



**GOVERNEMENT**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



# CHARTRE GRAPHIQUE FRANCE RELANCE

V3.0 - Janvier 2021

Présenté par le Premier ministre le 3 septembre 2020, **le dispositif France Relance est une feuille de route pour la refondation économique, sociale et écologique du pays**. Ce plan est le résultat d'une large concertation nationale mise en place pour tirer les enseignements de la crise.

**L'objectif : bâtir la France de 2030.** Les moyens consacrés par le Gouvernement et l'Europe sont conséquents et se veulent à la hauteur des enjeux : 100 milliards d'euros, soit 1/3 du budget annuel de l'État. 40% ont été financés par l'Union européenne, des fonds mobilisables par les États membres jusqu'en 2026 et remboursables jusqu'en 2058.

Le plan de relance permet à notre Nation de **se positionner sur des secteurs d'avenir pour (re)créer de la valeur en France et les relais de croissance de demain**. Il a pour vocation à susciter de nouvelles opportunités pour la jeunesse, celles et ceux qui souhaitent se reconverter ou acquérir de nouvelles compétences. Il doit aussi permettre à la France, comme à l'Europe, de confirmer sa robustesse et son attractivité dans le concert international des Nations. Afin de promouvoir les mesures mises en place dans le cadre du plan de relance, France Relance est **doté d'une identité graphique propre**, permettant son identification et la lisibilité des actions menées par les citoyens. **En cohérence avec la marque de l'État**, l'identité France relance est composée de plusieurs éléments caractéristiques.

### I• Un marqueur unique

Le marqueur France Relance, composé du double cercle vert et des drapeaux européens et français, vient estampiller l'intégralité des communications mettant en avant les mesures s'inscrivant dans le plan de relance. Ce faisant, ce marqueur vient **créer des repères pour le citoyen, afin de rendre plus lisible et identifiables les actions de l'État s'inscrivant dans le dispositif France Relance**.

La couleur verte met en exergue la **dimension écologique transverse** aux mesures du plan de relance. Les **drapeaux de l'Union européenne et de la France** rappellent l'engagement financier apporté par ces deux entités dans la mise en œuvre du dispositif France Relance.

### II• Trois repères graphiques identifiables

L'identité France Relance se manifeste également par trois repères graphiques identifiables, utilisés systématiquement dans les éléments graphiques promouvant le dispositif. Il s'agit :

- **du vert C1**, un vert vif et lumineux, qui, utilisé avec parcimonie, rappelle les couleurs du marqueur France Relance.

- **du vert D1**, un vert plus sobre et institutionnel. Utilisé en aplat, il rappelle la dimension écologique du dispositif.

- **du motif France Relance**, rappelant l'écriture du marqueur. Ce motif est à utiliser avec parcimonie sur les supports liés à la signalétique et l'évènementiel.

Tous les dispositifs appartenant au plan de relance ont vocation à utiliser ces éléments.

## SOMMAIRE

### I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 1 Les deux versions du logo 6
- 2 La taille minimale et les interdits 7

### II LA TYPOGRAPHIE

- 1 Le dessin de la typographie 9
- 2 Les graisses de la typographie 10
- 3 Le dessin de la typographie complémentaire 11
- 4 Les graisses de la typographie complémentaire 12

### III LES COULEURS

- 1 Les codes colorimétriques 14
- 2 Le biseau 15
- 1 La règle des aplâts 16

### IV LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

#### LES TROIS PLACEMENTS DU LOGOTYPE

- 1 Le format portrait 18
- 2 Le format paysage 20

### V LES RÉSEAUX SOCIAUX

- 1 Format 1/1 (carré) 23
- 2 Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Format 16/9 (paysage) 27
- 4 Les vidéos (3 formats) 29
- 5 Vidéos - les éléments animés 30
- 6 Vidéos RS - les éléments animés 31

### VI LA PAPETERIE DIGITALE

- 1 Les bandeaux de site 33
- 2 La signature mail 34

### VII LA PAPETERIE PRINT

- 1 L'enveloppe 36
- 2 L'en-tête de lettre 37

### VIII LA PRISE DE PAROLE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40

### IX LES GOODIES

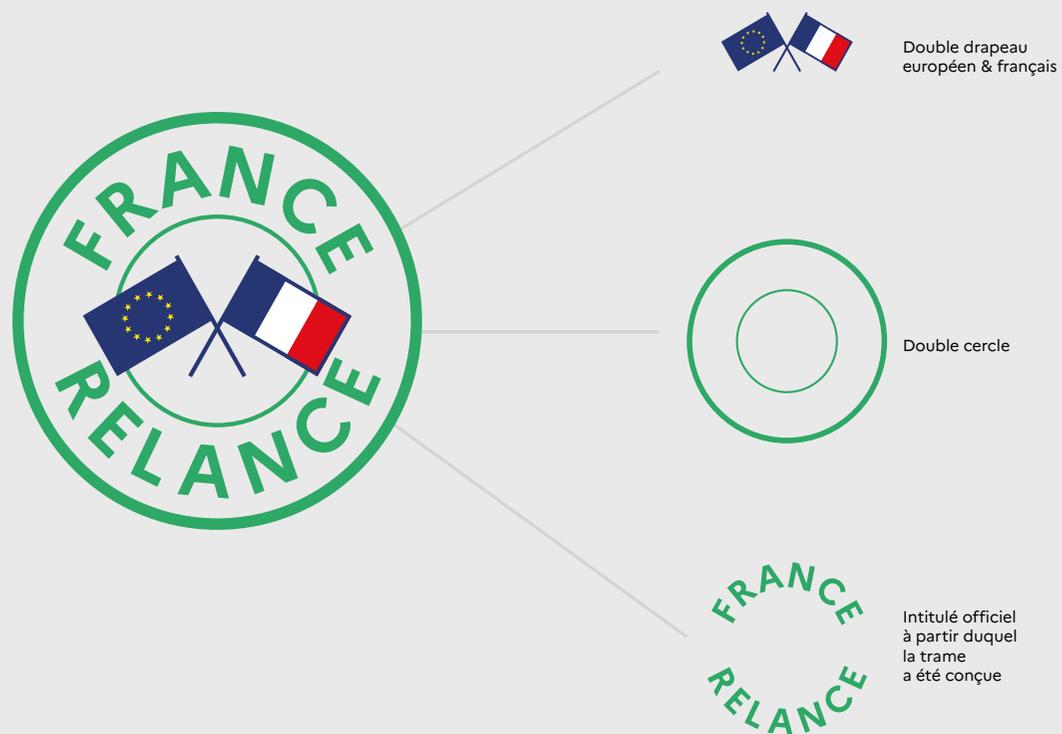
- 1 Le pins et l'adhésif 42

### X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 44
- 2 Habillage vidéo 45
- 3 Prise de parole et Kakémono 46
- 4 Affiche et vignettes RS 47

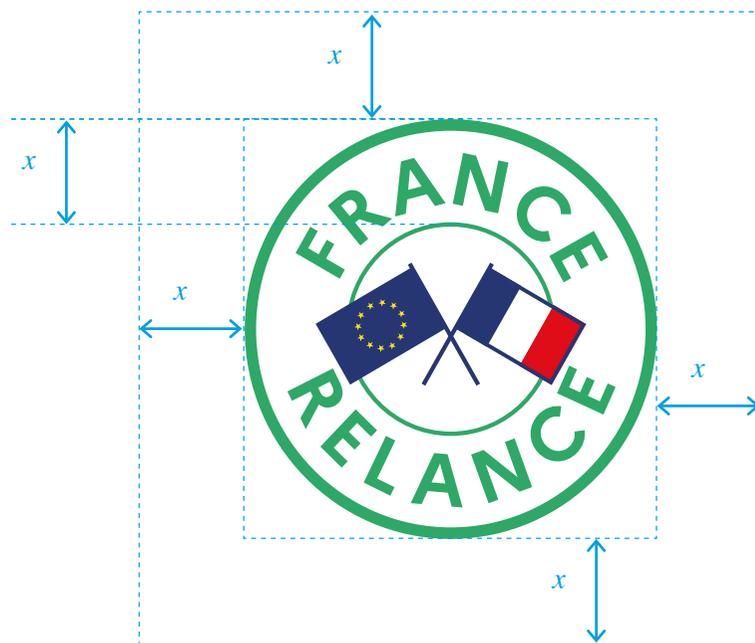
# FONDAMENTAUX

Quel que soit le support et quel que soit le contexte de communication, le logo France Relance est unique et ne doit pas figurer plus d'une fois sur la face d'un même support.



## La zone de protection

Le logo vit entouré d'une zone de protection lui garantissant sa lisibilité lorsqu'il est à proximité d'autres éléments graphiques (logo, typographie, bloc image, bouton, etc...).



## Les deux versions du logo

Le logo vit en priorité en couleur avec un cartouche rond et blanc du même diamètre que le plus grand des deux cercles. Lorsque l'environnement n'est pas maîtrisé, il doit vivre sur fond coloré vert D1 et dans la version blanche du logotype.

La version du logo vert avec un cercle blanc en fond.



La version du logo blanc sur fond vert D1.



## LE LOGO

### La taille minimale et les interdits

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

#### TAILLE MINIMALE D'UTILISATION



Taille minimale de la hauteur du cercle extérieur  
 PRINT : 10mm  
 WEB : 80px



Changement de couleurs de la typographie et des éléments graphiques



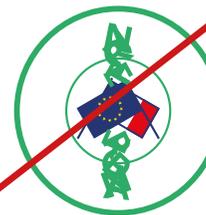
Interdiction d'utiliser le logo sur fond transparent. Obligation de l'utiliser sur un fond circulaire blanc.



Un changement de la typographie



Une mauvaise proportion des éléments du logo



Composition centrée



Changer l'ordre des mots et leur orientation

# SOMMAIRE

## I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 1 Les deux versions du logo 6
- 2 La taille minimale et les interdits 7

## II LA TYPOGRAPHIE

- 1 Le dessin de la typographie 9
- 2 Les graisses de la typographie 10
- 3 Le dessin de la typographie complémentaire 11
- 4 Les graisses de la typographie complémentaire 12

## III LES COULEURS

- 1 Les codes colorimétriques 14
- 2 Le biseau 15
- 1 La règle des aplâts 16

## IV LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

### LES TROIS PLACEMENTS DU LOGOTYPE

- 1 Le format portrait 18
- 2 Le format paysage 20

## V LES RÉSEAUX SOCIAUX

- 1 Format 1/1 (carré) 23
- 2 Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Format 16/9 (paysage) 27
- 4 Les vidéos (3 formats) 29
- 5 Vidéos - les éléments animés 30
- 6 Vidéos RS - les éléments animés 31

## VI LA PAPETERIE DIGITALE

- 1 Les bandeaux de site 33
- 2 La signature mail 34

## VII LA PAPETERIE PRINT

- 1 L'enveloppe 36
- 2 L'en-tête de lettre 37

## VIII LA PRISE DE PAROLE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40

## IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 42

## X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 44
- 2 Habillage vidéo 45
- 3 Prise de parole et Kakémono 46
- 4 Affiche et vignettes RS 47

## 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

GOUVERNEMENT.

