



**GOVERNEMENT**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



# CHARTRE GRAPHIQUE FRANCE RELANCE

V5 - Septembre 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 aplats, 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
- 3 Les deux versions du logo 6
- 4 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
- 3 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 SUPPORTS NUMÉRIQUES

- 1 Réseaux sociaux - Format 1/1 (carré) 23
- 2 Réseaux sociaux - Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Réseaux sociaux - 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 SIGNALÉTIQUE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40
- 3 Panneaux de chantier 41
- 4 Panneaux de bénéficiaires 42
- 5 Photocall 44

### IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 46
- 2 Le chèque de financement 47

### X LE PLACEMENT EN MINEUR

- 1 Principe d'endossement 49
- 2 Positionnement du logotype 50
- 3 Cas particulier des petits formats 54

### X LES EXEMPLES

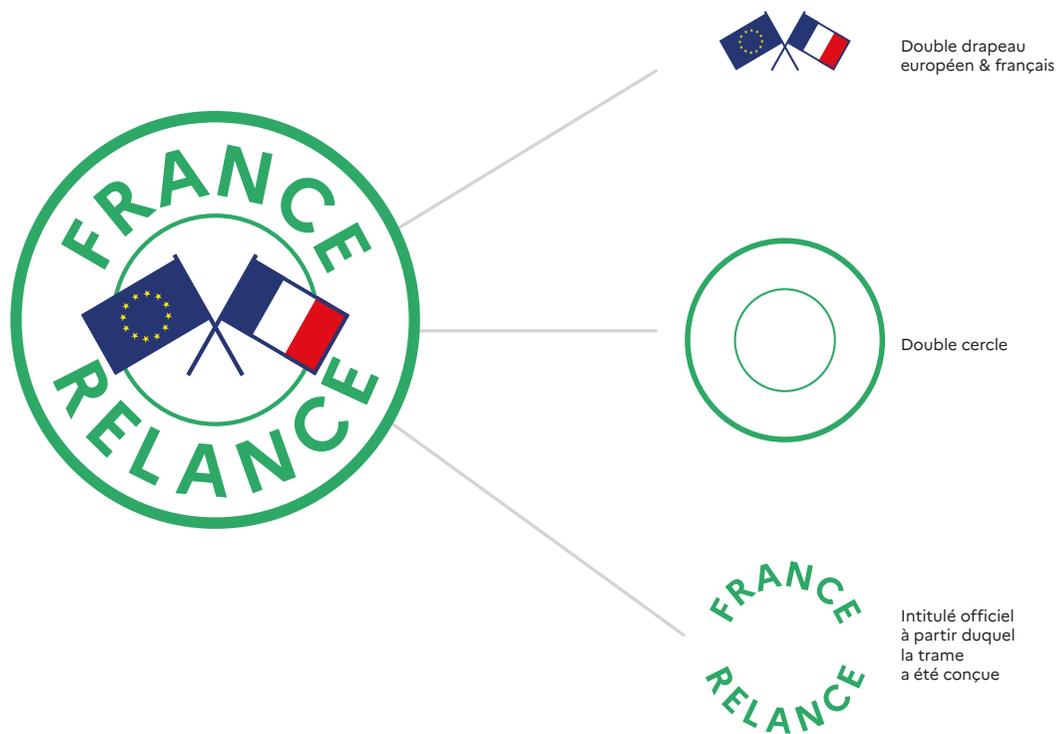
- 1 La campagne 56
- 2 Habillage vidéo 58
- 3 Prise de parole et Kakémono 59
- 4 Affiche et vignettes RS 60

### ANNEXE

- Affichage des financements européens 62

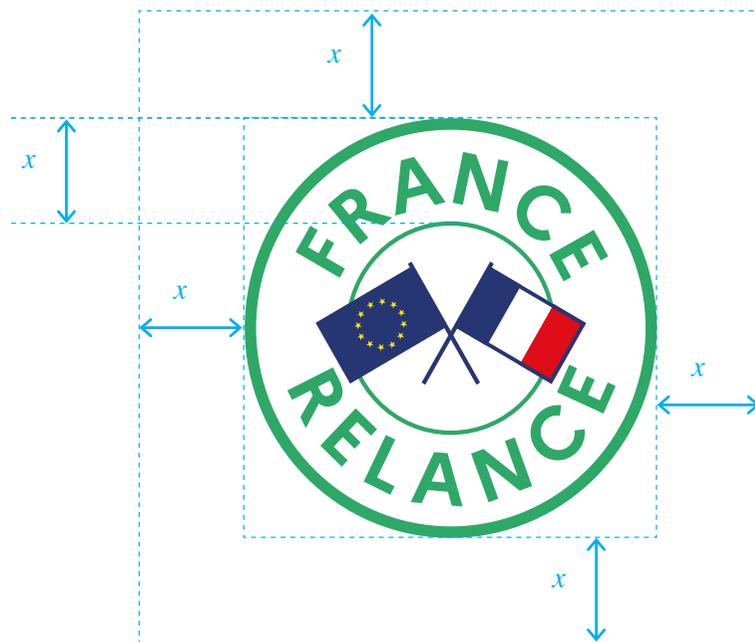
# FONDAMENTAUX

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 un fond contrasté avec 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

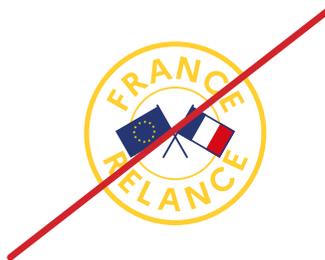
### La taille minimale et les interdits

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



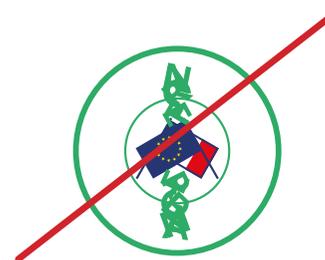
Interdiction d'utiliser le logo sur fond transparent. Obligation de l'utiliser sur un fond circulaire blanc.



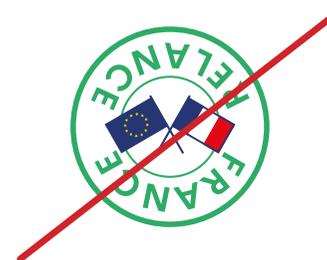
Un changement de la typographie



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
- 3 Les deux versions du logo 6
- 4 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
- 3 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 SUPPORTS NUMÉRIQUES

- 1 Réseaux sociaux - Format 1/1 (carré) 23
- 2 Réseaux sociaux - Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Réseaux sociaux - 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 SIGNALÉTIQUE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40
- 3 Panneaux de chantier 41
- 4 Panneaux de bénéficiaires 42
- 5 Photocall 44

## IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 46
- 2 Le chèque de financement 47

## X LE PLACEMENT EN MINEUR

- 1 Principe d'endossement 49
- 2 Positionnement du logotype 50
- 3 Cas particulier des petits formats 54

## X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 56
- 2 Habillage vidéo 58
- 3 Prise de parole et Kakémono 59
- 4 Affiche et vignettes RS 60

## ANNEXE

- Affichage des financements européens 62

## 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  
complémentaire

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  
complémentaire

## SPECTRAL® TYPEFACE

EXTRALIGHT	AÀÄÅBCÇDEÈÊËFGHIÏJKLMNOÖØ PQRSTUÛÜVWXYZ aàääbcçdeèêëfghiiïjklmnoöøæpqrstuûüvwxyz 0123456789 €. , ; ; ... * ' " ! ? - < » ( ) - — · @ \ /   _ #
EXTRALIGHT ITALIC	<i>AÀÄÅBCÇDEÈÊËFGHIÏJKLMNOÖØ PQRSTUÛÜVWXYZ aàääbcçdeèêëfghiiïjklmnoöøæpqrstuûüvwxyz 0123456789 €. , ; ; ... * ' " ! ? - &lt; » ( ) - — · @ \ /   _ #</i>
LIGHT	AÀÄÅBCÇDEÈÊËFGHIÏJKLMNOÖØ PQRSTUÛÜVWXYZ aàääbcçdeèêëfghiiïjklmnoöøæpqrstuûüvwxyz 0123456789 €. , ; ; ... * ' " ! ? - < » ( ) - — · @ \ /   _ #
LIGHT ITALIC	<i>AÀÄÅBCÇDEÈÊËFGHIÏJKLMNOÖØ PQRSTUÛÜVWXYZ aàääbcçdeèêëfghiiïjklmnoöøæpqrstuûüvwxyz 0123456789 €. , ; ; ... * ' " ! ? - &lt; » ( ) - — · @ \ /   _ #</i>
REGULAR	AÀÄÅBCÇDEÈÊËFGHIÏJKLMNOÖØ PQRSTUÛÜVWXYZ aàääbcçdeèêëfghiiïjklmnoöøæpqrstuûüvwxyz 0123456789 €. , ; ; ... * ' " ! ? - < » ( ) - — · @ \ /   _ #
ITALIC	<i>AÀÄÅBCÇDEÈÊËFGHIÏJKLMNOÖØ PQRSTUÛÜVWXYZ aàääbcçdeèêëfghiiïjklmnoöøæpqrstuûüvwxyz 0123456789 €. , ; ; ... * ' " ! ? - &lt; » ( ) - — · @ \ /   _ #</i>
MEDIUM	AÀÄÅBCÇDEÈÊËFGHIÏJKLMNOÖØ PQRSTUÛÜVWXYZ aàääbcçdeèêëfghiiïjklmnoöøæpqrstuûüvwxyz 0123456789 €. , ; ; ... * ' " ! ? - < » ( ) - — · @ \ /   _ #

MEDIUM ITALIC	<i>AÀÄÅBCÇDEÈÊËFGHIÏJKLMNOÖØ PQRSTUÛÜVWXYZ aàääbcçdeèêëfghiiïjklmnoöøæpqrstuûüvwxyz 0123456789 €. , ; ; ... * ' " ! ? - &lt; » ( ) - — · @ \ /   _ #</i>
SEMIBOLD	AÀÄÅBCÇDEÈÊËFGHIÏJKLMNOÖØ PQRSTUÛÜVWXYZ aàääbcçdeèêëfghiiïjklmnoöøæpqrstuûüvwxyz 0123456789 €. , ; ; ... * ' " ! ? - < » ( ) - — · @ \ /   _ #
SEMIBOLD ITALIC	<i>AÀÄÅBCÇDEÈÊËFGHIÏJKLMNOÖØ PQRSTUÛÜVWXYZ aàääbcçdeèêëfghiiïjklmnoöøæpqrstuûüvwxyz 0123456789 €. , ; ; ... * ' " ! ? - &lt; » ( ) - — · @ \ /   _ #</i>
BOLD	AÀÄÅBCÇDEÈÊËFGHIÏJKLMNOÖØ PQRSTUÛÜVWXYZ aàääbcçdeèêëfghiiïjklmnoöøæpqrstuûüvwxyz 0123456789 €. , ; ; ... * ' " ! ? - < » ( ) - — · @ \ /   _ #
BOLD ITALIC	<i>AÀÄÅBCÇDEÈÊËFGHIÏJKLMNOÖØ PQRSTUÛÜVWXYZ aàääbcçdeèêëfghiiïjklmnoöøæpqrstuûüvwxyz 0123456789 €. , ; ; ... * ' " ! ? - &lt; » ( ) - — · @ \ /   _ #</i>
EXTRABOLD	AÀÄÅBCÇDEÈÊËFGHIÏJKLMNOÖØ PQRSTUÛÜVWXYZ aàääbcçdeèêëfghiiïjklmnoöøæpqrstuûüvwxyz 0123456789 €. , ; ; ... * ' " ! ? - < » ( ) - — · @ \ /   _ #
EXTRABOLD ITALIC	<i>AÀÄÅBCÇDEÈÊËFGHIÏJKLMNOÖØ PQRSTUÛÜVWXYZ aàääbcçdeèêëfghiiïjklmnoöøæpqrstuûüvwxyz 0123456789 €. , ; ; ... * ' " ! ? - &lt; » ( ) - — · @ \ /   _ #</i>

# SOMMAIRE

## I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 3 Les deux versions du logo 6
- 4 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
- 3 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 SUPPORTS NUMÉRIQUES

- 1 Réseaux sociaux - Format 1/1 (carré) 23
- 2 Réseaux sociaux - Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Réseaux sociaux - 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 SIGNALÉTIQUE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40
- 3 Panneaux de chantier 41
- 4 Panneaux de bénéficiaires 42
- 5 Photocall 44

## IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 46
- 2 Le chèque de financement 47

## X LE PLACEMENT EN MINEUR

- 1 Principe d'endossement 49
- 2 Positionnement du logotype 50
- 3 Cas particulier des petits formats 54

## X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 56
- 2 Habillage vidéo 58
- 3 Prise de parole et Kakémono 59
- 4 Affiche et vignettes RS 60

## ANNEXE

- Affichage des financements européens 62

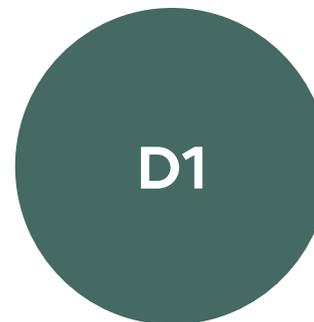
Les deux couleurs de l'identité France Relance sont deux verts issus de la charte de l'État.

Le vert C1 est utilisé pour tout sauf les aplâts.

Le vert D1 est utilisé uniquement sur les aplâts.



**R** 22    **C**90    **Hx** 169B62  
**V** 155    **M**0  
**B** 98    **J**95  
          **N**0



**R** 70    **C**88    **Hx** 466964  
**V** 105    **M**20  
**B** 100    **J**52  
          **N**48

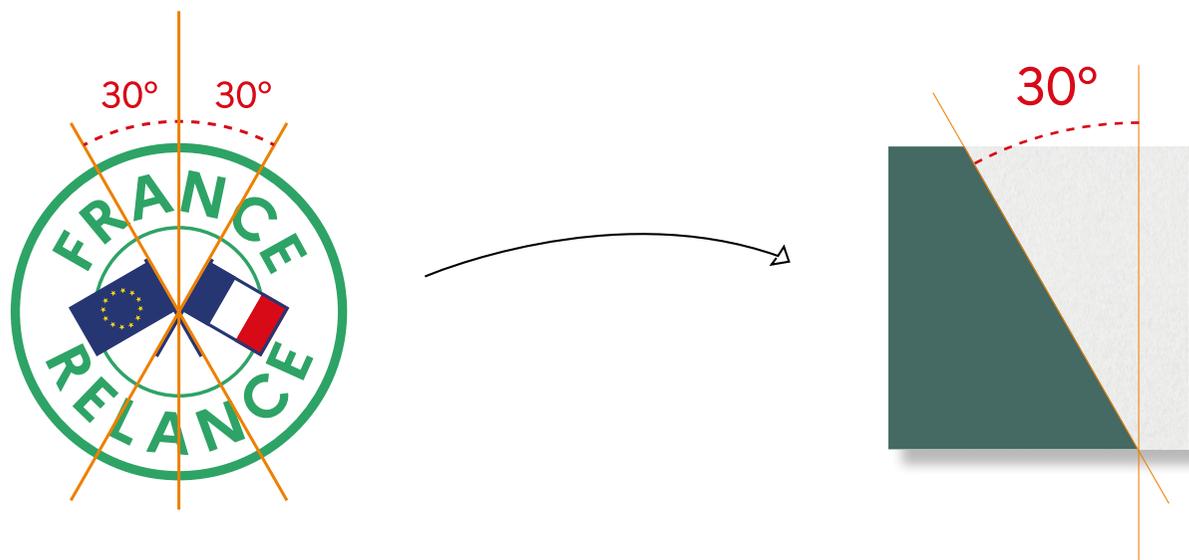
## LES COULEURS

## Le biseau

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.

