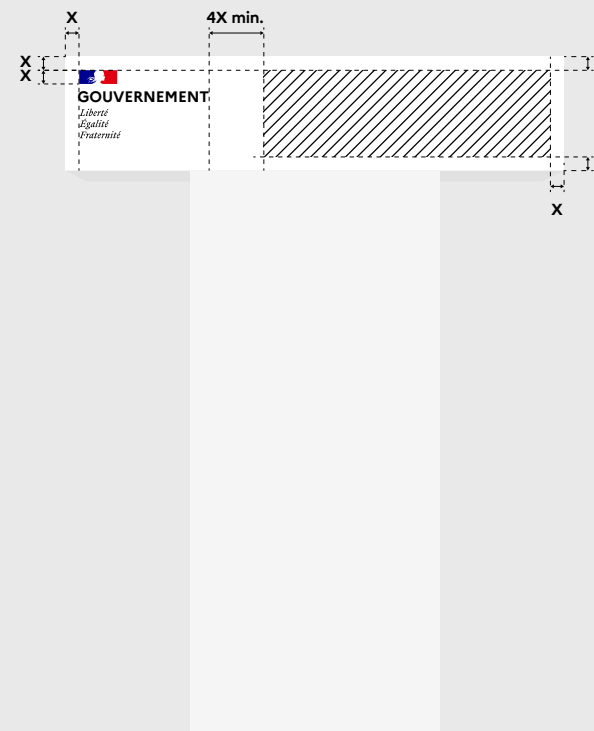
FOND DE SCÈNE – OPTION 2

Utilisation du bloc-marque accompagné de l'intitulé de l'évènement.



PUPITRE – OPTION 2

Utilisation du bloc-marque accompagné d'une zone d'expression.



INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS  
BÉNÉFICIAINT D'ACHAT MÉDIA

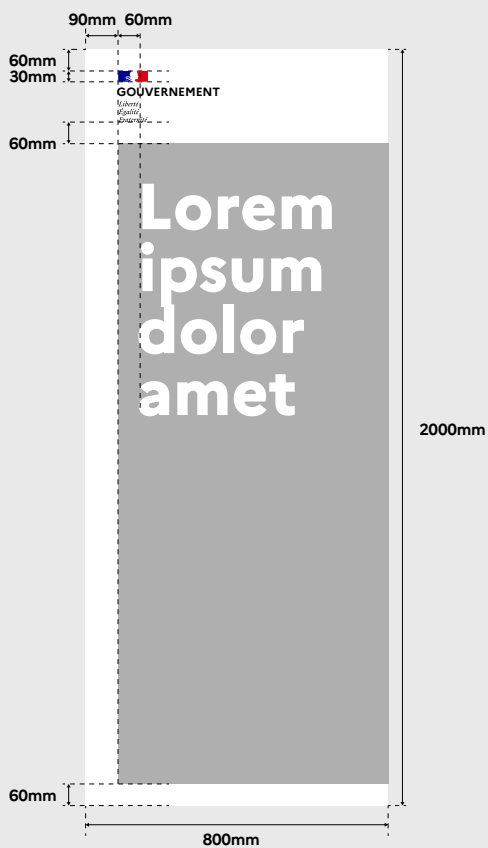
Signalétique

c. Kakémono

OPTION 1



OPTION 2



OPTION 3



## INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS BÉNÉFICIAINT D'ACHAT MÉDIA UI Kit

### a. Gestion du bloc-marque dans l'en-tête (header)

Les éléments normalisés de l'en-tête sont :

- le bloc-marque,
- le nom du site quand celui-ci porte sur une thématique plus précise ou plus large que le périmètre émetteur.

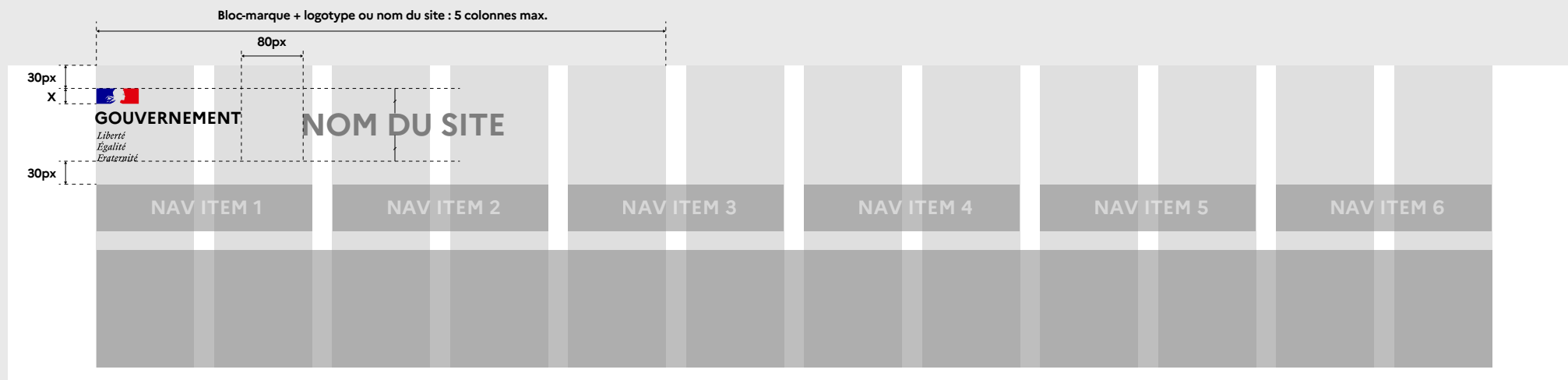
L'ensemble de ces deux éléments ne doit pas dépasser 5 colonnes.

- un arrière-plan de couleur blanche.

(La navigation n'est pas normée, elle est présentée ici à titre indicatif.)

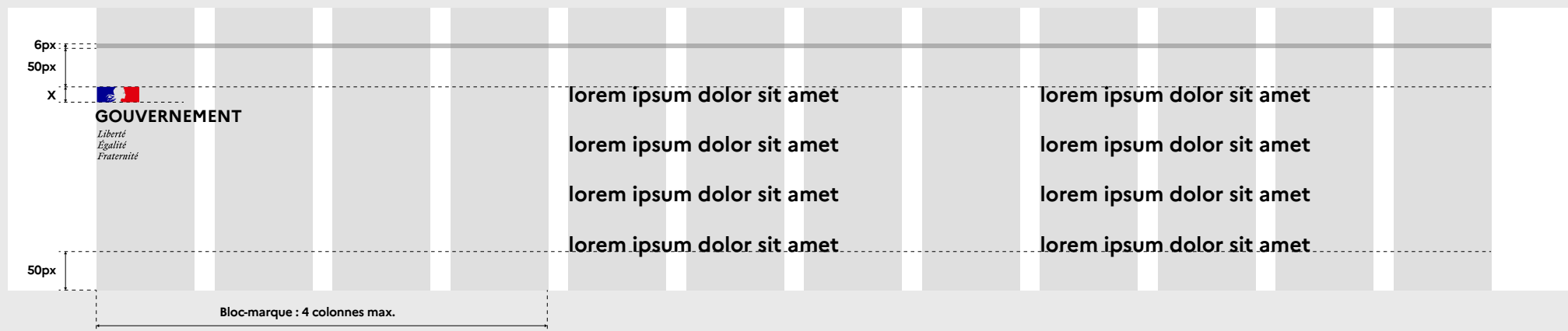
X = 20PX

#### NAVIGATION DESKTOP



# INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS BÉNÉFICIAINT D'ACHAT MÉDIA UI Kit

## b. Pied de page (footer) (optionnel)



**INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS  
BÉNÉFICIAIRES D'ACHAT MÉDIA****Réseaux sociaux****a. Avatar**

La mise en place d'un avatar unique capitalisant sur la Marianne vient asseoir une harmonisation forte de la sphère ministérielle sur les réseaux sociaux. Cet avatar est unique et non modifiable.

VERSION RONDE

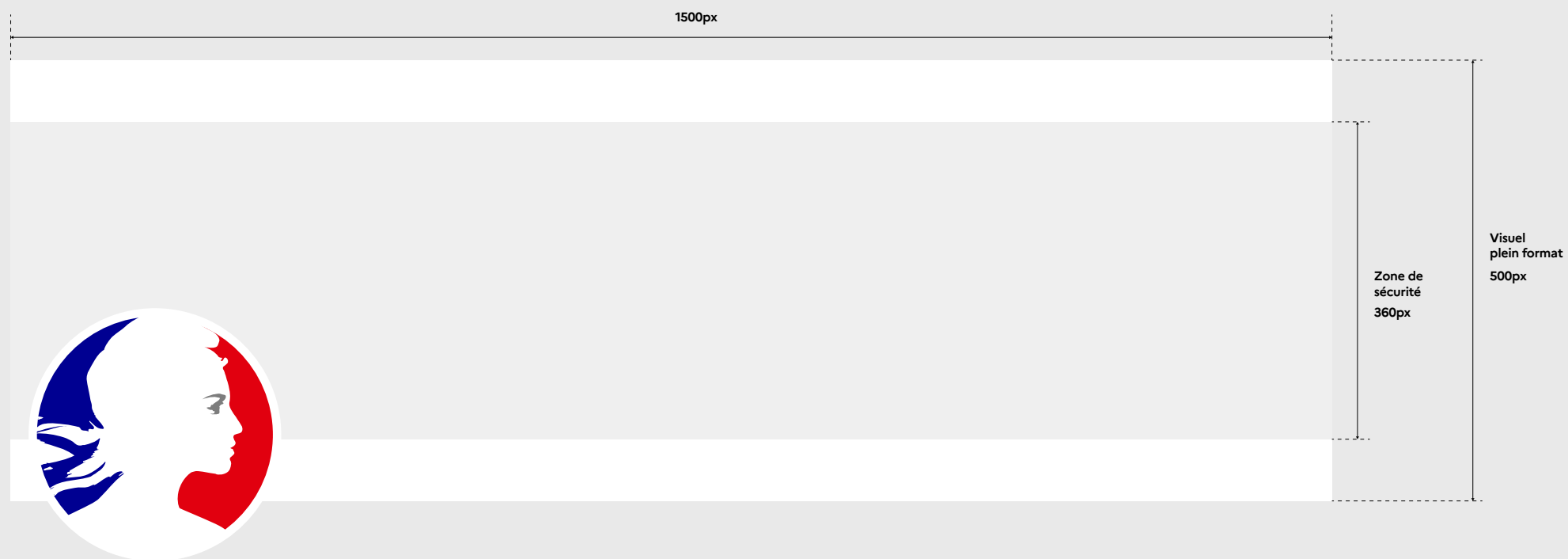


VERSION CARRÉE



**INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS  
BÉNÉFICIAIRES D'ACHAT MÉDIA****Réseaux sociaux****b. Visuel de couverture (cover)**

Le visuel choisi pour la couverture doit figurer dans la zone de sécurité afin d'assurer la meilleure lisibilité. Seront privilégiés les visuels qui représentent l'administration.



**INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS  
BÉNÉFICIAIRES D'ACHAT MÉDIA**

**Réseaux sociaux**

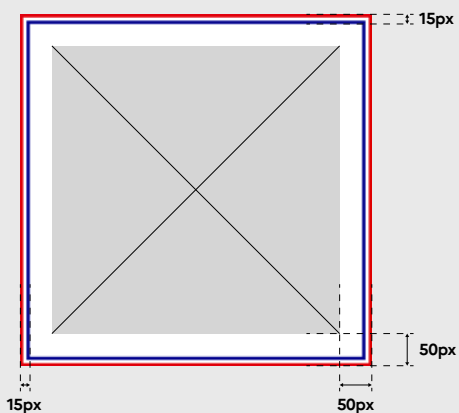
**c. Post**

Ces gabarits norment les créations de supports destinés aux réseaux sociaux.

