



Identité visuelle de l'Etat de Fribourg

—

Manuel Logotype
Avril 2015 (2^e édition)



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

Chancellerie d'Etat CHA
Staatskanzlei SK

ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

WWW.FR.CH

Bienvenue

L'identité visuelle du canton de Fribourg s'articule autour de la marque «ETAT DE FRIBOURG - STAAT FREIBURG». Son utilisation est régie par l'ordonnance (OIV) du 6 décembre 2011.

La charte graphique que vous tenez entre les mains a pour but de permettre la diffusion et le déploiement de cette marque de manière homogène. Dans cette charte graphique, chaque utilisateur, chaque utilisatrice membre de la fonction publique ou partenaire de l'Etat, trouvera des normes d'application simples et précises permettant d'assurer une présentation homogène de l'image de l'administration cantonale fribourgeoise.

Le respect des normes contenues dans la charte graphique est une des conditions essentielles à la réussite de la politique de communication de l'Etat de Fribourg, contribuant ainsi à la diffusion d'une image forte, moderne, cohérente et constante.

Je vous invite à en prendre connaissance et à la mettre en œuvre.

Danielle Gagnaux-Morel
Chancelière d'Etat

2.0

Logotype Sommaire

2.1	La marque	6	2.14	La déclinaison du logotype pour les Services	16
2.2	Le rayonnement	7	2.15	La marge minimale	18
2.3	Les éléments de base	8	2.16	Utilisation des logotypes	18
2.4	La construction du logotype	8	2.17	Réglementation spéciale pour les applications et les produits de taille réduite	19
2.5	Les deux versions du logotype	9			
2.6	Autres langues	10			
2.7	Utilisation de l'URL	10			
2.8	Tailles d'utilisation	11			
2.9	Mode positif ou négatif	12			
2.10	Fond en couleur	12			
2.11	Espace chromatique	13			
2.12	Protection du nouveau logotype	13			
2.13	La déclinaison du logotype pour les Directions	14			



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

WWW.FR.CH

2.1

La marque

L'identité visuelle répond à la volonté des autorités cantonales de renforcer l'image de l'entreprise «Etat de Fribourg» et constitue l'occasion de rappeler la raison d'être de l'administration cantonale fribourgeoise auprès des citoyens et citoyennes fribourgeois. Sa mission est de fédérer l'ensemble des entités cantonales autour d'un symbole fort et immédiatement reconnaissable. Elle s'inscrit pleinement dans la démarche du programme gouvernemental «Se rapprocher du citoyen».

Le message qu'il s'agit de faire passer contribuera à ce que les administrés

- > soient convaincus que l'Etat est là pour eux et qu'il s'oriente vers leurs besoins
- > connaissent les prestations publiques de l'Etat et soient convaincus de leur qualité et de leur efficacité
- > aient confiance en leur Gouvernement et leur administration

Parallèlement, une meilleure identification des Fribourgeois et Fribourgeoises aux prestations de l'Etat de Fribourg participera à renforcer

- > la conviction de vivre et travailler dans un canton où il fait bon vivre
- > la satisfaction à l'égard
 - > de la qualité de vie
 - > de leur environnement
 - > de la qualité des infrastructures (santé, formation, bâtiments, etc.)
 - > de la diversité de l'offre culturelle et de loisirs

L'identité visuelle reflète notre volonté d'être une entreprise moderne et efficace au service des habitants et habitantes de notre canton.

2.2

Le rayonnement

L'identité visuelle est uniforme. A l'exception des entités désignées par le Conseil d'Etat sur la base de critères précis, elle est en effet destinée à toutes les unités de l'administration cantonale (Directions et unités administratives subordonnées et rattachées administrativement).

La marque «ETAT DE FRIBOURG - STAAT FREIBURG» représente donc l'ensemble des services de l'administration cantonale fribourgeoise et contribue à les faire connaître.

La liste des entités exemptées par le Conseil d'Etat de l'obligation d'adopter l'identité visuelle de l'Etat de Fribourg figure ci-contre (état au 6 décembre 2011).