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*



## LES COULEURS

## La règle des aplâts

Deux visuels d'illustration sont mis à 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
- 3 Les deux versions du logo 6
- 4 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
- 3 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 SUPPORTS NUMÉRIQUES

- 1 Réseaux sociaux - Format 1/1 (carré) 23
- 2 Réseaux sociaux - Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Réseaux sociaux - 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 SIGNALÉTIQUE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40
- 3 Panneaux de chantier 41
- 4 Panneaux de bénéficiaires 42
- 5 Photocall 44

## IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 46
- 2 Le chèque de financement 47

## X LE PLACEMENT EN MINEUR

- 1 Principe d'endossement 49
- 2 Positionnement du logotype 50
- 3 Cas particulier des petits formats 54

## X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 56
- 2 Habillage vidéo 58
- 3 Prise de parole et Kakémono 59
- 4 Affiche et vignettes RS 60

## ANNEXE

- Affichage des financements européens 62

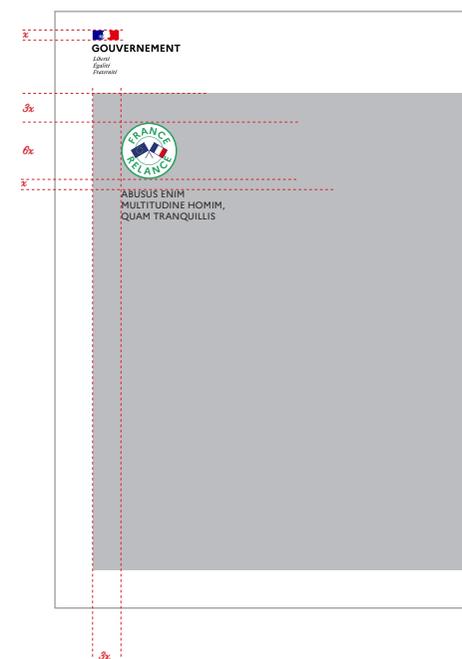
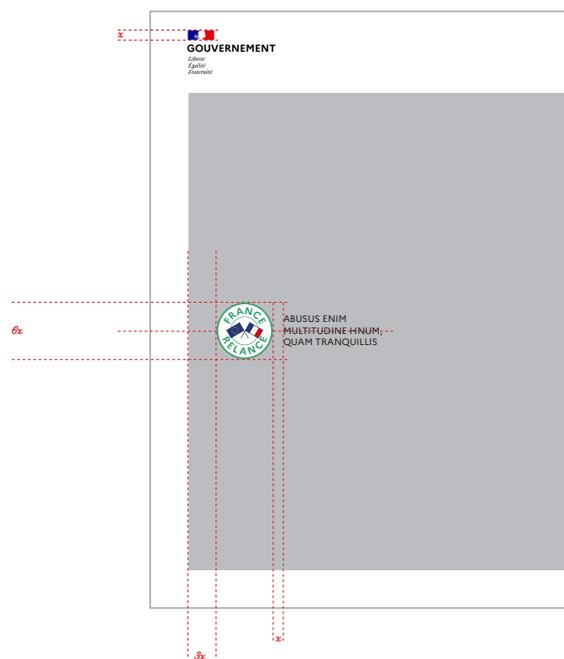
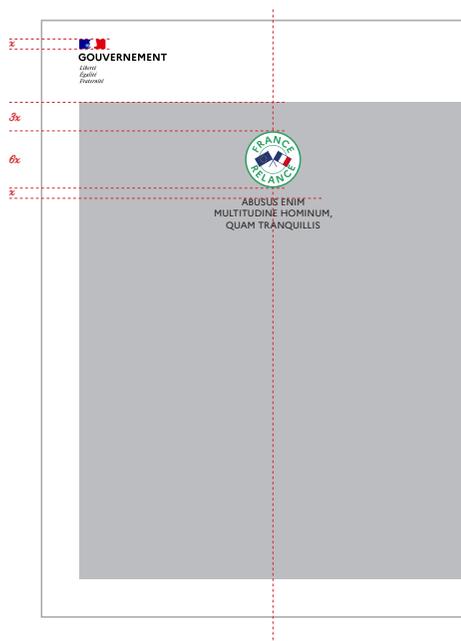
## LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

### Les trois placements du logotype

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.

#### Format portrait

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.36



## LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

### Les trois placements du logotype

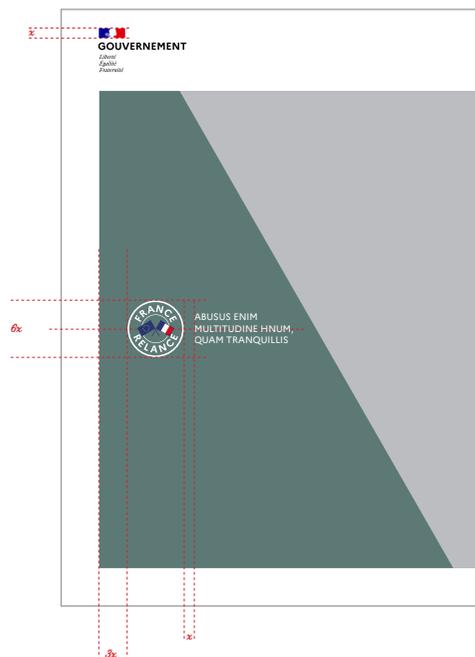
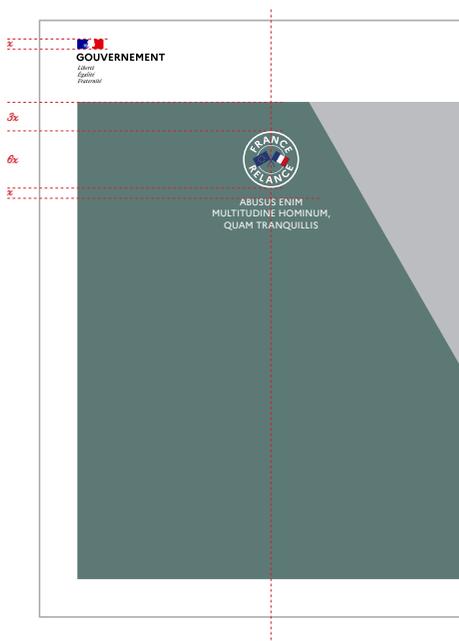
Format portrait - dispositif bénéficiant d'achat média

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.

Dans la zone de contenu, un espace est réservé aux inscriptions typographiques. Cet espace est déterminé par un aplat et sa coupe en biseau.

Tout dispositif bénéficiant d'achat média doit comporter le biseau, de préférence de couleur vert D1 (opacité à 80% ou 100%).

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.36



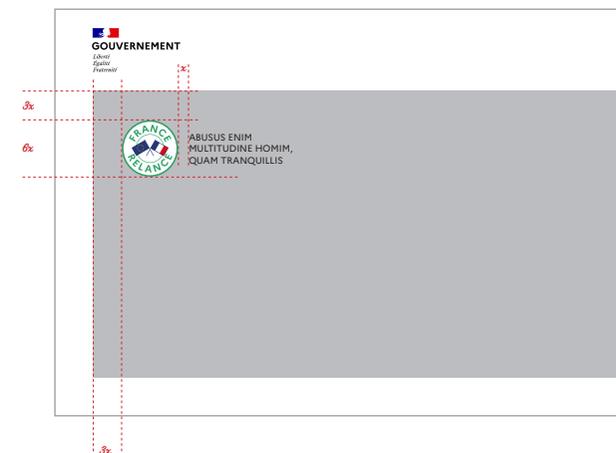
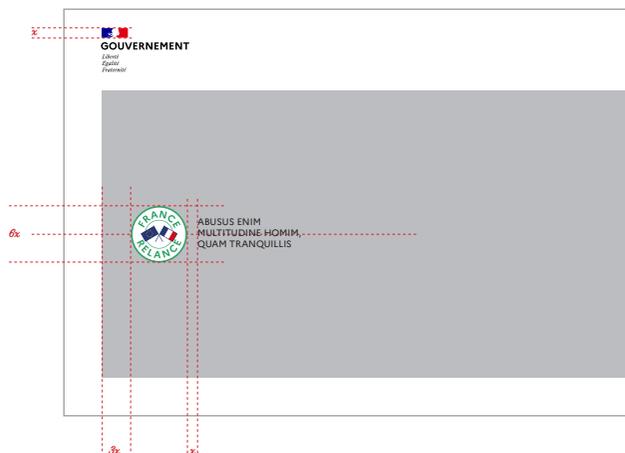
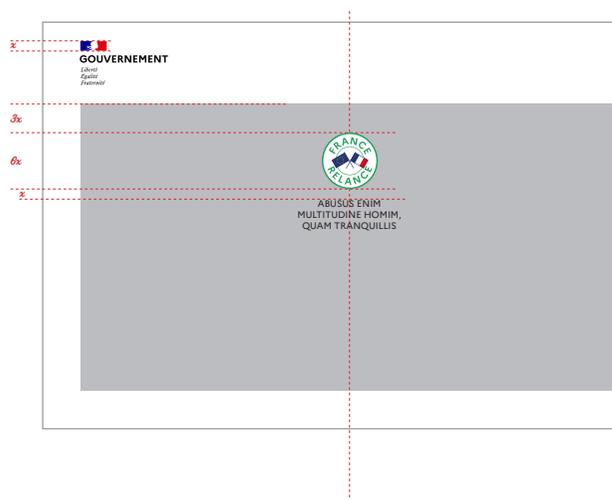
# LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

## Les trois placements du logotype

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.

### Format paysage

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.37



## LES RÈGLES DE MISE EN PAGE

### Les trois placements du logotype

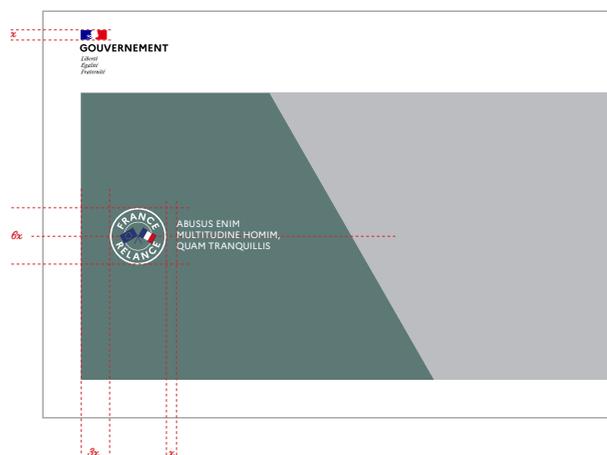
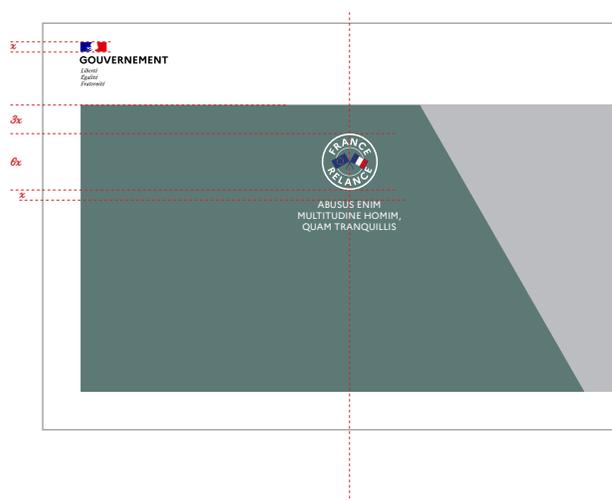
Format paysage - dispositif bénéficiant d'achat média

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.

Dans la zone de contenu, un espace est réservé aux inscriptions typographiques. Cet espace est déterminé par un aplat et sa coupe en biseau.

Tout dispositif bénéficiant d'achat média doit comporter le biseau, de préférence de couleur vert D1 (opacité à 80% ou 100%).

