



Charte Graphique de la Communication Gouvernementale

La charte graphique pour la communication gouvernementale s'applique à l'ensemble des ministères qu'il s'agisse des cabinets ministériels, des administrations centrales mais aussi des services déconcentrés, des préfectures et des ambassades.

Avertissement à l'attention des préfectures : il semblerait que l'accès à Intercom' par le réseau du Ministère de l'Intérieur ne permette pas l'affichage des images contenues dans ce dossier. En revanche, l'accès direct par le réseau Internet permet une bonne visualisation de l'ensemble de la charte graphique gouvernementale. Vous pouvez [télécharger ici l'ensemble des images au format compressé winzip](#)

Télécharger la Marianne

Le logo est proposé dans différentes versions, dans les fichiers suivants :

- [Logo en format postscript \(eps\)](#), noir et blanc ;
- [logo en format postscript \(eps\)](#), pantone ;
- [logo en format postscript \(eps\)](#), quadrichromie ;
- [logo en format postscript \(eps\)](#), RVB ;
- [logo en format bitmap \(bmp\)](#), noir et blanc ;
- [logo en format bitmap \(bmp\)](#), quadrichromie.

Les fichiers EPS peuvent être lus notamment sous Illustrator, XPress.

Les fichiers BMP quant à eux sont lus avec les outils PC habituels (Paintbrush, Word, etc.).

Circulaire du Premier ministre

Paris, le 24 septembre 1999

N°4.694/SG

Le Premier ministre

à Mesdames et Messieurs les ministres et secrétaires d'Etat

Objet : création d'une marque graphique commune à l'ensemble des ministères.

Afin de permettre une identification plus facile des courriers, messages et documents émanant des administrations de l'Etat, et de rendre mieux perceptible l'unité de l'action gouvernementale, il a été décidé de créer une marque graphique commune à l'ensemble des départements ministériels.

La charte graphique élaborée par le Service d'Information du Gouvernement, que vous trouverez jointe à la présente circulaire, donne toutes les précisions requises sur les caractéristiques de cet "identifiant" et les conditions de son utilisation. Je vous invite à veiller à son strict respect. J'attire par ailleurs votre attention sur les points suivants.

1. La marque graphique commune a vocation à être utilisée dans l'ensemble des relations des ministères avec les tiers, ainsi qu'avec les autres services ou organismes relevant de l'Etat. Sont concernés les correspondances individuelles, aussi bien que les messages et documents adressés au public. Le support utilisé est, à cet égard, indifférent. La marque doit donc être présente, par exemple, sur le papier à lettres du ministère, sur les cartes de visite professionnelles utilisées par les agents, sur les formulaires mis à la disposition du public, de même que sur les affiches et les autres supports d'information, en exergue des messages télévisés consacrés à la communication gouvernementale ou encore sur la page d'accueil des sites présents sur le réseau Internet.

Sont concernés, non seulement les cabinets ministériels et les administrations centrales, mais aussi les services déconcentrés, les préfetures et les ambassades.

2. L'utilisation de cet "identifiant" ne présente pas toutefois un caractère exclusif. Les administrations disposant d'une identification graphique propre pourront continuer à l'utiliser, sous réserve de la combiner avec la marque commune. Il conviendra alors de respecter scrupuleusement les règles fixées par la charte graphique déjà mentionnée.

3. Le Service d'Information du Gouvernement est chargé de veiller à l'application de cette charte graphique. Il animera à cette fin un comité de suivi, dans lequel vos services seront représentés.

4. Enfin, dans un souci de bon usage des deniers publics, vous veillerez à ce que soient préalablement consommés les stocks de fournitures (papiers à en tête, cartes ou formulaires) existants, avant de recourir à la nouvelle présentation.

Je vous demande de diffuser largement cette circulaire, et d'adresser toutes instructions utiles à vos services pour assurer sa bonne application, ainsi que le respect de la charte graphique qui l'accompagne.

Lionel JOSPIN



Avant-propos

Une Europe, et bientôt l'euro, de plus en plus présents dans notre vie quotidienne.

Des collectivités locales dynamiques qui souhaitent légitimement le faire savoir à leurs administrés et contribuables. Des ministères enfin, et leurs administrations, centrales ou déconcentrées, qui entendent valoriser aux yeux de leurs usagers comme de leurs agents leurs multiples actions...

Depuis une quinzaine d'années, les citoyens assistent ainsi au déploiement d'une floraison de logos européens, ministériels et locaux, bien souvent réunis au dos d'une brochure ou en bas d'une affiche. Car en France, beaucoup d'actions publiques associent le local, le national et l'européen, et peuvent susciter un financement d'une mairie, d'un département et de plusieurs ministères.

La cohérence et la visibilité des messages publics souffrent parfois de ce kaléidoscope.

La communication gouvernementale peut en être la première victime. Aucune charte graphique n'organise la cohérence des signes multiples émis par les administrations françaises et leur positionnement vis à vis de leurs partenaires européens et locaux. Un nouveau repère était nécessaire pour rendre au gouvernement une meilleure lisibilité de son action. Telle est bien l'ambition de ce nouvel «identifiant fédérateur» et de sa charte graphique, que vous trouverez dans les pages suivantes.

Au cours de l'année de travaux et d'études qu'a nécessitée la création de cet identifiant, un consensus très large s'est réalisé autour des symboles de la nation et de la république. D'où ce drapeau et cette Marianne, soulignés par la devise «Liberté, égalité, Fraternité» et les mots «République Française». D'autres pays disposent d'un «identifiant» comparable, permettant une reconnaissance immédiate sur leur territoire comme à l'étranger. La feuille d'érable canadienne, le soleil espagnol ou encore l'aigle allemand ont cette dimension symbolique indispensable pour s'inscrire dans la durée.

Respectant les logos des ministères, notre «Marianne» figurera, à terme, sur tous les supports internes et externes de la communication gouvernementale : brochures, publications, papier à lettres, cartes de visite, campagnes publicitaires, multimédia etc. La charte graphique, élaborée dans la concertation, définit des principes d'application afin de faciliter une mise en place progressive dans l'ensemble des services, centraux et déconcentrés, des ministères.

Je suis sûr que tous y gagneront.

Bernard CANDIARD

Directeur du Service d'Information du Gouvernement

1a - Identifiant de la communication gouvernementale

Le drapeau français, au centre duquel se trouve une Marianne de profil, est accompagné des mots "République Française", surmontés des valeurs républicaines "Liberté, Égalité, Fraternité"

Proportions du logo largeur/hauteur : **5/3**



Le logotype est composé de deux parties (symbole - typographie) qui sont indissociables. Il doit être reproduit sans altération des formes ni des couleurs, et peut être augmenté ou réduit en respectant la grille ci-dessus (rapport L/H : 5/3)
La typographie utilisée est le Carré Noir.



logotype couleur quadri

Ce logotype est la version de base à utiliser en priorité sur tous les supports.

logotype couleur 3 tons direct

Ce logotype est autorisé pour les travaux n'utilisant que les couleurs 3 tons Pantone ci-dessous.

logotype monochrome noir et blanc

Cette version simplifiée doit être utilisée sur les supports n'autorisant que la monochromie.

	M 100 J100		Pantone Red 032		N 50
	C 100 M80		Pantone Reflex Blue		N 80
	N 100		Noir		N 100

1b - Principes généraux d'application

Deux grands principes d'application sont envisageables.

1. L'identifiant de LA COMMUNICATION GOUVERNEMENTALE peut être associé à un ou plusieurs logotypes d'administration.

Plusieurs cas de figure peuvent se rencontrer :

1 - La papeterie, cf chapitre "Papeterie"

2 - Pour l'édition, la publicité, la signalétique (à l'exception de la signalétique directionnelle et des bâtiments) et internet un système de bloc marque peut être mis en place. Cotes à respecter : les cotes peuvent être adaptées de façon homothétique et en toute logique graphique.