Terminaisons géométriques

Apexes plats et stables

Point rond

**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 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 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 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 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 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 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 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 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 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 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 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 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	AĂĂABCÇDEĒĒĒFGHIĪJKLMNOŌŌŒ PQRSTUŪŪŪVWXYZ aàääbcçdeèèèfghiiĵklmnoôôœpqrstuùùüvwxyz 0123456789 €.,;...*‘’”””!?-<»»() - — ·@\\ / _#
EXTRALIGHT ITALIC	AĂĂABCÇDEĒĒĒFGHIĪJKLMNOŌŌŒ PQRSTUŪŪŪVWXYZ aàääbcçdeèèèfghiiĵklmnoôôœpqrstuùùüvwxyz 0123456789 €.,;...*‘’”””!?-<»»() - — ·@\\ / _#
LIGHT	AĂĂABCÇDEĒĒĒFGHIĪJKLMNOŌŌŒ PQRSTUŪŪŪVWXYZ aàääbcçdeèèèfghiiĵklmnoôôœpqrstuùùüvwxyz 0123456789 €.,;...*‘’”””!?-<»»() - — ·@\\ / _#
LIGHT ITALIC	AĂĂABCÇDEĒĒĒFGHIĪJKLMNOŌŌŒ PQRSTUŪŪŪVWXYZ aàääbcçdeèèèfghiiĵklmnoôôœpqrstuùùüvwxyz 0123456789 €.,;...*‘’”””!?-<»»() - — ·@\\ / _#
REGULAR	AĂĂABCÇDEĒĒĒFGHIĪJKLMNOŌŌŒ PQRSTUŪŪŪVWXYZ aàääbcçdeèèèfghiiĵklmnoôôœpqrstuùùüvwxyz 0123456789 €.,;...*‘’”””!?-<»»() - — ·@\\ / _#
ITALIC	AĂĂABCÇDEĒĒĒFGHIĪJKLMNOŌŌŒ PQRSTUŪŪŪVWXYZ aàääbcçdeèèèfghiiĵklmnoôôœpqrstuùùüvwxyz 0123456789 €.,;...*‘’”””!?-<»»() - — ·@\\ / _#
MEDIUM	AĂĂABCÇDEĒĒĒFGHIĪJKLMNOŌŌŒ PQRSTUŪŪŪVWXYZ aàääbcçdeèèèfghiiĵklmnoôôœpqrstuùùüvwxyz 0123456789 €.,;...*‘’”””!?-<»»() - — ·@\\ / _#

MEDIUM ITALIC	AĂĂABCÇDEĒĒĒFGHIĪJKLMNOŌŌŒ PQRSTUŪŪŪVWXYZ aàääbcçdeèèèfghiiĵklmnoôôœpqrstuùùüvwxyz 0123456789 €.,;...*‘’”””!?-<»»() - — ·@\\ / _#
SEMIBOLD	AĂĂABCÇDEĒĒĒFGHIĪJKLMNOŌŌŒ PQRSTUŪŪŪVWXYZ aàääbcçdeèèèfghiiĵklmnoôôœpqrstuùùüvwxyz 0123456789 €.,;...*‘’”””!?-<»»() - — ·@\\ / _#
SEMIBOLD ITALIC	AĂĂABCÇDEĒĒĒFGHIĪJKLMNOŌŌŒ PQRSTUŪŪŪVWXYZ aàääbcçdeèèèfghiiĵklmnoôôœpqrstuùùüvwxyz 0123456789 €.,;...*‘’”””!?-<»»() - — ·@\\ / _#
BOLD	AĂĂABCÇDEĒĒĒFGHIĪJKLMNOŌŌŒ PQRSTUŪŪŪVWXYZ aàääbcçdeèèèfghiiĵklmnoôôœpqrstuùùüvwxyz 0123456789 €.,;...*‘’”””!?-<»»() - — ·@\\ / _#
BOLD ITALIC	AĂĂABCÇDEĒĒĒFGHIĪJKLMNOŌŌŒ PQRSTUŪŪŪVWXYZ aàääbcçdeèèèfghiiĵklmnoôôœpqrstuùùüvwxyz 0123456789 €.,;...*‘’”””!?-<»»() - — ·@\\ / _#
EXTRABOLD	AĂĂABCÇDEĒĒĒFGHIĪJKLMNOŌŌŒ PQRSTUŪŪŪVWXYZ aàääbcçdeèèèfghiiĵklmnoôôœpqrstuùùüvwxyz 0123456789 €.,;...*‘’”””!?-<»»() - — ·@\\ / _#
EXTRABOLD ITALIC	AĂĂABCÇDEĒĒĒFGHIĪJKLMNOŌŌŒ PQRSTUŪŪŪVWXYZ aàääbcçdeèèèfghiiĵklmnoôôœpqrstuùùüvwxyz 0123456789 €.,;...*‘’”””!?-<»»() - — ·@\\ / _#

# SOMMAIRE

## I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 1 Les deux versions du logo 6
- 2 La taille minimale et les interdits 7

## II LA TYPOGRAPHIE

- 1 Le dessin de la typographie 9
- 2 Les graisses de la typographie 10
- 3 Le dessin de la typographie complémentaire 11
- 4 Les graisses de la typographie complémentaire 12

## III LES COULEURS

- 1 Les codes colorimétriques 14
- 2 Le biseau 15
- 1 La règle des aplâts 16

## IV LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

### LES TROIS PLACEMENTS DU LOGOTYPE

- 1 Le format portrait 18
- 2 Le format paysage 20

## V LES RÉSEAUX SOCIAUX

- 1 Format 1/1 (carré) 23
- 2 Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Format 16/9 (paysage) 27
- 4 Les vidéos (3 formats) 29
- 5 Vidéos - les éléments animés 30
- 6 Vidéos RS - les éléments animés 31

## VI LA PAPETERIE DIGITALE

- 1 Les bandeaux de site 33
- 2 La signature mail 34

## VII LA PAPETERIE PRINT

- 1 L'enveloppe 36
- 2 L'en-tête de lettre 37

## VIII LA PRISE DE PAROLE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40

## IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 42

## X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 44
- 2 Habillage vidéo 45
- 3 Prise de parole et Kakémono 46
- 4 Affiche et vignettes RS 47

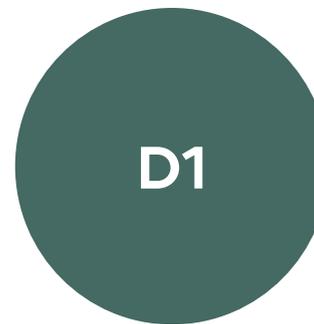
Les deux couleurs de l'identité France Relance sont deux verts issus de la charte de l'État.

Le vert C1 est utilisé pour tout sauf les aplâts.

Le vert D1 est utilisé uniquement sur les aplâts.



R 22    C90    Hx 169B62  
V 155    M0  
B 98    J95  
          N0



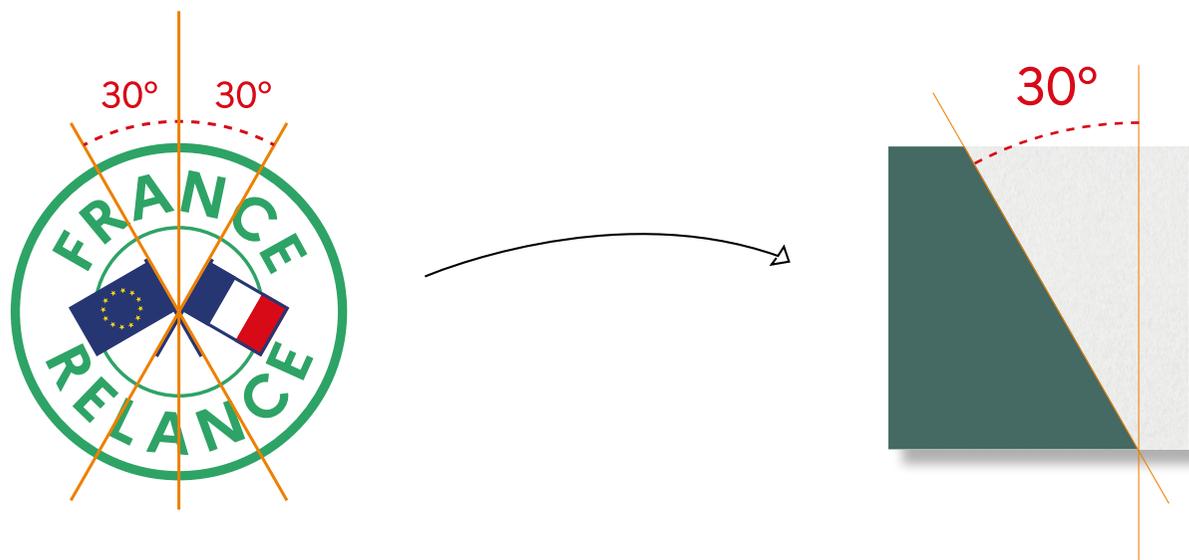
R 70    C88    Hx 466964  
V 105    M20  
B 100    J52  
          N48

Le biseau est un segment tout droit issu de la géométrie du logo et plus précisément penché de trente degrés à l'image de l'angle des drapeaux croisés.

Le biseau est systématiquement associé au vert D1. Le vert associé est lui aussi systématiquement traité en aplât et superposé à la texture papier.

