



GOVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*



CHARTRE GRAPHIQUE FRANCE RELANCE

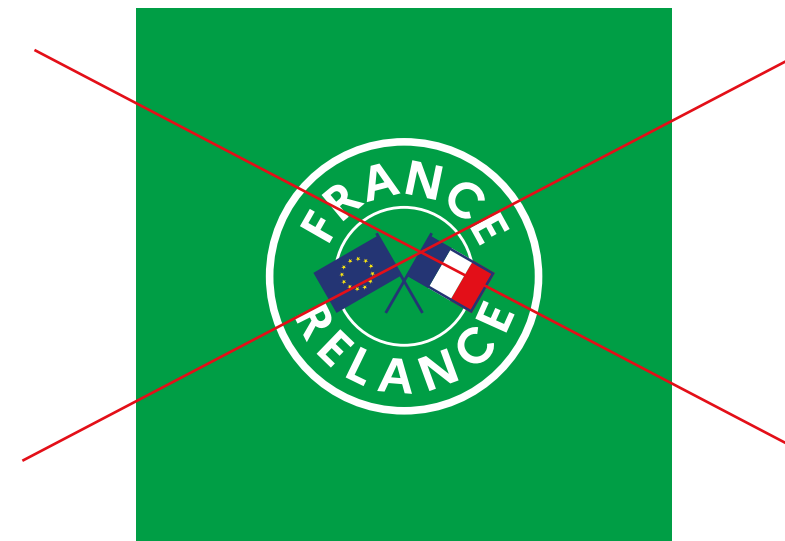
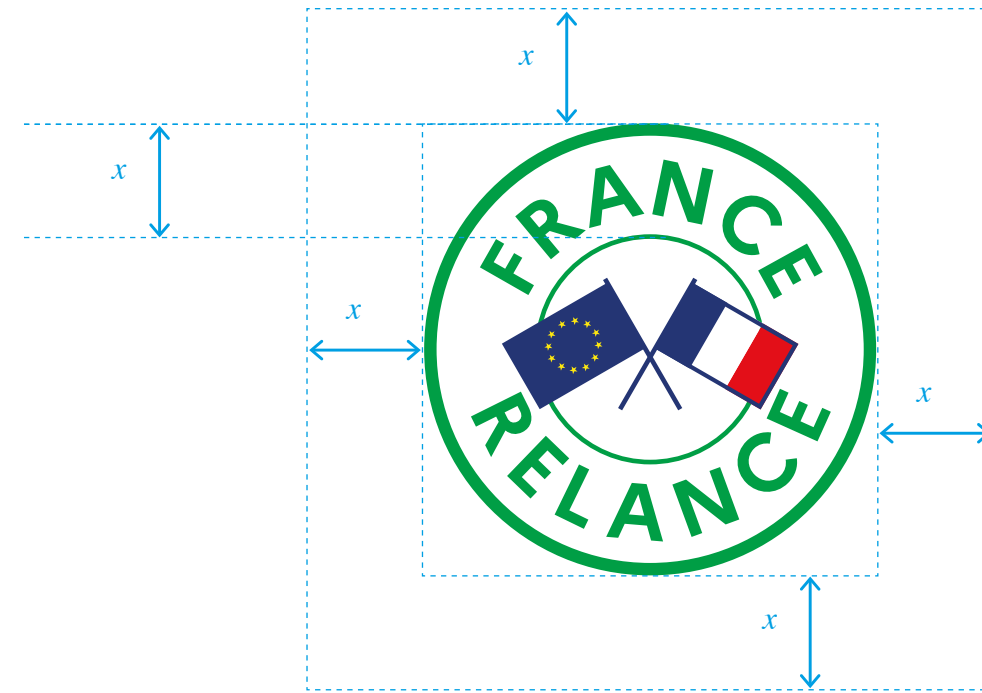
Logotype

La version du logo principale est toujours utilisée sur fond blanc.
Lorsque la communication nécessite une image de fond, le logo est muni d'une pastille blanche pour optimiser la lecture et le rendre lisible.