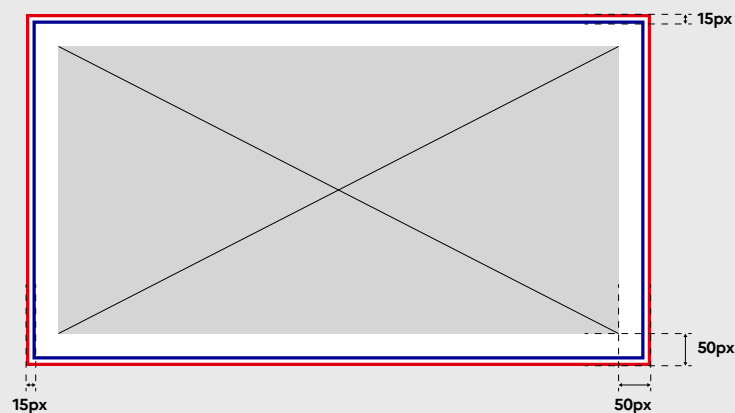
Ce format reprend un liseré bleu, blanc, rouge, qui a pour vocation de souligner l'action gouvernementale.

La création de pied de page dans les posts est proscrite. Il est nécessaire de s'en tenir aux versions de cette charte.

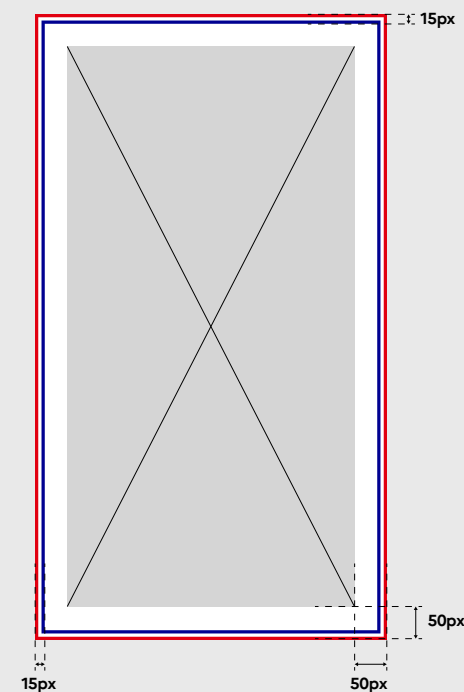
INSTAGRAM (540x540px)



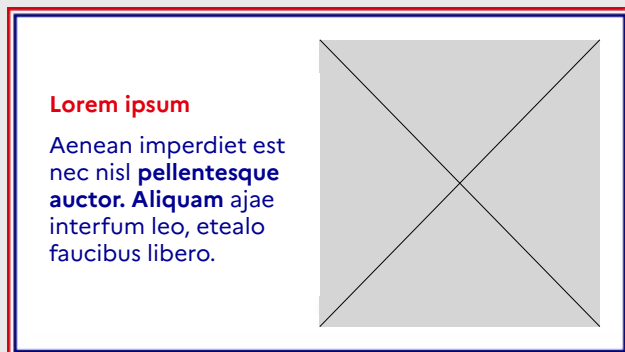
TWITTER (960x540px) 16/9



9/16



TWITTER - CAS AVEC PHOTO



TWITTER - CAS AVEC CITATION



**INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS BÉNÉFICIAIRES D'ACHAT MÉDIA**

**Réseaux sociaux**

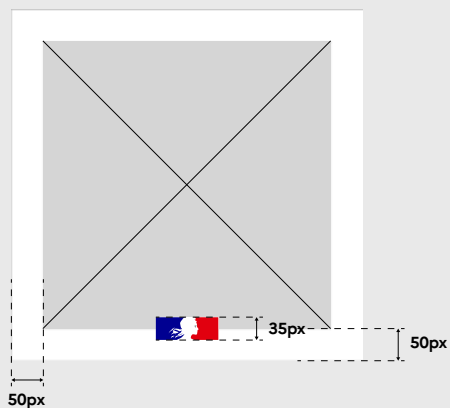
**c. Post**

Ces gabarits norment les créations de supports destinés aux réseaux sociaux.

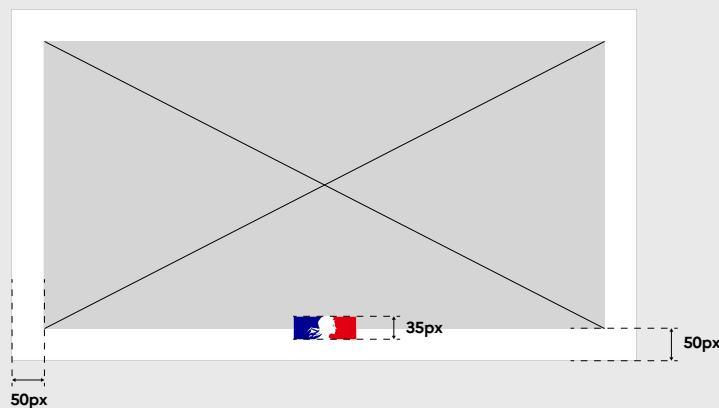
Ce format, qui reprend le principe du cadre commun, a pour vocation d'identifier et unifier l'action de l'État.

La création de pied de page dans les posts est proscrite. Il est nécessaire de s'en tenir aux versions de cette charte.

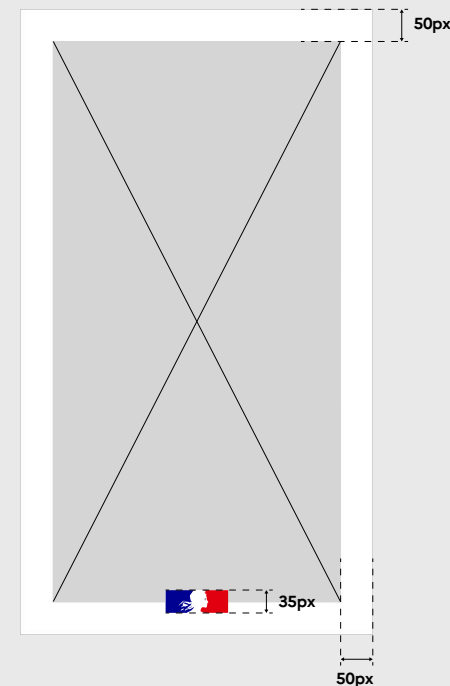
INSTAGRAM (540x540px)



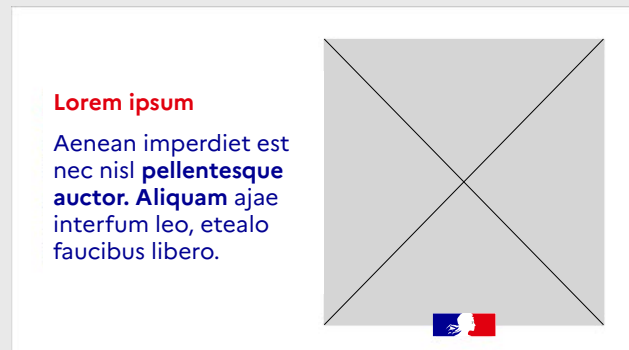
TWITTER (960x540px) 16/9



9/16



TWITTER - CAS AVEC PHOTO



TWITTER - CAS AVEC CITATION



## INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS BÉNÉFICIAIRES D'ACHAT MÉDIA

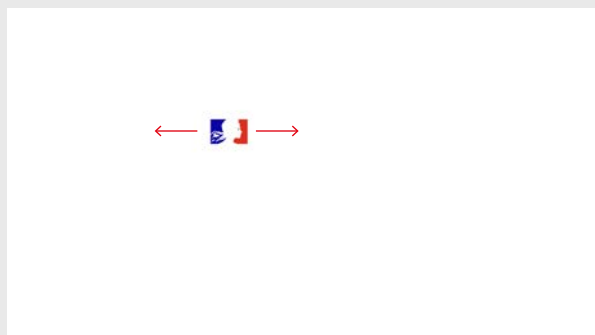
### Vidéo

#### a. Intro et outro

Pour les supports vidéos, il est prévu une animation du bloc-marque pour permettre de bien identifier l'émetteur.

Cette animation est à utiliser systématiquement en outro et en intro quand cela est pertinent (par exemple pour des vidéos de type film institutionnel).

VERSION COURTE : 4 secondes



Version étendue avec mention des Réseaux sociaux

**INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS  
BÉNÉFICIAIRES D'ACHAT MÉDIA**

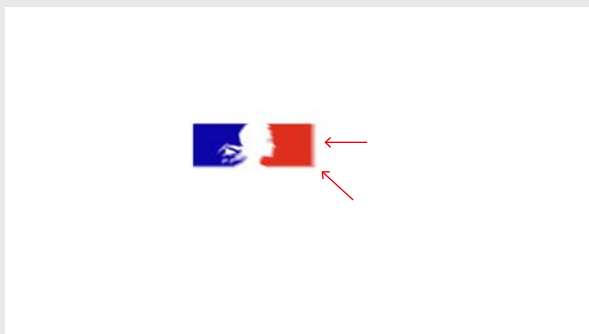
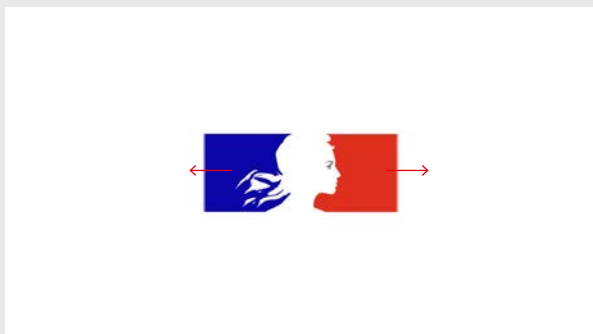
**Vidéo**

**a. Intro et outro**

Pour les supports vidéos, il est prévu une animation du bloc-marque pour permettre de bien identifier l'émetteur.

Cette animation est à utiliser systématiquement en outro et en intro quand cela est pertinent (par exemple pour des vidéos de type film institutionnel).

VERSION LONGUE : 6 secondes



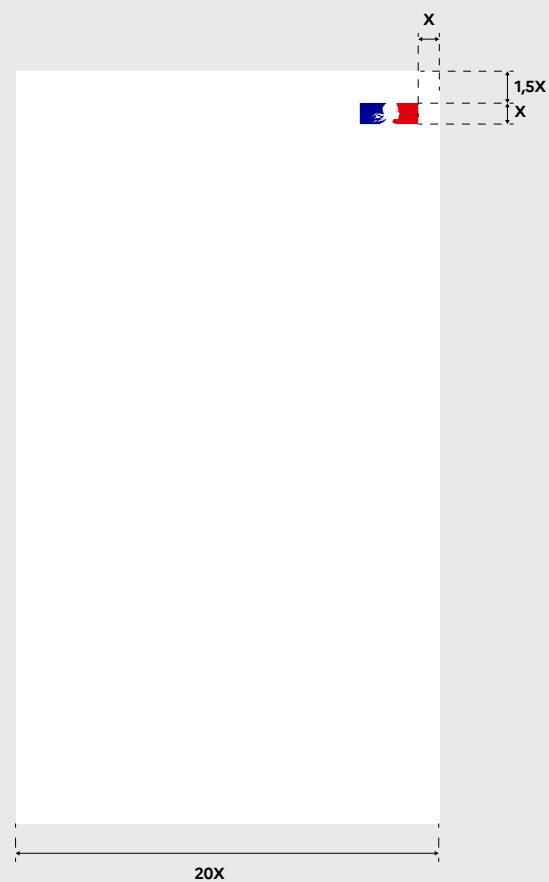
**INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS  
BÉNÉFICIAIRES D'ACHAT MÉDIA****Vidéo****b. Filigrane**

À l'image de ce qui est mis en place pour les posts, un filigrane vient s'apposer sur les vidéos, afin de faire ressortir leur caractère officiel.