Toute communication bénéficiant d'une visibilité média (bénéficiant d'un achat média) doit comporter le biseau.

cf. éléments graphiques disponibles dans la valise *France Relance*



Deux visuels d'illustration sont mis a disposition afin de préciser le paysage graphique de France Relance.

cf. éléments graphiques disponibles dans la valise *France Relance*

Trame typographique



Aplât D1



# SOMMAIRE

## I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 1 Les deux versions du logo 6
- 2 La taille minimale et les interdits 7

## II LA TYPOGRAPHIE

- 1 Le dessin de la typographie 9
- 2 Les graisses de la typographie 10
- 3 Le dessin de la typographie complémentaire 11
- 4 Les graisses de la typographie complémentaire 12

## III LES COULEURS

- 1 Les codes colorimétriques 14
- 2 Le biseau 15
- 1 La règle des aplâts 16

## IV LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

### LES TROIS PLACEMENTS DU LOGOTYPE

- 1 Le format portrait 18
- 2 Le format paysage 20

## V LES RÉSEAUX SOCIAUX

- 1 Format 1/1 (carré) 23
- 2 Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Format 16/9 (paysage) 27
- 4 Les vidéos (3 formats) 29
- 5 Vidéos - les éléments animés 30
- 6 Vidéos RS - les éléments animés 31

## VI LA PAPETERIE DIGITALE

- 1 Les bandeaux de site 33
- 2 La signature mail 34

## VII LA PAPETERIE PRINT

- 1 L'enveloppe 36
- 2 L'en-tête de lettre 37

## VIII LA PRISE DE PAROLE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40

## IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 42

## X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 44
- 2 Habillage vidéo 45
- 3 Prise de parole et Kakémono 46
- 4 Affiche et vignettes RS 47

## LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

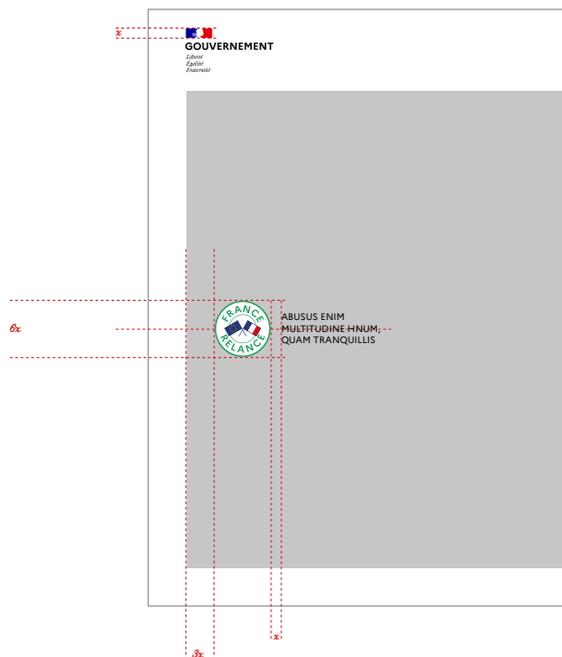
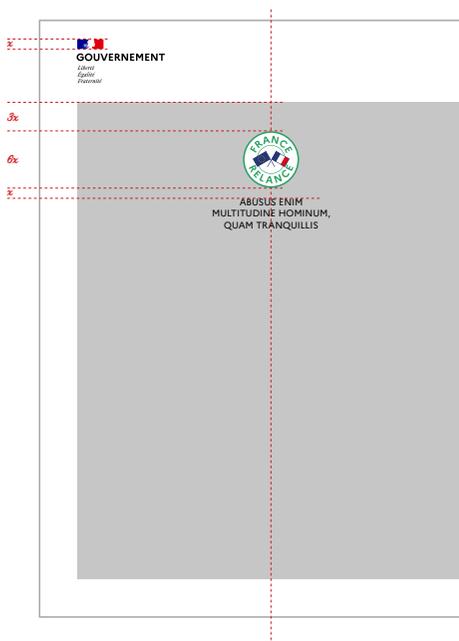
### Les trois placements du logotype

#### Format portrait

Trois placements du logotype sont autorisés et se réalisent en fonction des proportions de la Marianne placée en haut à gauche dans la marie-louise.

«Dans la zone d'expression, une zone est reversée aux inscriptions typographiques. Cette zone d'expression typographique est déterminée par un aplat vert et sa coupe en biseau (opacité à 100% ou à 80% en fonction). En fond, le visuel d'illustration (photo pleine page).

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.36



## LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

### Les trois placements du logotype

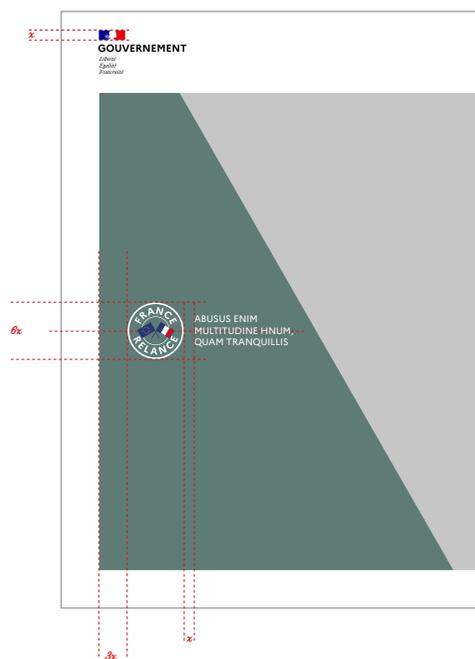
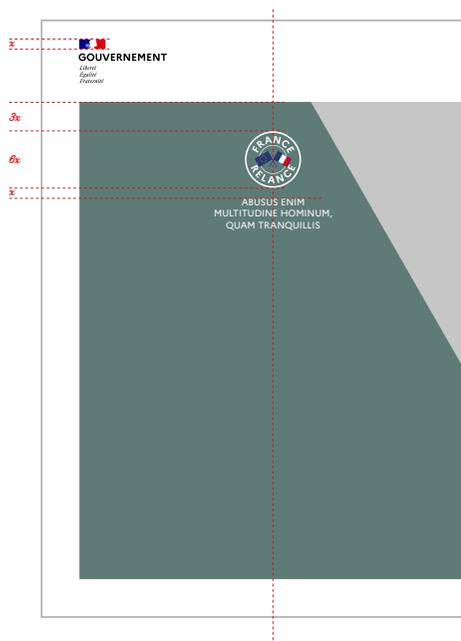
Format portrait - dispositif bénéficiant d'achat média

Trois placements du logotype sont autorisés et se réalisent en fonction des proportions de la Marianne placée en haut à gauche dans la marie-louise.

Zone d'expression typographique : «Dans la zone d'expression, une zone est reversée aux inscriptions typographiques. Cette zone d'expression typographique est déterminée par un aplat vert et sa coupe en biseau (opacité à 100% ou à 80% en fonction). En fond, le visuel d'illustration (photo pleine page).

Tout dispositif bénéficiant d'achat média doit comporter le biseau.

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.36



# LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

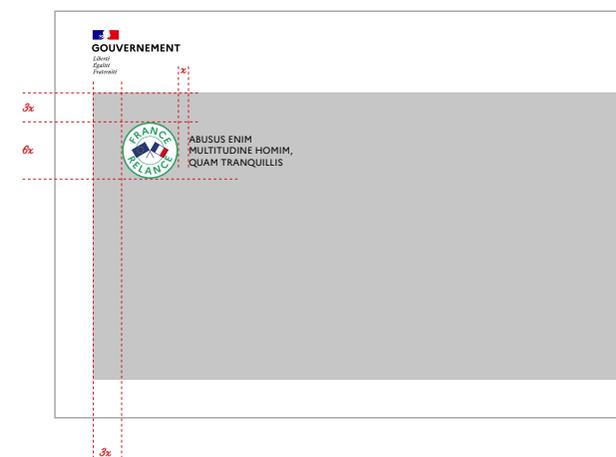
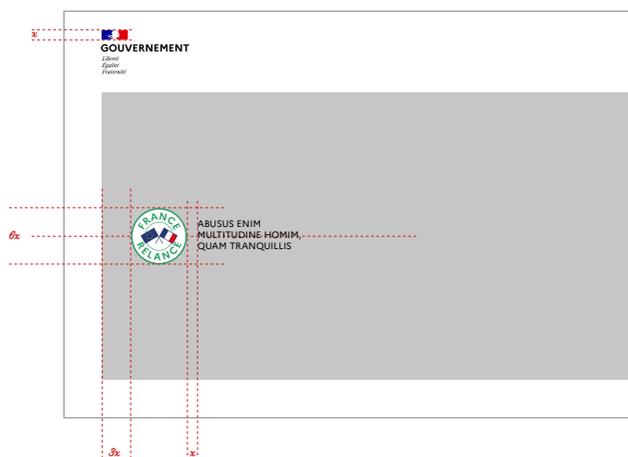
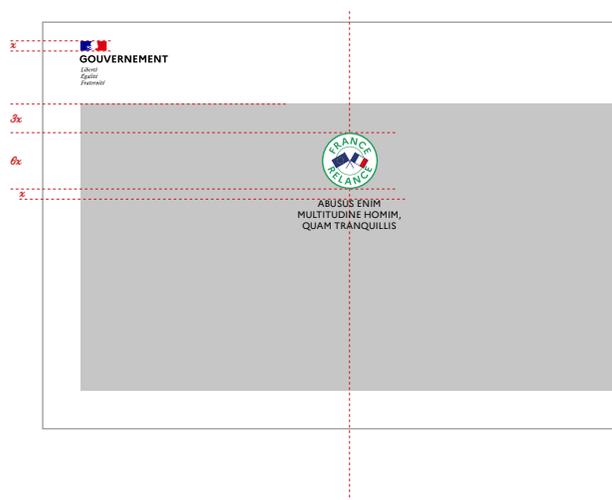
## Les trois placements du logotype

### Format paysage

Trois placements du logotype sont autorisés et se réalisent en fonction des proportions de la Marianne placée en haut à gauche dans la marie-louise.

Zone d'expression typographique» : «Dans la zone d'expression, une zone est reversée aux inscriptions typographiques. Cette zone d'expression typographique est déterminée par un aplat vert et sa coupe en biseau (opacité à 100% ou à 80% en fonction). En fond, le visuel d'illustration (photo pleine page).