- > CPI, Centre de perfectionnement interprofessionnel
- > ECAB, Etablissement cantonal d'assurance des bâtiments
- > Ecole d'ingénieurs et d'architectes
- > Gymnase intercantonal de la Broye
- > Haute école de gestion
- > Haute école de musique - site de Fribourg
- > Haute école de santé
- > Haute école fribourgeoise de travail social
- > Haute école pédagogique
- > Musée d'art et d'histoire
- > Musée d'histoire naturelle
- > OCN, Office de la circulation et de la navigation
- > Réseau fribourgeois de santé mentale
- > Hôpital fribourgeois (HFR)
- > SANIMA, Etablissement d'assurance des animaux de rente
- > Université de Fribourg

Les éléments de base

Le logotype de l'Etat de Fribourg se compose de deux éléments indissociables:

- La stylisation de l'écusson fribourgeois (1)
- La dénomination bilingue «ETAT DE FRIBOURG», «STAAT FREIBURG» (2)

L'utilisation de l'écusson stylisé seul en place du logotype est une exception et se limite exclusivement à la correspondance (voir chapitre 4. **Papeterie**).

- L'ajout, respectivement l'utilisation de l'URL (Uniform Resource Locator = adresse Internet) www.fr.ch est facultative (voir chapitre 2.4 **Utilisation de l'adresse internet dans le logotype**) (3).

En fonction des applications, le logotype peut se décliner de manière horizontale (4), dénommée ci-après «version compacte». L'utilisation de cette version est cependant soumise à des directives restrictives (voir chapitre 2.5. **Les deux versions du logotype**).

La construction du logotype

Le logotype a été élaboré sur une grille de construction formée de carrés. Chaque carré correspond à une unité de mesure fixe. Cette grille de construction permet de s'assurer du respect constant des proportions dans toutes les utilisations et sur toutes les applications.

La grandeur du caractère est représentée par 2 unités de mesure (3) en hauteur et la stylisation de l'écusson par 13 unités en hauteur (1). La distance entre les deux langues est de 2 unités (4) et la distance jusqu'à l'adresse web est de trois unités (5).

La construction du logo

- 1 Ecusson: 13 unités en hauteur
- 2 Espace entre les deux langues: 2 unités en hauteur
- 3 Grandeur du caractère de la dénomination: 2 unités de mesure pour la hauteur de lettre
- 4 Espace entre les deux langues: 2 unités en hauteur
- 5 Espace jusqu'à l'adresse web: 3 unités en hauteur
- 6 Grandeur du caractère de l'adresse web: 1,5 unités de mesure pour la hauteur de lettre

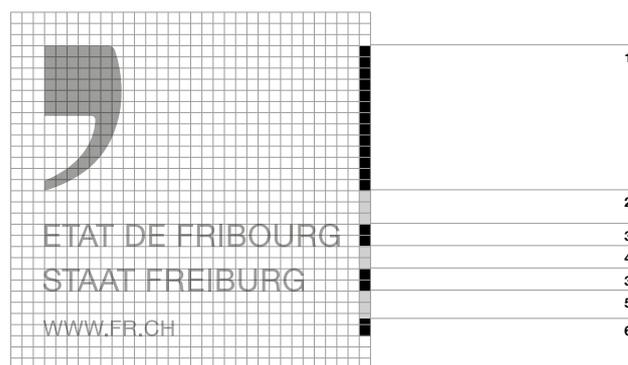
Reproduction à 150%



4/Reproduction à 100%



Reproduction à 150%



1 unité = 1,7 mm

Police de caractères

La police de caractères du logotype de l'Etat de Fribourg est l'**Helvetica Neue 55 Roman**, un caractère sans empattement, qui se définit par son style contemporain.

Les deux versions du logotype

La version principale

En principe, on devrait toujours utiliser la «version principale» du logotype, reproduite à droite.

Dans certains cas, il peut être nécessaire d'utiliser une version plus compacte du logotype. A cet effet, une version compacte du logotype est mise à disposition et reproduite ci-dessous.

La version compacte

Cette version devrait être exclusivement utilisée dans le cas où l'espace insuffisant rend impossible l'utilisation du logotype principal. Il est cependant préférable de renoncer à la version compacte, autant que faire se peut.

L'utilisation de cette version est d'ailleurs **soumise à une validation** auprès du Service d'achat du matériel et des imprimés SAMI.

La construction de la version compacte

La version compacte est construite de la même manière que la version principale (voir chapitre **2.4 La construction du logotype**). La distance de trois unités entre l'écusson du canton (13 unités de hauteur) et la dénomination est conservée (**1**), avec la différence que l'écusson stylisé est placé à gauche de la dénomination. La signature est placée en haut du bord droit de l'écusson stylisé (**2**).