HORIZONTAL 16/9



VERTICAL 9/16



c. Gestion des sous-titres

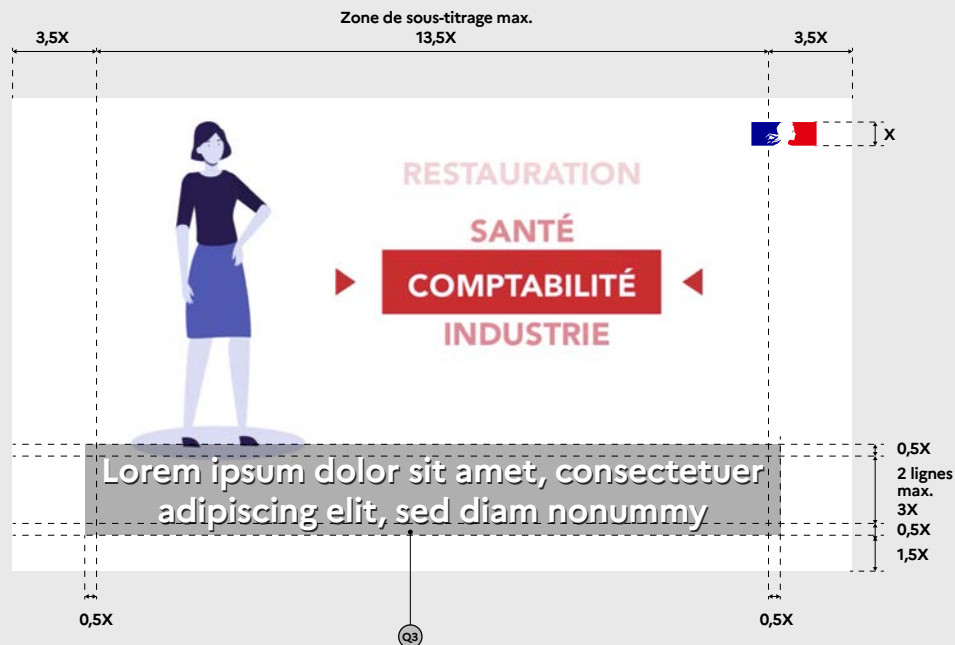
Pour toutes les vidéos utilisant des sous-titres, il est recommandé d'utiliser la typographie propriétaire Marianne®.

GESTION SUR FOND FONCÉ



Marianne® Bold  
T 76pt  
A Auto  
0

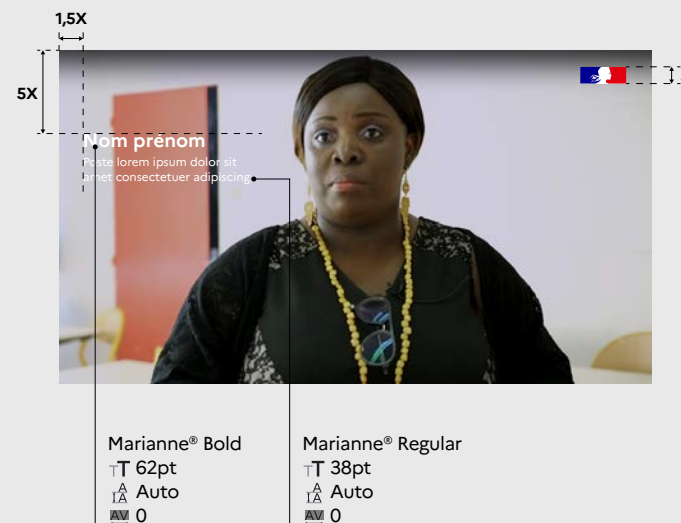
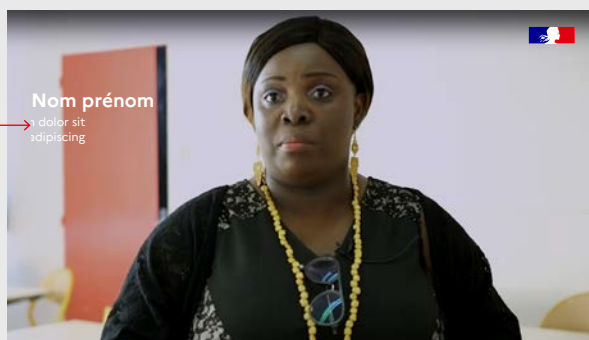
GESTION SUR FOND CLAIR



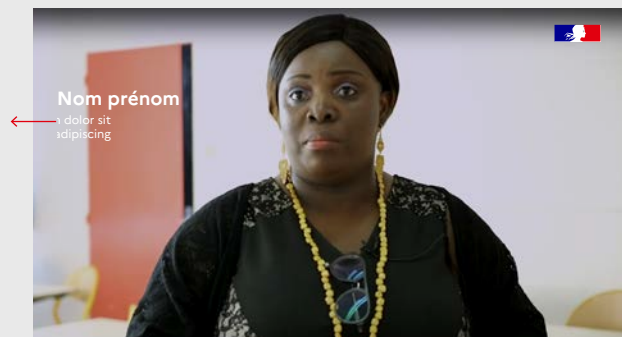
d. Gestion des synthésés

Pour toutes les vidéos, pour les synthésés, il est recommandé d'utiliser la typographie propriétaire Marianne®.

APPARITION

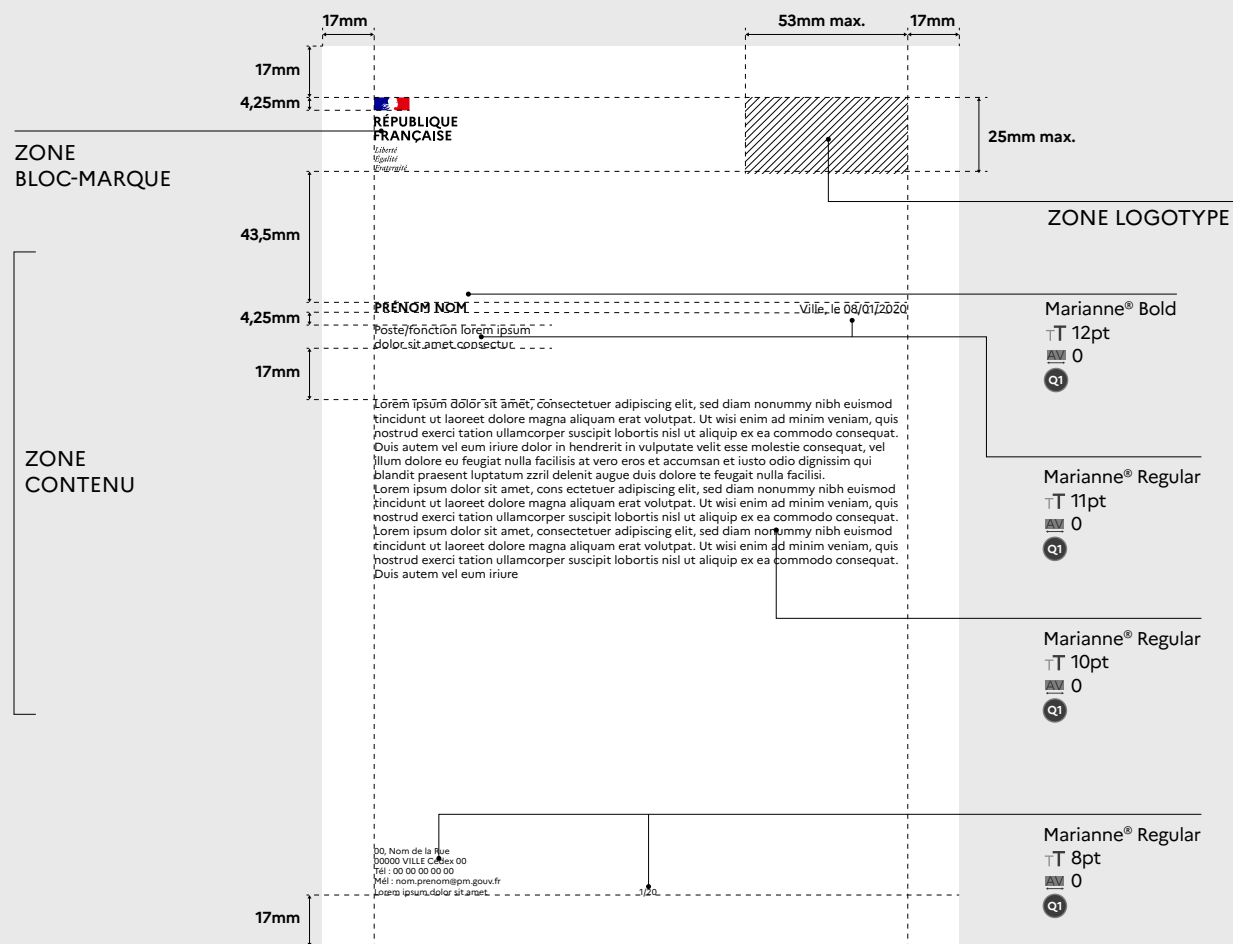


DISPARITION



<b>I MINISTÈRES, SECRÉTARIATS D'ÉTAT, SERVICES DÉCONCENTRÉS OU À L'INTERNATIONAL</b>	<b>51</b>	<b>5 Réseaux sociaux</b>	<b>73</b>	<b>3 Signalétique</b>	<b>99</b>	<b>f. Affiche</b>	<b>120</b>
1 Papeterie et print	52	a. Avatar	73	a. Plaque signalétique pour les délégations interministérielles	99	<b>g. Affiche 4x3</b>	<b>121</b>
a. Papier en-tête	52	b. Visuel de couverture (cover)	74	b. Fond de scène et pupitre	100	<b>h. Flyer et brochure</b>	<b>122</b>
b. Carte de visite	53	c. Post	75	c. Kakémono	102	<b>2 Outils bureautiques</b>	<b>124</b>
c. Carte de correspondance	54	<b>6 Vidéo</b>	<b>77</b>	<b>4 UI Kit</b>	<b>103</b>	a. Signature mail	124
d. Communiqué de presse	55	a. Intro et outro	77	a. Gestion du bloc-marque dans l'en-tête (header)	103	b. Masque traitement de texte	125
e. Affiche	56	b. Filigrane	79	b. Pied de page (footer)	104	c. Masque présentation A4	126
f. Flyer et brochure	57	c. Gestion des sous-titres	80	<b>5 Réseaux sociaux</b>	<b>105</b>	d. Masque présentation 16/9	127
g. Enveloppe	59	d. Gestion des synthés	81	a. Avatar	105	<b>3 Signalétique</b>	<b>128</b>
h. Chemise	60	<b>II INTERMINISTÉRIEL ET DISPOSITIFS BÉNÉFICIAINT D'ACHAT MÉDIA</b>	<b>82</b>	b. Visuel de couverture (cover)	106	a. Principe signalétique	128
<b>2 Outils bureautiques</b>	<b>61</b>	<b>1 Papeterie et print</b>	<b>83</b>	c. Post	107	b. Kakémono	129
a. Signature mail	61	a. Papier en-tête	83	<b>6 Vidéo</b>	<b>109</b>	<b>4 UI Kit</b>	<b>130</b>
b. Masque traitement de texte	62	b. Carte de visite	84	a. Intro et outro	109	a. Gestion du bloc-marque dans l'en-tête (header)	130
c. Masque présentation A4	63	c. Carte de correspondance	85	b. Filigrane	111	b. Pied de page (footer)	131
d. Masque présentation 16/9	65	c. Communiqué de presse	86	c. Gestion des sous-titres	112	<b>5 Réseaux sociaux</b>	<b>132</b>
<b>3 Signalétique</b>	<b>66</b>	e. Annonce presse	87	d. Gestion des synthés	113	a. Visuel de couverture (cover)	132
a. Plaque signalétique	66	f. Affiche	88	<b>III OPÉRATEURS ET ENTITÉS SERVICIELLES</b>	<b>114</b>	b. Post	133
b. Plaque signalétique d'une direction	67	g. Affiche 4x3	89	<b>1 Papeterie et print</b>	<b>115</b>	<b>6 Vidéo</b>	<b>134</b>
c. Fond de scène et pupitre	68	h. Flyer et brochure	90	a. Papier en-tête	115	a. Outro	134
d. Kakémono	70	i. Enveloppe	92	b. Carte de visite	116	b. Filigrane	135
<b>4 UI Kit</b>	<b>71</b>	j. Chemise	93	c. Carte de correspondance	117	c. Gestion des sous-titres	136
a. Gestion du bloc-marque dans l'en-tête (header)	71	<b>2 Outils bureautiques</b>	<b>94</b>	d. Communiqué de presse	118	d. Gestion des synthés	137
b. Pied de page (footer)	72	a. Signature mail	94	e. Annonce presse	119		
		b. Masque traitement de texte	95				
		c. Masque présentation A4	96				
		d. Masque présentation 16/9	98				