Exemple de bloc marque identifiant de la communication gouvernementale –
logotype d'une administration



2. L'identifiant de LA COMMUNICATION GOUVERNEMENTALE peut être associé à un ou plusieurs noms d'administration.

De façon générale, le nom de l'administration doit se situer en dessous de l'identifiant de la communication gouvernementale, centré sur une ou deux lignes, selon la longueur du nom de l'administration (cas 1).

Lorsque l'identifiant de la communication gouvernementale et le nom de l'administration constituent un bloc marque, le nom de l'administration est centré sur plusieurs lignes (cas 2).

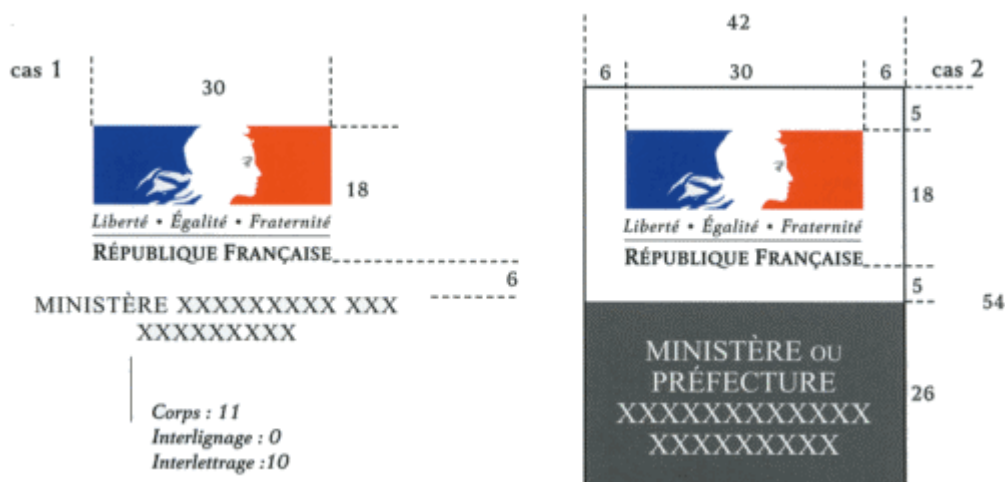
Chacune de ces possibilités peut être agrandie ou réduite de façon homothétique par rapport aux proportions indiquées ci-dessous.

Cotes à respecter

IMPORTANT : La typographie à utiliser pour le nom de l'administration est le TIMES NEW ROMAN, en toutes capitales.

POUR LE BLOC MARQUE

- La typo doit venir en défonce blanche sur un fond de couleur, au choix.
- La typo peut également être en couleur sur un fond blanc.



Papeterie

A- Administrations centrales

La papeterie est le premier support de l'identité visuelle. La conformité des normes graphiques doit donc être vérifiée à chaque réimpression.

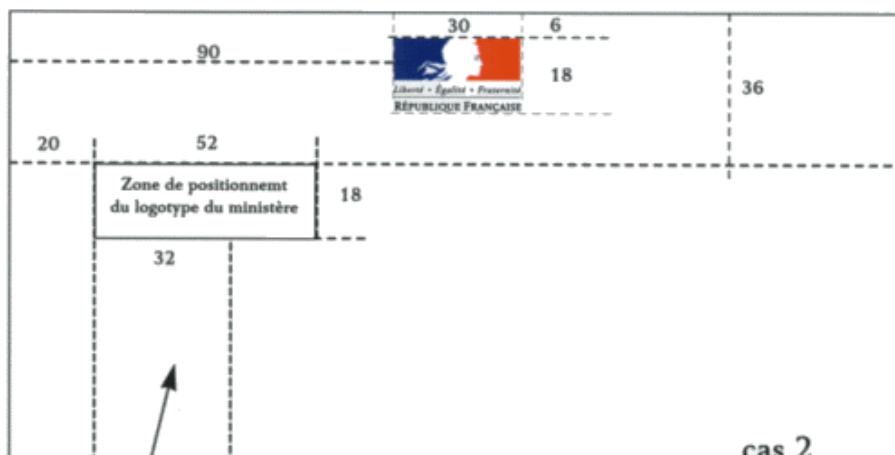
En-tête de lettre

L'identifiant de la communication gouvernementale se situe en haut, au centre, dans un espace réservé délimité par la zone située au dessus des pointillés.
Deux principes d'application sont envisageables pour les administrations centrales.

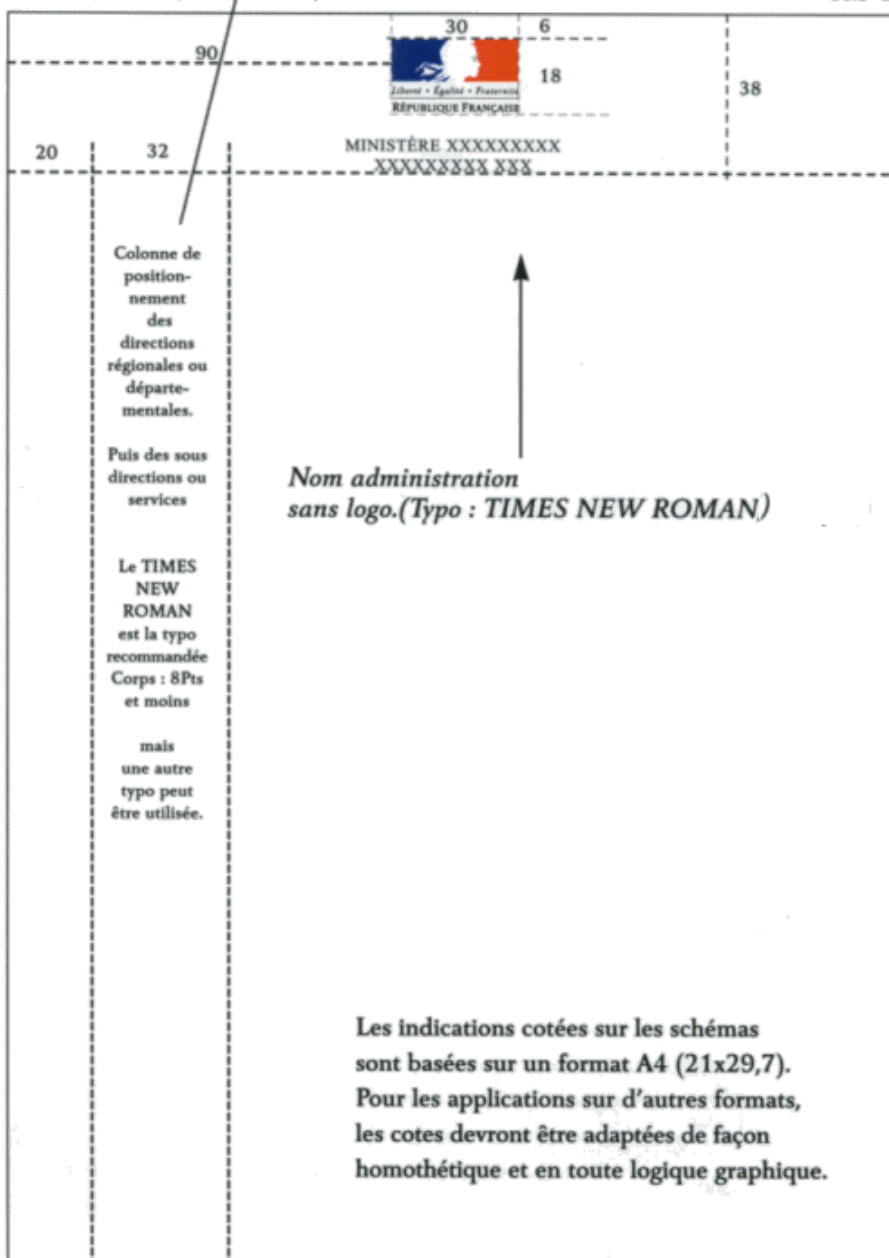
Cas 1 : le ministère dispose d'un logotype. Ce logotype se situe à gauche, sous l'identifiant de la communication gouvernementale.