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.37



# SOMMAIRE

## I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 3 Les deux versions du logo 6
- 4 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
- 3 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 SUPPORTS NUMÉRIQUES

- 1 Réseaux sociaux - Format 1/1 (carré) 23
- 2 Réseaux sociaux - Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Réseaux sociaux - 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 SIGNALÉTIQUE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40
- 3 Panneaux de chantier 41
- 4 Panneaux de bénéficiaires 42
- 5 Photocall 44

## IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 46
- 2 Le chèque de financement 47

## X LE PLACEMENT EN MINEUR

- 1 Principe d'endossement 449
- 2 Positionnement du logotype 50
- 3 Cas particulier des petits formats 54

## X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 56
- 2 Habillage vidéo 58
- 3 Prise de parole et Kakémono 59
- 4 Affiche et vignettes RS 60

## ANNEXE

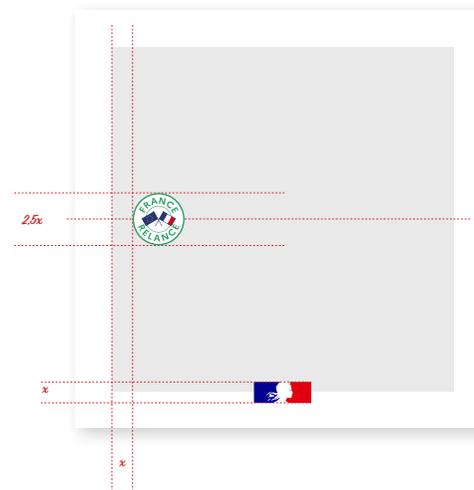
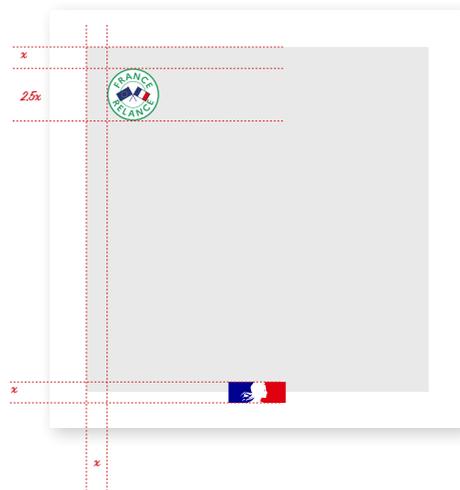
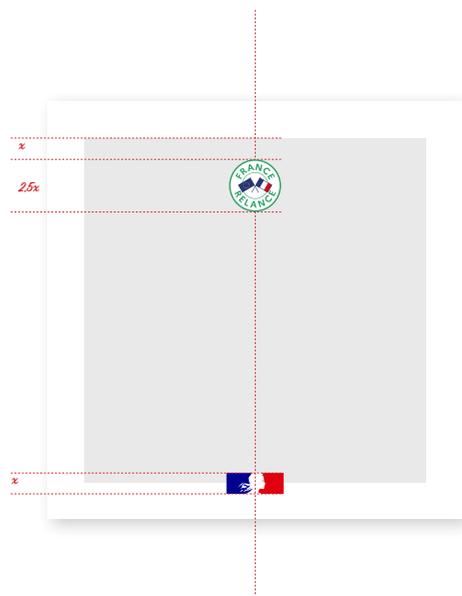
- Affichage des financements européens 62

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 SUPPORTS NUMÉRIQUES

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

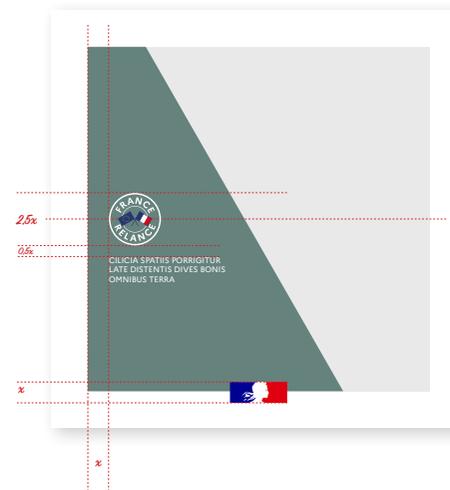
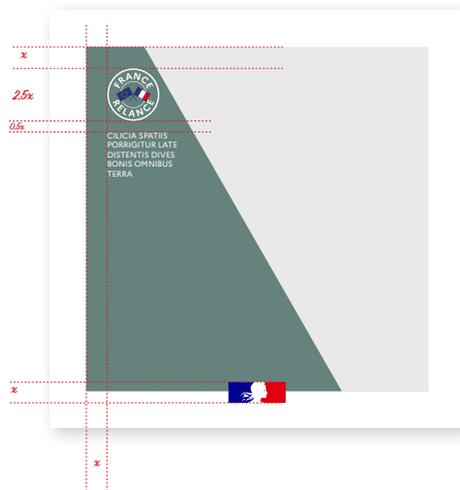
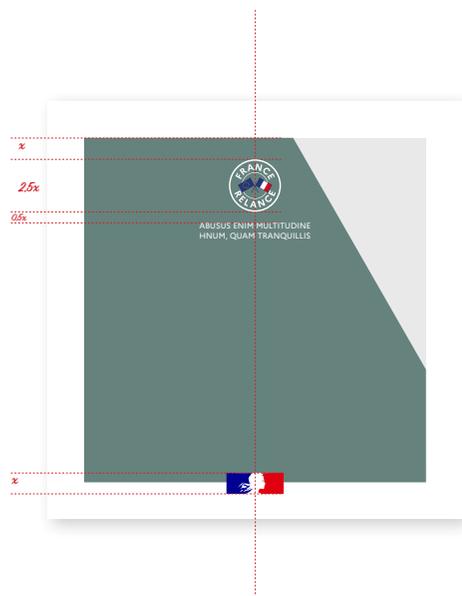
Les posts RS sont également encadrés. La position du logo y est également possible de trois façons différentes.

Dans la zone de contenu, un espace est réservé aux inscriptions typographiques. Cet espace est déterminé par un aplat et sa coupe en biseau.

Tout dispositif bénéficiant d'achat média doit comporter le biseau, de préférence de couleur vert D1 (opacité à 80% ou 100%).

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.76

HAUTEUR : 1080 px  
LONGUEUR : 1080 px

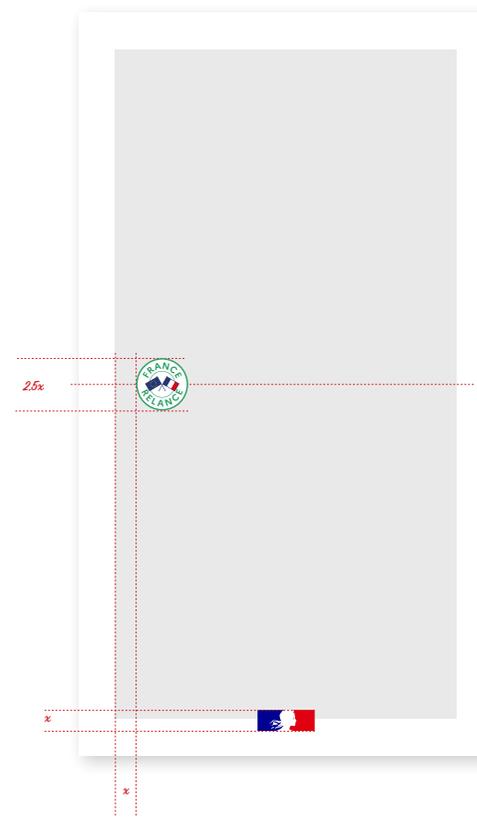
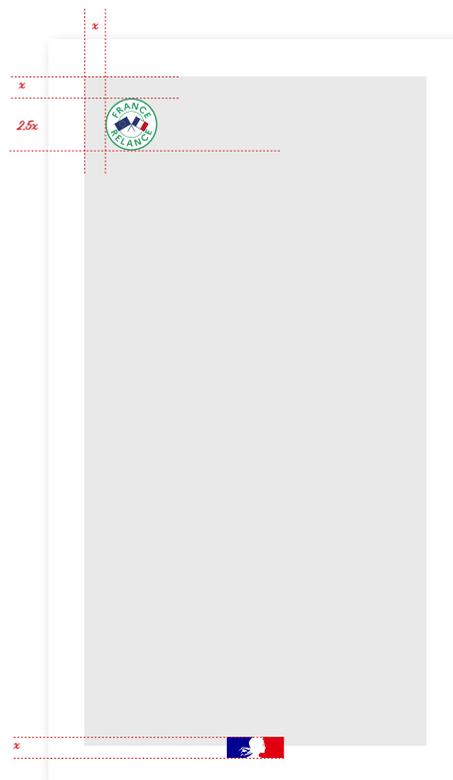
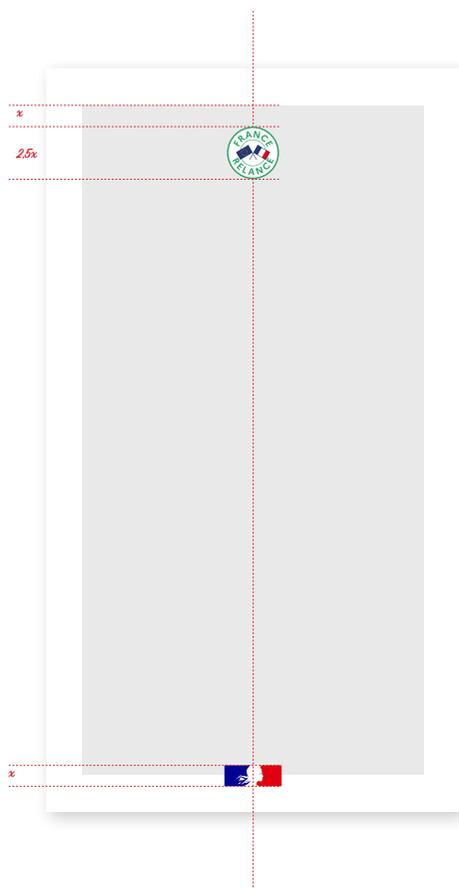


Les posts RS sont également encadrés. La position du logo y est également possible de trois façons différentes.

LONGUEUR : 1080 px

HAUTEUR : 1920 px

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.76



## LES SUPPORTS NUMÉRIQUES

### 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.

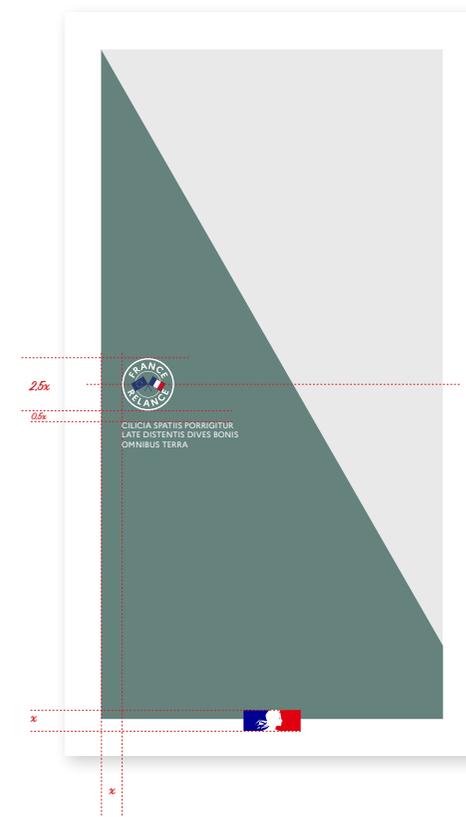
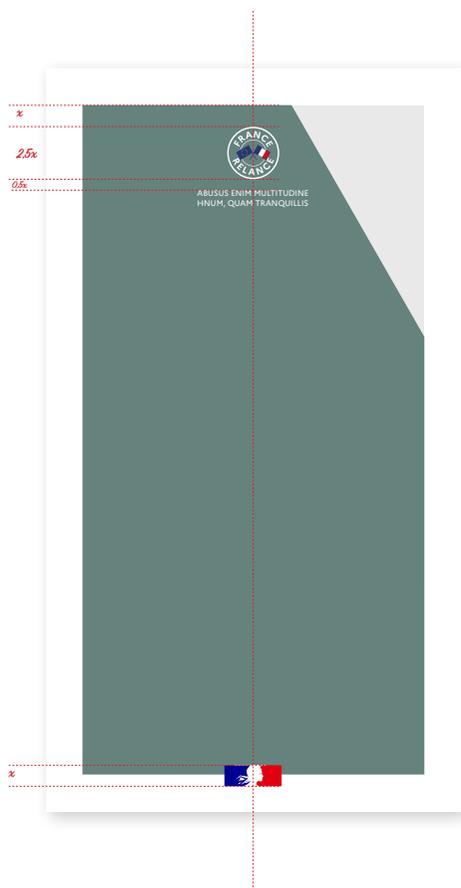
Tout dispositif bénéficiant d'achat média doit comporter le biseau.

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.76

Dans la zone de contenu, un espace est réservé aux inscriptions typographiques. Cet espace est déterminé par un aplat et sa coupe en biseau.

HAUTEUR : 1920 px  
LONGUEUR : 1080 px

Tout dispositif bénéficiant d'achat média doit comporter le biseau, de préférence de couleur vert D1 (opacité à 80% ou 100%).



## LES SUPPORTS NUMÉRIQUES

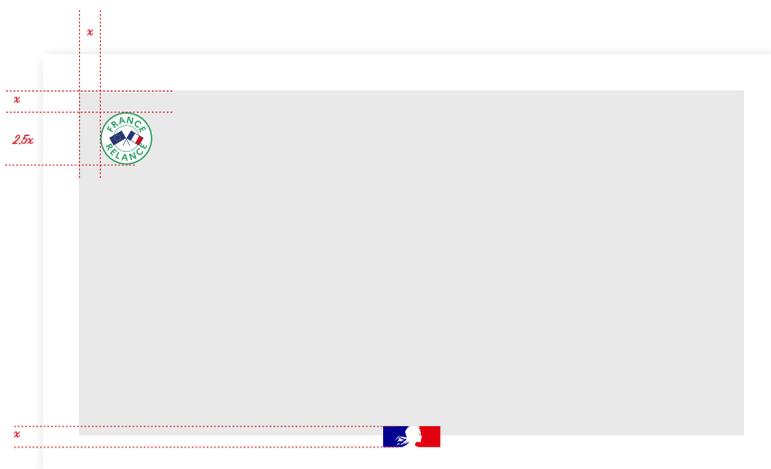
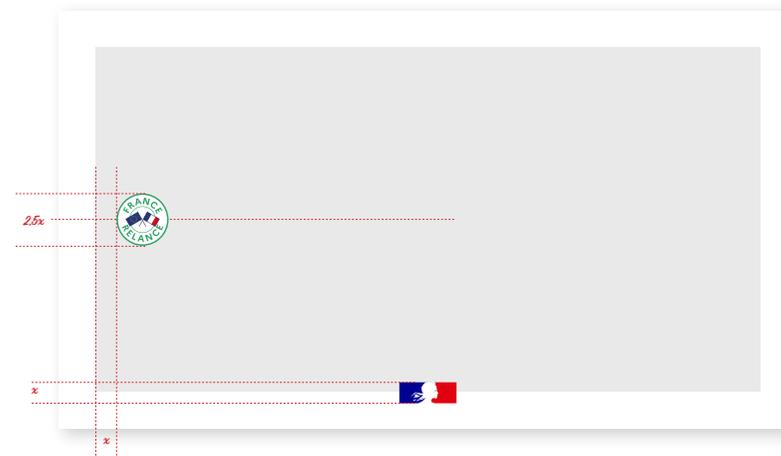
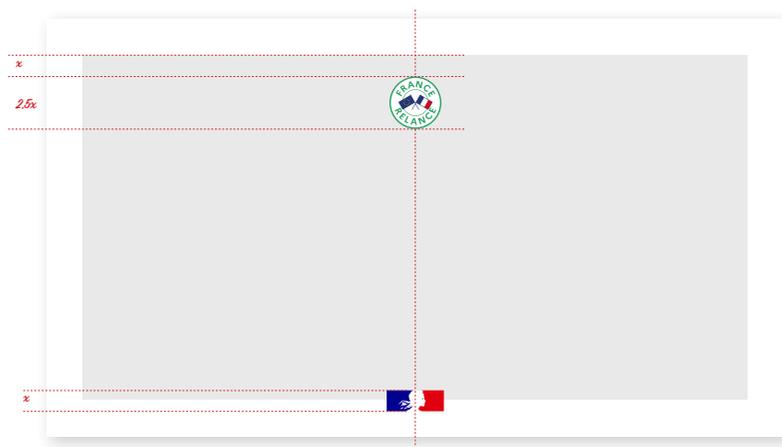
Les posts RS sont également encadrés. La position du logo y est également possible de trois façons différentes.