Reproduction à 100%



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

Reproduction à 100%



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

Reproduction à 150%



1

Autres langues

Pour la communication à l'étranger, il peut être nécessaire d'utiliser au cas par cas une dénomination de la marque en une autre langue que les langues officielles française et allemande. **Dans ce cas, les deux langues officielles doivent figurer après la langue étrangère.**

Les versions du logotype contenant une langue étrangère ne sont pas mises à disposition sur le site web de l'Etat dédié à la nouvelle identité visuelle. Ils doivent être commandés auprès du SAMI.

Exemple en anglais/Reproduction à 100 %



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG
STATE OF FRIBOURG
WWW.FR.CH

Exemple en russe/Reproduction à 100 %



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG
ШТАТ ФРИБОУРГ
WWW.FR.CH

Utilisation de l'URL

Comme vous le voyez sur la droite, il existe une version du logotype sans l'adjonction de l'URL «www.fr.ch». Pour toutes les variantes du logotype des pages précédentes, les règles suivantes définissent l'utilisation de la version avec ou sans URL:

Règles

1. Si le logotype de l'Etat de Fribourg figure seul (par ex. en tant que sponsor sur une affiche) et sans la mention d'une Direction ou d'un Service, l'URL www.fr.ch doit être mentionnée.
2. Dans tous les autres cas, par ex. ceux avec la mention d'une Direction / d'un Service, l'adjonction de www.fr.ch peut être omise.

Reproduction à 100%



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG



Exemple

Les cartes de visite représentent un exemple pratique de cette logique: puisque, dans chaque cas, il est fait mention de l'URL de la Direction ou du Service du collaborateur, de la collaboratrice, le logotype sans «www» est utilisé. La même chose vaut pour les publications de l'Etat, dont les détails des contacts (URL inclus) apparaissent soit dans le sommaire soit au verso de la publication.

Tailles d'utilisation

Le logotype peut être utilisé dans différentes tailles selon le support et la fonction. Afin d'assurer une présentation uniforme sur tous les supports, trois tailles du logotype ont été définies.

Des directives détaillées quant aux tailles sont décrites au chapitre «**5 Publications**».

Tailles d'utilisation

1 Taille originale 100 %

Logo de base utilisé à **100 % ou 26 mm de largeur** (papier à lettre et autres applications / publications en format A4 comme par ex. formulaires, mais aussi pour toutes les formats d'enveloppes). **Toutes les mesures données dans cette charte graphique se rapportent à ce format.**

2 Logo grande taille 154 %

Logo de base utilisé à **154 % ou 40 mm de largeur** (Format A3 ou page de journal comme par ex. «Plan de lutte contre la crise», publié dans La Liberté et les Freiburger Nachrichten).

3 Logo petite taille 70 %

Logotype spécial petite taille utilisé à **70 % ou 18 mm de largeur** (pour cartes de visite, applications / publications en format A5).

La taille minimale de la version principale

Le logotype n'a pas de taille maximale fixée. Pour des raisons de lisibilité, sa largeur minimale ne doit en principe pas être inférieure à 18 mm **(1)**. Pour les imprimés, qui sont traités par un système d'impression professionnel (imprimerie), la plus petite utilisation possible est de 13 mm **(2)**.



1 > 18 mm soit 70 %



2 > 13 mm soit 50 %

1

Reproduction à 100 %



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

2

Reproduction à 154 %



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

3

Reproduction à 70 %



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

La taille minimale de la version compacte

Lors de l'utilisation en version compacte, la largeur du logotype ne doit pas être inférieure à 25 mm **(1)**. L'échelle verticale (hauteur maximale) est également libre pour la version compacte. Pour les imprimés, qui sont traités par un système d'impression professionnel (imprimerie), la plus petite utilisation possible est de 18 mm **(2)**.



1 > 25 mm soit 70 %



2 > 18 mm soit 50 %

Mode positif ou négatif

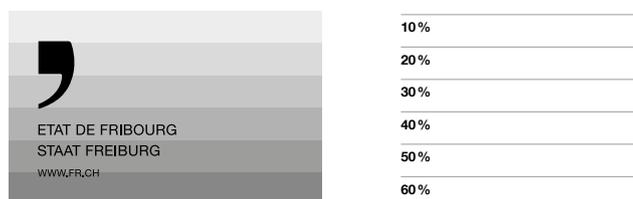
Positif ou négatif?