Cas 2 : le ministère ne dispose pas d'un logotype ou ne souhaite pas l'utiliser. Le nom du ministère apparaît centré sous l'identifiant de la communication gouvernementale, sur une ou deux lignes suivant la longueur du nom de l'administration.

cas 1



cas 2



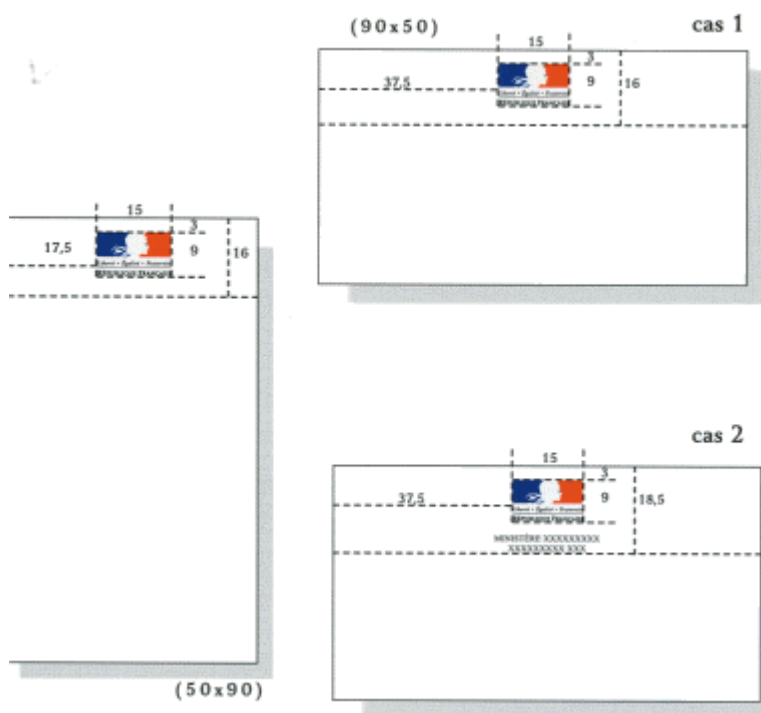
Ces deux principes d'application sont déclinables sur l'ensemble de la papeterie.

Carte de visite

Le logotype du ministère doit respecter la zone de l'identifiant de la communication gouvernementale. Sa taille ne doit pas dépasser 12 mm de hauteur et 34 mm de largeur.

Cas 1 : Le logotype du ministère se situe dans la zone sous les pointillés, sans emplacement défini.

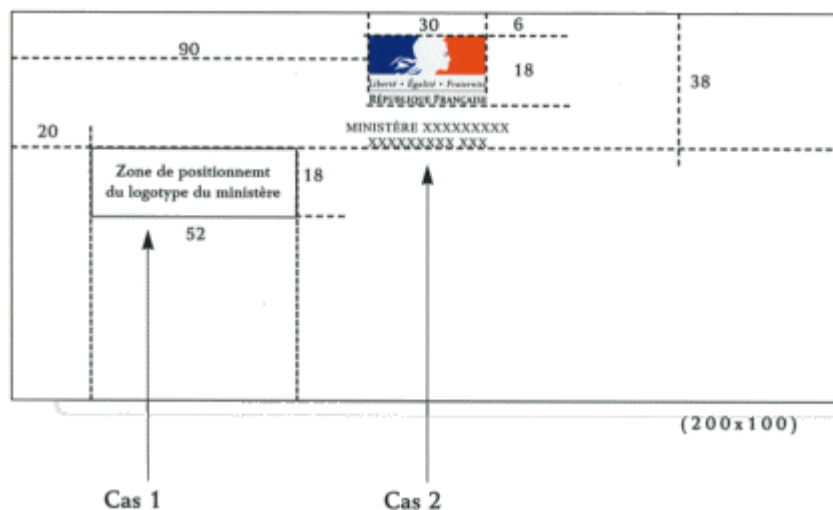
Cas 2 : Le nom du ministère apparaît centré sous l'identifiant de la communication gouvernementale sur une ou deux lignes.



Carte de correspondance

Cas 1 : Le logotype du ministère se situe à gauche sous l'identifiant de la communication gouvernementale.

Cas 2 : Le nom du ministère apparaît centré sous l'identifiant de la communication gouvernementale sur une ou deux lignes.



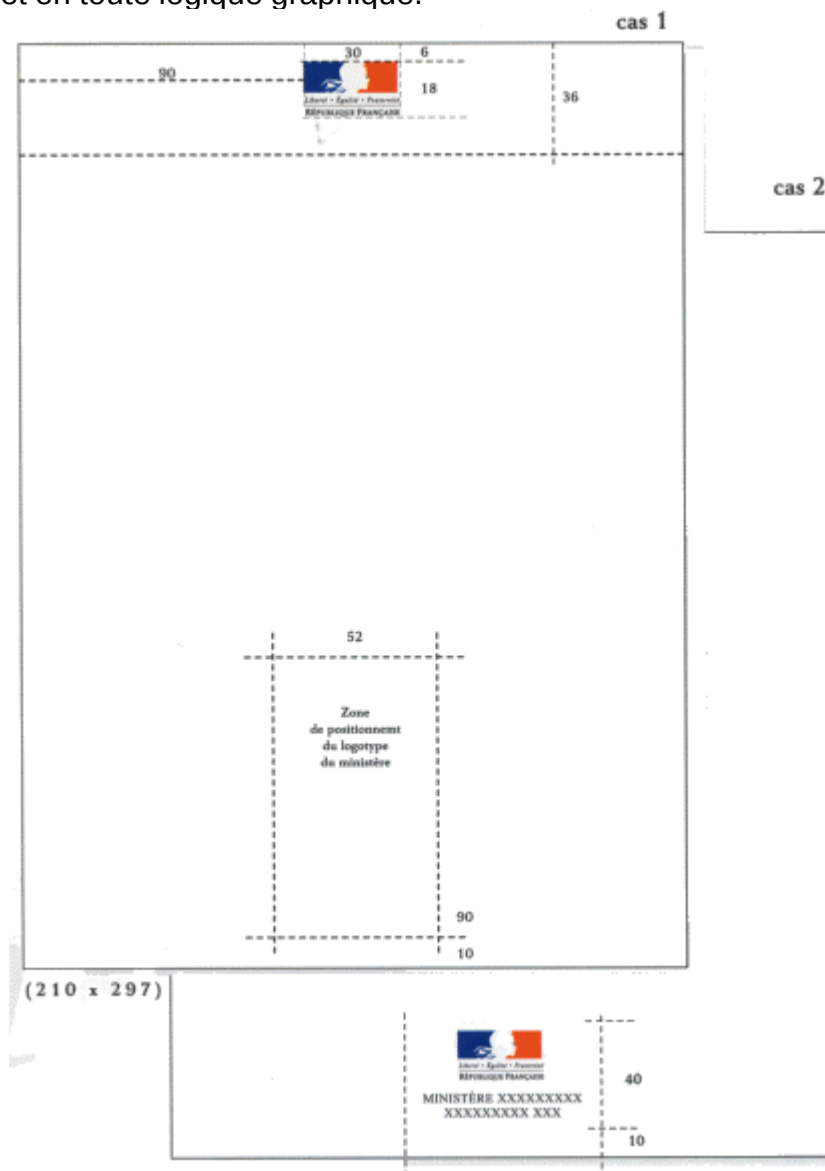
Chemise

Cas 1 : Le logotype du ministère se situe dans une zone déterminée centrée ou fer à gauche.