LONGUEUR : 1920 px

HAUTEUR : 1080 px

### Réseaux sociaux - Format 16/9 (paysage)

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.76



## LES SUPPORTS NUMÉRIQUES

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

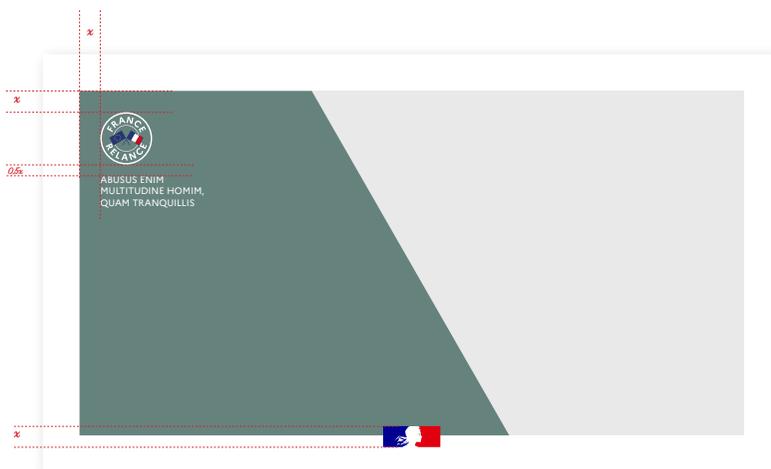
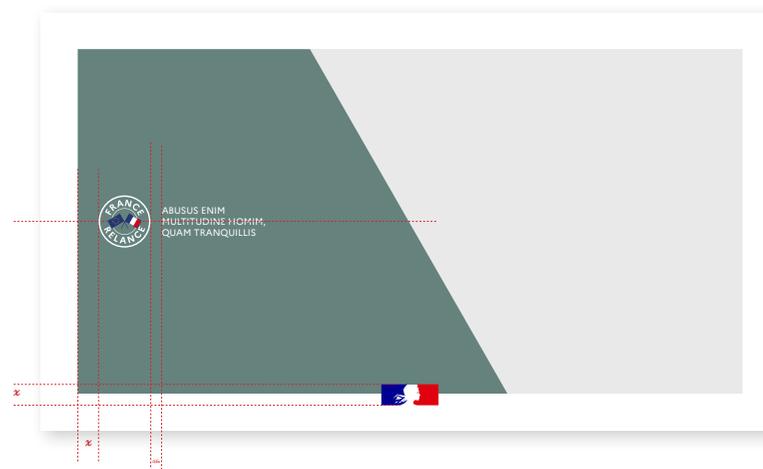
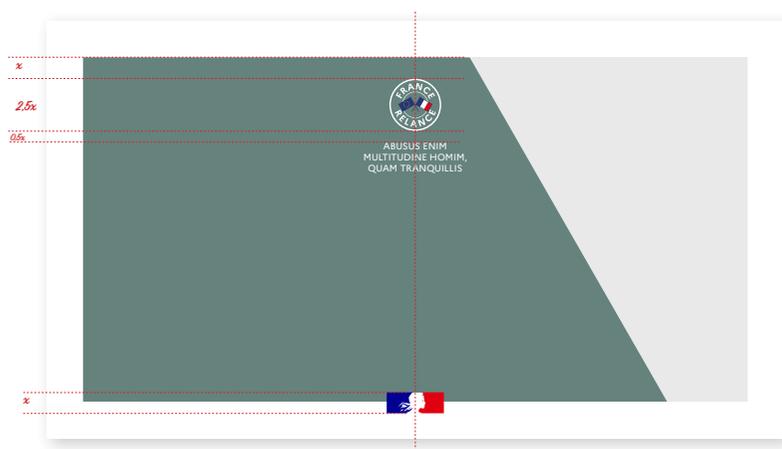
Les posts RS sont également encadrés. La position du logo y est également possible de trois façons différentes.

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

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.76

HAUTEUR : 1080 px  
LONGUEUR : 1080 px

Tout dispositif bénéficiant d'achat média doit comporter le biseau, de préférence de couleur vert D1 (opacité à 80% ou 100%).



## Les vidéos (3 formats)

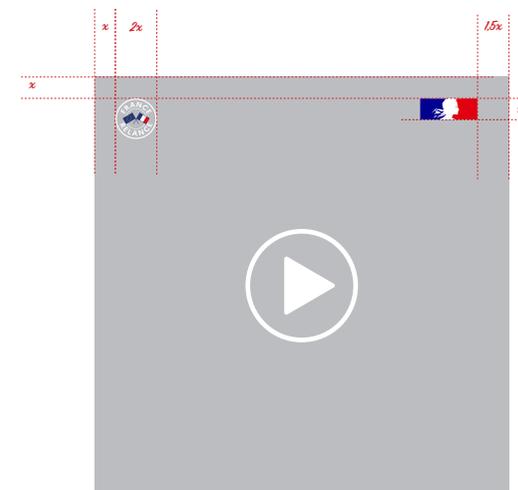
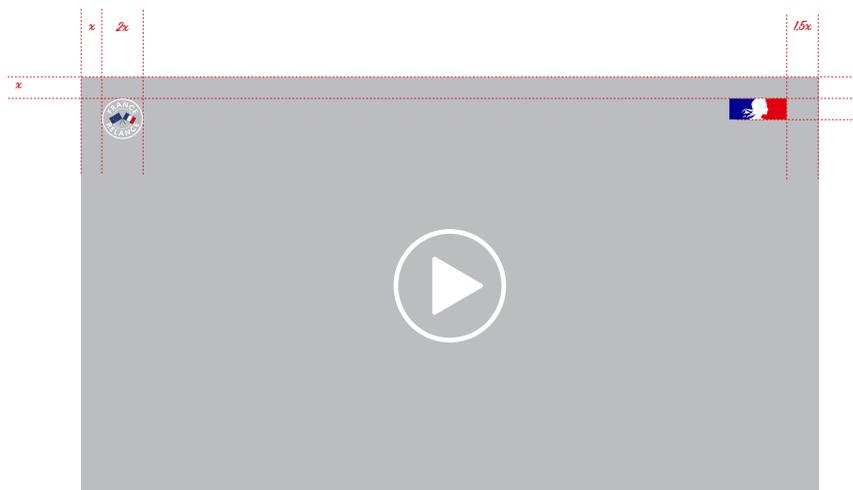
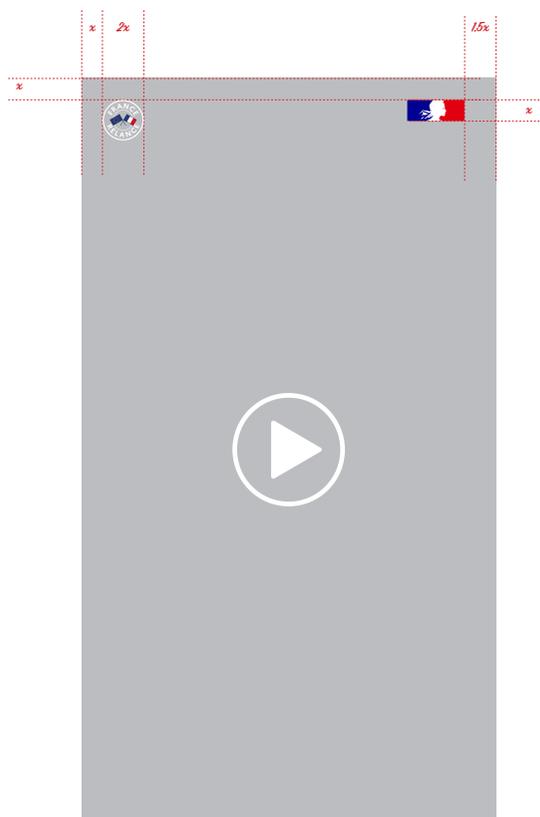
La présence du logo situé dans le coin haut gauche est primordial sur toutes les vidéos diffusées.

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 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



## Vidéos RS - 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
- 3 Les deux versions du logo 6
- 4 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
- 3 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 SUPPORTS NUMÉRIQUES

- 1 Réseaux sociaux - Format 1/1 (carré) 23
- 2 Réseaux sociaux - Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Réseaux sociaux - 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 SIGNALÉTIQUE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40
- 3 Panneaux de chantier 41
- 4 Panneaux de bénéficiaires 42
- 5 Photocall 44

## IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 46
- 2 Le chèque de financement 47

## X LE PLACEMENT EN MINEUR

- 1 Principe d'endossement 49
- 2 Positionnement du logotype 50
- 3 Cas particulier des petits formats 54

## X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 56
- 2 Habillage vidéo 58
- 3 Prise de parole et Kakémono 59
- 4 Affiche et vignettes RS 60

## ANNEXE

- Affichage des financements européens 62

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*



# LA PAPETERIE DIGITALE

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

## La signature mail

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  
AV 0  
Q1

Arial © Regular  
T 8pt  
AV 0  
Q1

20px  
10px



**INTITULÉ  
OFFICIEL**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

30px 5px



30 px

Arial © Bold  
T 8pt  
AV 0  
Q1

# SOMMAIRE

## I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 3 Les deux versions du logo 6
- 4 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
- 3 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 SUPPORTS NUMÉRIQUES

- 1 Réseaux sociaux - Format 1/1 (carré) 23
- 2 Réseaux sociaux - Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Réseaux sociaux - 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 SIGNALÉTIQUE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40
- 3 Panneaux de chantier 41
- 4 Panneaux de bénéficiaires 42
- 5 Photocall 44

## IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 46
- 2 Le chèque de financement 47

## X LE PLACEMENT EN MINEUR

- 1 Principe d'endossement 49
- 2 Positionnement du logotype 50
- 3 Cas particulier des petits formats 54

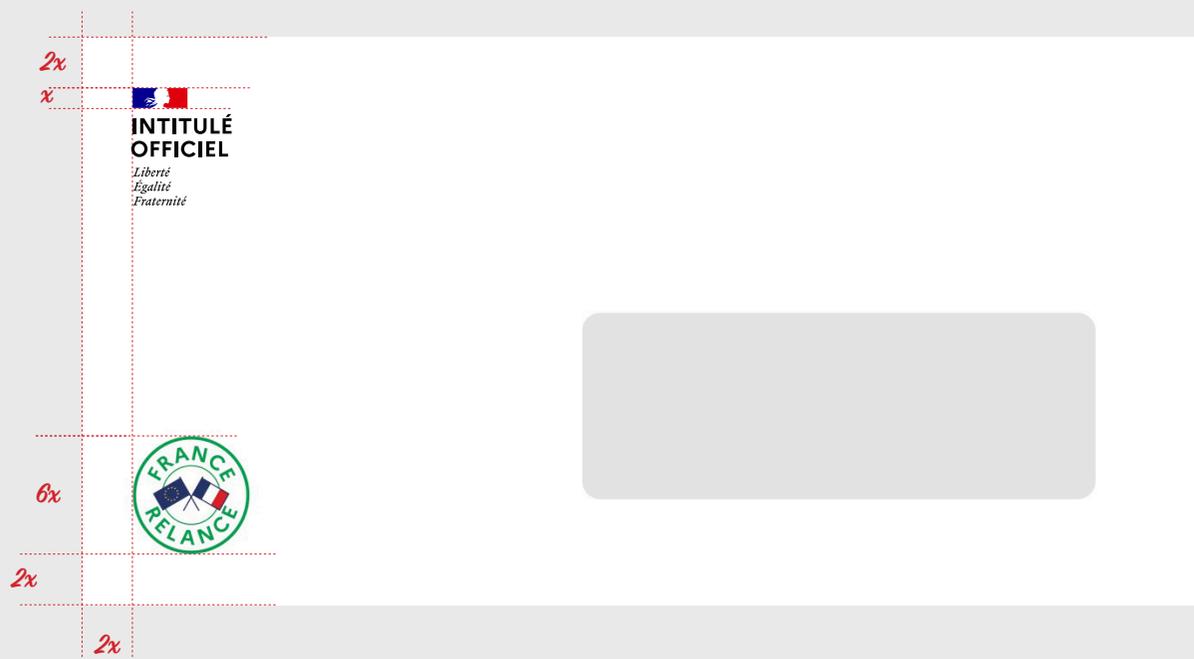
## X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 56
- 2 Habillage vidéo 58
- 3 Prise de parole et Kakémono 59
- 4 Affiche et vignettes RS 60

## ANNEXE

- Affichage des financements européens 62

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





# SOMMAIRE

## I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 3 Les deux versions du logo 6
- 4 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
- 3 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 SUPPORTS NUMÉRIQUES

- 1 Réseaux sociaux - Format 1/1 (carré) 23
- 2 Réseaux sociaux - Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Réseaux sociaux - 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 SIGNALÉTIQUE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40
- 3 Panneaux de chantier 41
- 4 Panneaux de bénéficiaires 42
- 5 Photocall 44

## IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 46
- 2 Le chèque de financement 47

## X LE PLACEMENT EN MINEUR

- 1 Principe d'endossement 49
- 2 Positionnement du logotype 50
- 3 Cas particulier des petits formats 54

## X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 56
- 2 Habillage vidéo 58
- 3 Prise de parole et Kakémono 59
- 4 Affiche et vignettes RS 60