a. Papier en-tête



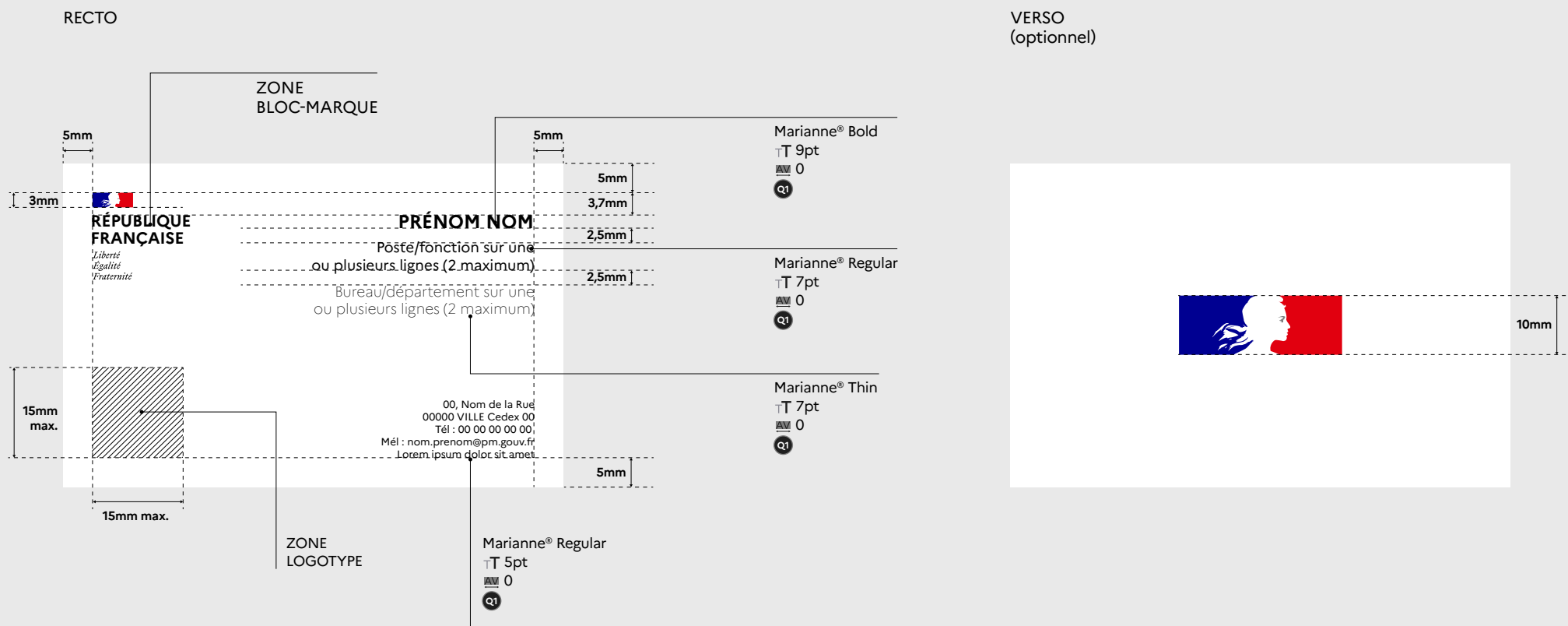
b. Carte de visite

Pour l'ensemble des agents de l'État, une carte de visite commune est mise au service de l'identité collective des serveurs de l'État.

LONGUEUR : 85mm

HAUTEUR : 55mm

Fonctionnelle, sobre et modulable, elle correspond à tous les usages.