Cas 2 : L'identifiant de la communication gouvernementale et le nom du ministère se situent centrés en bas.

Si le fond du document est perturbé (benday ou quadri), le logotype et le nom de l'administration seront situés dans un fond blanc.

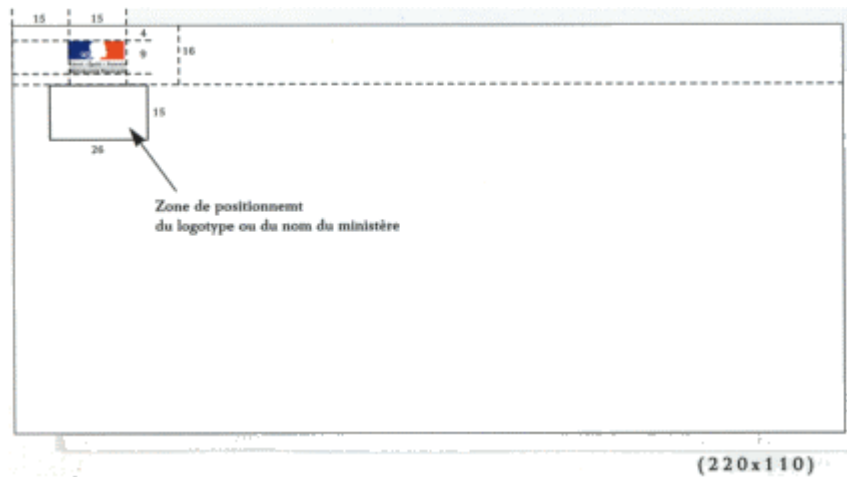
Pour les applications sur d'autres formats, les cotes devront être adaptées de façon homothétique et en toute logique graphique.



Enveloppe

L'identifiant de la communication gouvernementale se situe toujours en haut à gauche.

Le logotype ou le nom du ministère apparaît centré sous l'identifiant de la communication gouvernementale.



Voici quelques exemples d'applications de l'identifiant de la communication gouvernementale sur des supports papeterie d'administrations centrales.

- A - En-tête de lettre du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche
- B - En-tête de lettre du Ministère des Affaires étrangères
- C - En-tête de lettre du Ministère de l'Équipement, des Transports et du Logement.
- C bis - Carte de visite du Ministère de l'Équipement, des Transports et du Logement
- D - Carte de correspondance du Ministère de la Justice

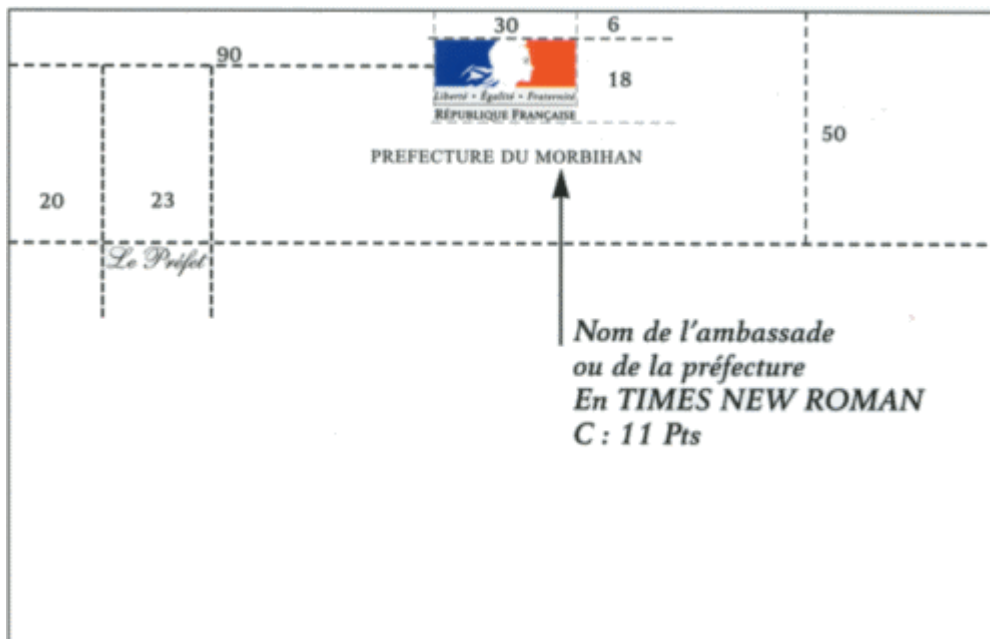


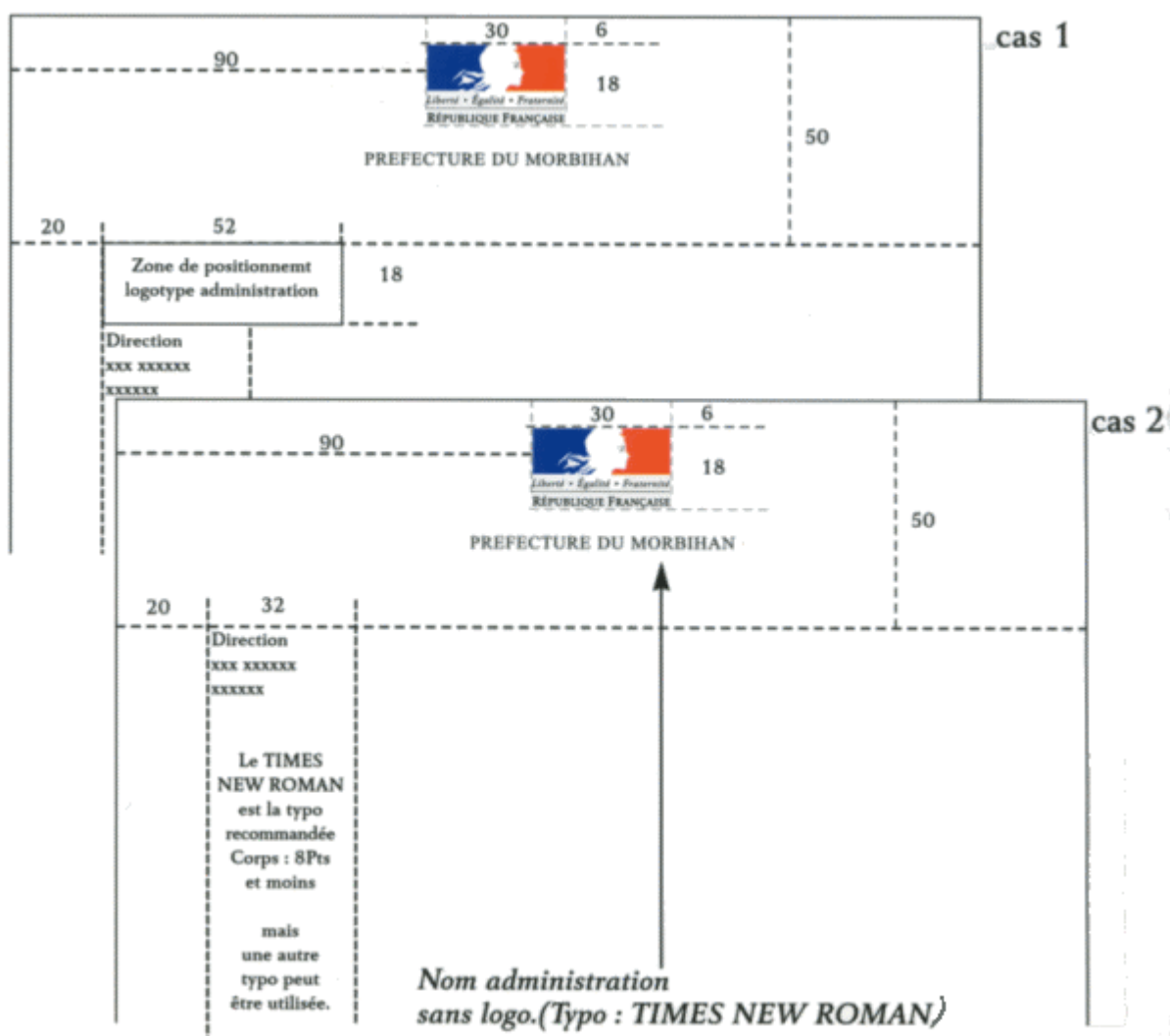
B- Ambassades, Préfectures, et services déconcentrés

Les Préfets ou les ambassadeurs s'expriment en leur nom.