## ANNEXE

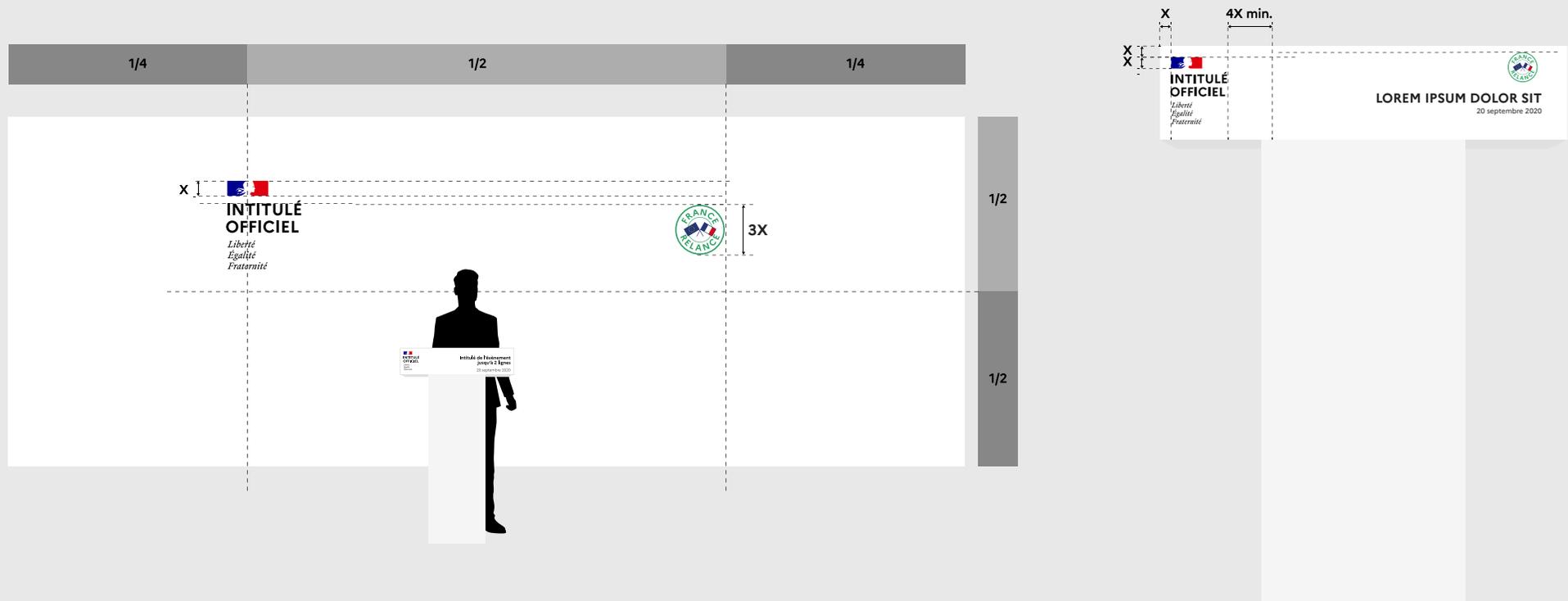
- Affichage des financements européens 62

# VIII — 1 LA SIGNALÉTIQUE

## Le fond de scène

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 la trame France Relance.

Kakémono et affiche A3

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.70 (kakémonos) et p.56 (affiche)



LA SIGNALÉTIQUE

Panneaux de chantier - format portait

L'affichage des financements sur les panneaux de chantier sont aussi encadrés\*.

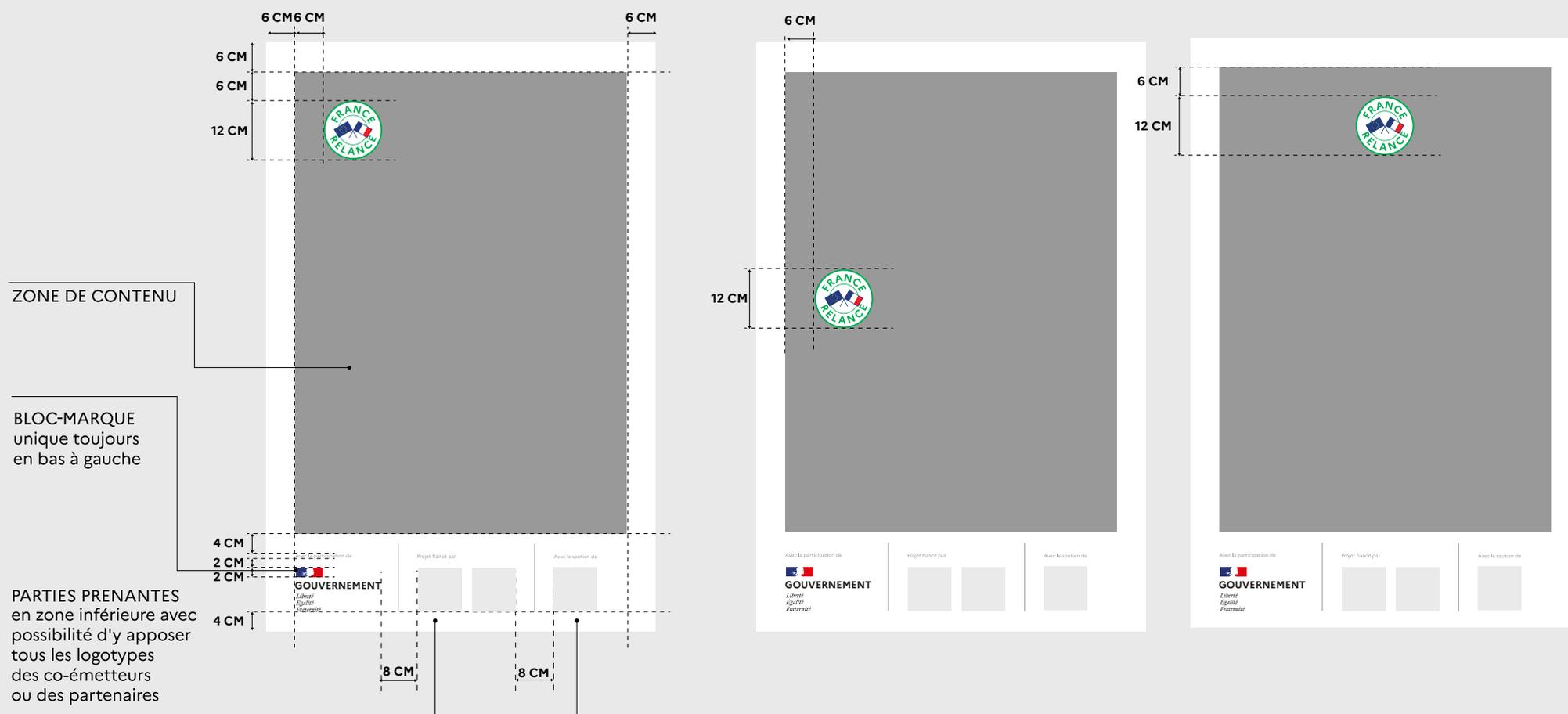
Le logo France Relance peut être positionné de trois façons différentes.

Il est possible d'ajouter à la zone de contenu des informations sur la nature des travaux et des financements attachés.

Dans le bandeau inférieur peuvent apparaître tous les logos des partenaires et co-émetteurs.

LONGUEUR : 80 CM  
HAUTEUR : 120 CM

\* Application du décret n°2020-1129 du 14 septembre 2020 pris pour l'application de l'article L. 1111-11 du code général des collectivités territoriales.



## LA SIGNALÉTIQUE

### Panneaux de chantier - format paysage

L'affichage des financements sur les panneaux de chantier sont aussi encadrés\*.

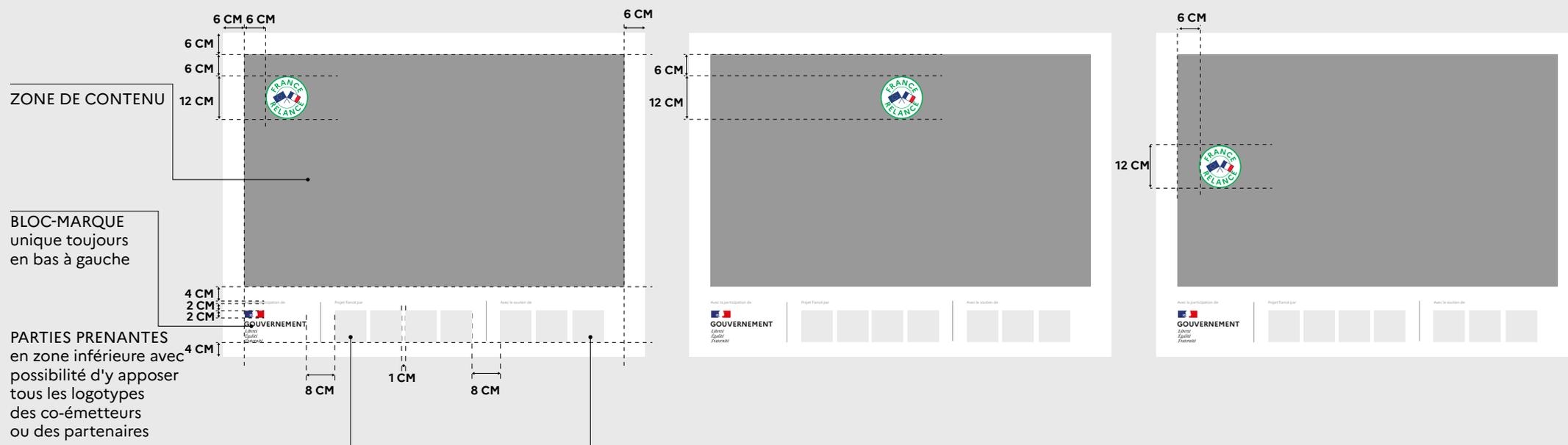
Le logo France Relance peut être positionné de trois façons différentes.

Il est possible d'ajouter à la zone de contenu des informations sur la nature des travaux et des financements attachés.

Dans le bandeau inférieur peuvent apparaître tous les logos des partenaires et co-émetteurs.

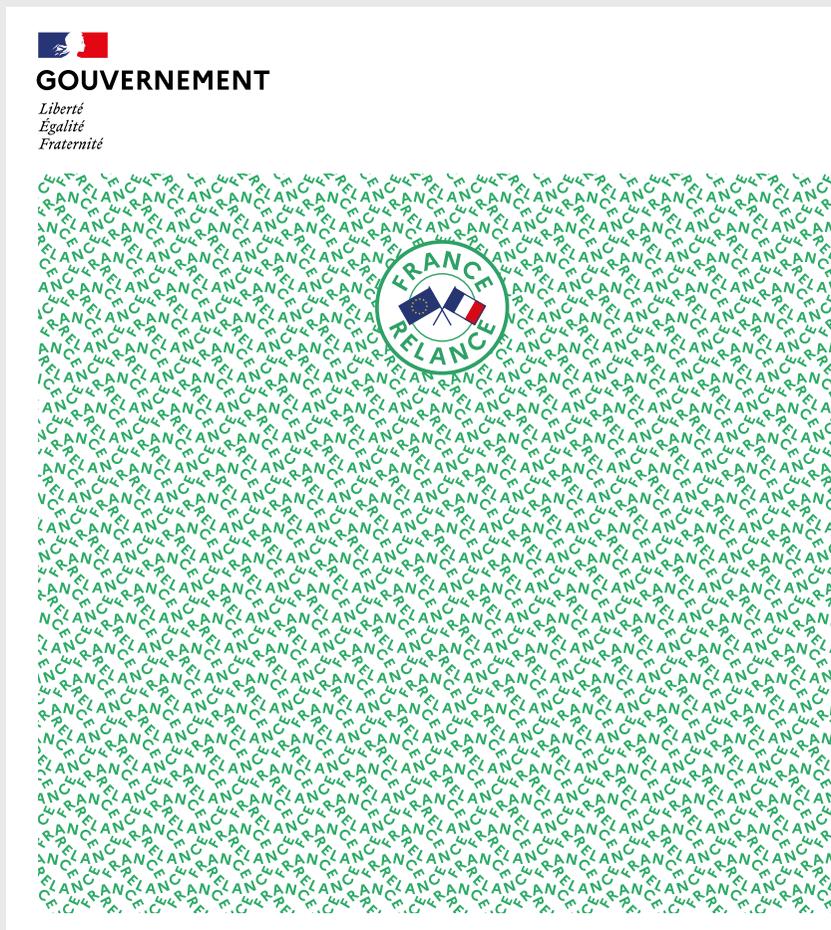
LONGUEUR : 120 CM  
HAUTEUR : 80 CM

\* Application du décret n°2020-1129 du 14 septembre 2020 pris pour l'application de l'article L. 1111-11 du code général des collectivités territoriales.



Ces panneaux sont positionnés dans les bâtiments des entités ayant bénéficié de financements France Relance.





# SOMMAIRE

## I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 3 Les deux versions du logo 6
- 4 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
- 3 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 SUPPORTS NUMÉRIQUES

- 1 Réseaux sociaux - Format 1/1 (carré) 23
- 2 Réseaux sociaux - Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Réseaux sociaux - 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 SIGNALÉTIQUE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40
- 3 Panneaux de chantier 41
- 4 Panneaux de bénéficiaires 42
- 5 Photocall 44

## IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 46
- 2 Le chèque de financement 47

## X LE PLACEMENT EN MINEUR

- 1 Principe d'endossement 49
- 2 Positionnement du logotype 50
- 3 Cas particulier des petits formats 54

## X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 56
- 2 Habillage vidéo 58
- 3 Prise de parole et Kakémono 59
- 4 Affiche et vignettes RS 60

## ANNEXE

- Affichage des financements européens 62

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

Échelle : 1/1

RECTO



PROFIL



VERSO



Echelle LOGO 1/4

24 cm

24 cm



Le chèque

2X      2X

2X  
X

  
**INTITULÉ  
OFFICIEL**  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



1,5X  
6X

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

à \_\_\_\_\_

Préfecture de ....  
000, rue de ...  
00 000 Ville Cedex

€

à \_\_\_\_\_

le \_\_\_\_\_

Signature :

# SOMMAIRE

## I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 3 Les deux versions du logo 6
- 4 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
- 3 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 SUPPORTS NUMÉRIQUES

- 1 Réseaux sociaux - Format 1/1 (carré) 23
- 2 Réseaux sociaux - Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Réseaux sociaux - 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 SIGNALÉTIQUE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40
- 3 Panneaux de chantier 41
- 4 Panneaux de bénéficiaires 42
- 5 Photocall 44

## IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 46
- 2 Le chèque de financement 47

## X LE PLACEMENT EN MINEUR

- 1 Principe d'endossement 49
- 2 Positionnement du logotype 50
- 3 Cas particulier des petits formats 54

## X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 56
- 2 Habillage vidéo 58
- 3 Prise de parole et Kakémono 59
- 4 Affiche et vignettes RS 60

## ANNEXE

- Affichage des financements européens 62

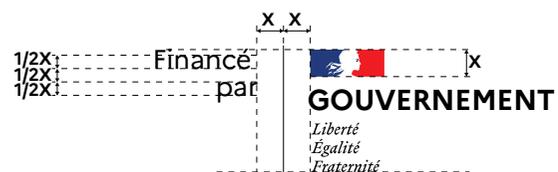
## LE PLACEMENT EN MINEUR

### Principe d'endossement

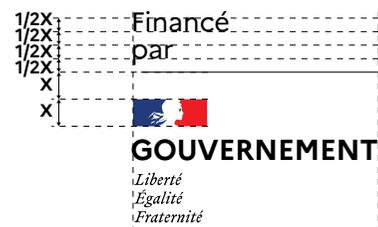
En environnement non maîtrisé, lorsqu'un dispositif bénéficie de France Relance en étant hors du champ d'application de la marque de l'État, les principes d'endossement du bloc-marque s'appliquent.