Règles d'utilisation

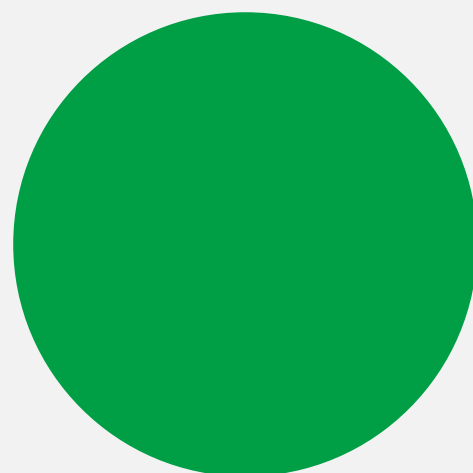
Zone de protection



Couleurs

1. Couleurs principales de l'identité

Utilisation : pour les supports d'expression institutionnels



Vert
CMJN : 90 00 95 00
RVB : 22 155 98
Hx : #169B62



Blanc

Le vert est la couleur dominante de l'identité et doit être utilisé sur tous les supports institutionnels.

Typographie

1. La typographie principale

La Marianne est la police de caractère exclusive de l'identité visuelle France Relance. Elle comporte six graisses : Thin, Light, Regular (utilisation principale), Medium, Bold, ExtraBlod sans les italiques.

A B C a b c

Marianne

Thin	a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W
	X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Light	a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W
	X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Regular	a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W
	X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Medium	a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W
	X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Bold	a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W
	X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
ExtraBlod	a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W
	X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Affiches

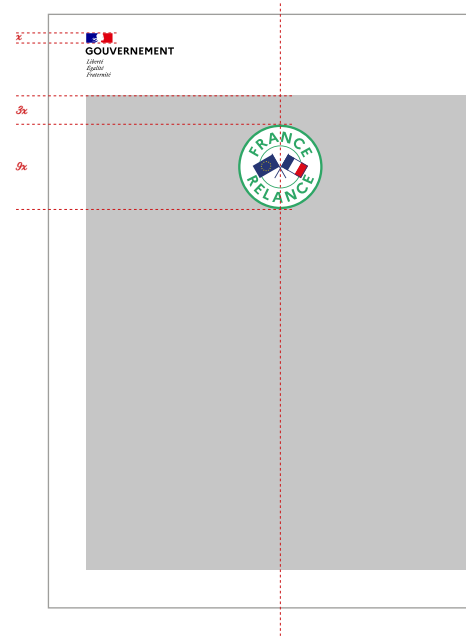
Print & Web

La disposition des éléments graphiques qui constituent un visuel brandé France Relance se fabrique à partir de leurs proportions et non de dimensions chiffrées.

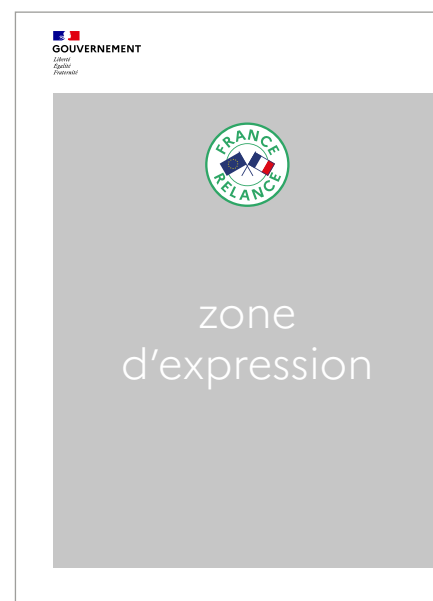
Ici, le principe graphique est décliné sur un visuel portrait, paysage et carré.