L'appellation "Préfecture de ..." ou "Ambassade de..." est située sous l'identifiant de la communication gouvernementale.

L'appellation "Le Préfet" ou "l'Ambassadeur" en typographie vient obligatoirement à gauche.



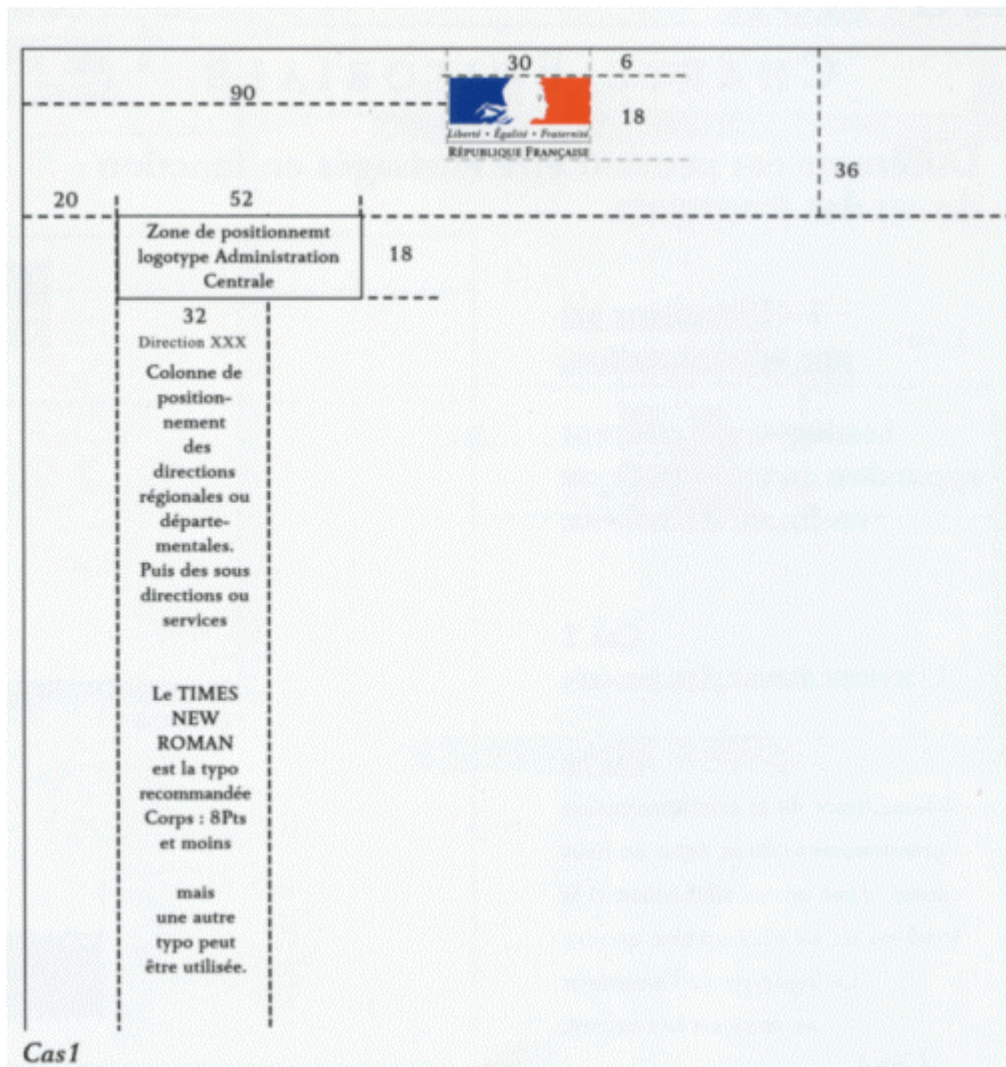


Les indications cotées sur les schémas sont basées sur un format A4.
 Pour les applications sur d'autres formats, les cotes devront être adaptées de façon homothétique et en toute logique graphique.

Les services déconcentrés s'exprimant en leur nom propre

Cas 1 : L'administration centrale dispose d'un logotype

L'appellation " Direction ..." est située sous le logo de l'administration .



Cas 2 : L'administration centrale ne dispose pas d'un logotype ou ne souhaite pas l'utiliser

L'appellation "Direction ..." est obligatoirement apposée à gauche.



Cas2

Edition

Charte Editoriale

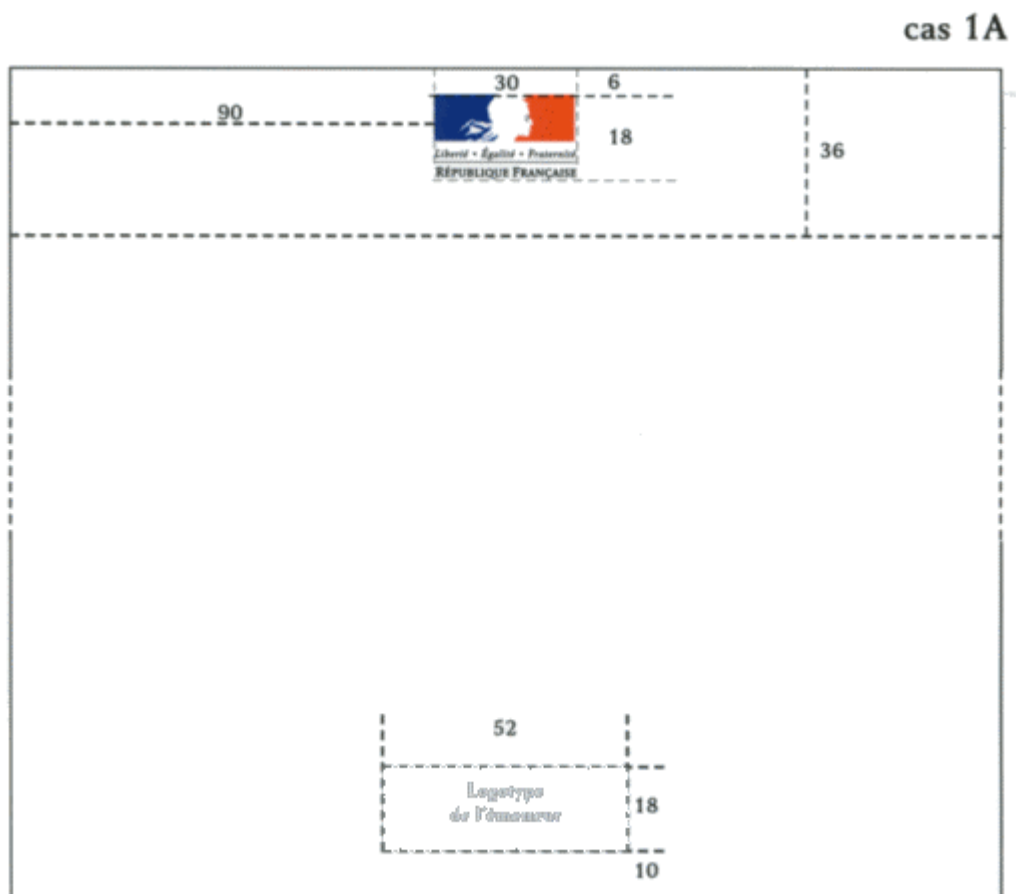
Différents cas peuvent être envisagés en fonction du ou des émetteurs.

