



BANQUE des
TERRITOIRES



Charte graphique

07 juillet 2020

Manifeste

Pour moderniser les territoires et lutter contre les inégalités qui les touchent, pour agir concrètement au service de l'intérêt général et faire que la transformation de notre pays profite à tous, la Caisse des Dépôts a créé une structure unique en mai 2018 :

La Banque des Territoires.

La Banque des Territoires apporte des solutions de financement et d'accompagnement sur mesure à tous ses clients : collectivités locales, entreprises publiques locales, organismes de logement social et professions juridiques.

Sommaire

01

Les fondamentaux de la marque

Le logotype :

La version principale	p.05
Les deux versions alternatives	p.06
La zone de protection, la taille minimale	p.07
Les déclinaisons de couleurs	p.08
Les applications sur les objets promotionnels et la signalétique de localisation	p.09
Les applications dans le cadre des partenariats	p.10
Les interdits	p.15
Les principes d'application sur une iconographie non perturbée	p.16

L'architecture de marque

Les couleurs :

La palette principale	p.21
La palette secondaire	p.22

Les typographies

L'identité sonore	p.24
-------------------------	------

02

La structure graphique et la composition

L'hexagone :

Le code de forme : l'hexagone	p.27
Le système hexagonal : des possibilités variées à partir du dessin original	p.28
Le système hexagonal : comment augmenter ou diminuer les hexagones selon les formats	p.30
Le système hexagonal : on joue la transparence	p.31
Les titres et sous-titres à l'intérieur de l'hexagone	p.32
La boîte à outils : assemblage et composition des prises de paroles	p.33
Les interdits	p.34

Les éléments graphiques annexes

Les pictogrammes	p.35
------------------------	------

L'iconographie :

Le style	p.40
Les campagnes publicitaires	p.41
Les interdits	p.43

03

La papeterie et la bureautique

Les cartes de visite et de correspondance	p.45
Le papier à lettre (format A4)	p.46
Les communiqués de presse	p.47
Le masque PowerPoint™ (format 16/9)	p.48
Le masque Word™ (format A4)	p.49
La signature de mails et l'accusé de réception clients	p.50

04

Les publications

Exemples	p.52
Le code de forme : l'hexagone et son utilisation	p.57
La typologie des publications	p.58
L'exemple de la typologie Information : le traitement d'une édition	p.59
Les détails des ingrédients typographiques	p.60
Les détails des ingrédients graphiques	p.61
Exemple de construction sur un format horizontal	p.65

05

Les campagnes publicitaires

Exemples	p.67
Exemples d'une campagne publicitaire multi-soutpports, photo en couleurs	p.69
Exemples d'une campagne publicitaire multi-soutpports, photo en noir & blanc	p.71
Les principes graphiques, le placement du logotype et les interdits	p.73

06

Le site internet

Le design du site	p.75
-------------------------	------

07

Les réseaux sociaux et la communication digitale

Les pictogrammes des réseaux sociaux et l'adresse web	p.77
Les visuels des réseaux sociaux (Twitter et Instagram)	p.78
Les photos de profil et les avatars sur les réseaux sociaux (Twitter et Instagram)	p.81
Les icônes des « app »	p.82
Les newsletters digitales	p.83

08

Les objets promotionnels

Le marquage d'objets	p.86
----------------------------	------

09

L'habillage des vidéos et des motions design

Les intros et les outros	p.89
Les synthés	p.90

10

La signalétique

Exemples d'enseignes	p.92
Exemples de kakémono et d'oriflamme	p.93
Exemples de signalétique événementielle	p.94
Exemple de stand	p.105



BANQUE des
TERRITOIRES



Les fondamentaux de la marque

01

Le logotype : la version principale

Le logotype Banque des Territoires est constitué des trois éléments suivants :

1. Le symbole de l'hexagone, qui exprime sa mission d'aménagement du territoire français. Ce symbole est universel, puissant. Stylisé, il évoque l'innovation au service des territoires. Les trois parties de l'hexagone font écho aux trois métiers de la banque. Elles évoquent la multiplicité et la diversité du territoire français. Ce symbole peut également être perçu comme un carré en trois dimensions, une forme géométrique évoquant la maîtrise et l'expertise technique.