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.37



## LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

### Les trois placements du logotype

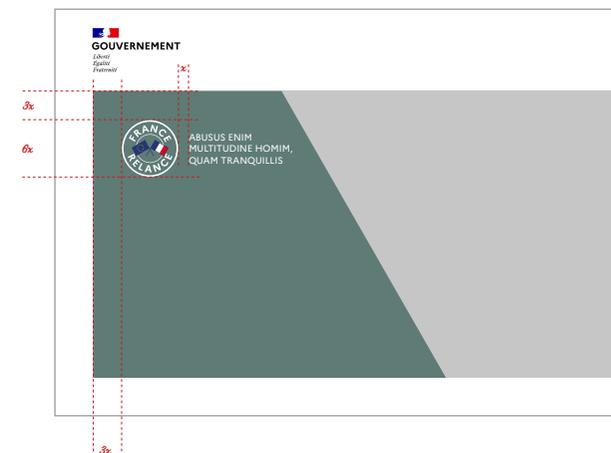
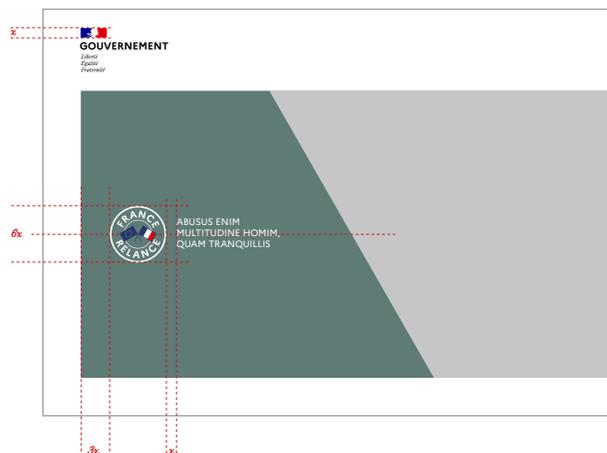
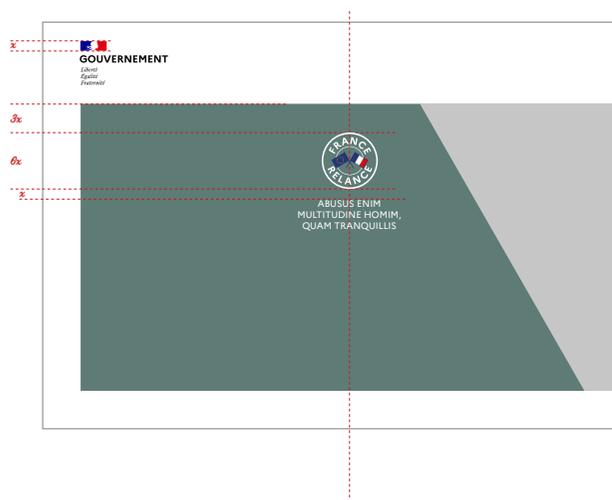
#### Format paysage

Trois placements du logotype sont autorisés et se réalisent en fonction des proportions de la Marianne placée en haut à gauche dans la marie-louise.

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.37

Zone d'expression typographique» : «Dans la zone d'expression, une zone est reversée aux inscriptions typographiques. Cette zone d'expression typographique est déterminée par un aplat vert et sa coupe en biseau (opacité à 100% ou à 80% en fonction). En fond, le visuel d'illustration (photo pleine page).

Tout dispositif bénéficiant d'achat média doit comporter le biseau.



# SOMMAIRE

## I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 1 Les deux versions du logo 6
- 2 La taille minimale et les interdits 7

## II LA TYPOGRAPHIE

- 1 Le dessin de la typographie 9
- 2 Les graisses de la typographie 10
- 3 Le dessin de la typographie complémentaire 11
- 4 Les graisses de la typographie complémentaire 12

## III LES COULEURS

- 1 Les codes colorimétriques 14
- 2 Le biseau 15
- 1 La règle des aplâts 16

## IV LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

### LES TROIS PLACEMENTS DU LOGOTYPE

- 1 Le format portrait 18
- 2 Le format paysage 20

## V LES RÉSEAUX SOCIAUX

- 1 Format 1/1 (carré) 23
- 2 Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Format 16/9 (paysage) 27
- 4 Les vidéos (3 formats) 29
- 5 Vidéos - les éléments animés 30
- 6 Vidéos RS - les éléments animés 31

## VI LA PAPETERIE DIGITALE

- 1 Les bandeaux de site 33
- 2 La signature mail 34

## VII LA PAPETERIE PRINT

- 1 L'enveloppe 36
- 2 L'en-tête de lettre 37

## VIII LA PRISE DE PAROLE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40

## IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 42

## X LES EXEMPLES

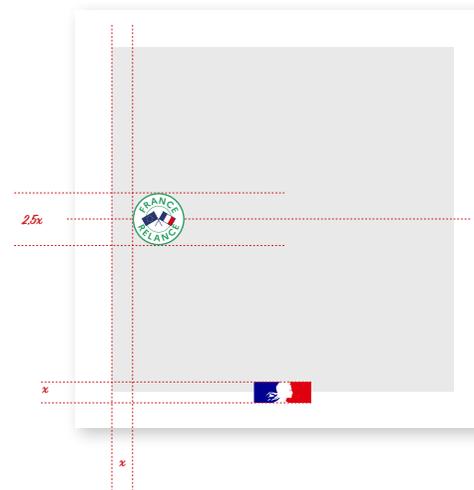
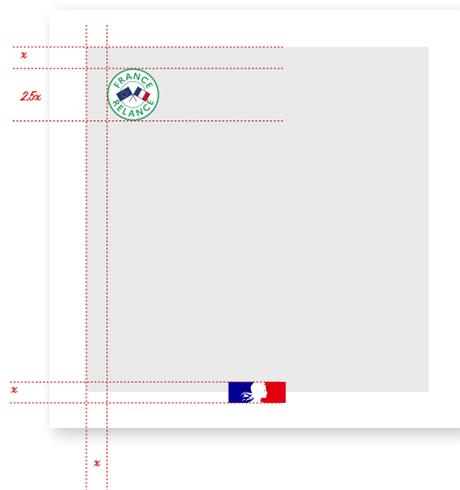
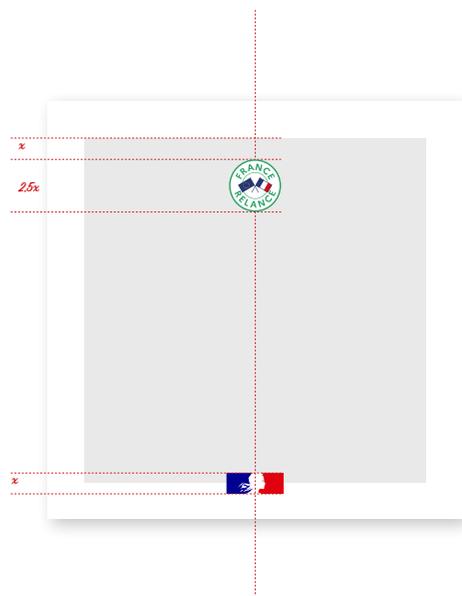
- 1 La campagne 44
- 2 Habillage vidéo 45
- 3 Prise de parole et Kakémono 46
- 4 Affiche et vignettes RS 47

Les posts RS sont également encadrés. La position du logo y est également possible de trois façons différentes.

LONGUEUR : 1080 px

HAUTEUR : 1080 px

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.76



## LES RÉSEAUX SOCIAUX

### Format 1/1 (carré) - dispositifs bénéficiant d'achat média

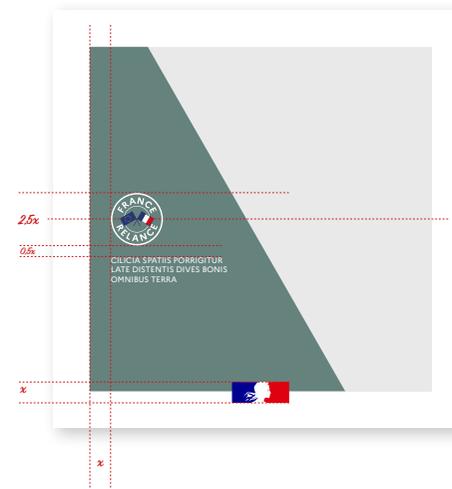
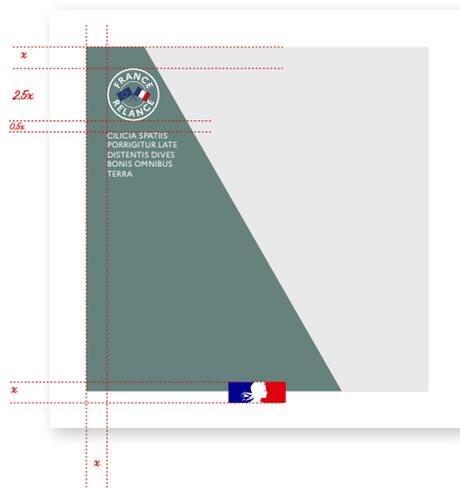
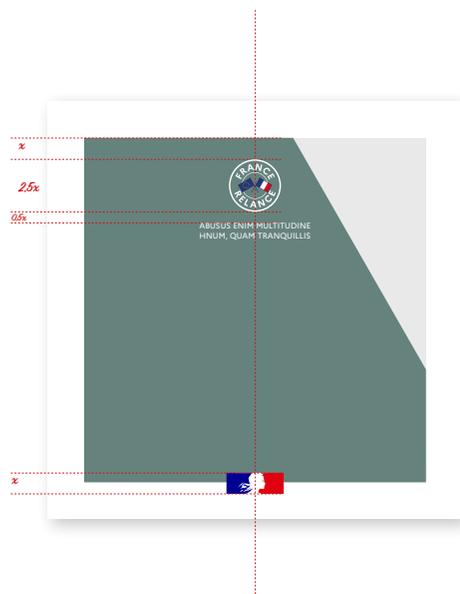
Les posts RS sont également encadrés. La position du logo y est également possible de trois façons différentes.

Tout dispositif bénéficiant d'achat média doit comporter le biseau.

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.76

La zone d'expression typographique est déterminée par un aplat vert et sa coupe en biseau (opacité à 100% ou à 80% en fonction). En fond, le visuel d'illustration (photo pleine page).