1 - L'émetteur est une administration.

Les logotypes peuvent apparaître en couverture ou en fin de document.

Cas 1 : L'émetteur dispose d'un logotype

Cas 1A : L'identifiant de la communication gouvernementale se situe en haut centré, dans un encadré blanc si le fond est un benday ou une quadri. Le logotype de l'émetteur se situe en bas centré.



Cas 1B : Les 2 logotypes constituent un bloc marque. Le bloc marque peut être placé où l'on veut dans la page.



Cas 2 : L'émetteur ne dispose pas d'un logotype ou ne souhaite pas l'utiliser. On utilise le bloc marque. Le bloc marque peut être placé où l'on veut dans la page.



Les indications cotées sur les schémas sont basées sur un format A4.
Pour les applications sur d'autres formats, les cotes devront être adaptées de façon homothétique et en toute logique graphique.

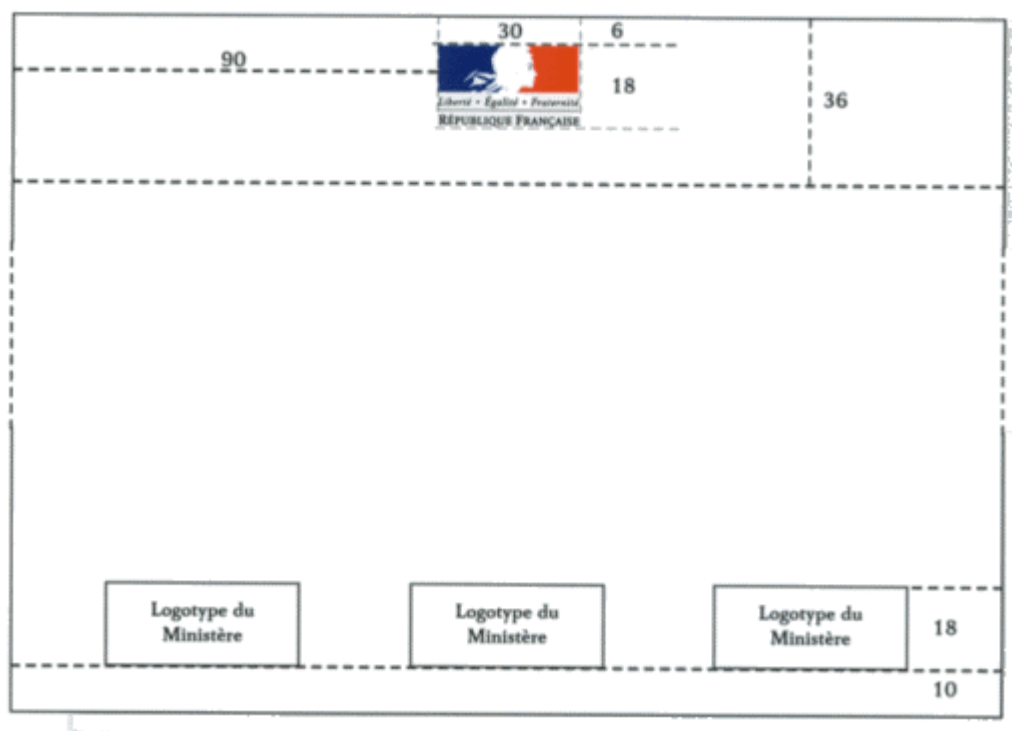
2 - Les émetteurs sont plusieurs administrations.

Les logotypes apparaissent en couverture ou en fin de document.

Cas 1 : Les émetteurs disposent chacun d'un logotype

Cas 1A : L'identifiant de la communication gouvernementale se situe en haut centré, les logotypes des administrations étant en bas centrés.

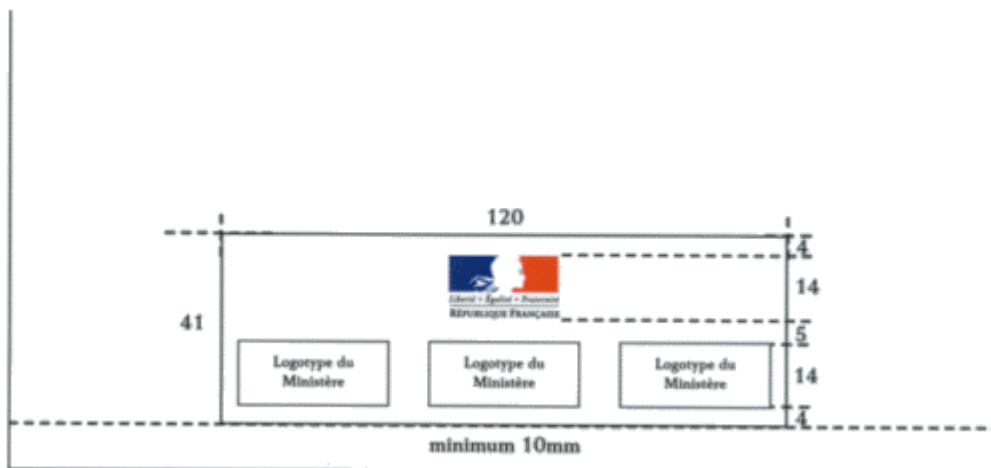
cas 1A



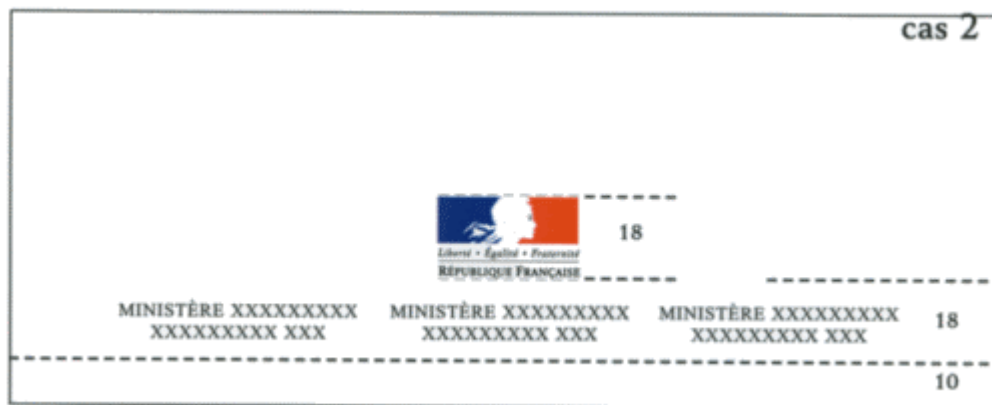
Cas 1B : L'identifiant de la communication gouvernementale et le logotype des administrations constituent un bloc marque.

Le bloc marque peut être placé où l'on veut dans la page.