Le logotype de l'Etat de Fribourg produit un effet optimal sur un fond blanc. Il est néanmoins susceptible d'être utilisé sur différents arrière-plans. C'est pourquoi, pour chaque version du logotype présentée dans les pages précédentes, il existe une version en négatif.

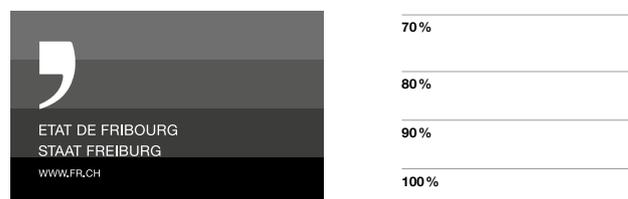
Eu égard aux couleurs officielles du canton, le logotype de l'Etat de Fribourg devrait en principe toujours être utilisé dans sa version en positif, noir sur fond blanc.

1. La version positive du logotype peut être utilisée jusqu'à une tonalité d'arrière-plan de maximum 60 % (1).
2. Si la tonalité d'arrière-plan a une valeur supérieure à 60 %, soit la version en positif peut être mise sur un fond blanc, soit la version en négatif peut être utilisée (2).
3. L'utilisation de la version en négatif est soumise à une validation auprès du SAMI.

1 Reproduction à 70 %



2 Reproduction à 70 %



2.10

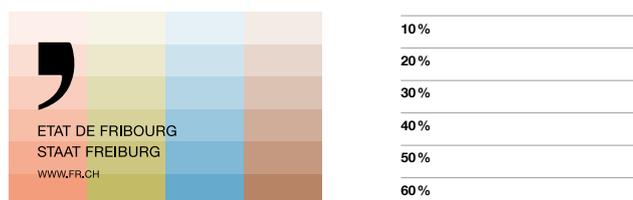
Fond en couleur

En principe le logotype de l'Etat de Fribourg peu être apposé sur différents fonds de couleur. Toutefois, le logotype de l'Etat de Fribourg produit un effet optimal sur un fond blanc.

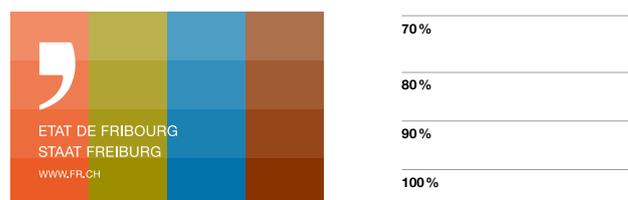
La valeur-limite de la version en négatif

La valeur-limite pour les tons foncés se monte à environ 60 % (1). Dès cette valeur atteinte, il est judicieux d'utiliser la version en négatif du logotype (2). On peut cependant décider de cas en cas si le contraste entre la couleur d'arrière-plan et le logo est suffisant.

1 Reproduction à 70 %



2 Reproduction à 70 %



2.11

Espace chromatique

Le canton de Fribourg est dans l'heureuse situation de posséder des armoiries en noir et blanc. En toute logique, et pour des motifs tant écologiques qu'économiques, il a été décidé de réaliser – dans la mesure du possible – l'identité visuelle de l'Etat de Fribourg en noir-blanc (1/2).

Les directives d'application et d'utilisation de la couleur dans les imprimés professionnels sont définies au chapitre «5 Publications».

Pantone

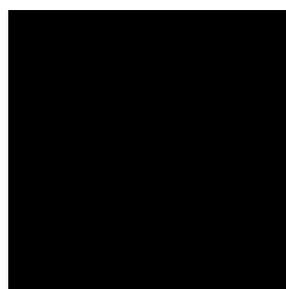
Pantone Black C/U

Quadrichromie

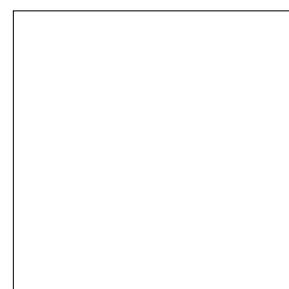
Cyan: 0 / Magenta: 0 / Jaune: 0 / Noir: 100*

Dégradés

A des fins de meilleure structuration typographique, tous les tons de gris ou nuances de noir peuvent être utilisés. A droite, en 75% (1), et 50% (2). Pour des raisons de lisibilité, on devrait renoncer à être en dessous de 50% de noir.