FORMAT PORTRAIT

1. Le logo France Relance est toujours centré sur l'axe vertical de la zone d'expression et à hauteur de la moitié du logo France Relance.

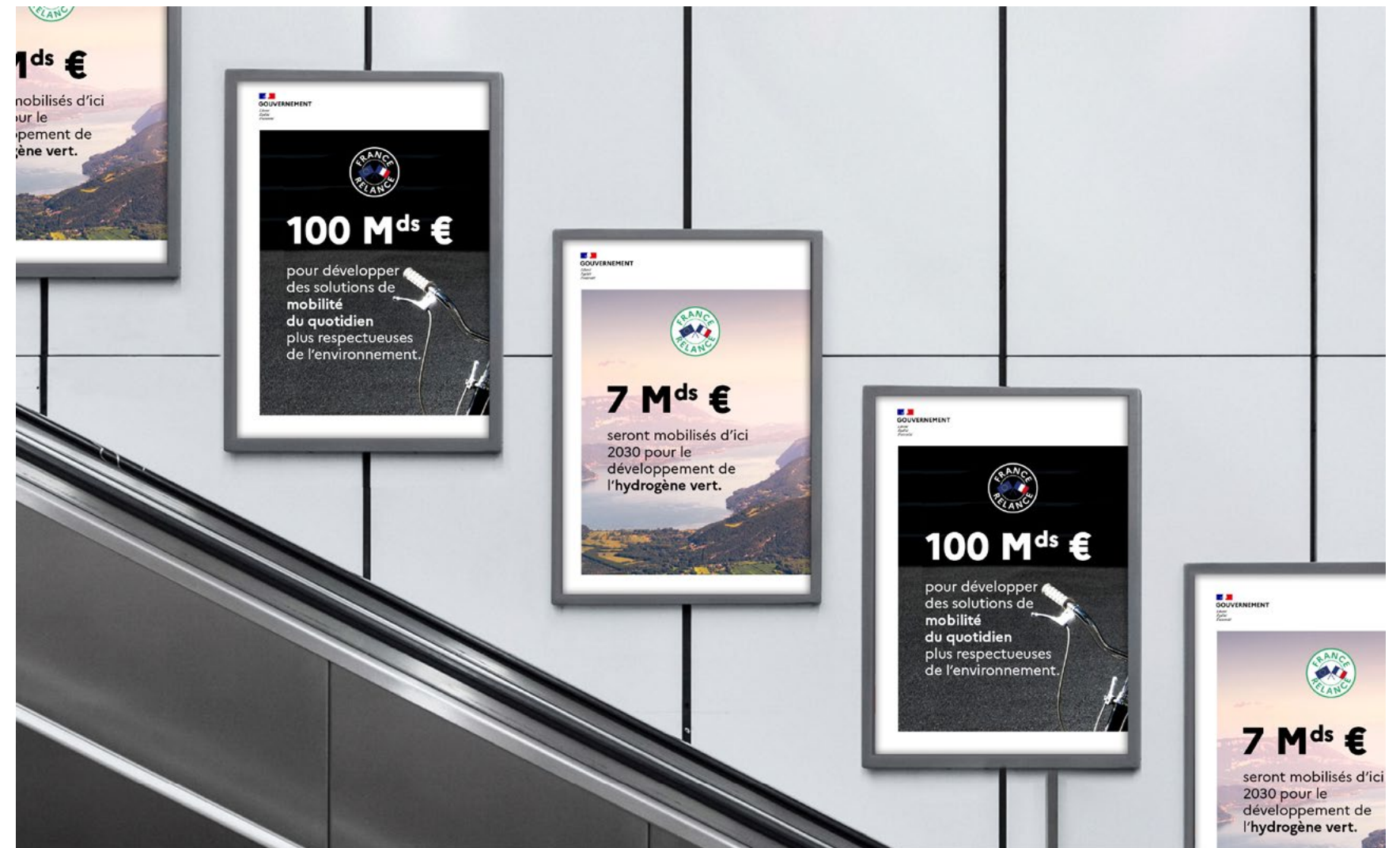
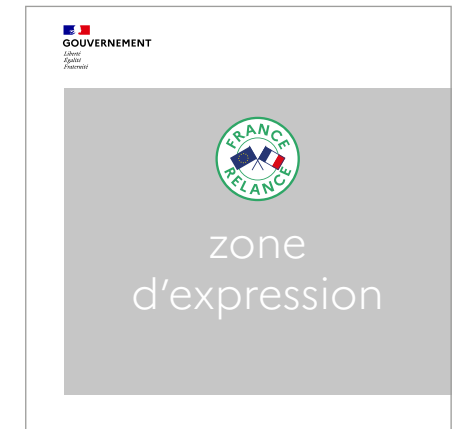