2. La mention Banque des Territoires qui s'assume clairement au milieu du bloc-marque. La typographie linéale est très maîtrisée, elle traduit la technicité et la précision du métier. La lettre « Q » ouverte de la typographie, fait écho au dessin ouvert du symbole. Le jeu de capitales/bas de casse, de graisse fine et épaisse et de couleurs est directement issu de l'identité Caisse des Dépôts.

3. L'endossement avec le logotype groupe Caisse des Dépôts qui, positionné à droite, vient équilibrer la composition et afficher l'appartenance de la marque au groupe Caisse des Dépôts. Elle lui emprunte par ailleurs ses couleurs identitaires : le rouge et le blanc.



La version principale comporte l'endossement du logotype groupe Caisse des Dépôts.
C'est cette version qui doit être privilégiée.

Le logotype : les deux versions alternatives

Le logotype de référence de la marque est la version principale (page précédente).

Toutefois, elle peut être remplacée par l'une des deux versions alternatives (verticale ou horizontale) ci-contre, lorsque les contraintes techniques (types de supports, dimensions réduites, contraintes de place, etc.) rendent impossible l'utilisation de la version principale.

Sur celles-ci, l'endossement avec le logotype groupe Caisse des Dépôts a été remplacé par l'endossement du texte groupe Caisse des Dépôts.



Les deux versions alternatives (horizontale et verticale) comportent l'endossement du texte groupe Caisse des Dépôts



BANQUE des
TERRITOIRES
GROUPE CAISSE DES DÉPÔTS

Le logotype : la zone de protection, la taille minimale

La zone de protection :

Elle a pour fonction de protéger la lisibilité du logotype. Cette zone est normée en fonction des versions du logotype. Aucun élément graphique (objet, écriture, etc.) ne doit apparaître dans cette zone. La zone de protection est égale à la moitié de la largeur du symbole de l'hexagone.

La taille minimale :

Il s'agit de la dimension minimale des versions du logotype en-dessous de laquelle il conviendra de ne jamais descendre pour préserver leur lisibilité. La taille minimale est déterminée par rapport à la hauteur de l'hexagone.

Cette dimension minimale s'entend pour des supports et des processus permettant une bonne qualité de reproduction. En fonction des limites de certains supports, elle peut être augmentée afin de préserver la lisibilité des éléments.

La version principale avec endossement du logotype groupe Caisse des Dépôts



Les deux versions alternatives avec endossement du texte groupe Caisse des Dépôts



Le logotype : les déclinaisons de couleurs

Pour chacune des trois versions du logotype, il existe plusieurs déclinaisons de couleurs :

Les déclinaisons en couleurs : Les déclinaisons en couleurs sont destinées à une utilisation sur fond blanc ou sur un fond uni sur lequel il reste très lisible. L'aplat blanc ci-contre simule l'extraction d'une partie d'une communication, dont la totalité de l'arrière-plan serait blanc.

Attention : cette déclinaison du logotype ne doit jamais s'inscrire dans un cartouche blanc isolé de l'arrière-plan, sauf exception (voir 01.6 : «Le logotype : les applications dans le cadre des partenariats» et 01.7 : «Le logotype : principes d'application sur une iconographie perturbée»).

Les déclinaisons en réserve blanche : elles sont uniquement destinées à vivre sur un fond de couleur rouge. L'aplat rouge ci-contre simule l'extraction d'une partie d'une communication, dont la totalité de l'arrière-plan serait rouge.

Attention : cette déclinaison de logotype ne doit pas s'inscrire dans un cartouche, isolé de l'arrière-plan.

Les déclinaisons monochromes, au trait : elles sont réservées aux cas exceptionnels où des contraintes techniques propres au support rendraient une reproduction en couleurs impossible (embossage, gravure, télécopies, certains partenariats, etc.).

Version principale du logotype

En couleurs sur fond blanc



Alternative horizontale



Alternative verticale



En réserve blanche sur fond rouge



Monochrome, au trait, sur fond clair



Monochrome, au trait, sur fond foncé



01.5

Le logotype : les applications sur les objets promotionnels et la signalétique de localisation

Ci-contre, quelques exemples d'application
sur des matériaux spécifiques.

En couleurs sur fond blanc



En réserve blanche sur fond rouge



01 - Les fondamentaux de la marque

En couleurs sur fond aluminium



Monochrome, au trait, sur du bois



01.6

Le logotype : les applications dans le cadre des partenariats

Zone de protection du logotype Banque des Territoires en co-branding.