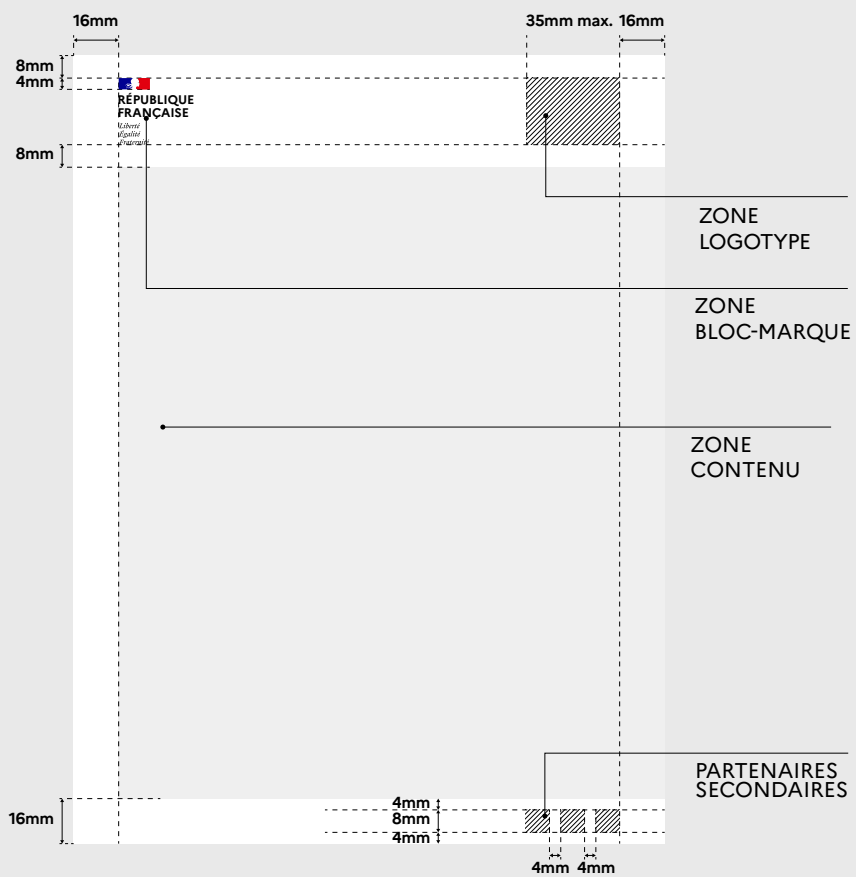


c. Carte de correspondance

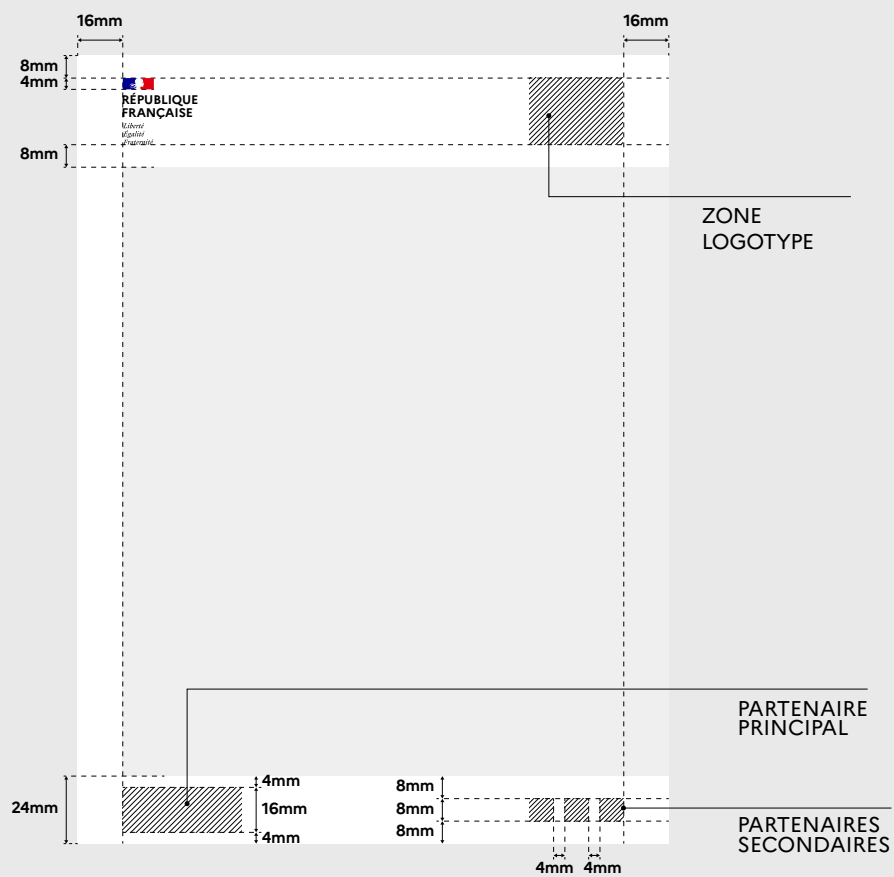




CAS AVEC PARTENAIRES SECONDAIRES



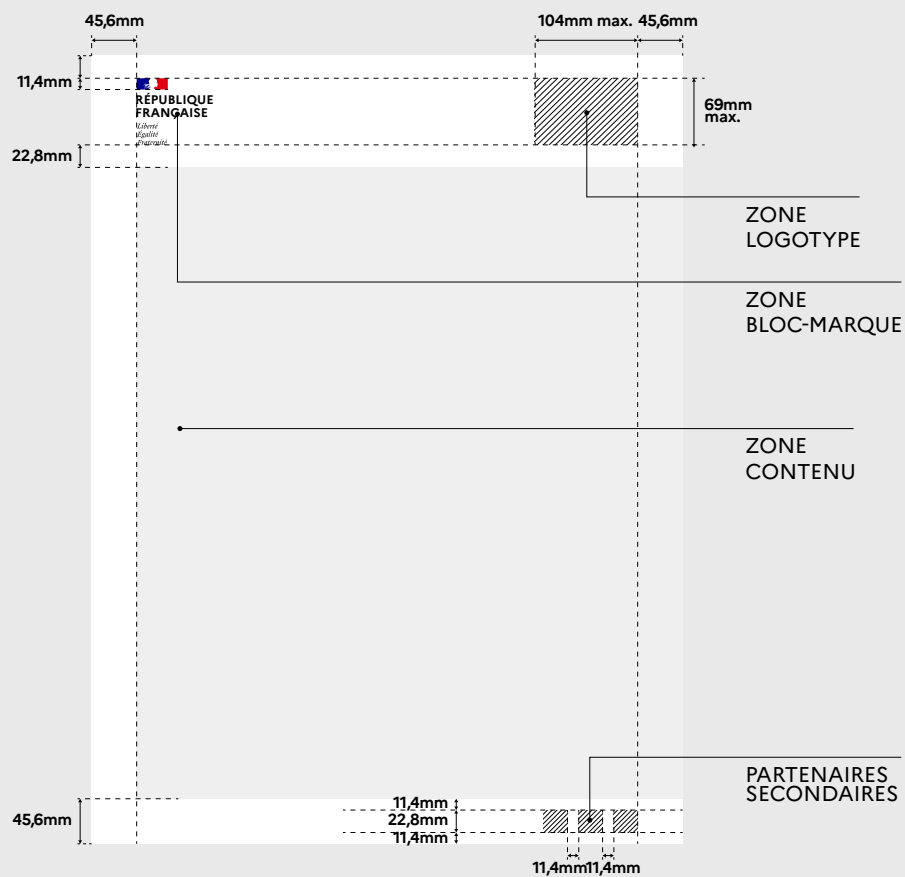
CAS AVEC PARTENAIRE PRINCIPAL + PARTENAIRES SECONDAIRES



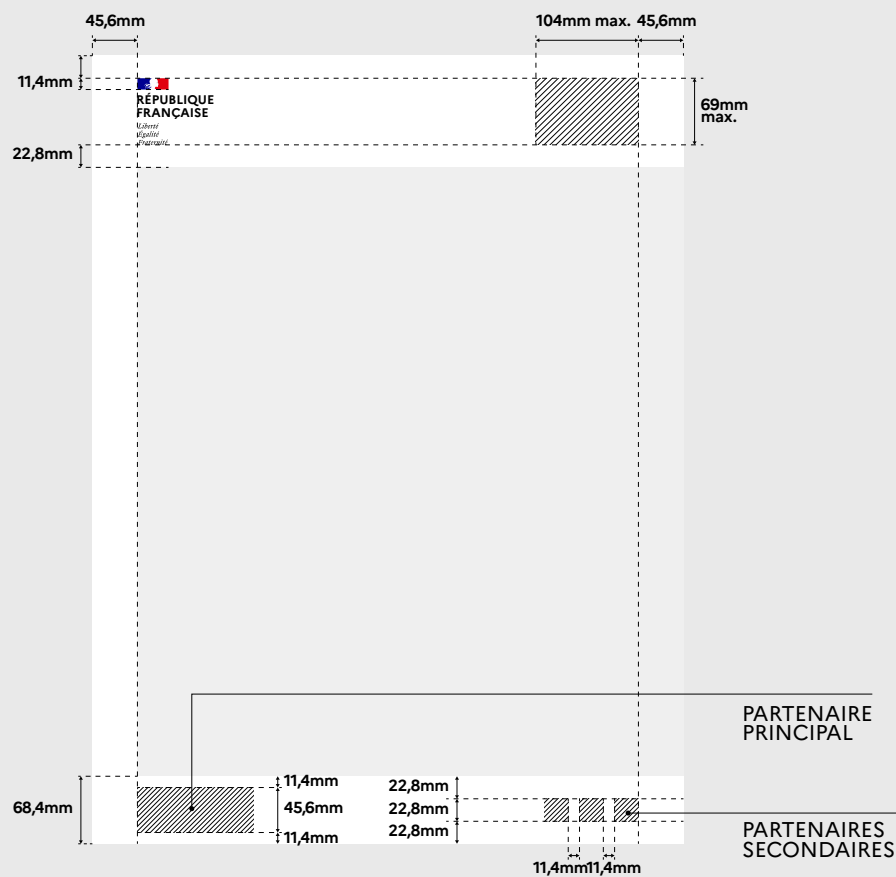
f. Affiche

cf. FONDAMENTAUX p.36-37

CAS AVEC PARTENAIRES SECONDAIRES



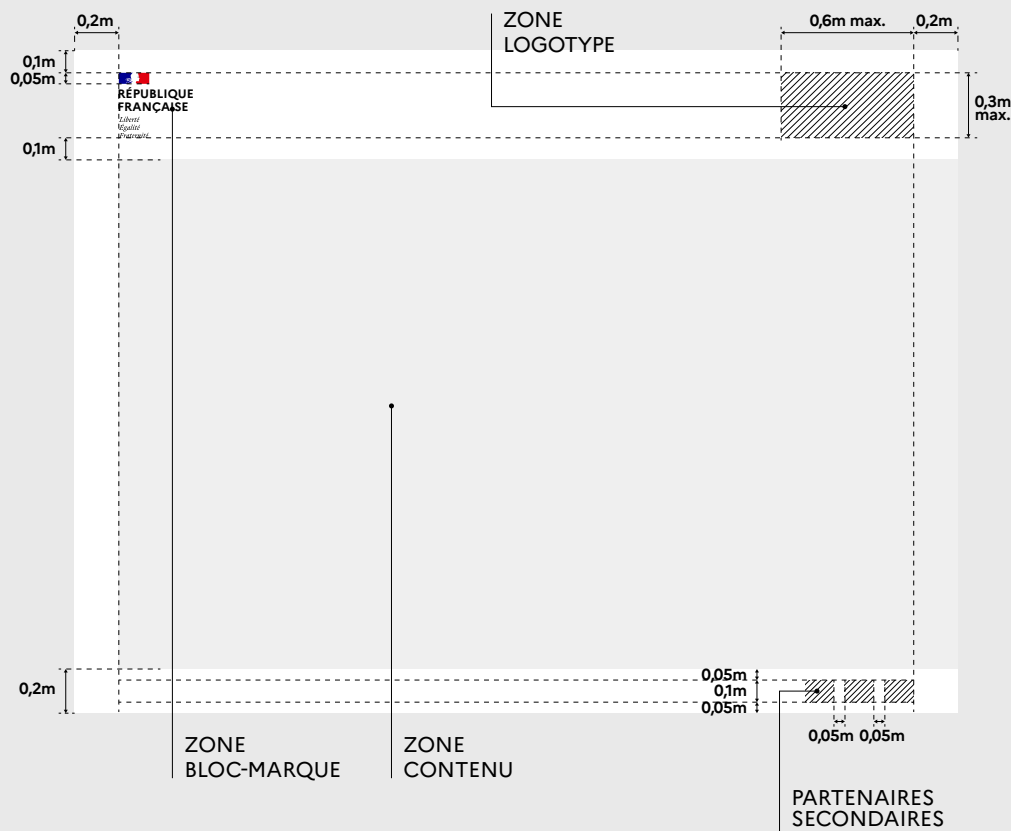
CAS AVEC PARTENAIRE PRINCIPAL + PARTENAIRES SECONDAIRES



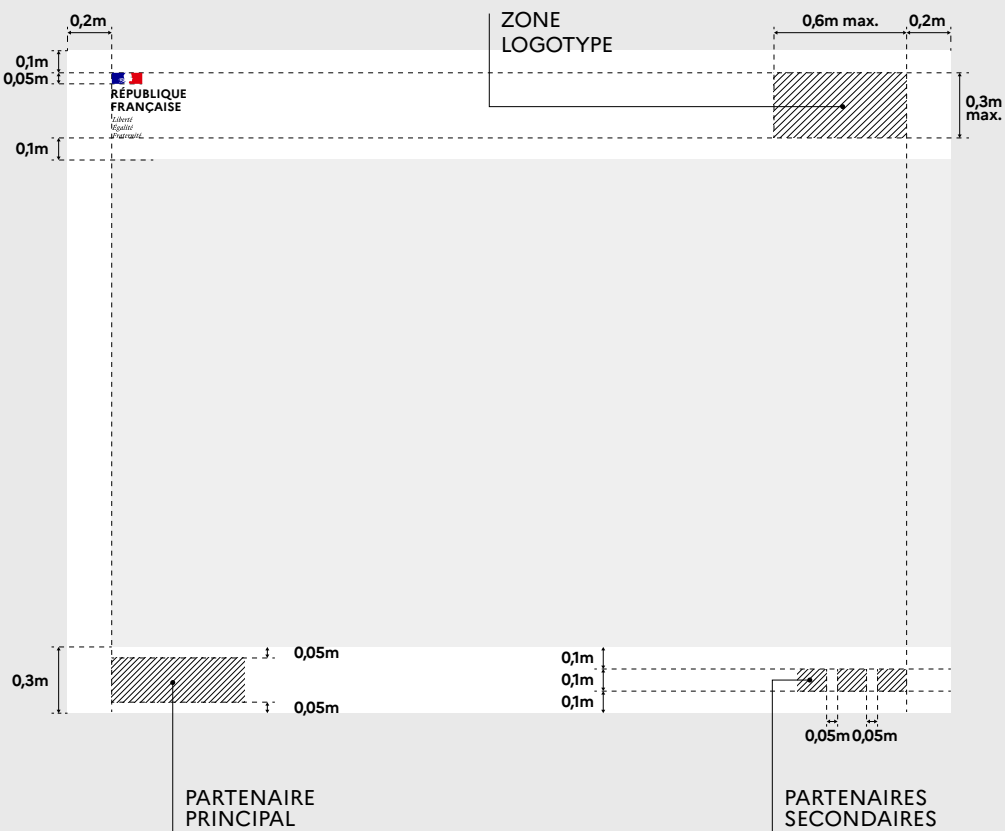
g. Affiche 4x3

cf. FONDAMENTAUX p.36-37

CAS PARTENAIRES SECONDAIRES



CAS AVEC PARTENAIRE PRINCIPAL + PARTENAIRES SECONDAIRES

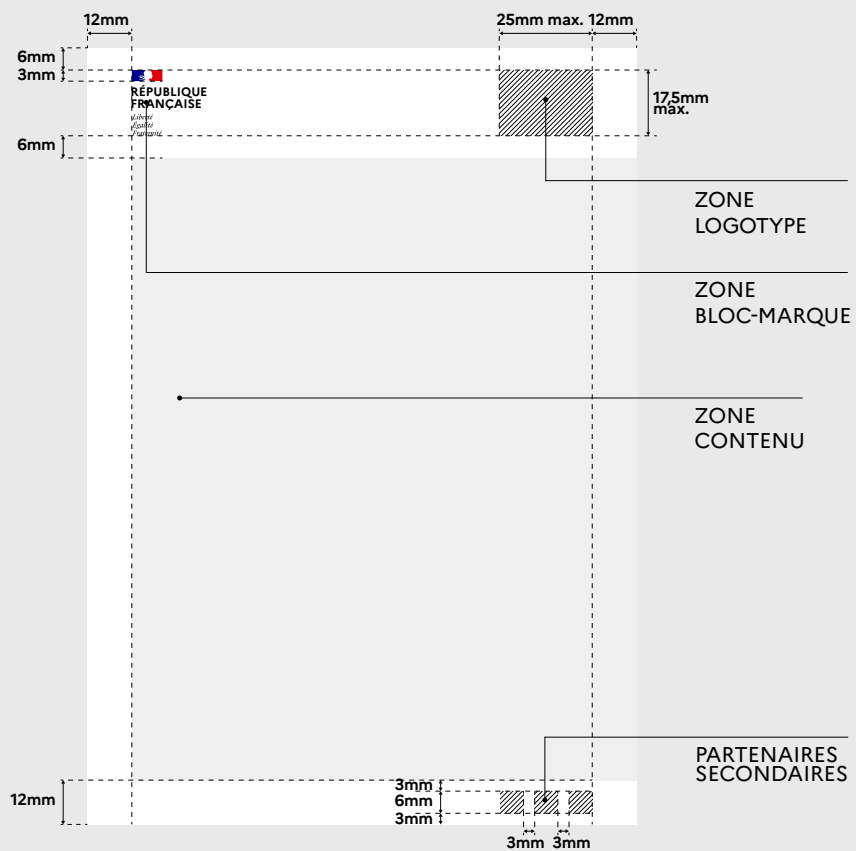


h. Flyer et brochure

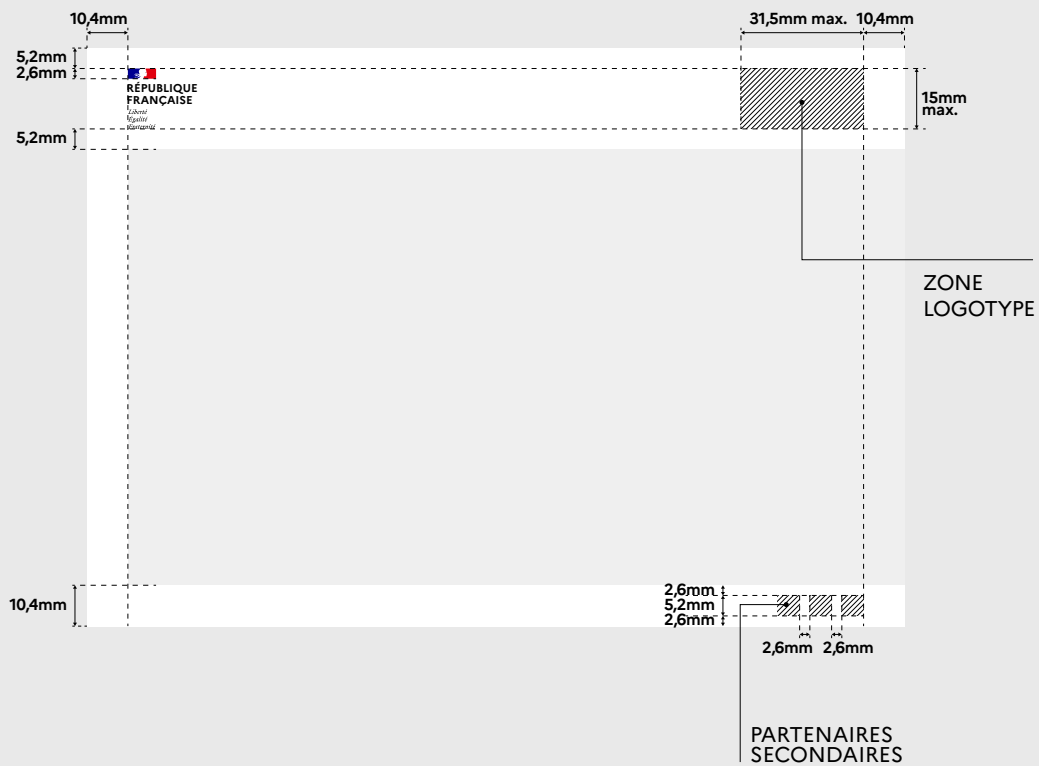
cf. FONDAMENTAUX p.36-37

CAS AVEC PARTENAIRES SECONDAIRES

FORMAT VERTICAL



FORMAT HORIZONTAL

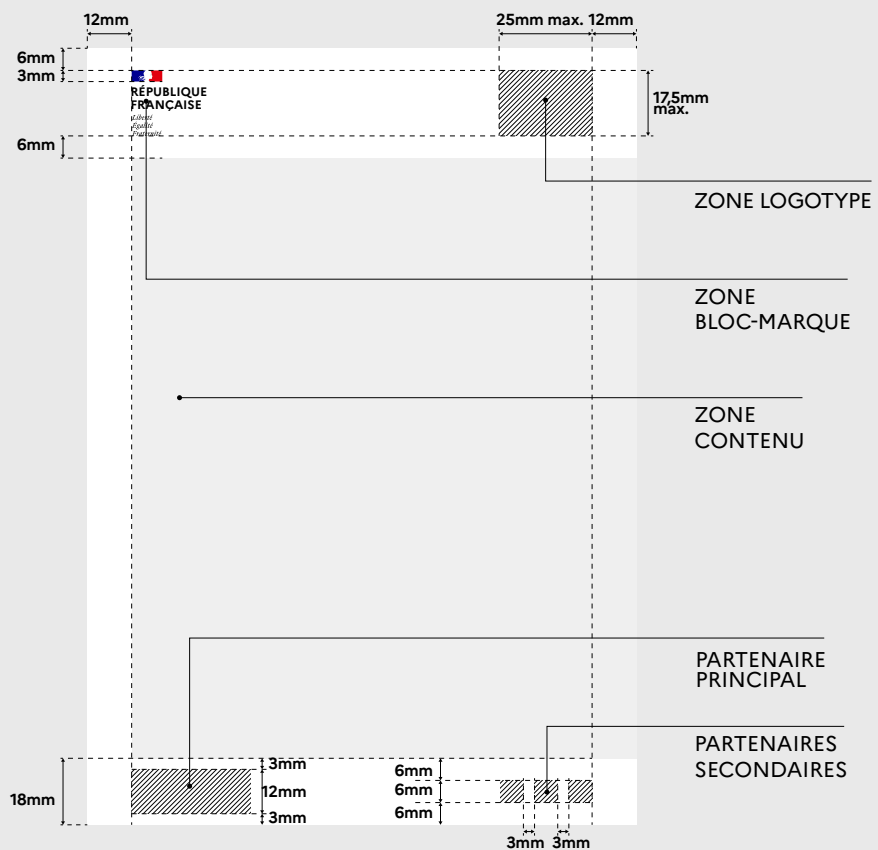


h. Flyer et brochure

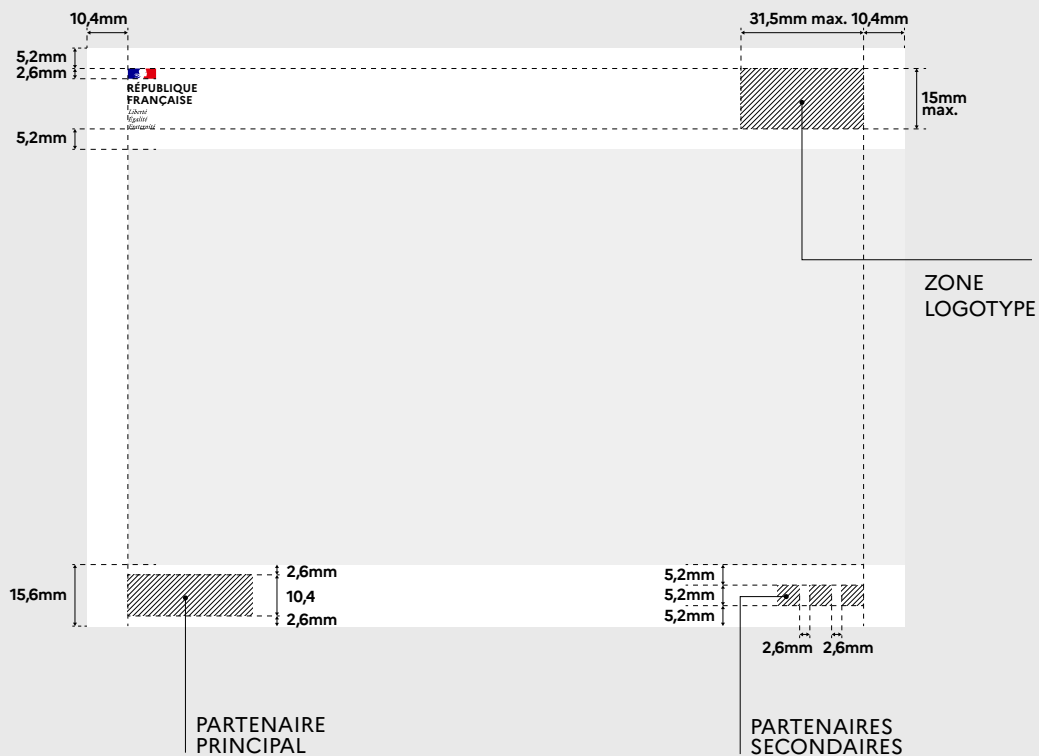
cf. FONDAMENTAUX p.36-37

CAS AVEC PARTENAIRE PRINCIPAL + PARTENAIRES SECONDAIRES

FORMAT VERTICAL



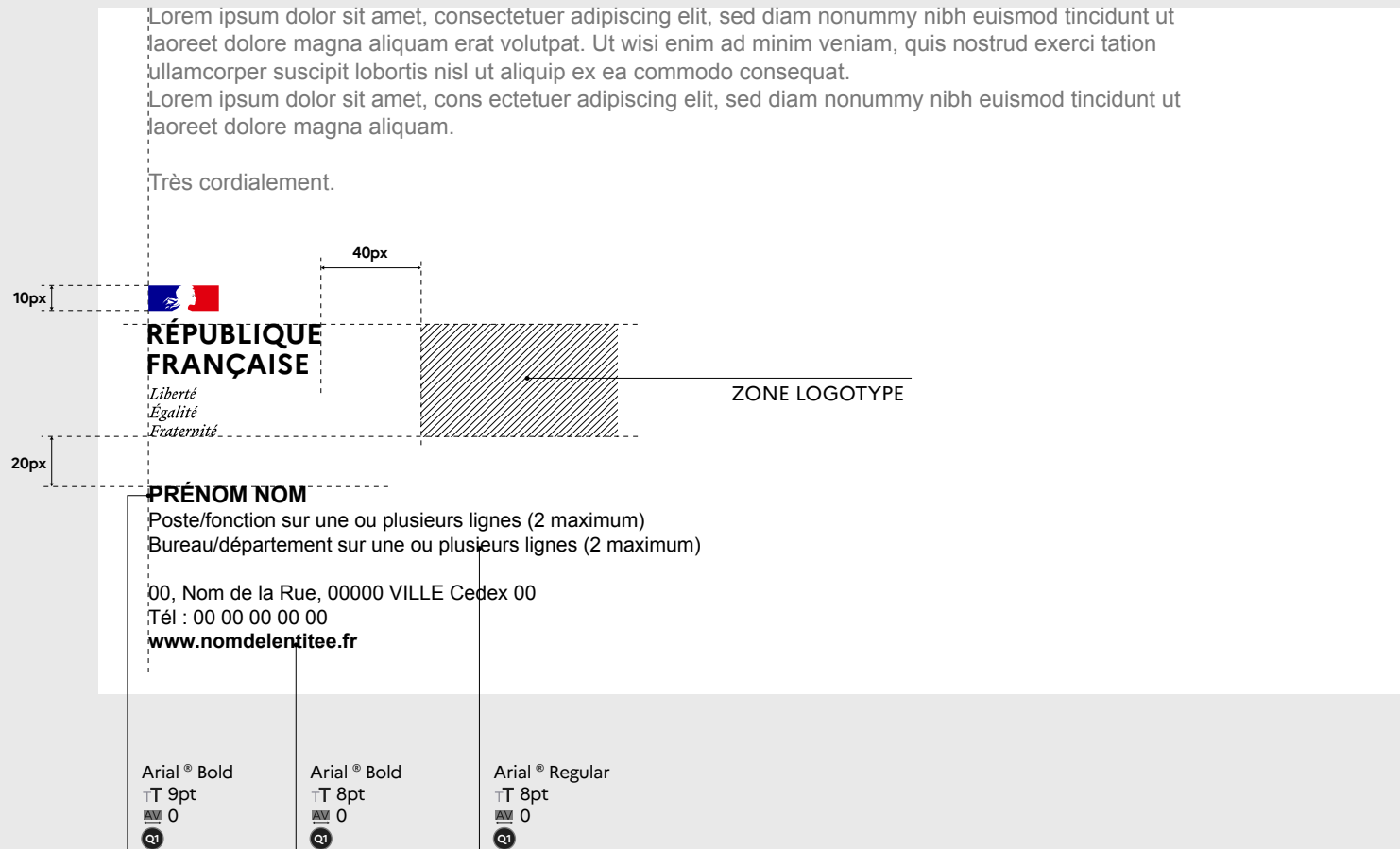
FORMAT HORIZONTAL



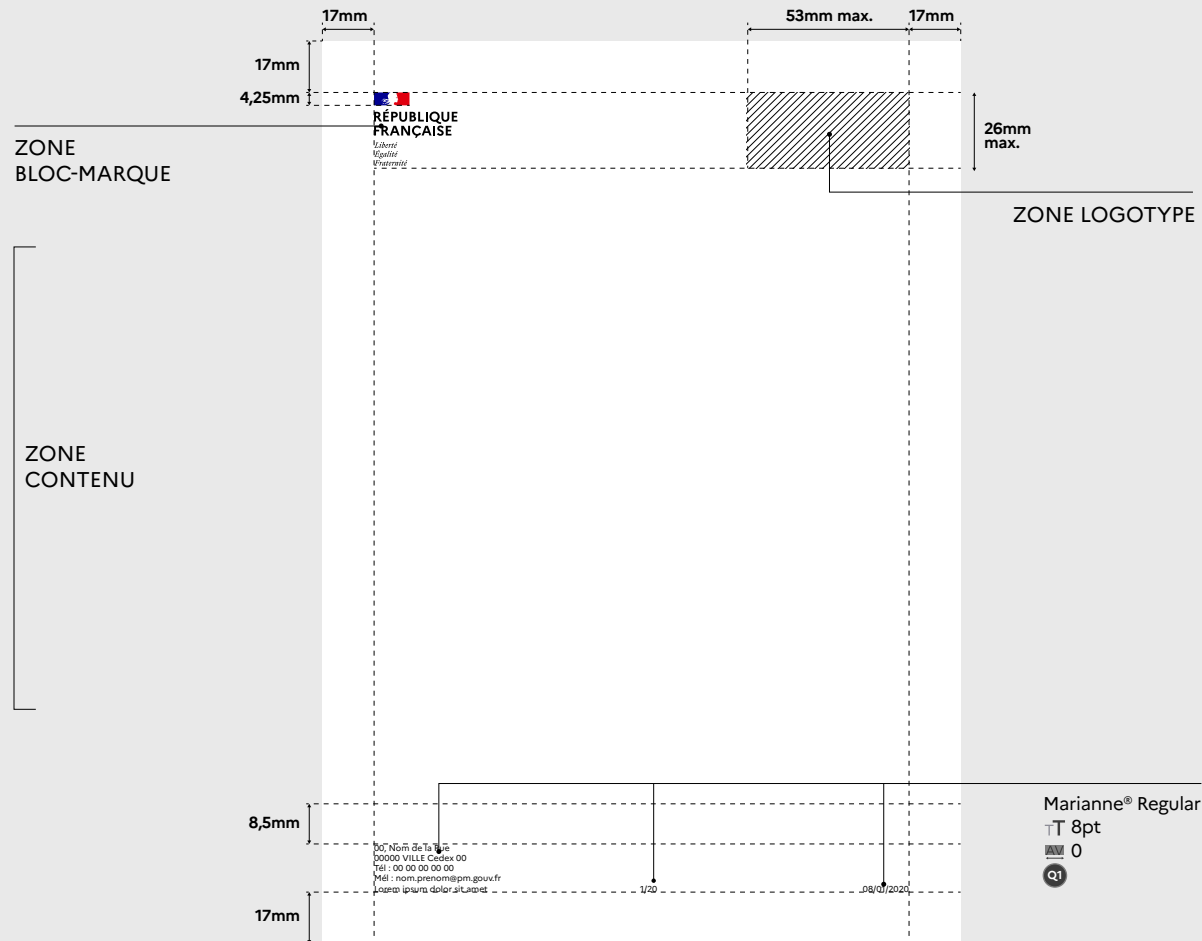