HAUTEUR : 1080 px  
LONGUEUR : 1080 px

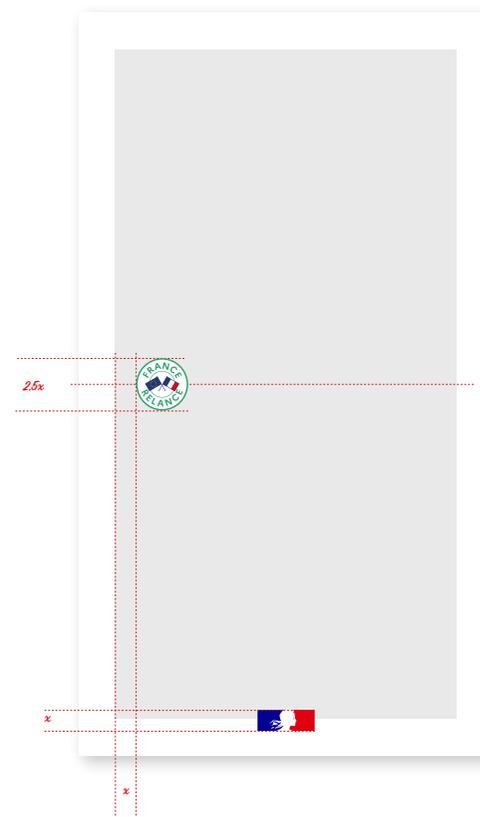
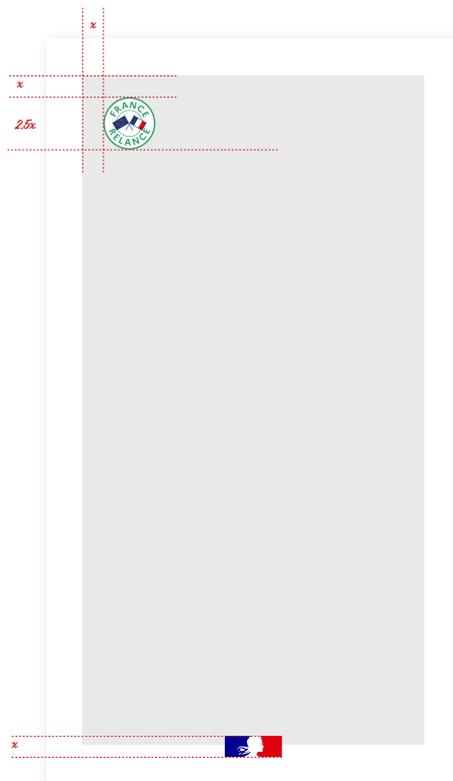
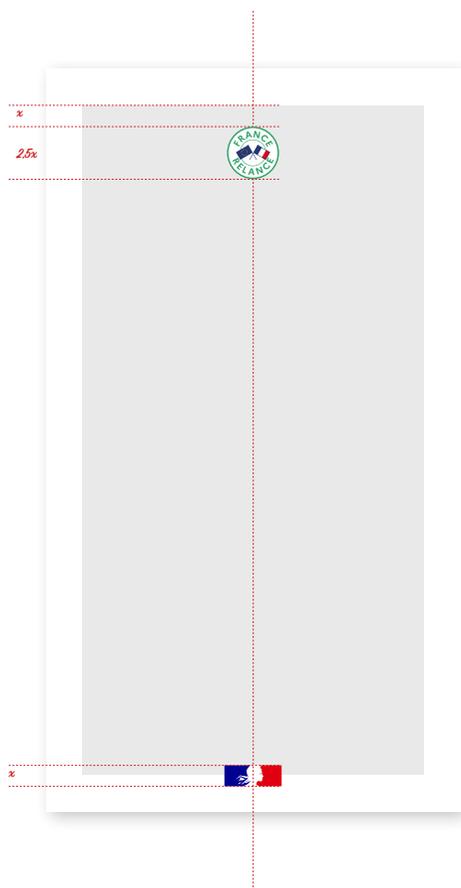


Les posts RS sont également encadrés. La position du logo y est également possible de trois façons différentes.

LONGUEUR : 1080 px

HAUTEUR : 1920 px

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.76



## LES RÉSEAUX SOCIAUX

Format 9/16 (portrait) -  
dispositifs bénéficiant d'achat  
média

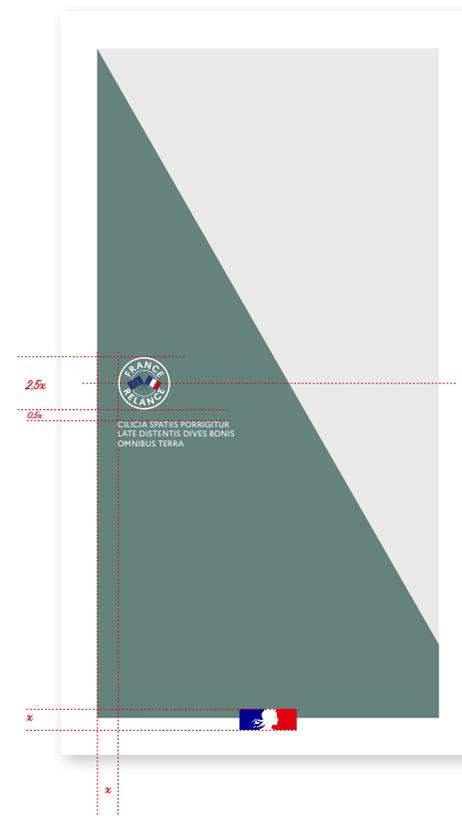
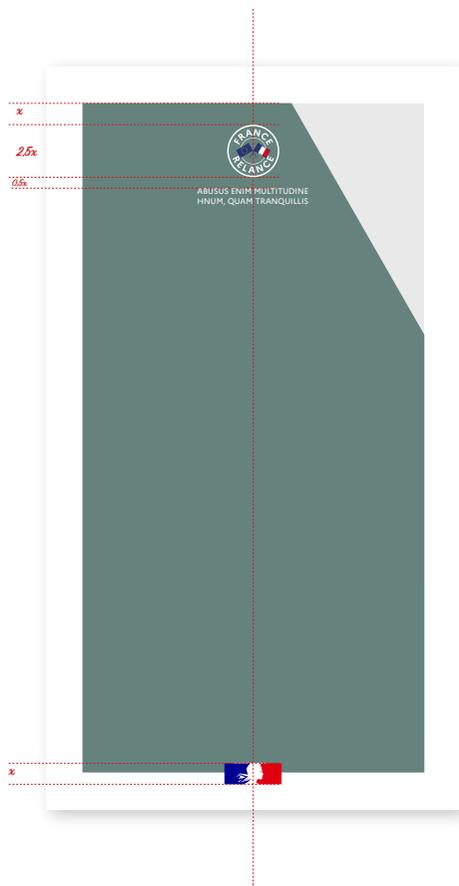
Les posts RS sont également encadrés. La position du logo y est également possible de trois façons différentes.

Tout dispositif bénéficiant d'achat média doit comporter le biseau.

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.76

La zone d'expression typographique est déterminée par un aplat vert et sa coupe en biseau (opacité à 100% ou à 80% en fonction). En fond, le visuel d'illustration (photo pleine page).

HAUTEUR : 1920 px  
LONGUEUR : 1080 px

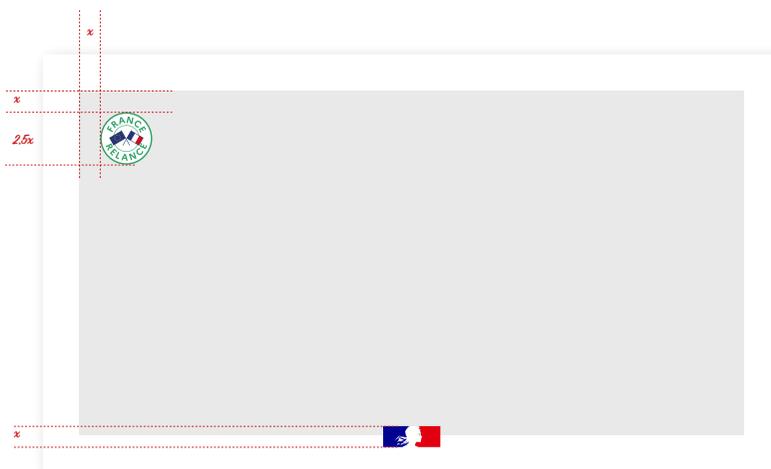
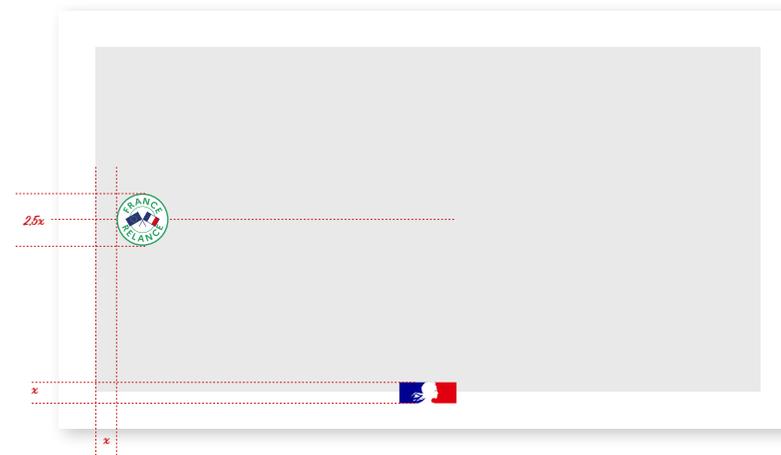
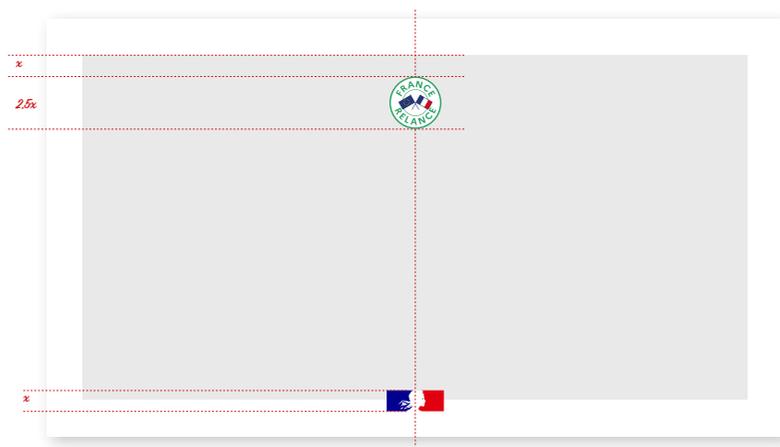


Les posts RS sont également encadrés. La position du logo y est également possible de trois façons différentes.