cas 1B



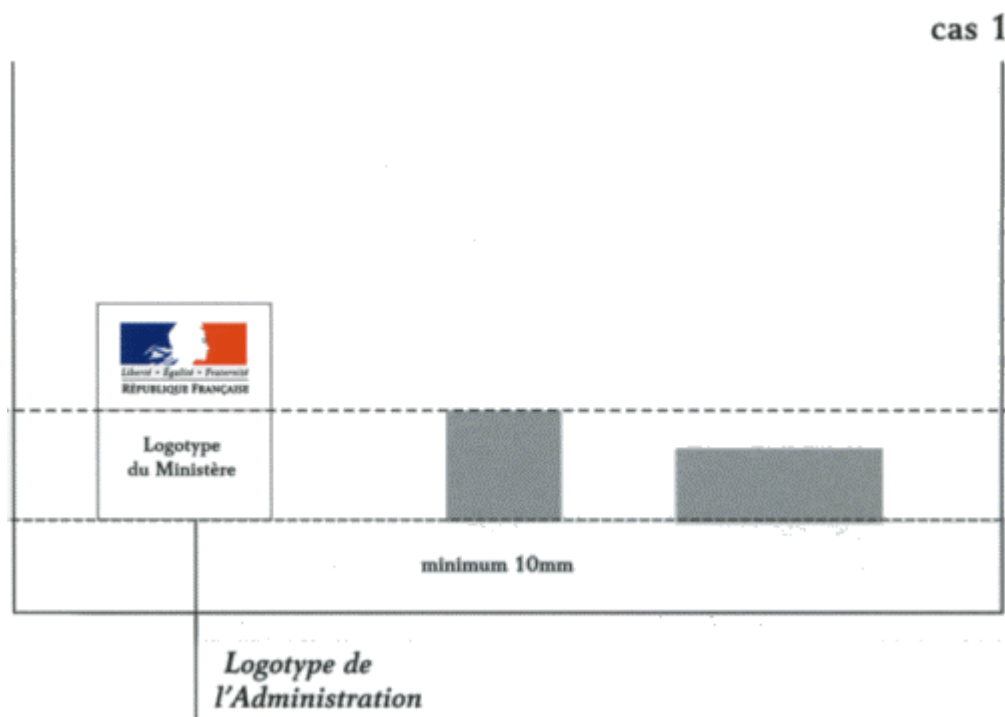
Cas 2 : Au moins une des administrations ne dispose pas d'un logotype ou ne souhaite pas l'utiliser. Toutes les administrations doivent alors faire figurer uniquement leur nom.
L'identifiant de la communication gouvernementale se situe en bas centré, les noms de toutes les administrations dessous centrés.



3 - Les émetteurs sont une administration et un ou plusieurs partenaires indépendants du Gouvernement.

Cas 1 : L'administration dispose d'un logotype.

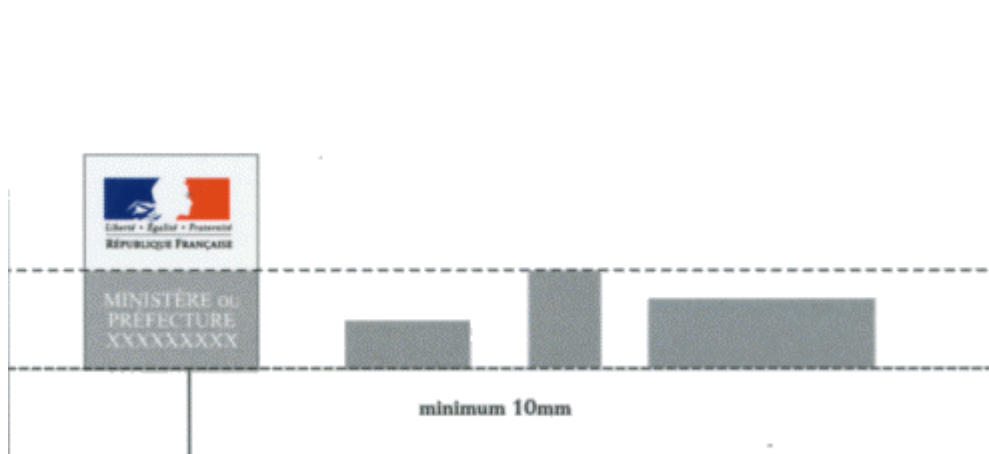
L'identifiant de la communication gouvernementale et celui de l'administration sont dans un bloc marqué. Le ou les logotypes des partenaires sont justifiés sur le bas du bloc marqué.



Cas 2 : L'administration ne dispose pas d'un logotype ou ne souhaite pas l'utiliser.

L'identifiant de la communication gouvernementale et le nom de l'administration sont dans un bloc marqué. Le ou les logotypes des partenaires sont justifiés sur le bas du bloc marqué.

cas 2

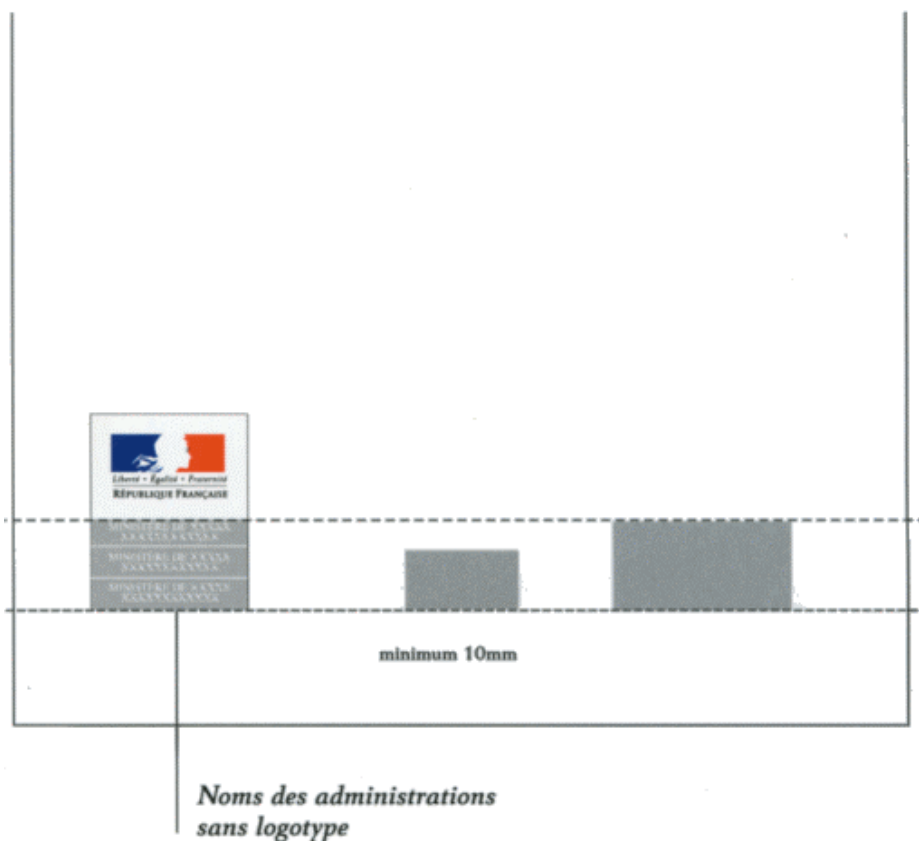


*Nom d'une
administration
sans logotype*

4 - Les émetteurs sont plusieurs administrations et un ou plusieurs partenaires indépendants du Gouvernement

L'identifiant de la communication gouvernementale et les noms des administrations constituent un bloc marque.

Le ou les logotypes des partenaires sont justifiés sur le bas du bloc marque.



*Noms des administrations
sans logotype*

Voici quelques exemples d'applications de l'identifiant de la communication gouvernementale sur des supports d'édition.



Publicité et Signalétique

Il est possible d'utiliser soit le bloc marque composé de l'identifiant de la communication gouvernementale et du logotype de l'administration (cas 1), soit le bloc marque composé de l'identifiant de la communication gouvernementale et du nom de l'administration (cas 2)

Dans les deux cas, la signature se situe en bas du document, excepté pour la signalétique.

Publicité

1 - L'émetteur est une administration.

cas 1

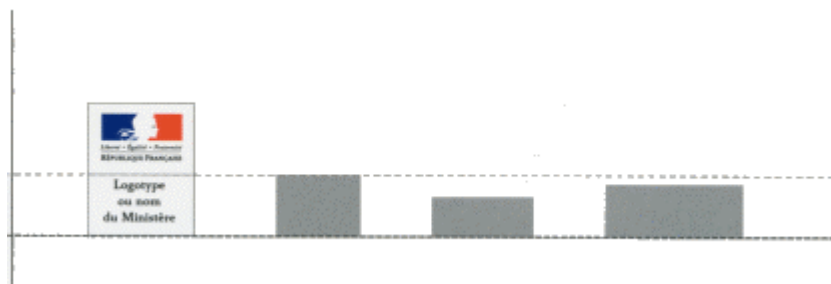


cas 2



2 - Les émetteurs sont une administration et un ou plusieurs partenaires indépendants du Gouvernement.