**OPÉRATEURS ET ENTITÉS SERVICIELLES**

**Outils bureautiques**

**a. Signature mail**



b. Masque traitement de texte



# OPÉRATEURS ET ENTITÉS SERVICIELLES

## Outils bureautiques

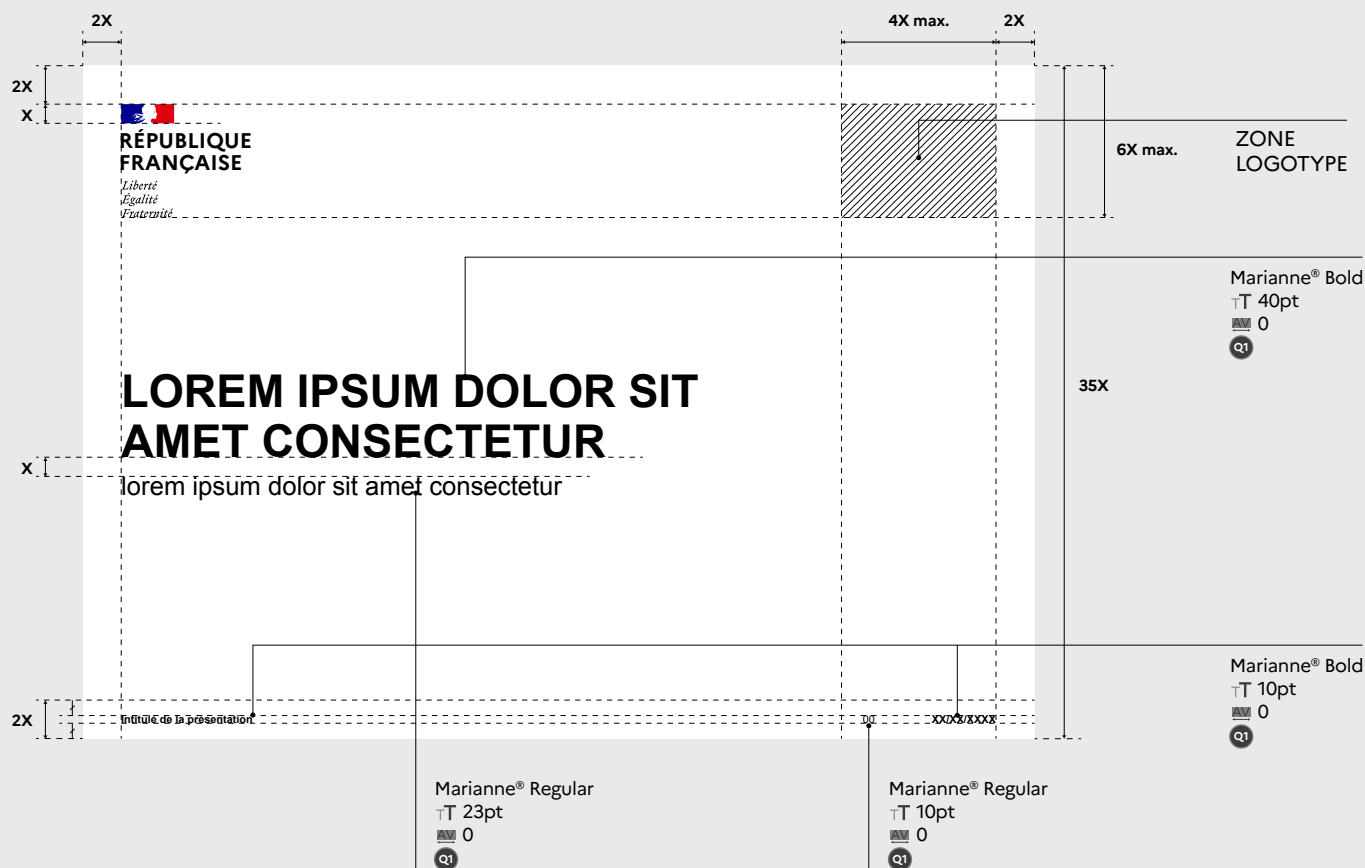
LONGUEUR : 297mm

HAUTEUR : 210mm

### c. Masque présentation A4 (éco)

L'harmonisation des supports de présentation à vocation interne et externe permet une meilleure compréhension des contenus en raison d'une structuration partagée par tous les agents de l'État.

Ce modèle est dit « éco » car il n'autorise que de rares zones d'expression couleur. L'utilisation de ces masques est conseillée, mais à adapter en fonction des besoins.



**OPÉRATEURS ET ENTITÉS SERVICIELLES**

**Outils bureautiques**

**d. Masque présentation 16/9 (spécial écrans)**

L'harmonisation des supports de présentation à vocation interne et externe permet une meilleure compréhension des contenus en raison d'une structuration partagée par tous les agents de l'État.

L'utilisation de ces masques est conseillée, mais à adapter en fonction des besoins.

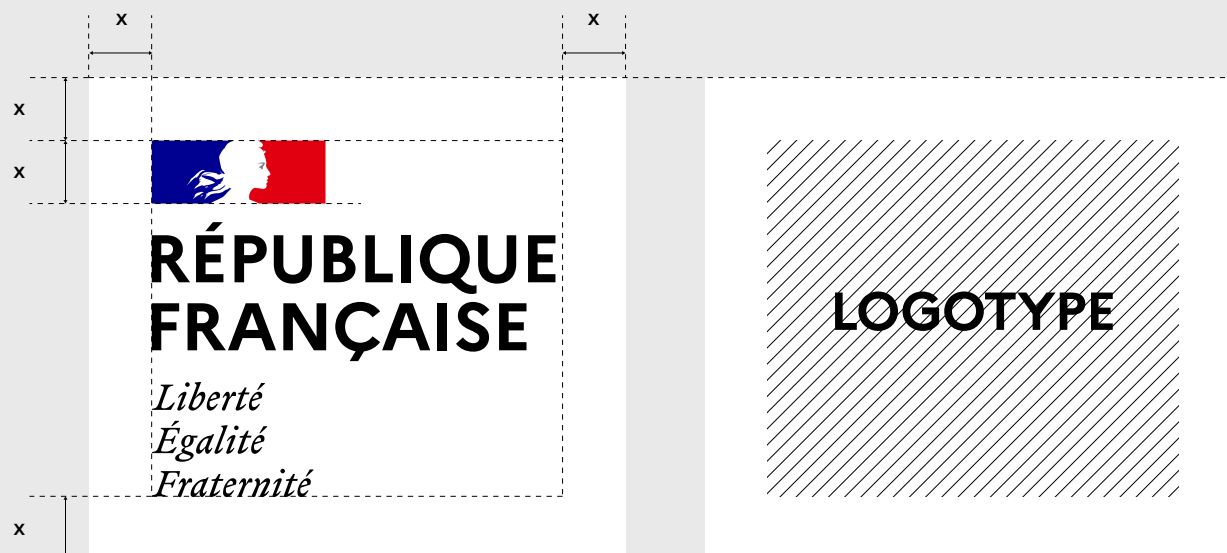


**OPÉRATEURS ET  
ENTITÉS SERVICIELLES****Signalétique****a. Principe signalétique**