cf. FONDAMENTAUX CHARTE DE L'ÉTAT p.27

#### SÉPARATEUR VERTICAL



#### SÉPARATEUR HORIZONTAL



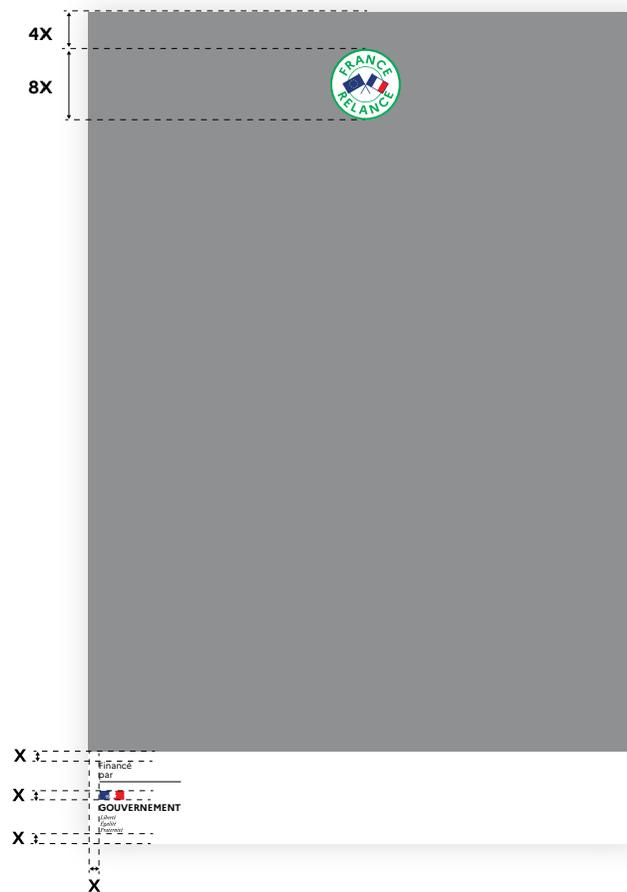
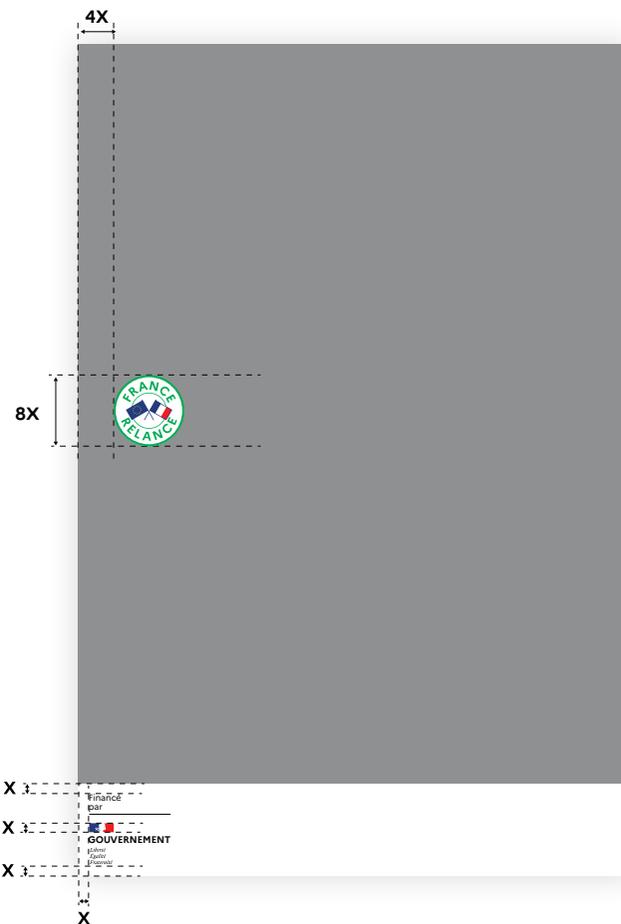
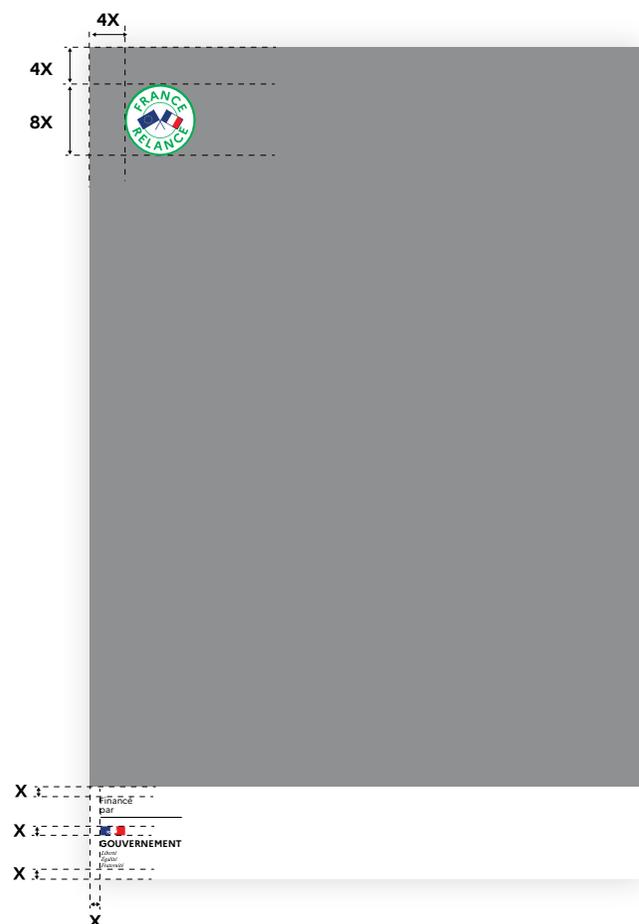
## LE PLACEMENT EN MINEUR

En mineur, le logotype France Relance peut également être positionné de trois façons différentes.

### Positionnement du logotype



#### FORMAT PORTRAIT

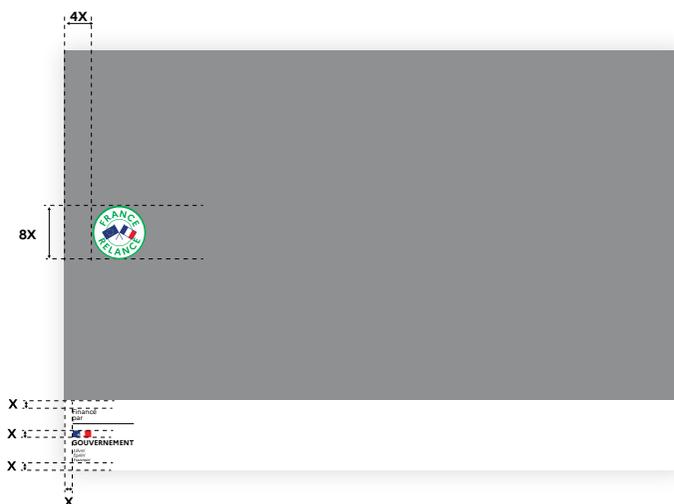
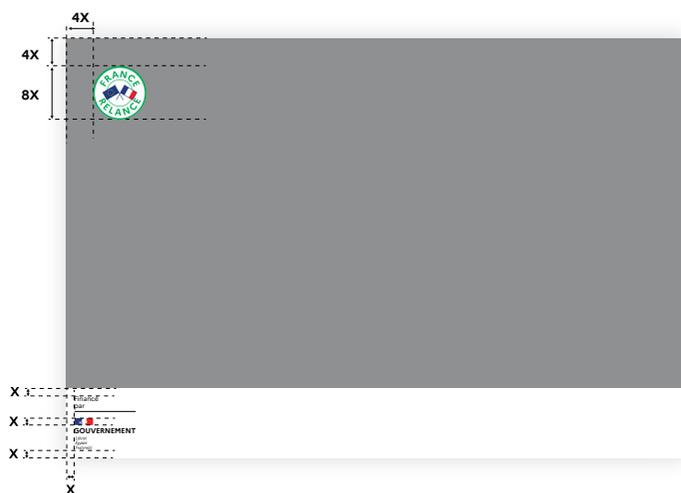


## LE PLACEMENT EN MINEUR

En mineur, le logotype France Relance peut également être positionné de trois façons différentes.

## Positionnement du logotype

## FORMAT PAYSAGE

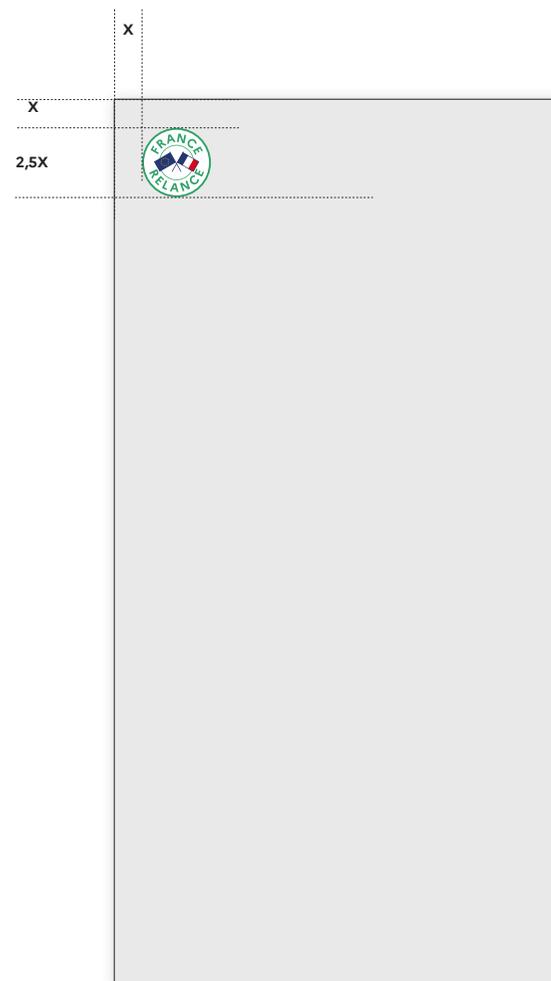
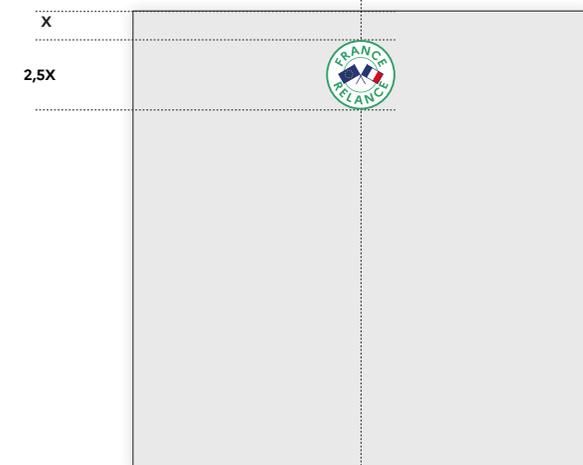


## LE PLACEMENT EN MINEUR

En mineur, le logotype France Relance peut également être positionné de trois façons différentes.

### Positionnement du logotype

#### VIGNETTES RÉSEAUX SOCIAUX

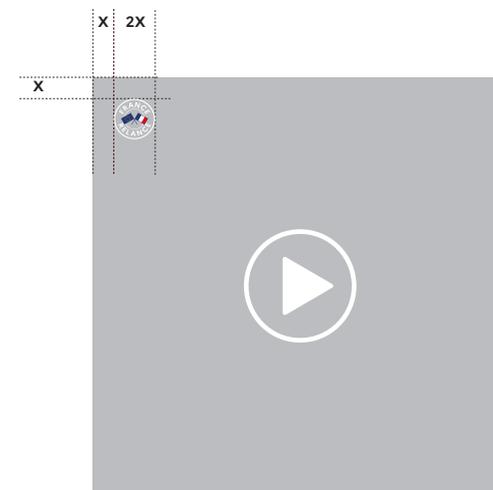
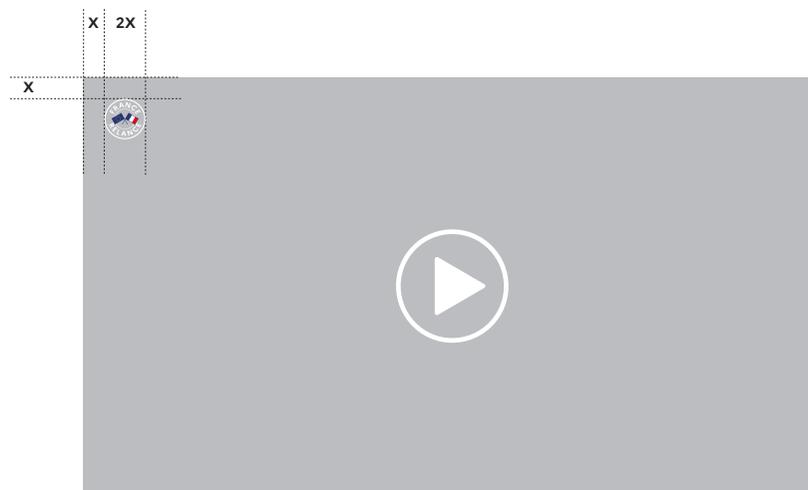
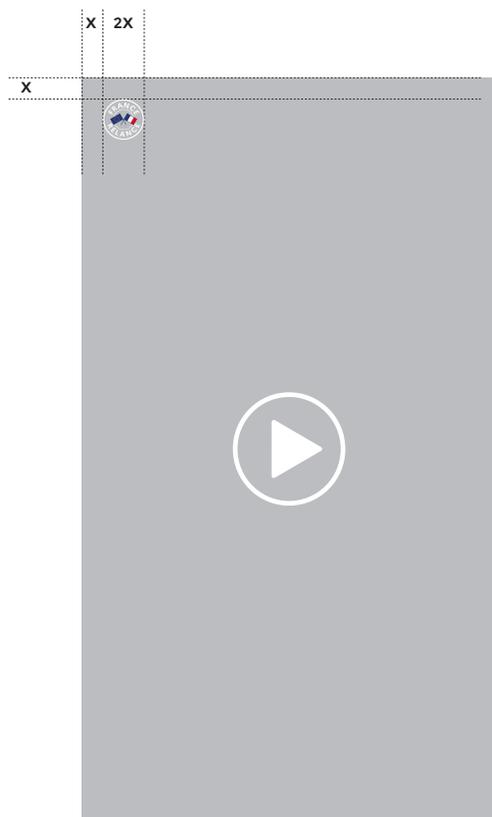


**LE PLACEMENT EN MINEUR**

En mineur, le logotype France Relance peut également être positionné de trois façons différentes.