LONGUEUR : 1920 px

HAUTEUR : 1080 px

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.76



## LES RÉSEAUX SOCIAUX

Format 16/9 (paysage) -  
dispositifs bénéficiant  
d'achat média

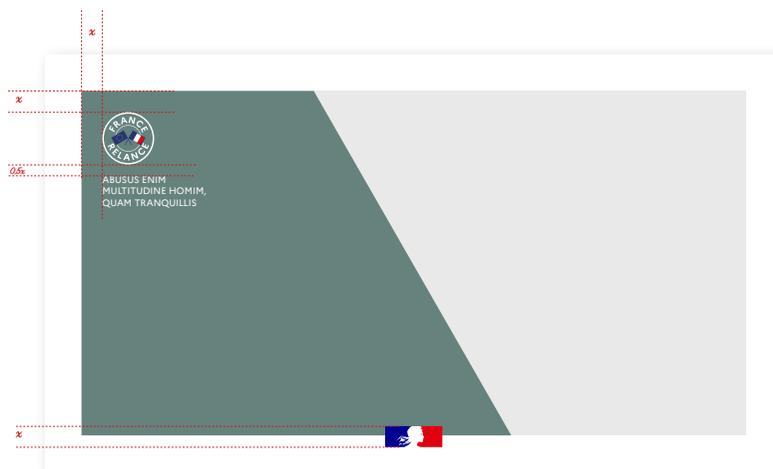
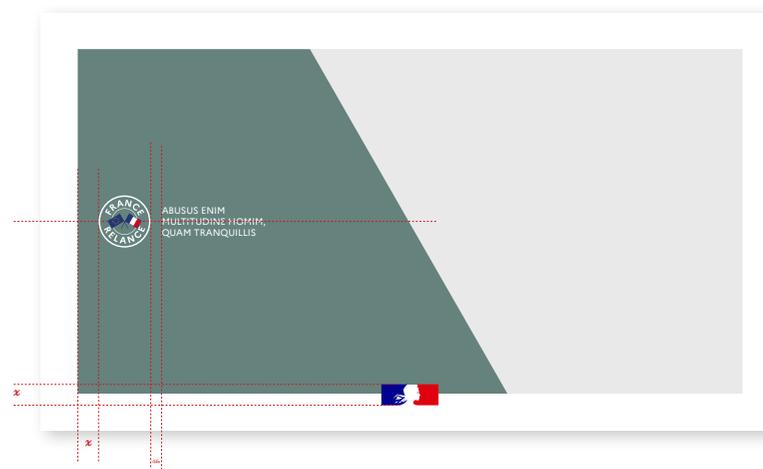
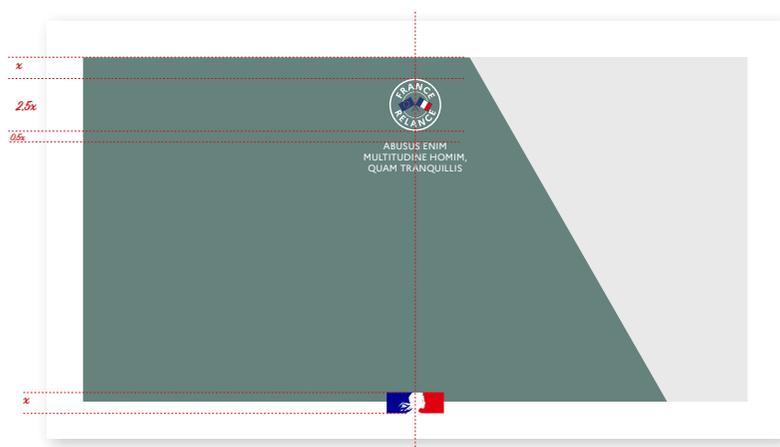
Les posts RS sont également encadrés. La position du logo y est également possible de trois façons différentes.

Tout dispositif bénéficiant d'achat média doit comporter le biseau.

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.76

La zone d'expression typographique est déterminée par un aplat vert et sa coupe en biseau (opacité à 100% ou à 80% en fonction). En fond, le visuel d'illustration (photo pleine page).

HAUTEUR : 1080 px  
LONGUEUR : 1920 px



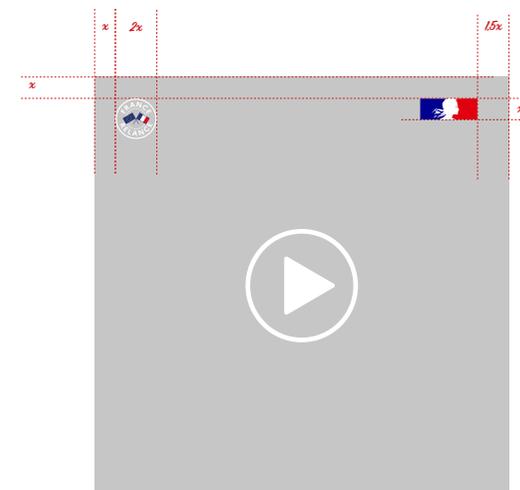
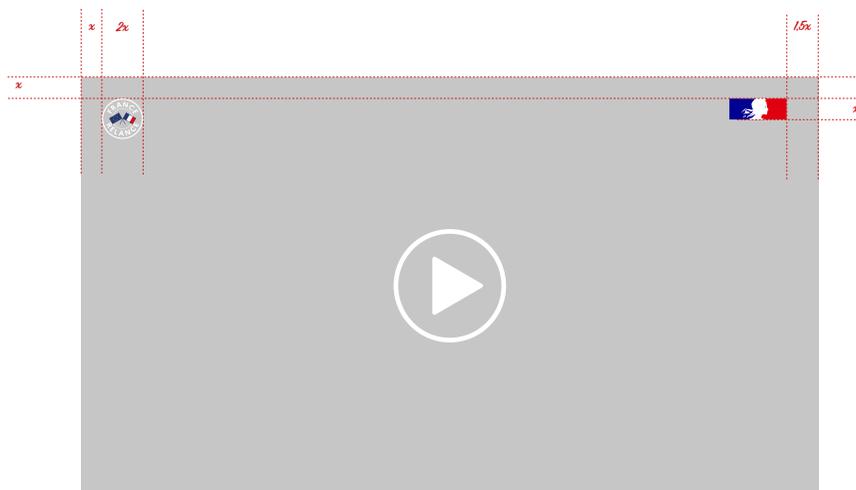
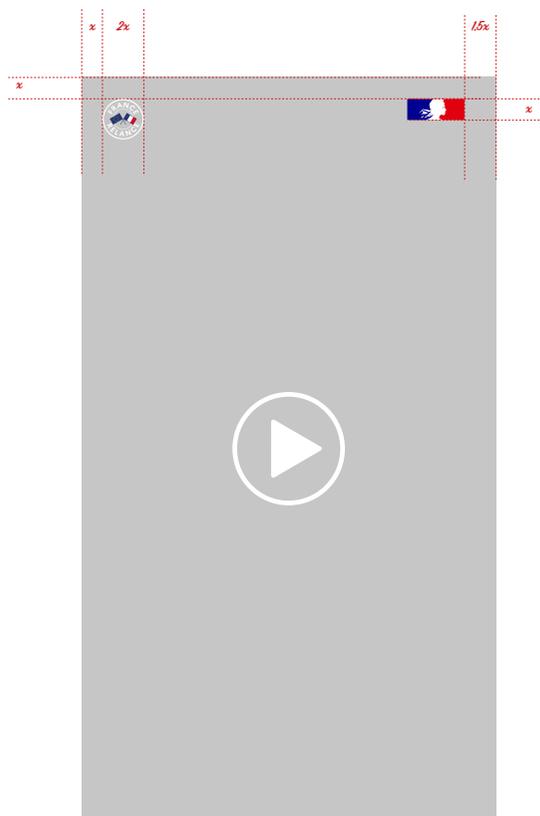
La présence du logo situé dans le coin haut gauche est primordial sur toutes les vidéos diffusées.

Le haut du logo est systématiquement aligné avec le haut de la Marianne et le diamètre du cercle extérieur est égal à deux fois l'épaisseur de la Marianne.

Il est possible d'utiliser le logo blanc sur fond transparent ou la version du logo vert sur un rond blanc selon la lisibilité permise.



cf. les fichiers du logo animé sont disponibles dans la valise *France Relance*



## Les éléments animés

Les vidéos sont construites à partir de plusieurs éléments partagés : introduction, animation du logo France Relance, biseau, typographie, call to action et outro vidéo.

LONGUEUR : 1080 px

HAUTEUR : 1080 px

Introduction par la présence des trois éléments principaux :  
 -une phrase d'accroche (ferrée à gauche)  
 -le biseau  
 -le vert France Relance



Puis l'animation du logo France relance présent tout au long du reste de l'animation en haut à gauche.



Typographie ferrée à gauche



Typographie dans le biseau



Présence du call to action dédié



Marianne en fin d'animation



## Les éléments animés

cf. les fichiers animés sont disponibles dans la valise *France Relance*

Un principe de carte animée selon la région à mettre en exergue est disponible dans la valise. Les couleurs de la carte sont au choix : C1 ou D1.



L'apparition d'un chiffre clé en plein écran doit comprendre un liseret blanc d'une épaisseur de 4 pt pour un format écran de 1080 pixels / 1080 pixels. Le chiffre est mis au centre de l'écran et généralement accompagné de sa nature (ici on parle d'emplois).



La mise en avant d'un chiffre clé dans les sous titres peut être passé en vert C1 ou D1 sans changer la graisse de la typographie.



# SOMMAIRE

## I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 1 Les deux versions du logo 6
- 2 La taille minimale et les interdits 7

## II LA TYPOGRAPHIE

- 1 Le dessin de la typographie 9
- 2 Les graisses de la typographie 10
- 3 Le dessin de la typographie complémentaire 11
- 4 Les graisses de la typographie complémentaire 12

## III LES COULEURS

- 1 Les codes colorimétriques 14
- 2 Le biseau 15
- 1 La règle des aplâts 16

## IV LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

### LES TROIS PLACEMENTS DU LOGOTYPE

- 1 Le format portrait 18
- 2 Le format paysage 20

## V LES RÉSEAUX SOCIAUX

- 1 Format 1/1 (carré) 23
- 2 Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Format 16/9 (paysage) 27
- 4 Les vidéos (3 formats) 29
- 5 Vidéos - les éléments animés 30
- 6 Vidéos RS - les éléments animés 31

## VI LA PAPETERIE DIGITALE

- 1 Les bandeaux de site 33
- 2 La signature mail 34

## VII LA PAPETERIE PRINT

- 1 L'enveloppe 36
- 2 L'en-tête de lettre 37

## VIII LA PRISE DE PAROLE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40

## IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 42

## X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 44
- 2 Habillage vidéo 45
- 3 Prise de parole et Kakémono 46
- 4 Affiche et vignettes RS 47

## LA PAPETERIE DIGITALE

Les bandeaux de sites internet doivent respecter l'une de ces quatre dispositions :

### Les bandeaux de site

cf. les bandeaux sont disponibles dans la valise *France Relance*



Le logo France Relance peut être positionné en signature de mail, à droite du bloc-marque de l'entité concernée.