2. Cette zone délimite le périmètre dans lequel le message sera composé à partir de la typographie de marque Marianne, d'un éventuel visuel et d'éléments graphiques discrets en noir ou en blanc (type cartouche ou ligne de soutien).



FORMAT CARRÉ

1. La composition du format carré découle du format portrait avec un ajustement de la zone d'expression sur sa hauteur.

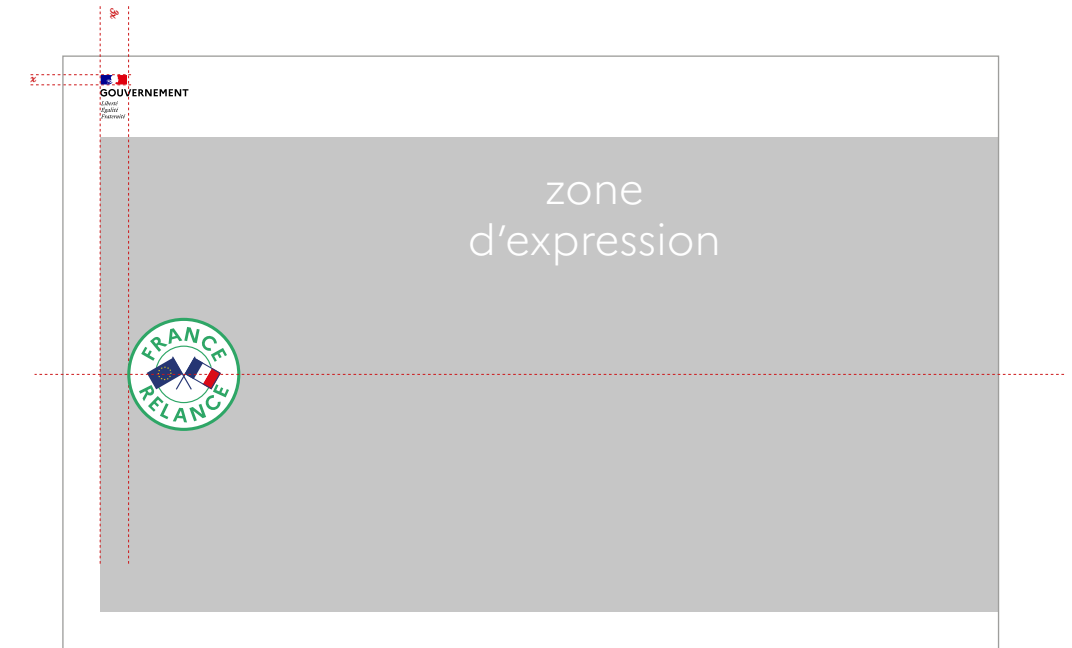


FORMAT PAYSAGE

- 1 Le logo France Relance est toujours centré sur l'axe vertical de la zone d'expression et à hauteur de la moitié du logo France Relance. Peu importe la largeur du support de communication choisi. Cette zone délimite le périmètre dans lequel le message sera composé à partir de la typographie de marque Marianne, d'un éventuel visuel et d'éléments graphiques discrets en noir ou en blanc (type cartouche ou ligne de soutien).