**Positionnement du logotype**

## VIDÉOS



## Cas particulier des petits formats

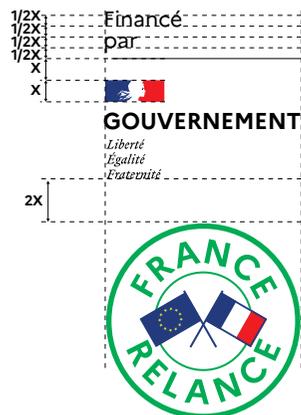
En environnement non maîtrisé, sur des petits formats, les principes d'endossement du bloc-marque continuent de s'appliquer, dans la zone réservée à l'affichage des financements et partenaires.

Le logotype France Relance est apposé aux côtés du bloc-marque endossé.

## SÉPARATEUR VERTICAL



## SÉPARATEUR HORIZONTAL



## SOMMAIRE

### I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 3 Les deux versions du logo 6
- 4 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
- 3 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 SUPPORTS NUMÉRIQUES

- 1 Réseaux sociaux - Format 1/1 (carré) 23
- 2 Réseaux sociaux - Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Réseaux sociaux - 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 SIGNALÉTIQUE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40
- 3 Panneaux de chantier 41
- 4 Panneaux de bénéficiaires 42
- 5 Photocall 44

### IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 46
- 2 Le chèque de financement 47

### X LE PLACEMENT EN MINEUR

- 1 Principe d'endossement 49
- 2 Positionnement du logotype 50
- 3 Cas particulier des petits formats 54

### X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 56
- 2 Habillage vidéo 58
- 3 Prise de parole et Kakémono 59
- 4 Affiche et vignettes RS 60

### ANNEXE

- Affichage des financements européens 62

# EXEMPLES

Campagne

  
FRANCE  
RELANCE  
MA PRIME RÉNOV

Ensemble nous  
avons planté  
la petite graine.

Faisons renaître  
nos forêts.

Pour les entreprises,  
le Gouvernement propose la mesure  
«Renouvellement forestier» sur :

[PlanDeRelance.Gouv.Fr](https://PlanDeRelance.Gouv.Fr)

  
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)

  
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)

Campagne

**RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**  
Liberté  
Égalité  
Fraternité

**ADEME**  
AGENCE DE LA  
TRANSITION  
ÉCOLOGIQUE

**FRANCE  
RELANCE**

FINANCEMENT  
DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

# Incredible mais vert !

Entreprises, avec France Relance,  
profitez des financements de l'ADEME  
pour cibler la relance et viser  
la transition écologique.

[agirpourlatransition.ademe.fr/france-relance](http://agirpourlatransition.ademe.fr/france-relance)

**RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**  
Liberté  
Égalité  
Fraternité

**ADEME**  
AGENCE DE LA  
TRANSITION  
ÉCOLOGIQUE

**FRANCE  
RELANCE**

MA PRIME RÉNOV'  
COPROPRIÉTÉS

## Copropriétés : MaPrimeRénov', un coup de pouce pour un coup de neuf dans votre résidence.

Améliorez le confort de votre logement avec MaPrimeRénov' Copropriétés, la nouvelle aide financière de l'État pour des travaux de rénovation énergétique, accessible à tous les copropriétaires, sans condition de revenus, pour les projets votés en 2021 et 2022.

Contactez nos conseillers FAIRE pour découvrir les conditions d'éligibilité ou pour vous aider à lancer un projet dans votre copropriété.

**FAIRE**  
TOUT POUR MA RÉNOV'

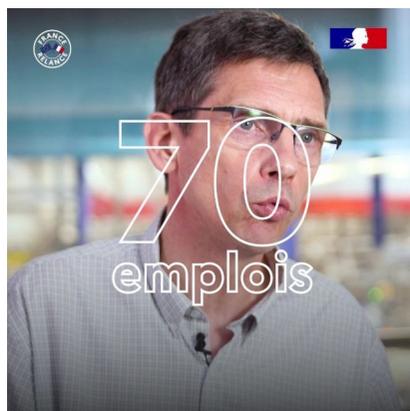
0 808 800 700 Service gratuit  
Tous les jours ou sur [faire.gouv.fr/marenov](http://faire.gouv.fr/marenov)

Image: Shutterstock

## 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**  
États  
Général  
Partenair

**SOUTIEN INVESTISSEMENT ET MODERNISATION 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 changiez de métier ?**

## SOMMAIRE

### I LE LOGO

- 1 La composition 4
- 2 La zone de protection 5
- 3 Les deux versions du logo 6
- 4 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
- 3 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 SUPPORTS NUMÉRIQUES

- 1 Réseaux sociaux - Format 1/1 (carré) 23
- 2 Réseaux sociaux - Format 9/16 (portrait) 25
- 3 Réseaux sociaux - 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 SIGNALÉTIQUE

- 1 Le fond de scène 39
- 2 Kakémono et affiche A3 40
- 3 Panneaux de chantier 41
- 4 Panneaux de bénéficiaires 42
- 5 Photocall 44

### IX LES GOODIES

- 1 Le pins et l'adhésif 46
- 2 Le chèque de financement 47

### X LE PLACEMENT EN MINEUR

- 1 Principe d'endossement 49
- 2 Positionnement du logotype 50
- 3 Cas particulier des petits formats 54

### X LES EXEMPLES

- 1 La campagne 56
- 2 Habillage vidéo 58
- 3 Prise de parole et Kakémono 59
- 4 Affiche et vignettes RS 60

### ANNEXE

- Affichage des financements européens 62

# ANNEXE

## AFFICHAGE DES FINANCEMENTS EUROPÉENS

### Mesures concernées

Toute communication liée aux financements du plan national de relance et de résilience (PNRR) ayant bénéficié de financement européens doit afficher l'emblème de l'Union européenne avec la mention dédiée.

Les mesures concernées sont les suivantes.

	RUBRIQUE	MESURE	SOUS-MESURE
COHÉSION	Cohésion territoriale	Développement du numérique sur l'ensemble du territoire	Poursuite du plan France THD
	Formation professionnelle	Programme d'investissement dans les compétences /digitalisation de la formation	Inclusion numérique
			Abondement des CPF pour développer les compétences numériques
		Renforcement des moyens d'intervention de France compétences et Pôle emploi	PIC - Contenus pédagogiques numérisés et plateformes de contenus pédagogiques
			PIC - Formation à distance (FOAD)
	Handicap	Prime à l'embauche pour les travailleurs handicapés	CPF Transition - AT Pro
			Renforcement des moyens de France compétences
	Jeunes	Aide en apprentissage, en contrat de professionnalisation, service civique	Renforcement des moyens de Pôle emploi
			Aide à l'embauche des travailleurs handicapés (AMEETH)
		Prime à l'embauche des jeunes de moins de 26 ans	Extension du dispositif d'Emploi accompagné
			Aide aux employeurs d'apprentis
		Internats d'excellence	Aide aux employeurs de contrats de professionnalisation
			Prime à l'embauche des jeunes de moins de 26 ans
		Formation sur les métiers d'avenir	Revitalisation des internats d'excellence
			Création de places pour la poursuite d'études des jeunes bacheliers
			Plan jeunes : poursuite d'études des néo-bacheliers et CAP en 3 ans
			Parcours personnalisés pour les jeunes de 16 à 18 ans ne respectant pas l'obligation de formation
			Renforcer le dispositif de garantie par l'Etat de prêts étudiants
	Recherche	Cordées de la réussite	Création d'emplois pour les jeunes dans le sport
		Accompagnement renforcé et personnalisé	Accompagnement des jeunes vers l'emploi par les missions locales (PACEA et garantie jeunes)
Accompagnement des jeunes vers l'emploi par les missions locales (PACEA et garantie jeunes)		Contrats aidés pour les jeunes : PEC et CIE	
Sauvegarde de l'emploi	Contrat aidés pour les jeunes : PEC et CIE	Renforcement des moyens de l'ANR	
		FNE-Formation	
Séjour de la santé / dépendance	Stratégie de relance de la R&D	Reconversion ou promotion par alternance (Pro A)	
		Investissement en santé dans les territoires : modernisation et restructuration de l'offre de soin	
	Activité partielle de longue durée et formation des salariés en activité partielle	Plan massif d'investissement immobilier dans les établissements médico-sociaux	
		Rattrapage du retard sur les standards techniques du numérique en santé	
Investissement public		Mise en place d'un numéro national de prévention du suicide	

	RUBRIQUE	MESURE	SOUS-MESURE	
COMPÉTITIVITÉ	Culture	Soutien aux filières culturelles et rénovations patrimoniales		
	Financement des entreprises	Renforcement des fonds propres des TPE, PME et ETI	Dotation aux fonds régionaux d'investissement	
	Mise à niveau numérique	Mise à niveau numérique des TPE, PME et ETI		Mise à niveau numérique de l'Etat et des territoires
		Transformation numérique de l'État et des territoires		Accélération en cybersécurité
				Identité numérique
				Equipements et infrastructures du Ministère de l'Intérieur
				Applications du Ministère de l'Intérieur
				Mobilité et télétravail du Ministère de l'Intérieur
				Développer l'accès à l'enseignement supérieur partout sur le territoire grâce au numérique
				Continuité administrative : mise à niveau numérique de l'administration du système éducatif
	Continuité pédagogique : transformation numérique de l'école			
Souveraineté technologique / résilience	Soutien au secteur spatial et financement de la recherche duale en matière spatiale			
	Préservation de l'emploi dans la R&D privée			
Biodiversité, lutte contre l'artificialisation	Densification et renouvellement urbain		Fonds de recyclage des friches et du foncier artificialisé	
	Biodiversité sur les territoires, prévention des risques et renforcement de la résilience		Aide à la relance de la construction durable	
	Réseaux d'eau et modernisation des stations d'assainissement, y compris outre-mer		Aires protégées, protection du littoral, renforcement de la sécurité des barrages	
	Décarbonation de l'industrie	Décarbonation de l'industrie	Prévention des risques sismiques dans les outre-mer	
Économie circulaire et circuits courts	Investissement dans le recyclage et le réemploi (dont accompagnement filière plastique)			
	Modernisation des centres de tri / recyclage et valorisation des déchets			
Infrastructures et mobilité verte	Ferroviaire		Aide SNCF Réseau, fret ferroviaire, petites lignes, modernisation/sécurité du réseau	
	Soutien à la demande en véhicule propre dans le cadre du plan automobile		Bonus, prime à la conversion, innovations mobilités électriques	
	Développer les mobilités du quotidien		Plan vélo, transports en commun	
	Accélération des travaux sur les infrastructures de transport			
	Verdissement du parc automobile de l'État (police, gendarmerie, douanes, justice)			
	Renforcement de la résilience des réseaux électriques et transition énergétique en zone rurale			
	Verdissement des ports			
Mer	Rénovation des bâtiments publics		Bâtiments publics de l'Etat, et batiments publics des collectivités locales.	
	Rénovation énergétique et réhabilitation lourde des logements sociaux			
Rénovation énergétique	Transition écologique et rénovation énergétique des TPE/PME			
	Rénovation énergétique des logements privés		MaPrimRénov'	
Technologies vertes	Développer l'hydrogène décarboné		Stratégie d'accélération de l'hydrogène	
	Plans de soutien au secteur de l'aéronautique			
Transition agricole	Plan en faveur de l'indépendance protéinique			
	Fôret		Amélioration, reconstitution et adaptation des forêts au changement climatique	
PIA	Programme d'investissements d'avenir	Innover pour la transition écologique		
		Innover pour la résilience de nos modèles économiques		
		Soutenir les entreprises innovantes		
		Soutenir les écosystèmes d'enseignement, de recherche, de valorisation et d'innovation		

## AFFICHAGE DES FINANCEMENTS EUROPÉENS

### L'emblème

Sur chaque support lié aux mesures concernées, l'emblème de l'Union européenne apparaît de façon visible, avec la mention de financement « financé par l'Union européenne - *NextGenerationEU* ».

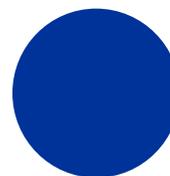
Le logo est mis à disposition dans la valise France Relance.

### L'EMBLÈME EN COULEURS



**Financé par  
l'Union européenne**  
NextGenerationEU

### COULEURS



R 0 C 100 HX #003399  
V 51 M 80  
B 153 J 0  
N 0



R 255 C 0 HX #FFCC00  
V 204 M 0  
B 0 J 100  
N 0

### LES UTILISATIONS POSSIBLES

#### Monochrome



**Financé par  
l'Union européenne**  
NextGenerationEU

#### Contours noirs



**Financé par  
l'Union européenne**  
NextGenerationEU

#### Contours blancs



**Financé par  
l'Union européenne**  
NextGenerationEU

#### Négatif



**Financé par  
l'Union européenne**  
NextGenerationEU

#### Noir



**Financé par  
l'Union européenne**  
NextGenerationEU

#### Blanc



**Financé par  
l'Union européenne**  
NextGenerationEU

# ANNEXE

## AFFICHAGE DES FINANCEMENTS EUROPÉENS

### Principes de construction

Conformément aux grands principes de la marque de l'État, les financements de l'Union européenne s'affichent dans l'espace réservé aux co-émetteurs, partenaires et autres parties prenantes.

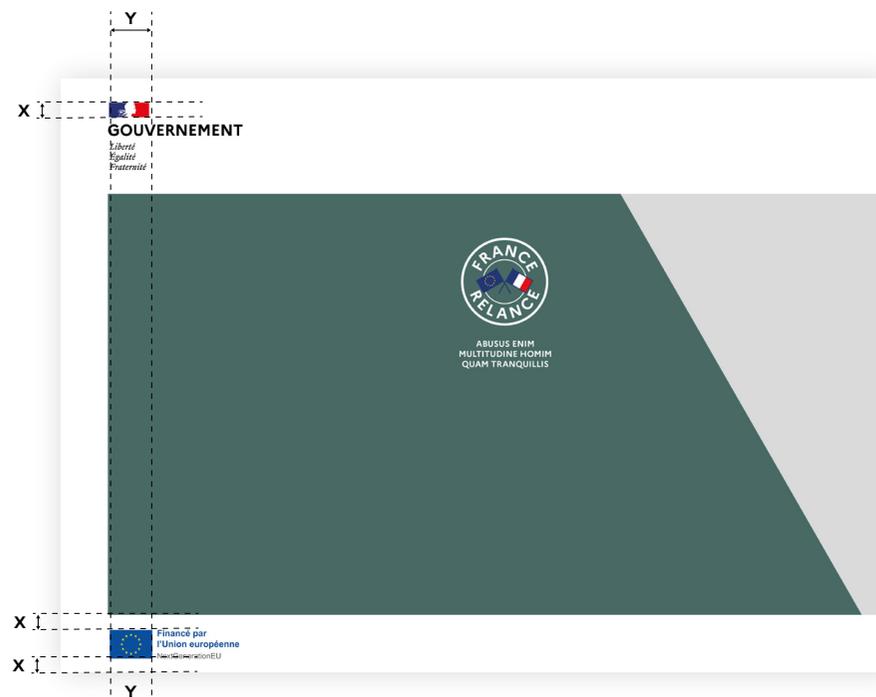
Sur tout support, l'emblème européen doit être de la même largeur que la Marianne tricolore du bloc-marque.