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.

**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](http://www.intituleofficiel.gouv.fr)

Arial © Bold  
 T 9pt  
 A 0  
 Q1

Arial © Regular  
 T 8pt  
 A 0  
 Q1

20px  
 10px

**INTITULÉ  
 OFFICIEL**

*Liberté  
 Égalité  
 Fraternité*



30 px

Arial © Bold  
 T 8pt  
 A 0  
 Q1

# SOMMAIRE

## I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 1 Les deux versions du logo 6
- 2 La taille minimale et les interdits 7

## II LA TYPOGRAPHIE

- 1 Le dessin de la typographie 9
- 2 Les graisses de la typographie 10
- 3 Le dessin de la typographie complémentaire 11
- 4 Les graisses de la typographie complémentaire 12

## III LES COULEURS

- 1 Les codes colorimétriques 14
- 2 Le biseau 15
- 1 La règle des aplâts 16

## IV LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

### LES TROIS PLACEMENTS DU LOGOTYPE

- 1 Le format portrait 18
- 2 Le format paysage 20

## V LES RÉSEAUX SOCIAUX

- 1 Format 1/1 (carré) 23
- 2 Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Format 16/9 (paysage) 27
- 4 Les vidéos (3 formats) 29
- 5 Vidéos - les éléments animés 30
- 6 Vidéos RS - les éléments animés 31

## VI LA PAPETERIE DIGITALE

- 1 Les bandeaux de site 33
- 2 La signature mail 34

## VII LA PAPETERIE PRINT

- 1 L'enveloppe 36
- 2 L'en-tête de lettre 37

## VIII LA PRISE DE PAROLE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40

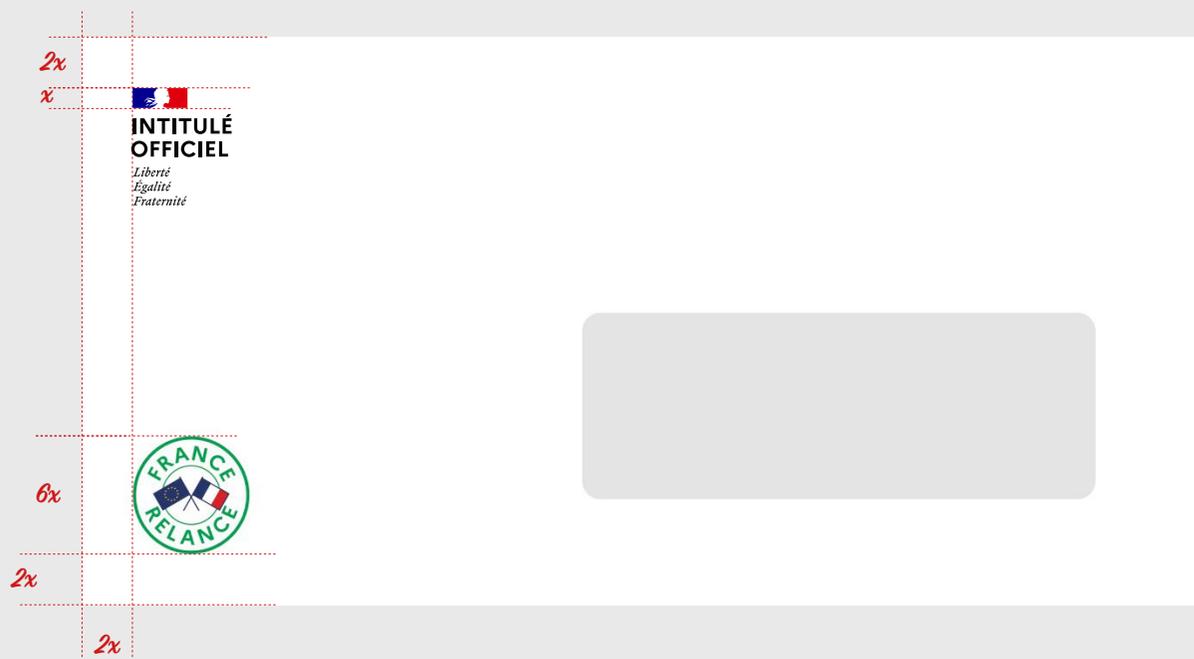
## IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 42

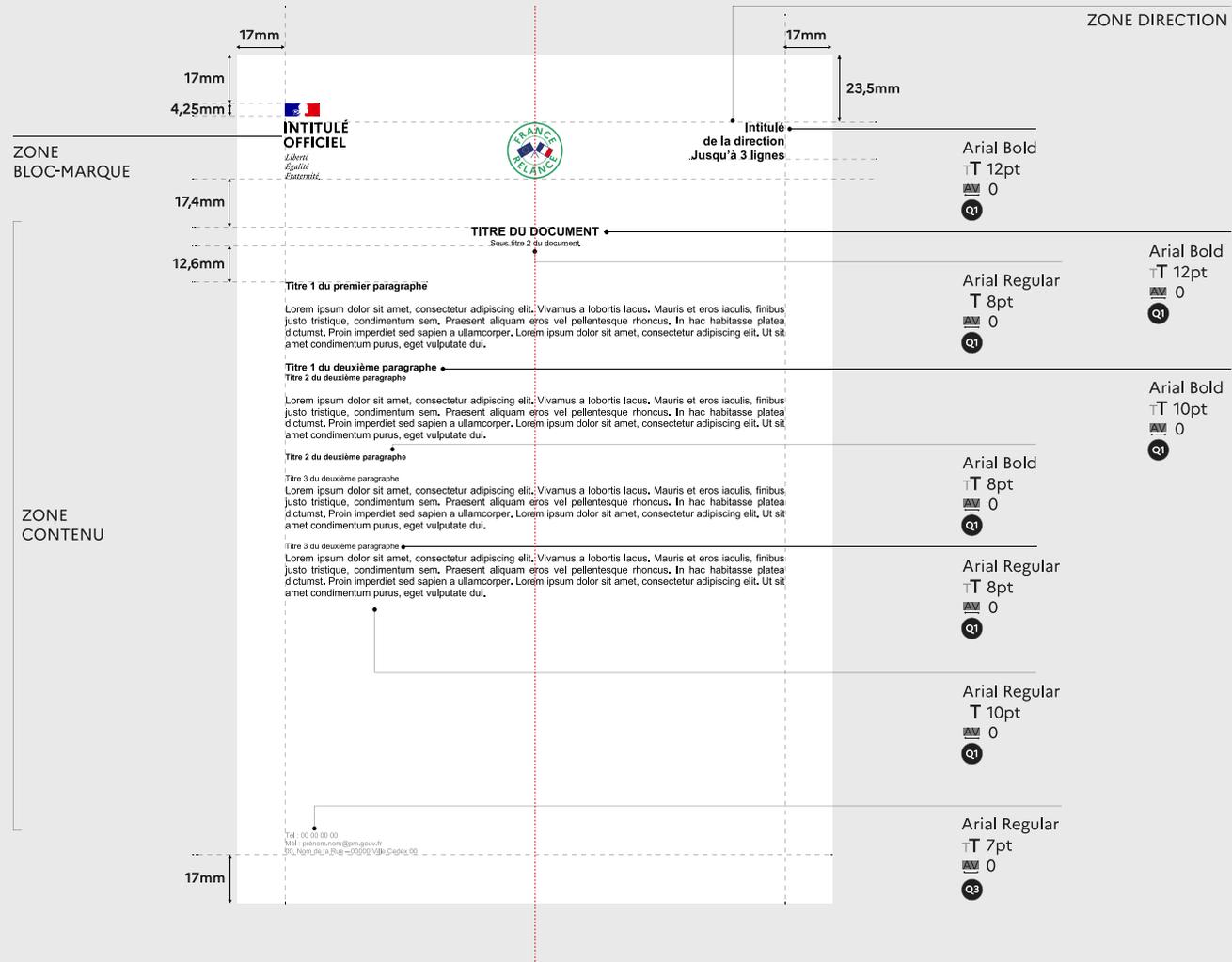
## X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 44
- 2 Habillage vidéo 45
- 3 Prise de parole et Kakémono 46
- 4 Affiche et vignettes RS 47

Le logo France Relance est placé en bas à gauche de l'enveloppe dans le respect des mêmes marges que le bloc-marque.



Le logo France Relance est placé au centre, sur l'axe vertical du courrier. Sa hauteur est déterminée par la hauteur du bloc-marque».