La gestion de sa signalétique extérieure est laissée libre pour chaque opérateur. L'utilisation de ces formats est conseillée, mais à adapter en fonction des contraintes des plaques existantes.

Une plaque présentant le bloc-marque République Française devra figurer à l'entrée de chaque bâtiment en complément pour signifier la caution officielle de l'État.

PLAQUE BLOC-MARQUE RÉPUBLIQUE FRANÇAISE  
À CÔTÉ DE LA PLAQUE OPÉRATEUR/ENTITÉ SERVICIELLE



# OPÉRATEURS ET ENTITÉS SERVICIELLES

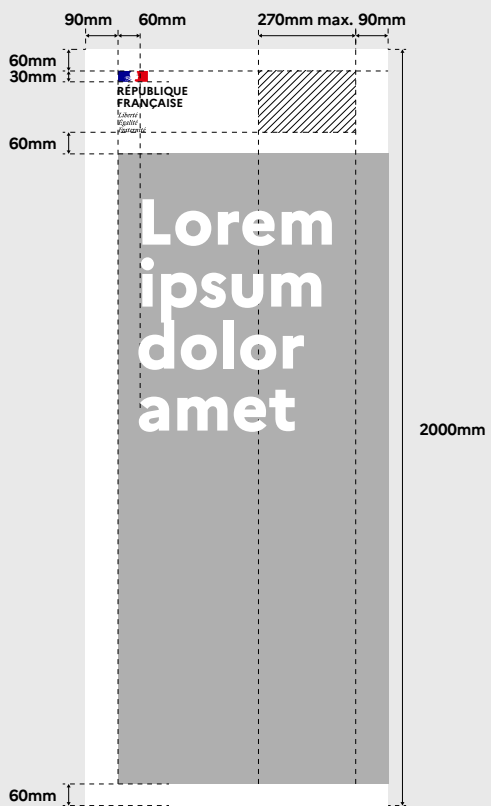
## Signalétique

### b. Kakémono

OPTION 1



OPTION 2



## OPÉRATEURS ET ENTITÉS SERVICIELLES UI Kit

### a. Gestion du bloc-marque dans l'en-tête (header)

Les éléments normalisés du header sont :

- le bloc-marque et le logotype associé,
- le nom du site quand celui-ci porte sur une thématique plus précise ou plus large que le périmètre émetteur.

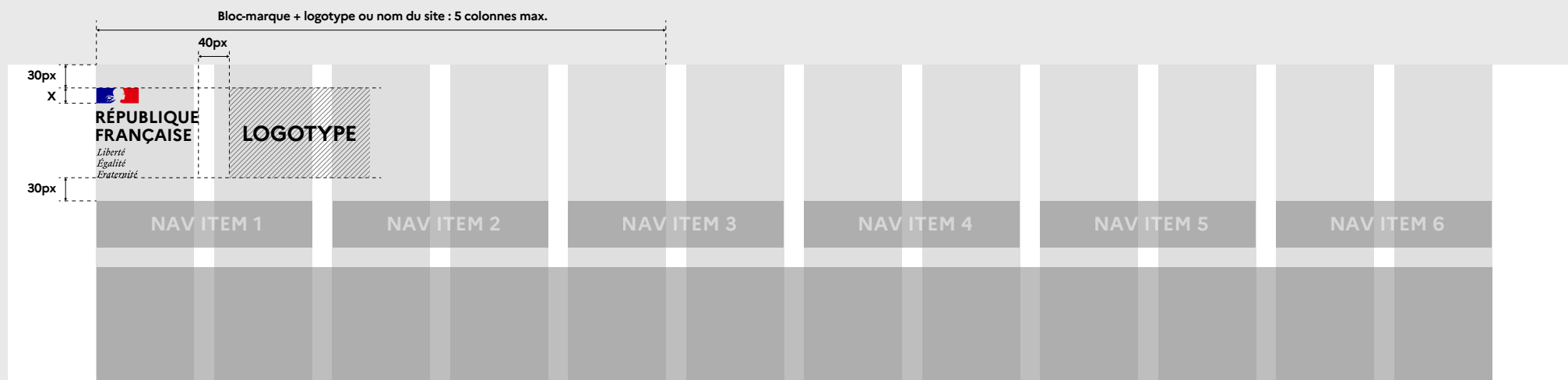
L'ensemble de ces deux éléments ne doit pas dépasser 5 colonnes.

- un arrière-plan de couleur blanche.

(La navigation n'est pas normée, elle est présentée ici à titre indicatif.)