1/noir



2/blanc

RVB

Rouge: 0 / Vert: 0 / Bleu: 0

Hexachromie

#000000



1 (75% noir)



2 (50% noir)

2.12

Protection du nouveau logotype

Le logotype de l'Etat de Fribourg se compose de l'écusson stylisé et de la dénomination bilingue «ETAT DE FRIBOURG», «STAAT FREIBURG». Les deux éléments sont protégés par la loi fédérale pour la protection des armoiries publiques et autres signes publics (<http://www.admin.ch/ch/f/rs/2/232.21.fr.pdf>).

En revanche, l'enregistrement comme marque ne peut s'appliquer qu'à un produit ou à un service (prestation) et est soumis à la Loi fédérale sur la protection des marques, LPM (http://www.admin.ch/ch/f/rs/c232_11.html). Les unités administratives dotées de la personnalité juridique qui souhaitent enregistrer comme marques certains produits ou services munis du nouveau logotype de l'Etat de Fribourg, s'adresseront à l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle, Stauffacherstrasse 65/59g, 3003 Berne (www.ige.ch/f/institut/i1.shtm).

Pour d'autres questions de protection et d'utilisation du logotype de l'Etat de Fribourg, adressez-vous svp au Bureau de l'information de la Chancellerie d'Etat.

La déclinaison du logotype pour les Directions

Ces déclinaisons remplacent les anciens logotypes de l'Etat de Fribourg, de la Chancellerie de l'Etat, des Directions et des Services (voir les exceptions dans le chapitre «**2.2 Le rayonnement**»).

Les unités administratives doivent être nommées selon la systématique exposée dans ce chapitre. Le nom de l'unité concernée figure en dessous ou à droite du logotype de l'Etat de Fribourg – il existe donc deux possibilités. Les graphistes pourront ainsi faire le choix qui correspond le mieux à leurs besoins. La correspondance (papeterie), les présentations, les cartes de visite et la signalétique extérieure des bâtiments font l'objet de directives spéciales, voir le Chapitre «**4 Papeterie**». Les règles du présent chapitre concernant l'utilisation du sigle des noms sont toutefois contraignantes. Les déclinaison des logotypes des Directions et Services peuvent être commandées auprès du Service d'achat du matériel et des imprimés SAMI. Ci-dessous, les différentes versions et leur construction:

Logotype pour les Directions (exemple version principale)



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

Direction de l'économie et de l'emploi DEE
Volkswirtschaftsdirektion VWD
WWW.FR.CH/DEE

1 Reproduction à 100 %



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

Direction de l'économie et de l'emploi DEE
Volkswirtschaftsdirektion VWD
WWW.FR.CH/DEE

2 Reproduction à 100 %

Matrice de construction



Reproduction à 100 %

< 1 >



Reproduction à 100 %

Les matrices de construction des deux versions principales d'un logotype d'une Direction sont représentées ci-dessus. Les espaces de l'axe vertical ❶ ont été décrits en détail en page 10, «**2.4. La construction du logotype**». L'espace entre le logotype de l'Etat de Fribourg et l'intitulé de la Direction comporte 6 unités (1). Dans la version sur laquelle l'intitulé de la Direction est placé sous le logotype, l'espace sur l'axe vertical se monte à 5 unités (2).

Logotype pour les Directions (exemple version compacte)



Matrice de construction



Les matrices de construction des deux versions compactes d'un logotype d'une Direction sont représentées ci-dessus. Ici aussi, l'espace entre le logotype de l'Etat de Fribourg et l'intitulé de la Direction comporte 6 unités (1).

Dans la version sur laquelle l'intitulé de la Direction est placé sous le logotype, l'espace sur l'axe vertical se monte à 5 unités (2).