# SOMMAIRE

## I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 1 Les deux versions du logo 6
- 2 La taille minimale et les interdits 7

## II LA TYPOGRAPHIE

- 1 Le dessin de la typographie 9
- 2 Les graisses de la typographie 10
- 3 Le dessin de la typographie complémentaire 11
- 4 Les graisses de la typographie complémentaire 12

## III LES COULEURS

- 1 Les codes colorimétriques 14
- 2 Le biseau 15
- 1 La règle des aplâts 16

## IV LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

### LES TROIS PLACEMENTS DU LOGOTYPE

- 1 Le format portrait 18
- 2 Le format paysage 20

## V LES RÉSEAUX SOCIAUX

- 1 Format 1/1 (carré) 23
- 2 Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Format 16/9 (paysage) 27
- 4 Les vidéos (3 formats) 29
- 5 Vidéos - les éléments animés 30
- 6 Vidéos RS - les éléments animés 31

## VI LA PAPETERIE DIGITALE

- 1 Les bandeaux de site 33
- 2 La signature mail 34

## VII LA PAPETERIE PRINT

- 1 L'enveloppe 36
- 2 L'en-tête de lettre 37

## VIII LA PRISE DE PAROLE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40

## IX LES GOODIES

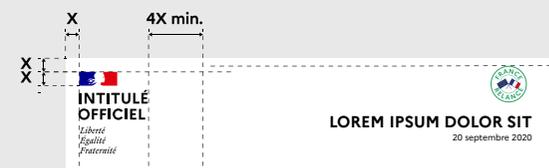
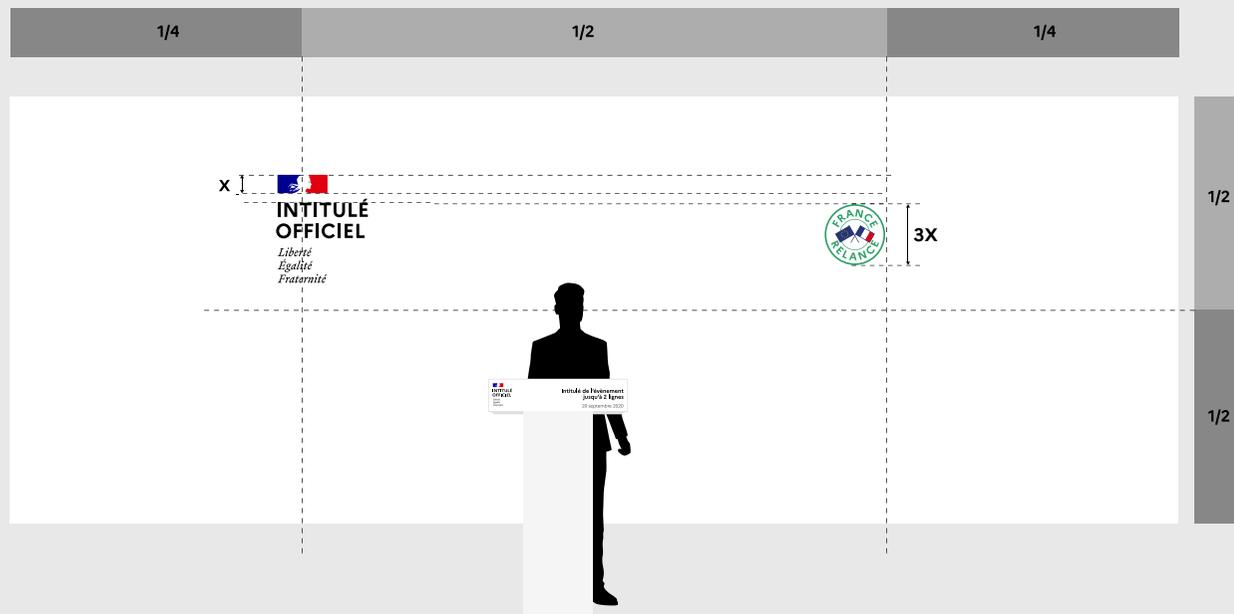
- 1 Le pins et l'adhésif 42

## X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 44
- 2 Habillage vidéo 45
- 3 Prise de parole et Kakémono 46
- 4 Affiche et vignettes RS 47

Le logo France Relance est placé dans la zone d'expression dédiée.

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.68 / 69



Les kakémonos et affiches A3 utilisent le bloc-marque *Gouvernement* et sa marie-louise.

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.70 kakémonos et p.56 pour l'affiche



# SOMMAIRE

## I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 1 Les deux versions du logo 6
- 2 La taille minimale et les interdits 7

## II LA TYPOGRAPHIE

- 1 Le dessin de la typographie 9
- 2 Les graisses de la typographie 10
- 3 Le dessin de la typographie complémentaire 11
- 4 Les graisses de la typographie complémentaire 12

## III LES COULEURS

- 1 Les codes colorimétriques 14
- 2 Le biseau 15
- 1 La règle des aplâts 16

## IV LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

### LES TROIS PLACEMENTS DU LOGOTYPE

- 1 Le format portrait 18
- 2 Le format paysage 20

## V LES RÉSEAUX SOCIAUX

- 1 Format 1/1 (carré) 23
- 2 Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Format 16/9 (paysage) 27
- 4 Les vidéos (3 formats) 29
- 5 Vidéos - les éléments animés 30
- 6 Vidéos RS - les éléments animés 31

## VI LA PAPETERIE DIGITALE

- 1 Les bandeaux de site 33
- 2 La signature mail 34

## VII LA PAPETERIE PRINT

- 1 L'enveloppe 36
- 2 L'en-tête de lettre 37

## VIII LA PRISE DE PAROLE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40

## IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 42

## X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 44
- 2 Habillage vidéo 45
- 3 Prise de parole et Kakémono 46
- 4 Affiche et vignettes RS 47

**IX — 1**  
**LES GOODIES**

**Le pins et l'adhésif**

Les dimensions du pins sont :  
26mm / 26mm / 2mm d'épaisseur

Marquage au recto : Email surfacé 4  
couleurs, tampographie jaune + repercé.

Finition : Chromé brillant

Attache : épingle attache bijouterie

Les dimensions de l'adhésif sont :  
240mm / 240mm / 2mm d'épaisseur

Position : intérieur

Coloris : blanc et quadri

Technique : sticker



## SOMMAIRE

### I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 1 Les deux versions du logo 6
- 2 La taille minimale et les interdits 7

### II LA TYPOGRAPHIE

- 1 Le dessin de la typographie 9
- 2 Les graisses de la typographie 10
- 3 Le dessin de la typographie complémentaire 11
- 4 Les graisses de la typographie complémentaire 12

### III LES COULEURS

- 1 Les codes colorimétriques 14
- 2 Le biseau 15
- 1 La règle des aplâts 16

### IV LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

#### LES TROIS PLACEMENTS DU LOGOTYPE

- 1 Le format portrait 18
- 2 Le format paysage 20

### V LES RÉSEAUX SOCIAUX

- 1 Format 1/1 (carré) 23
- 2 Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Format 16/9 (paysage) 27
- 4 Les vidéos (3 formats) 29
- 5 Vidéos - les éléments animés 30
- 6 Vidéos RS - les éléments animés 31

### VI LA PAPETERIE DIGITALE

- 1 Les bandeaux de site 33
- 2 La signature mail 34

### VII LA PAPETERIE PRINT

- 1 L'enveloppe 36
- 2 L'en-tête de lettre 37

### VIII LA PRISE DE PAROLE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40

### IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 42

### X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 44
- 2 Habillage vidéo 45
- 3 Prise de parole et Kakémono 46
- 4 Affiche et vignettes RS 47

# EXEMPLES

Campagne

Campagne sur des mesures du plan de relance.

**GOVERNEMENT**  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

**FRANCE  
RELANCE** MA PRIME RÉNOV

Avant,  
je chauffais  
la planète.

Aujourd'hui,  
je chauffe  
ma maison.

Pour les particuliers,  
le Gouvernement  
propose la mesure  
«Ma Prime Rénov» sur :  
[PlanDeRelance.Gouv.Fr](https://PlanDeRelance.Gouv.Fr)

**GOVERNEMENT**  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

**FRANCE  
RELANCE** MA PRIME RÉNOV

Ensemble nous  
avons planté  
la petite graine.

Faisons renaître  
nos forêts.

Pour les entreprises,  
le Gouvernement propose la mesure  
«Renouveau forestier» sur :  
[PlanDeRelance.Gouv.Fr](https://PlanDeRelance.Gouv.Fr)

**GOVERNEMENT**  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

**FRANCE  
RELANCE** MA PRIME RÉNOV

Quand mamie  
se connecte,  
c'est toute  
la société  
qui progresse.

Pour les particuliers,  
le Gouvernement  
propose la mesure  
«Inclusion numérique» sur :  
[PlanDeRelance.Gouv.Fr](https://PlanDeRelance.Gouv.Fr)

**GOVERNEMENT**  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

**FRANCE  
RELANCE** MA PRIME RÉNOV

Une fierté  
pour moi.

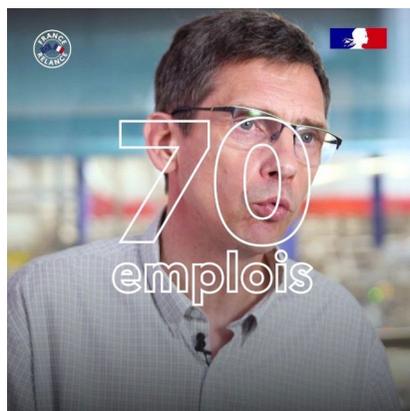
Une société  
plus solidaire  
pour tous.

Pour les particuliers,  
le Gouvernement  
propose la mesure  
«Service civique» sur :  
[PlanDeRelance.Gouv.Fr](https://PlanDeRelance.Gouv.Fr)

## LES EXEMPLES

## Habillage vidéo

Vidéos sur une société bénéficiant d'une mesure du plan de relance.



LES EXEMPLES

Prise de parole et kakémono

Prise de parole



Kakémono sur les lieux d'une entreprise



LES EXEMPLES

Affiche et vignettes RS

**GOVERNEMENT**  
Élaboré par  
France Stratégie  
Préambule

**SOUTIEN  
À L'INVESTISSEMENT  
ET LA MODERNISATION  
DE L'INDUSTRIE**

**L'État vous  
accompagne  
dans vos projets  
d'investissement  
industriels !**

Des moyens exceptionnels mobilisés pour accompagner les investissements dans les territoires et dans les secteurs stratégiques pour notre pays.  
C'est utile pour renforcer la compétitivité de nos entreprises.  
C'est utile pour développer l'emploi local.  
C'est utile pour accroître l'attractivité des territoires.

Le Plan de relance, utile pour tous.

POUR SAVOIR COMMENT EN BÉNÉFICIER,  
RENDEZ-VOUS SUR [PLANDERELANCE.GOUV.FR](http://PLANDERELANCE.GOUV.FR)

**SOUTIEN À L'INVESTISSEMENT  
ET LA MODERNISATION  
DE L'INDUSTRIE**

**L'État vous  
accompagne  
dans vos projets  
d'investissement  
industriel !**

**AIDES FRANCE NUM  
POUR LA TRANSFORMATION  
NUMÉRIQUE**

**On peut faire  
une baguette  
tradition et avoir  
une boulangerie  
connectée**

**INCLUSION NUMÉRIQUE**

**Quand Paulette  
se connecte,  
c'est toute  
la société  
qui progresse**

**FINANCEMENT DES PROJETS  
DE TRANSITION  
PROFESSIONNELLE**

**Le monde  
change.  
Et si vous  
changez  
de métier ?**