X = 20PX

NAVIGATION DESKTOP

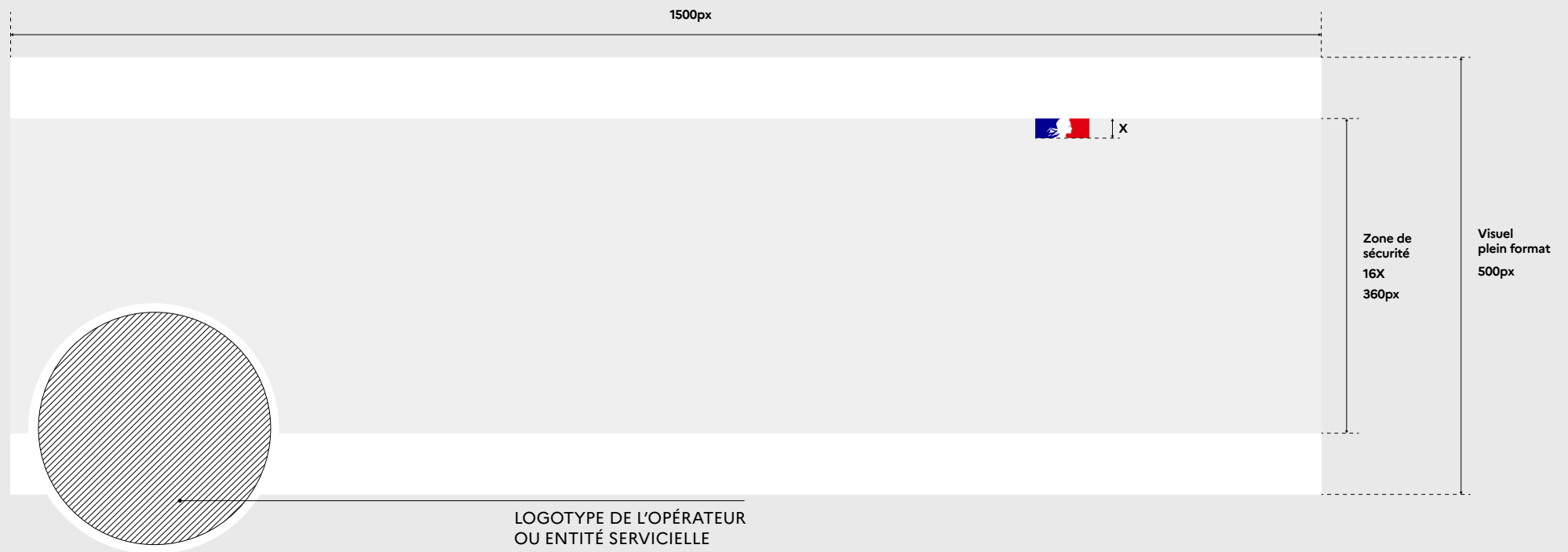


Le logotype associé au bloc-marque devra impérativement s'inscrire dans la zone logotype, si possible en ayant la même hauteur que le bloc-marque.



**OPÉRATEURS ET  
ENTITÉS SERVICIELLES****Réseaux sociaux****a. Visuel de couverture (cover)**

À l'image de ce qui est mis en place pour les posts ou vidéos, un filigrane vient s'apposer sur le visuel de couverture, afin de faire ressortir son caractère officiel.



**OPÉRATEURS ET  
ENTITÉS SERVICIELLES**

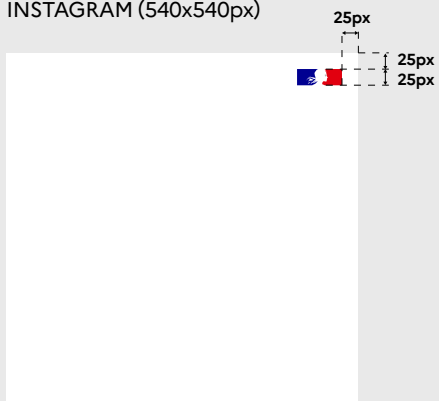
**Réseaux sociaux**

**b. Post**

Il n'est pas demandé de reprendre les gabarits ministériels ou gouvernementaux, mais à l'image de ce qui est mis en place

sur les vidéos ou le visuel de couverture, un filigrane vient s'apposer sur les posts, afin de faire ressortir leur caractère officiel.

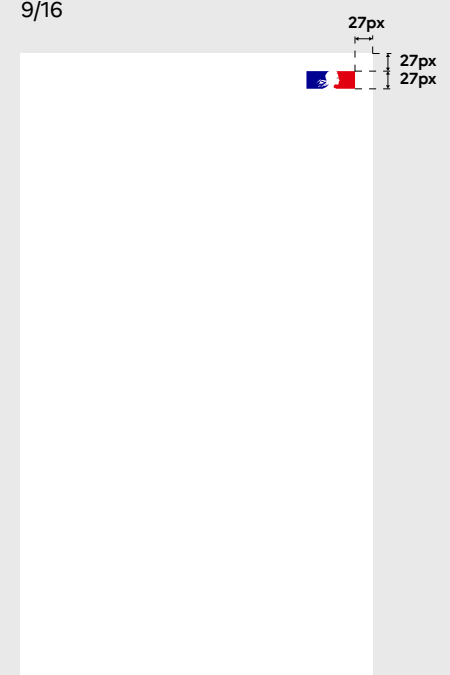
INSTAGRAM (540x540px)



TWITTER (960x540px) 16/9



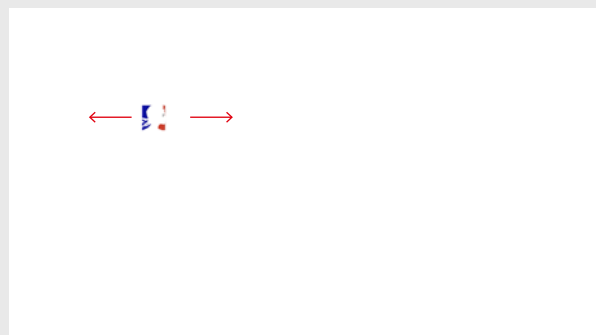
9/16



**OPÉRATEURS ET  
ENTITÉS SERVICIELLES****Vidéo****a. Outro**

Pour les supports vidéos, il est prévu une animation du bloc-marque pour permettre de bien identifier l'émetteur.

Cette animation est à utiliser en outro quand cela est pertinent (par exemple pour des vidéos de type film institutionnel).



### III — 6

## OPÉRATEURS ET ENTITÉS SERVICIELLES

### Vidéo

#### b. Filigrane

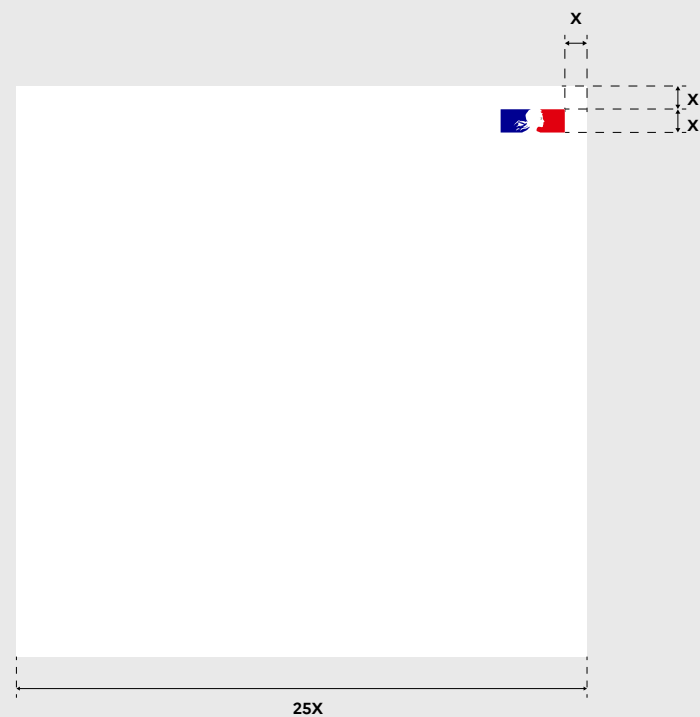
Il n'est pas demandé de reprendre les gabarits ministériels ou gouvernementaux, mais à l'image de ce qui est mis en place

sur les posts ou le visuel de couverture, un filigrane vient s'apposer sur les vidéos, afin de faire ressortir leur caractère officiel.

FORMAT HORIZONTAL



FORMAT CARRÉ



c. Gestion des sous-titres

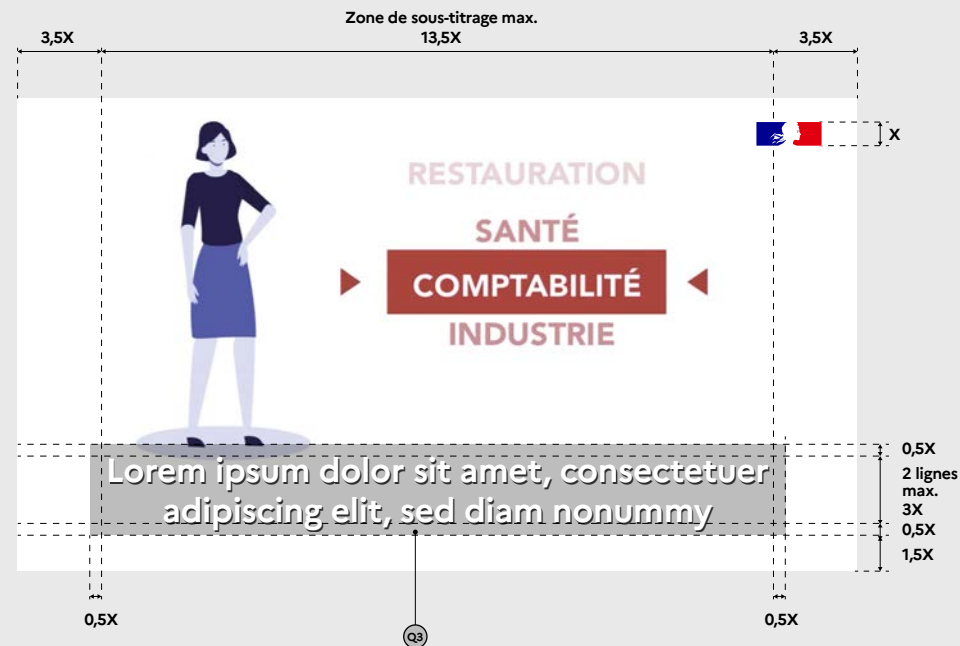
Pour toutes les vidéos utilisant des sous-titres, il est recommandé d'utiliser la typographie propriétaire Marianne®.

GESTION SUR FOND FONCÉ

GESTION SUR FOND CLAIR



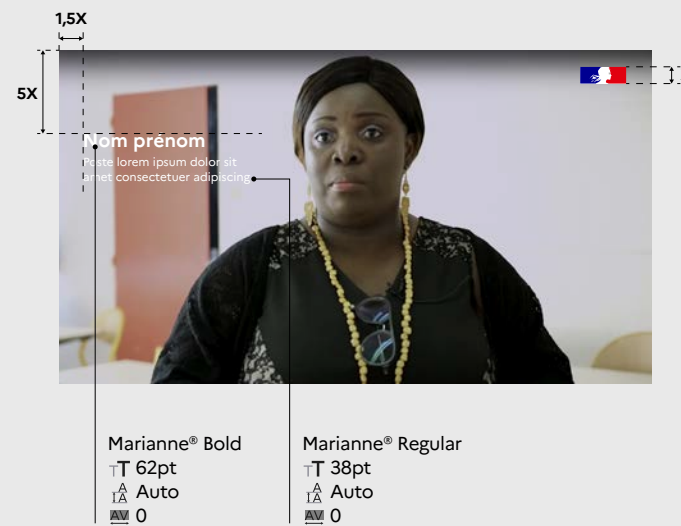
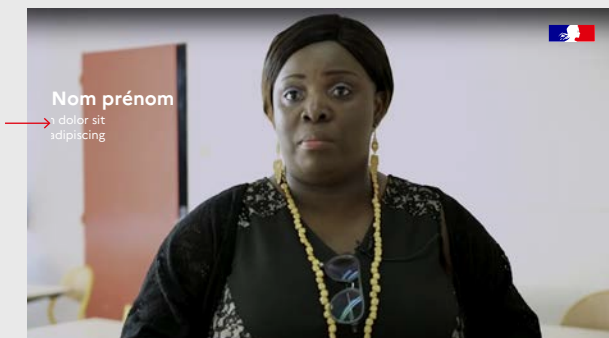
Marianne® Bold  
 T 76pt  
 A Auto  
 0



d. Gestion des synthés

Pour toutes les vidéos, pour les synthés, il est recommandé d'utiliser la typographie propriétaire Marianne®.

APPARITION



DISPARITION