Exemple

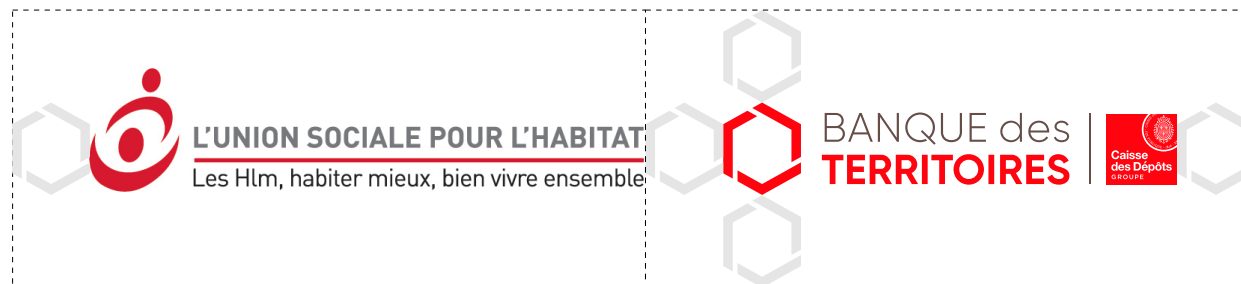


01.6

Le logotype : les applications dans le cadre des partenariats/ suite

Zone de protection du logotype Banque des Territoires en co-branding.

Exemple avec un logotype partenaire allongé



01.6

Le logotype : les applications dans le cadre des partenariats/ suite

Zone de protection du logotype Banque des Territoires en co-branding.

Exemple avec un logotype partenaire compact



Le logotype : les applications dans le cadre des partenariats/ suite

Exception :

Dans le cas où l'iconographie possède un fond trop perturbé, et **seulement dans ce cas spécifique, il est autorisé d'utiliser le logotype dans un cartouche blanc.**

Le cartouche blanc dans lequel s'inscrit le logotype :

Il correspond à sa zone de protection (voir 01.3).

Il faudra auparavant avoir vérifié que la version monochrome au trait n'est pas suffisamment lisible.



Exemple sur fond perturbé, avec cartouche



Exemple sur fond blanc, sans cartouche



01.6

Le logotype : les applications dans le cadre des partenariats/ suite

01 - Les fondamentaux de la marque



Cartouche blanc avec le logotype dans ses couleurs sur fond perturbé en couleurs



Cartouche blanc avec le logotype dans ses couleurs sur fond perturbé en couleurs



Cartouche blanc avec le logotype dans ses couleurs sur fond perturbé en bichromie



Cartouche blanc avec le logotype en noir et blanc sur fond perturbé noir et blanc

Le logotype : les interdits

Il est impératif de respecter la composition et les règles d'application du logotype et de proscrire les altérations de couleurs, de proportions, d'inclinaisons, de typographies ou de formes du symbole



Attention :

L'hexagone en trois parties du logotype ne peut absolument pas être utilisé dans les créations graphiques. Il reste exclusivement associé au logotype.

Seules exceptions :

Il peut être utilisé pour les applis et les avatars sur les réseaux sociaux.

 Ne pas incliner le logotype ou l'un de ses éléments



 Ne pas modifier les éléments qui composent le logotype



 Ne pas modifier les couleurs du logotype



01.8

Le logotype : principes d'application sur une iconographie non perturbée

Le logotype dans ses couleurs (voir chapitre 01.4) doit s'utiliser sur une iconographie dont le fond est clair et non perturbé.

Exemples : 1A 1B

Lorsque le fond de l'iconographie est dense, on doit utiliser le logotype dans une version partiellement en réserve blanche.

Exemples : 2A 2B 2C 2D



Zone de protection du logotype de la Banque des Territoires



1A Logotype dans ses couleurs sur fond clair & non perturbé



1B Logotype dans ses couleurs sur fond clair & non perturbé



2A Logotype partiellement en réserve blanche sur fond à tendance rouge



2B Logotype partiellement en réserve blanche sur fond dense & non perturbé



2C Logotype partiellement en réserve blanche sur fond dense & légèrement perturbé



2D Logotype partiellement en réserve blanche sur fond dense & légèrement perturbé

L'architecture de marques : les Marques filles

Les marques filles disposent d'un logotype en déclinaison directe de celui de la Banque des Territoires et sont régies par des règles précises d'endossement **selon les 2 principes présentés ci-contre.**

Principe 1 :

Le logotype de la marque fille est agrandi à 150% par rapport au logotype de la Banque des Territoires.