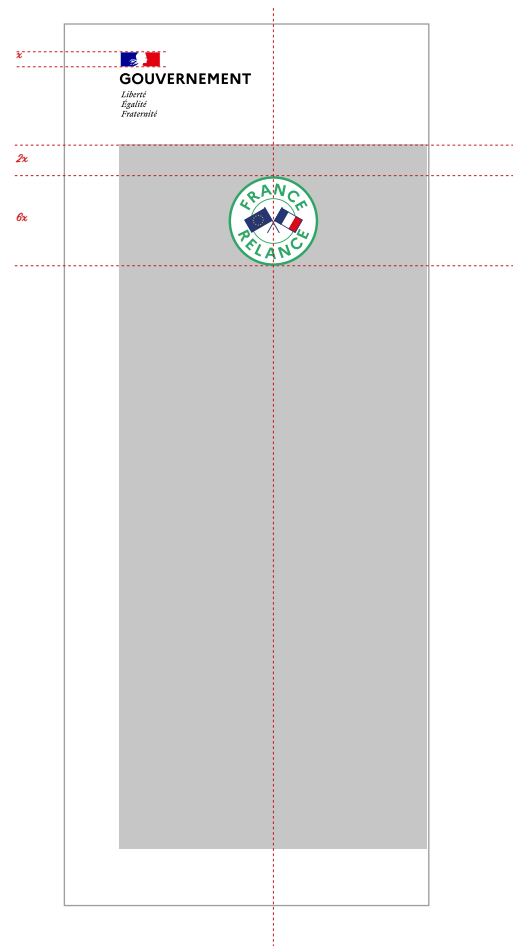


Une option secondaire peut être envisagée en disposant le logo à gauche et centré sur l'axe horizontal de la zone d'expression.



Affiches

Ici, le principe graphique est décliné sur un visuel portrait, paysage et carré.



Branding France Relance

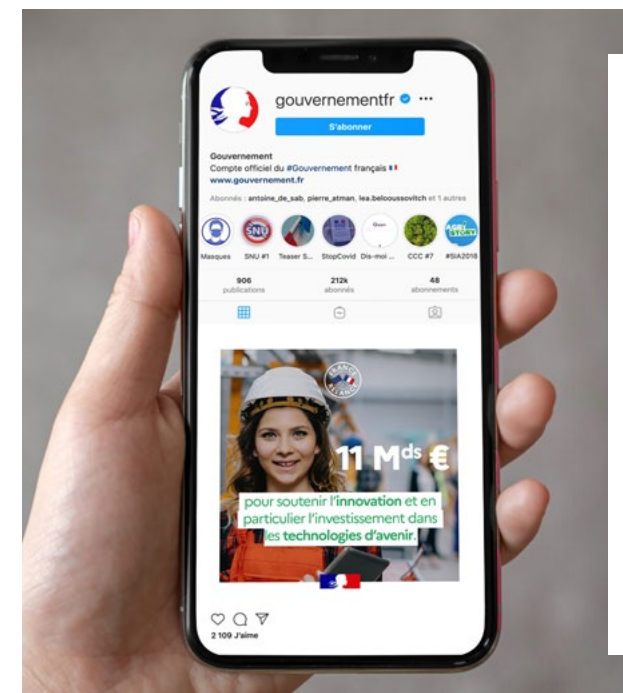
Print & Web

Une trame issue du logo peut être utilisée comme élément complémentaire à l'univers graphique France Relance.