Lorsque cela est possible et pertinent, la clause de non-responsabilité suivante doit être indiquée :

« Financé par l'Union européenne - NextGenerationEU. Les points de vue et opinions exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne

ou de la Commission européenne. Ni l'Union européenne ou la Commission européenne ne peuvent en être tenues pour responsables. ».

### AFFICHES



# ANNEXE AFFICHAGE DES FINANCEMENTS EUROPÉENS

## Principes de construction

Conformément aux grands principes de la marque de l'État, les financements de l'Union européenne s'affichent dans l'espace réservé aux co-émetteurs, partenaires et autres parties prenantes.

Sur tout support, l'emblème européen doit être de la même largeur que la Marianne tricolore du bloc-marque.

Lorsque cela est possible et pertinent, la clause de non-responsabilité suivante doit être indiquée :

« Financé par l'Union européenne - NextGenerationEU. Les points de vue et opinions exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne

ou de la Commission européenne. Ni l'Union européenne ou la Commission européenne ne peuvent en être tenues pour responsables. ».

## VIGNETTES RÉSEAUX SOCIAUX



## ANNEXE

### AFFICHAGE DES FINANCEMENTS EUROPÉENS

#### Principes de construction

Conformément aux grands principes de la marque de l'État, les financements de l'Union européenne s'affichent dans l'espace réservé aux co-émetteurs, partenaires et autres parties prenantes.

Sur tout support, l'emblème européen doit être de la même largeur que la Marianne tricolore du bloc-marque.

Lorsque cela est possible et pertinent, la clause de non-responsabilité suivante doit être indiquée :

*« Financé par l'Union européenne - NextGenerationEU. Les points de vue et opinions exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne*

*ou de la Commission européenne. Ni l'Union européenne ou la Commission européenne ne peuvent en être tenues pour responsables. ».*

#### VIDÉOS

En vidéo, l'affichage des financements européens se fait sur un écran dédié, avant l'animation du bloc-marque.



# ANNEXE AFFICHAGE DES FINANCEMENTS EUROPÉENS

## Principes de construction

Conformément aux grands principes de la marque de l'État, les financements de l'Union européenne s'affichent dans l'espace réservé aux co-émetteurs, partenaires et autres parties prenantes.

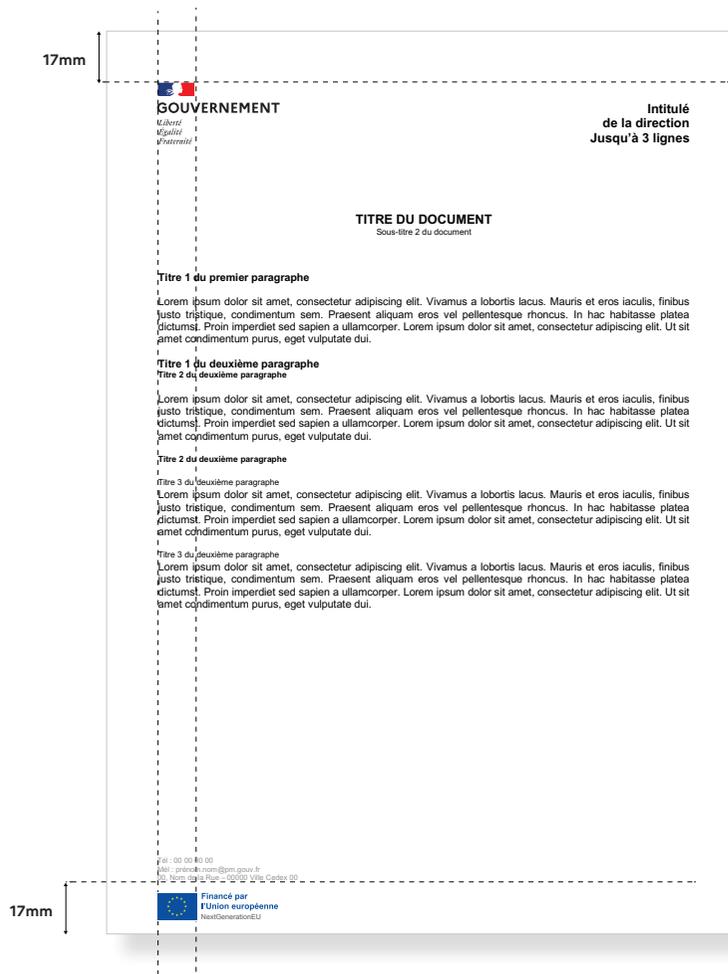
Sur tout support, l'emblème européen doit être de la même largeur que la Marianne tricolore du bloc-marque.

Lorsque cela est possible et pertinent, la clause de non-responsabilité suivante doit être indiquée :

« Financé par l'Union européenne - NextGenerationEU. Les points de vue et opinions exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne

ou de la Commission européenne. Ni l'Union européenne ou la Commission européenne ne peuvent en être tenues pour responsables. ».

## COURRIERS



# ANNEXE

## AFFICHAGE DES FINANCEMENTS EUROPÉENS

### Principes de construction

Conformément aux grands principes de la marque de l'État, les financements de l'Union européenne s'affichent dans l'espace réservé aux co-émetteurs, partenaires et autres parties prenantes.

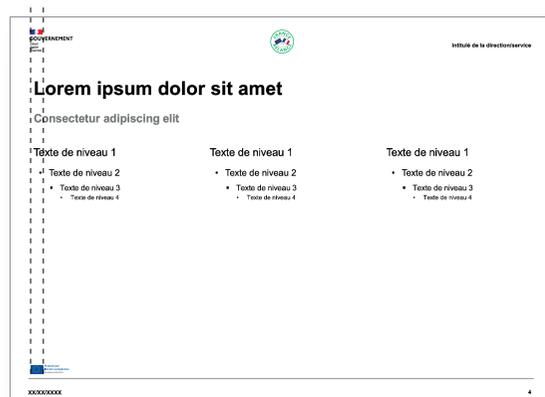
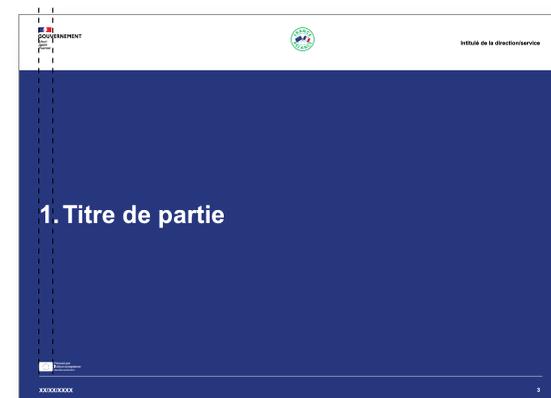
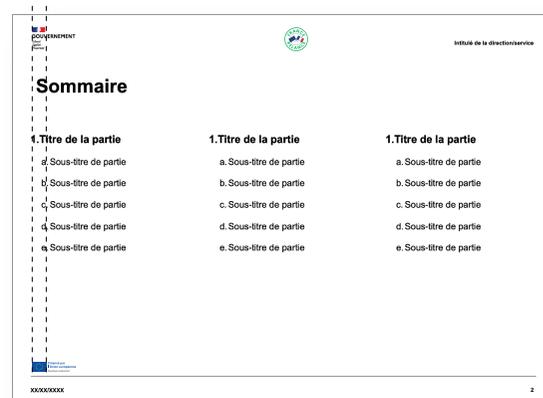
Sur tout support, l'emblème européen doit être de la même largeur que la Marianne tricolore du bloc-marque.

Lorsque cela est possible et pertinent, la clause de non-responsabilité suivante doit être indiquée :

« Financé par l'Union européenne - NextGenerationEU. Les points de vue et opinions exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne

ou de la Commission européenne. Ni l'Union européenne ou la Commission européenne ne peuvent en être tenues pour responsables. ».

### MASQUE PRÉSENTATION



## AFFICHAGE DES FINANCEMENTS EUROPÉENS

### Principes de construction

Conformément aux grands principes de la marque de l'État, les financements de l'Union européenne s'affichent dans l'espace réservé aux co-émetteurs, partenaires et autres parties prenantes.

Sur tout support, l'emblème européen doit être de la même largeur que la Marianne tricolore du bloc-marque.

Lorsque cela est possible et pertinent, la clause de non-responsabilité suivante doit être indiquée :

« Financé par l'Union européenne - NextGenerationEU. Les points de vue et opinions exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne

ou de la Commission européenne. Ni l'Union européenne ou la Commission européenne ne peuvent en être tenues pour responsables. ».

### SIGNATURE MAIL

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)




**INTITULÉ OFFICIEL**  
 Liberté  
 Égalité  
 Fraternité


 Financé par  
 l'Union européenne  
 NextGenerationEU

Arial © Bold  
 T 9pt  
 0

Arial © Regular  
 T 8pt  
 0

Arial © Bold  
 T 8pt  
 0

Dimensions indiquées : 20px, 10px, 30px, 5px, 20px.

## ANNEXE

### AFFICHAGE DES FINANCEMENTS EUROPÉENS

#### Principes de construction

Conformément aux grands principes de la marque de l'État, les financements de l'Union européenne s'affichent dans l'espace réservé aux co-émetteurs, partenaires et autres parties prenantes.

Sur tout support, l'emblème européen doit être de la même largeur que la Marianne tricolore du bloc-marque.

Lorsque cela est possible et pertinent, la clause de non-responsabilité suivante doit être indiquée :

« Financé par l'Union européenne - NextGenerationEU. Les points de vue et opinions exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne

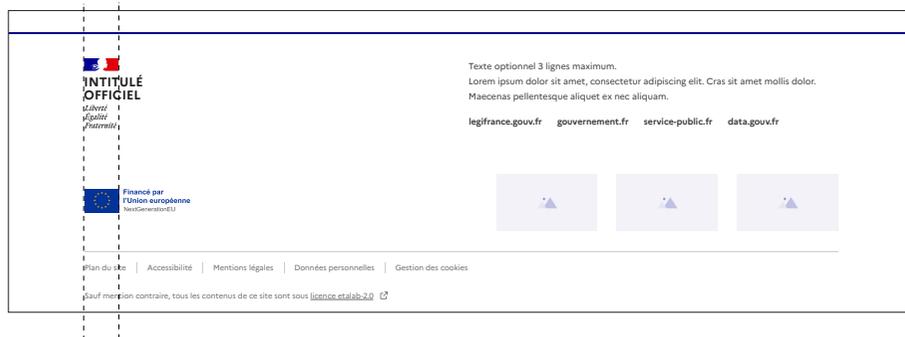
ou de la Commission européenne. Ni l'Union européenne ou la Commission européenne ne peuvent en être tenues pour responsables. ».

#### PIED DE PAGE SITE INTERNET (FOOTER)

##### Version desktop



##### Version desktop avec partenaires



##### Version mobile



##### Version mobile avec partenaires



# ANNEXE AFFICHAGE DES FINANCEMENTS EUROPÉENS

## Cas particulier de l’affichage en mineur

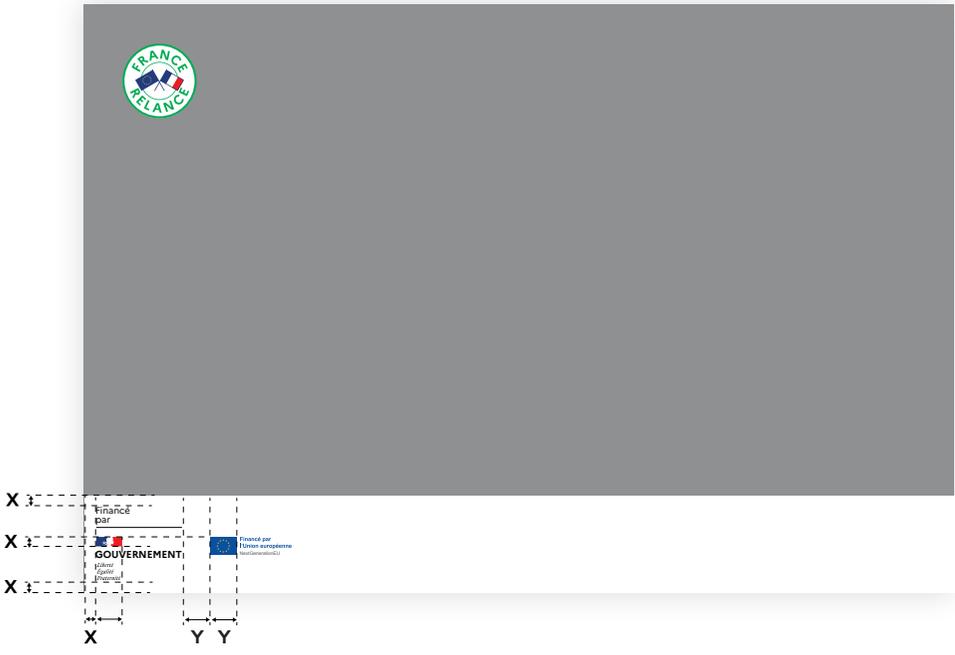
En environnement non maîtrisé, lorsqu’un dispositif bénéficie de France Relance en étant hors du champ d’application de la marque de l’État, les principes d’endossement s’appliquent.

De même, sur tout support, l’emblème européen doit être de la même largeur que la Marianne tricolore du bloc-marque.

Lorsque cela est possible et pertinent, la clause de non-responsabilité suivante doit être indiquée :

« Financé par l’Union européenne - NextGenerationEU. Les points de vue et opinions exprimés n’engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l’Union européenne

ou de la Commission européenne. Ni l’Union européenne ou la Commission européenne ne peuvent en être tenues pour responsables. ».





**Service d'information  
du Gouvernement**