Police de caractères

- > Le style d'écriture caractérisant l'intitulé d'une Direction est l'Helvetica Neue 75 Bold. Voir le chapitre «4.6 Cas spéciaux» et chapitre «5.3.4 Les couvertures: la mention de partenaires internes» pour les directives concernant la mention des plusieurs unités administratives. Le sigle de l'unité ainsi que son URL sont obligatoirement dans la police Helvetica Neue 55 Roman.
- > Dans les applications basées sur Microsoft Office (correspondance, présentation powerpoint), les unités administratives sont mentionnées pour des raisons techniques en Arial Bold / Regular (sigles / URL).

La déclinaison du logotype pour les Services

Logotype pour les Services (exemple version principale)



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

Service des transports et de l'énergie STE
Amt für Verkehr und Energie VEA

WWW.FR.CH/STE

1

Reproduction à 100 %



ETAT DE FRIBOURG
STAAT FREIBURG

Service des transports et de l'énergie STE
Amt für Verkehr und Energie VEA

WWW.FR.CH/STE

2

Reproduction à 100 %

Matrice de construction



1

Reproduction à 100 %

< 1 >



2

Reproduction à 100 %

Les matrices de construction des deux versions principales d'un logotype d'un Service sont représentées ci-dessus. Les espaces de l'axe vertical ❶ ont été décrits en détail en page 10, «**2.4. La construction du logotype**». Ce qui ne l'était pas encore, c'est l'espace entre le logotype de l'Etat de Fribourg et l'intitulé du Service. Cet espace comporte 6 unités (❶). Dans la version sur laquelle l'intitulé de la Direction est placé sous le logotype, l'espace sur l'axe vertical se monte à 5 unités (❷).

Logotype pour les Services (exemple version compacte)



Matrice de construction



Les matrices de construction des deux versions compactes d'un logotype d'un Service sont représentées ci-dessus. Ici aussi, l'espace entre le logotype de l'Etat de Fribourg et l'intitulé du Service comporte 6 unités (1).

Dans la version sur laquelle l'intitulé du Service est placé sous le logotype, l'espace sur l'axe vertical se monte à 5 unités (2)



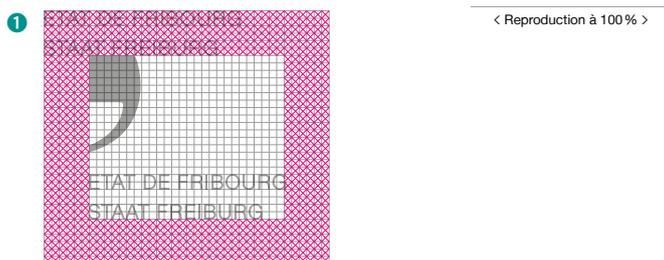
Police de caractères

- > Le style d'écriture caractérisant l'intitulé d'un Service est l'**Helvetica Neue 75 Bold**. Voir le chapitre «**4.6 Cas spéciaux**» et chapitre «5.3.4 Les couvertures: la mention de partenaires internes» pour les directives concernant la mention des plusieurs unités administratives. Le sigle de l'unité ainsi que son URL sont obligatoirement dans la police Helvetica Neue 55 Roman.
- > Dans les applications basées sur Microsoft Office (correspondance, présentation powerpoint), les unités administratives sont mentionnées pour des raisons techniques en **Arial Bold / Regular** (sigles / URL).

Pour l'utilisation des logotypes du Grand Conseil et du Pouvoir judiciaire, veuillez vous référer à l'annexe de la charte graphique «Grand Conseil et Pouvoir judiciaire» d'avril 2015.

La marge minimale

Pour conférer au logotype de l'Etat un impact maximal avec toutes les applications, une zone minimale a été définie. Elle a été appelée **marge minimale** ci-après. Aucun autre objet, comme par exemple du texte, une image, un logotype partenaire, un sous-logotype ou tout autre élément ne doit être placé dans cette zone.



Dans la matrice de construction, la marge minimale correspond à 6 unités (X). Une alternative est de prendre comme référence la hauteur de la dénomination bilingue «Etat de Fribourg» «Staat Freiburg» ❶ dans la taille correspondante du logotype (voir le chapitre «**2.8 Tailles d'utilisation**»). Même principe pour les logotypes des Directions ou Services ❷.



Utilisation des logotypes

Directives d'utilisation

Il existe deux systématiques dans l'application du logotype de l'Etat de Fribourg:

- > La première traite de l'utilisation des logotypes dans le quotidien «bureautique» (correspondance, procès-verbaux, formulaires, cartes de correspondance, etc.) ❶. Vous trouverez des instructions détaillées dans le chapitre «**4 Papeterie**».
- > La deuxième traite de l'utilisation des logotypes dans le contexte des publications professionnelles (rapports, flyers, etc.) ❷. Vous trouverez des instructions détaillées dans le chapitre «**5 Publications**».