Les réseaux sociaux

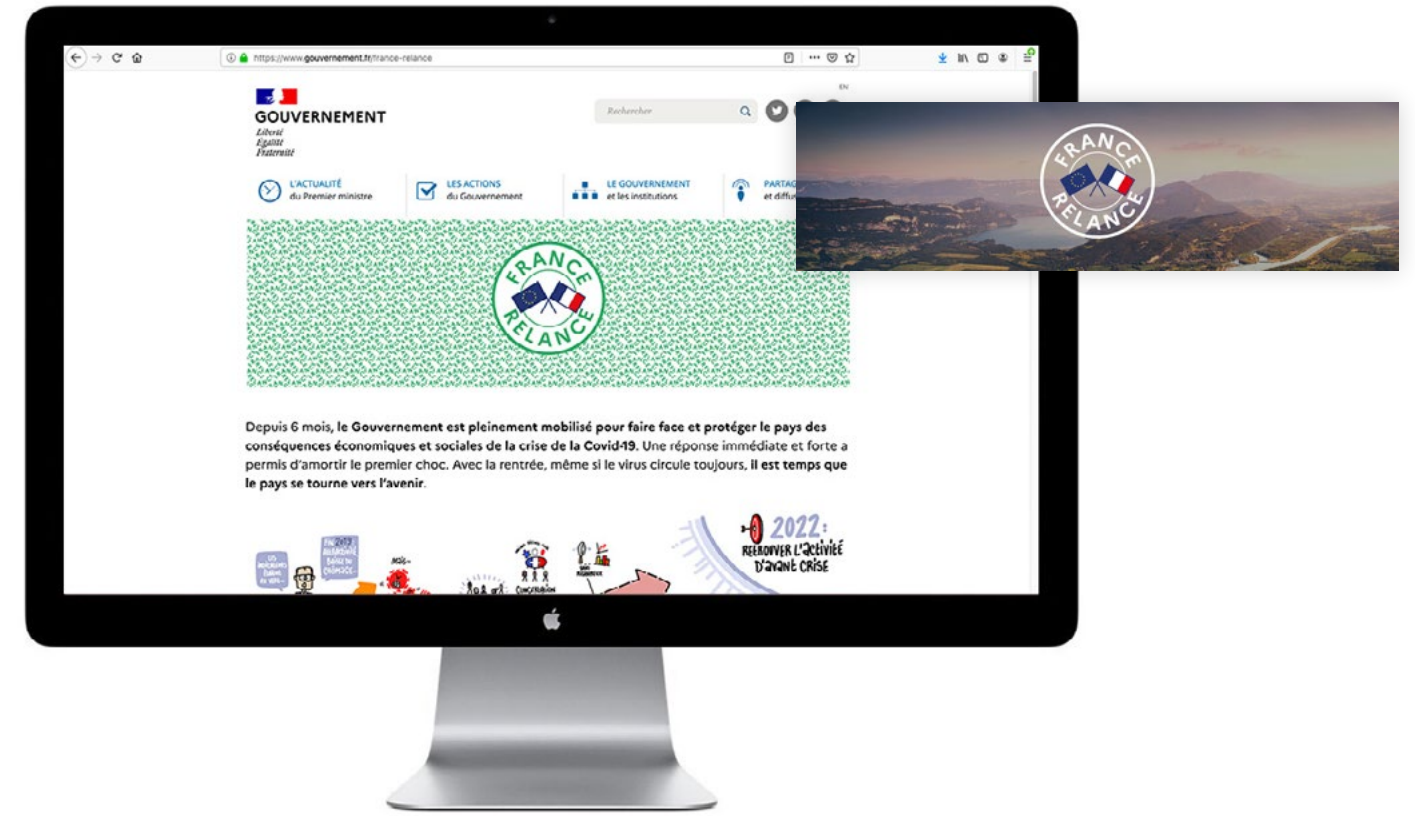
La trame peut être déclinée pour les messages forts. La typographie peut être inscrite dans des cartouches afin de garantir la lisibilité sur d'éventuelles photos.



La mise en situation d'un fond de scène épuré est composé du logo France Relance.



Les bandeaux d'appel pour les sites internet.



Le placement du logo en haut à gauche sur les vidéos et en version blanche sur fond transparent.

