

# L'essentiel de la marque de l'État

## En bref

- Là où l'État est présent, agit, finance, sa présence doit être clairement indiquée.
- Un système graphique commun et partagé au sein de l'État permet de rendre plus lisible l'action de l'État pour le citoyen.

## Présentation

- Les Français ont exprimé des difficultés à identifier, à comprendre, à s'approprier l'action gouvernementale et plus généralement l'action publique.
- La marque de l'État répond à une prérogative : là où l'État est présent, agit, finance, sa présence doit être clairement identifiée.
- La marque de l'État infuse l'ensemble des points de contact avec les citoyens : tant par les signes que par le sens, la marque permet de faire gagner en lisibilité à l'action de l'État afin qu'elle soit plus accessible et compréhensible.

## Étapes de mise en œuvre

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

- 1.** Une place dédiée pour le **bloc-marque qui apparaît toujours en ouverture** des différents supports.
- 2.** Un **système de cadre**, commun à tous les émetteurs, qui permet de hiérarchiser les informations en fixant des zones d'affichage à respecter (positionnement des logotypes, affichage des partenaires, noms des plans gouvernementaux, etc.).
- 3.** À l'intérieur du cadre commun, **une zone d'expression** propre au message de l'émetteur, en reprenant la typographie Marianne et les couleurs de la charte graphique. Chacun peut garder ses spécificités, tout en bénéficiant de la puissance du ralliement à la marque de l'État.

# Docu- ments utiles

- Circulaire n° 6144-SG du 17 février 2020 relative à la nouvelle stratégie de marque de l'État.
- Charte graphique de la marque de l'État.
- Charte des réseaux sociaux de l'État.
- Charte des grands principes rédactionnels.

# Le saviez- vous ?

La typographie Marianne a été spécialement conçue, dessinée et développée pour un usage exclusif par les acteurs de la sphère étatique.