Ce principe graphique s'applique notamment au papier à lettre des marques filles. Exemple :



Principe 1 :

Pour toute communication interne, grand public, commerciale, clients, locataires, fournisseurs, juridique, signature mail : **endossement Caisse des Dépôts intégré à leurs logotypes.**



Principe 2 :

Pour tous les supports de communication institutionnelle (État, élus, collectivités, partenaires institutionnels) : **endossement Banque des Territoires en bas à droite.**



Taille minimale du logotype Banque des Territoires :
Il est d'une hauteur minimale de 14 mm



L'architecture de marques : les Services

Les services n'ont pas vocation à disposer d'un logotype.

Ils sont toujours associés au logotype de la Banque des Territoires.

Ils marquent leur attachement étroit à la marque Banque des Territoires par une identité en déclinaison de celle-ci.

Chaque service, en tant que preuve de l'action de la Banque des Territoires, contribue ainsi à l'enrichissement de la marque. En cela, ils utilisent les codes identitaires de la Banque des Territoires et s'expriment en typo simple avec un signe distinctif en exposant à la fin de leur nom.

Ce signe prend la forme d'un hexagone rouge texturé "rayures blanches" dont la taille minimale doit être respectée (voir ci-contre).



Un lien avec la Banque des Territoires

Hub des Territoires
L'espace d'échanges et de développement
Banque des Territoires

Lab' des Territoires
L'accélérateur d'innovation
Banque des Territoires

Localtis
Un média
Banque des Territoires

01 - Les fondamentaux de la marque



Territoires Conseils
Un service
Banque des Territoires

Université des Territoires
Le campus
Banque des Territoires

Taille minimum de l'hexagone texturé «rayures» en exposant :
En dessous de 5 mm, il n'est plus lisible. Exemple :

Hub des Territoires





L'architecture de marques : les Événements

Les événements et rencontres organisés par la Banque des Territoires n'ont pas vocation à disposer d'un logotype.

Ils sont toujours associés au logotype de la Banque des Territoires.

Ils doivent marquer leur attachement étroit à la marque Banque des Territoires par une identité en déclinaison de celle-ci.

Ainsi les événements et rencontres organisés par la Banque des Territoires sont identifiés par deux hexagones rouges qui précèdent leur nom.

Deux possibilités sont offertes, étendues ou simplifiées (voir ci-contre).

Exception :

Certains grands événements emblématiques pourront exceptionnellement bénéficier d'une identité originale, à déterminer au cas par cas (voir 10.2).



Les rencontres de la Banque des Territoires



01 - Les fondamentaux de la marque



Version simplifiée pour utilisation en petite taille





L'architecture de marques/ synthèse

01 - Les fondamentaux de la marque



LES MARQUES FILLES



LES SERVICES



LES ÉVÉNEMENTS



Version simplifiée pour utilisation en petite taille



Les couleurs : la palette principale

La marque Banque des Territoires est clairement en affiliation à la Caisse des Dépôts. Elle lui emprunte ses couleurs identitaires : le rouge et le blanc auxquels s'ajoute le Warm Gray.

Caisse des Dépôts/ Couleurs

Pantone® 485 C
Magenta 100 Jaune 100
R229 V41 B29
#E5291D

Blanc



Le Warm Gray 9 C
est la troisième couleur principale
de la Banque des Territoires avec le rouge 485 C
et le blanc

Pantone® Warm Gray 9 C
Magenta 20 Jaune 20 Noir 60
R133 V116 B109
#85746D

Les couleurs : la palette secondaire

En complément des couleurs de la palette principale, **une palette de couleurs secondaires est disponible** pour animer les différents supports de la marque : fonds, textes, hexagones, pictogrammes, chiffres clés, etc.

Les couleurs rouge, blanc et gris, de la palette principale (page précédente) sont à privilégier.

Les couleurs de la palette secondaire doivent être utilisées avec parcimonie et représenter approximativement 20 % de l'utilisation des couleurs des documents.

Lors de l'usage des couleurs de la palette secondaire, **on veillera à maintenir l'harmonie des tons** et à ne pas utiliser ensemble des couleurs susceptibles de rivaliser ou de créer un contraste disgracieux.

Les couleurs de la palette secondaire peuvent être tramées selon des pourcentages de couverture de 80 %, 60 % et 40 %.