Les logotypes ou les noms des partenaires sont justifiés sur le bas du bloc marque.



3 - Les émetteurs sont plusieurs administrations

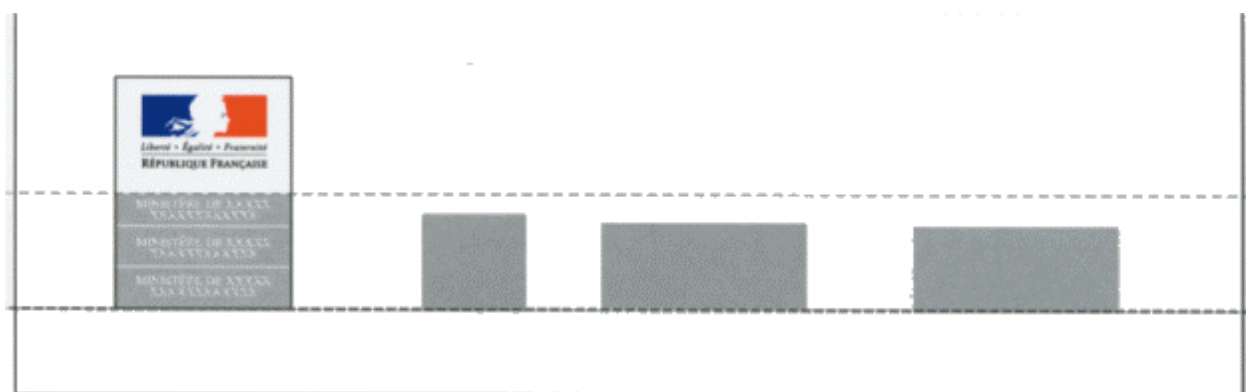
Un bloc marque spécial doit être utilisé.

Il est composé de l'identifiant de la communication gouvernementale et des noms des administrations sous forme de barrettes.



4 - Les émetteurs sont plusieurs administrations et un ou plusieurs partenaires indépendants du Gouvernement.

Les logotypes ou les noms des partenaires sont justifiés sur le bas du bloc marque.



Signalétique

(panneaux extérieurs, fonds de scène, kakémono, ... et non la signalétique directionnelle et des bâtiments).

Le bloc marque doit toujours se placer en haut au centre des différents éléments de signalétique.

cas 1

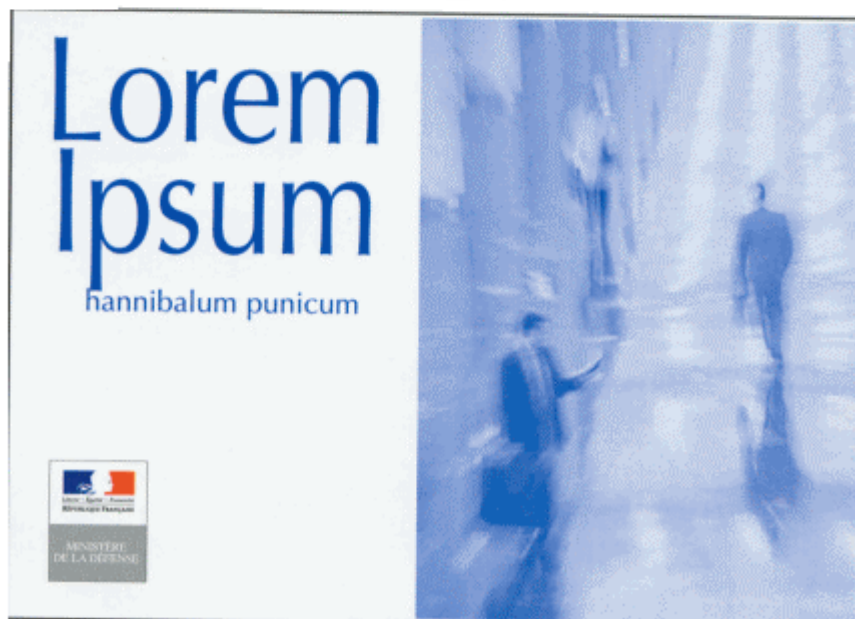


cas 2



Voici quelques exemples d'applications de l'identifiant de la communication gouvernementale sur des supports de publicité et de signalétique.

- A - Annonce presse
- B - Panneau signalétique
- C - Affiche 4x3



Audiovisuel

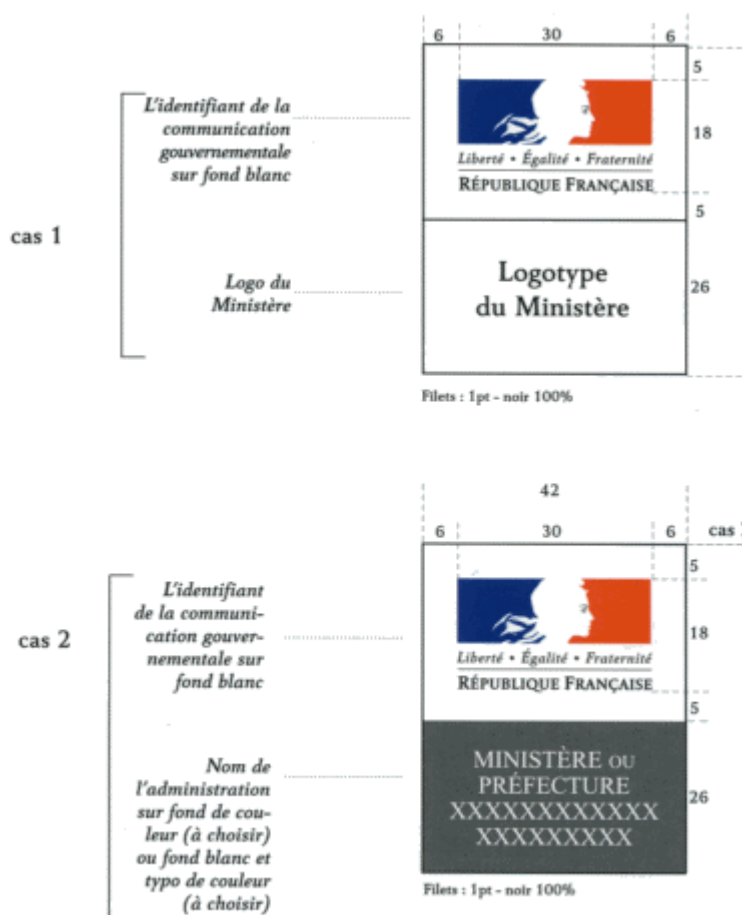
Pour les productions audiovisuelles (campagnes cinéma et télévision, vidéo), il est possible d'utiliser soit le bloc marque composé de l'identifiant de la communication gouvernementale et du logotype de l'administration (cas 1); soit le bloc marque composé de l'identifiant de la communication gouvernementale et du nom de l'administration (cas 2).



Internet

L'émetteur du site internet doit apparaître à l'aide d'un bloc marque situé en haut à gauche des pages du site.

Ce bloc marque est constitué de l'identifiant de la communication gouvernementale et du logotype de l'administration (cas 1) ou de l'appellation typographique de l'administration (cas 2).





Contacts

Pour plus d'informations concernant l'application de cette charte contactez :

Service d'Information du Gouvernement
Département "Campagnes de Communication"
Tel : 01 42 75 77 19
Fax : 01 42 75 77 12
Mel : campagnes@sig.premier-ministre.gouv.fr

Si vous rencontrez des difficultés techniques pour récupérer le logo destiné aux sites internet ou intranet, contactez :

Service d'Information du Gouvernement
Département "Multimédia"
Tel : 01 42 75 78 33
Fax : 01 42 75 78 31
Mel : philippe.joathon@pm.gouv.fr