Dans les deux systématiques, le logotype est – exactement comme le texte – toujours aligné à gauche, placé dans l'axe du texte ❸.



Réglementation spéciale pour les applications et les produits de taille réduite

Si la taille minimale du logotype (voir le chapitre «**2.8 Tailles d'utilisation**») n'est pas utilisable pour des raisons de place ou techniques (résolution d'un écran), on renonce au logotype complet. On inscrit alors l'intitulé comme **texte courant** ❶ ou bien on inscrit uniquement l'URL ❷.

Le style suit les instructions des intitulés des Directions ou Services et la police utilisée est obligatoirement l'Helvetica Neue 75 Bold (sigles en Helvetica Neue 55 Roman). La taille de la police n'est pas définie.

Quelques exemples d'utilisation: MMS, SMS, crayons, etc. Cette application du logotype est soumise à une validation auprès du SAMI. La demande écrite mentionnera les raisons ainsi qu'un exemple à visualiser.



Informations complémentaires

Pour tous les cas qui n'ont pas été mentionnés dans cette charte graphique, nous vous prions de prendre contact avec le Service d'achat du matériel et des imprimés SAMI:

Service d'achat du matériel et des imprimés SAMI

Chemin de la Madeleine 1, 1763 Granges-Paccot
T +41 26 305 10 82, F +41 26 305 10 89

Horaires d'ouverture

Lu - Ve: 08:00 - 11:30 / 14:00 - 17:00

3.0

L'univers typographique

Sommaire

—

3.1

Police d'entreprise **22**

3.2

Police de substitution **23**

3.3

Couleur de la police **23**

3.4

Impressum **24**

Police d'entreprise

L'utilisation des caractères typographiques ci-dessous est obligatoire pour l'ensemble du système d'identité visuelle. Ces caractères font partie intégrante de la marque et leur utilisation pour les titres et les textes s'harmonise avec l'identité visuelle. La police d'entreprise se compose de «Helvetica Neue» et de «Minion Pro».

Titre

Les polices «Helvetica Neue» Roman, Bold et Heavy sont utilisées pour les titres et les accroches.

Texte courant

Les polices «Minion Pro» Regular, Italic, Semibold et Semibold Italic sont utilisées pour le texte courant. La police «Minion Pro» doit jamais être utilisée pour les titres.

Helvetica Neue 85 Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Helvetica Neue 75 Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Helvetica Neue 55 Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Minion Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Minion Pro Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Minion Pro Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Minion Pro Semibold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

3.2

Police de substitution

Pour la correspondance et le site internet, il convient d'utiliser l'Arial en remplacement de l'Helvetica Neue et Times New Roman pour la Minion Pro comme polices de substitution. Comme l'Arial est uniquement utilisée pour les titres, elle est disponible seulement en Bold et en Regular. Times New Roman est disponible en Regular, Italic, Bold et Bold Italic.

Arial Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Times New Roman Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Times New Roman Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890*

Times New Roman Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

Times New Roman Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890***

3.3

Couleur de la police

Les polices doivent être utilisées dans les combinaisons de couleurs indiquées ci-contre. Voir chapitre «5 Publications» pour des informations détaillées concernant l'utilisation de la couleur.

Pantone

Pantone Black C/U

Quadrichromie

Cyan/Magenta/Jaune/Noir

RVB

Rouge/Vert/Bleu



Pantone

100 %

CMJN

0/0/0/100

RVB

0/0/0

Pantone

75 %

CMJN

0/0/0/75

RVB

101/91/109

Pantone

**CMJN
RVB**

Impressum

Extrait «Manuel Logotype» de la charte graphique de l'identité visuelle de l'Etat de Fribourg

Avril 2015 (2^e édition)

© Chancellerie d'Etat CHA

© Staatskanzlei SK

Rue des Chanoines 17, 1701 Fribourg

www.fr.ch/cha

Pour de plus amples informations, veuillez contacter:

Service d'achat du matériel et des imprimés SAMI

Chemin de la Madeleine 1, 1763 Granges-Paccot

T +41 26 305 10 82