Pantone® 1365 C Magenta 45 Jaune 90 R245 V160 B35 #F5A023	80%	Pantone® 218 C Magenta 70 R235 V110 B170 #EB6EAA	80%	Pantone® 2655 C Cyan 45 Magenta 55 R160 V125 B185 #A07DB9	80%
	60%		60%		60%
	40%		40%		40%
Pantone® 128 C Magenta 10 Jaune 75 R255 V235 B104 #FFEB68	80%	Pantone® 366 C Cyan 40 Jaune 80 R175 V205 B80 #AFCD50	80%	Pantone® 305 C Cyan 60 Jaune 15 R100 V195 B215 #64C3D7	80%
	60%		60%		60%
	40%		40%		40%
		Pantone® Cool Gray 9 C N 65 R123 V123 B123 #7B7B7B	80%		
			60%		
			40%		

La palette secondaire : focus sur les Territoires +

Afin d'animer la communication, les thématiques
« Territoires + » empruntent leurs couleurs
à la palette secondaire :

- Territoires + inclusifs : Bleu (Pantone® 305 C)
- Territoires + durables : Vert (Pantone® 366 C)
- Territoires + connectés : Mauve (Pantone® 2655 C)
- Territoires + attractifs : Orange (Pantone® 1365 C)





Les typographies

La typographie de référence de la Banque des Territoires est celle utilisée pour le groupe Caisse des Dépôts.

3 familles de typographies sont utilisées en fonction des différents supports de communication.

L'Helvetica Neue :

Pour les publications quelles qu'elles soient, les campagnes publicitaires, l'événementiel, la signalétique et les vidéos.

L'Arial :

Pour toute communication réalisée en interne comme les courriers, les documents Word ou Powerpoint.

La Montserrat et la Roboto Slab :

Pour le web : la Montserrat pour les titres et le contenu et la Roboto Slab pour les titres des contenus éditoriaux (articles).

Dans tous les cas, ces typographies sont disponibles dans un grand nombre de versions. Les règles ci-contre qui régissent la composition des titres, sous-titres et body texte doivent être respectées.

Publications, publicité, événementiel, vidéos

1/ HELVETICA NEUE Condensed Bold

pour les titres

abcdefghijklm
ABCDEFGHIJKL
0123456789

Vous voyez
un bâtiment désaffecté.
Votre maire
voit la future crèche
pour vos enfants.
#Municipales2020

2/ HELVETICA NEUE

75 Bold, 65 Medium, 55 Roman, 45 Light etc...

pour les sous-titres ou body texte

abcdefgHIJKLMN

Nec vox accusatoris ulla licet subditicii in his
malorum quaerebatur acervis ut saltem specie
tenus crimina praescriptis legum committerentur,
quod aliquotiens fecere principes saevi: sed quid
Caesaris implacabilitati sedisset, id velut fas iusque

Communication interne

1/ ARIAL Bold

pour les titres

abcdefghijklm
ABCDEFGHIJKL
0123456789

Titre
du document
Lorem ipsum
Sous-titre du document
diam eros tempus integeram

2/ ARIAL

Regular, Bold, Italic etc...

pour les sous-titres ou body texte

abcdefgHIJKLMN

Nec vox accusatoris ulla licet subditicii in his
malorum quaerebatur acervis ut saltem specie
tenus crimina praescriptis legum committerentur, quod
aliquotiens fecere principes saevi: sed quicquid
Caesaris implacabilitati sedisset, id velut fas iusque

01 - Les fondamentaux de la marque

Web

1/ MONTERRAT Bold

pour les titres

pour le body texte : Light, Regular, Bold

abcdefghijklm
ABCDEFGHIJKL
0123456789

Comment
la Banque des Territoires
accompagne t-elle
ses clients
pendant la crise ?

2/ ROBOTO SLAB

Regular, Medium, Bold

pour les titres des contenus éditoriaux (articles)

abcdefgHIJKLMN

HELVETICA NEUE Condensed Bold

pour la baseline :

L'intérêt général a choisi sa banque

L'identité sonore

La Banque des Territoires dispose d'une musique qui lui est propre et qu'il convient d'utiliser, à l'exclusion de toute autre, pour l'événementiel, les vidéos et les motions design.

- **Titre** : Greatness
- **Compositeur** : Delicate Beats
- **Durée du morceau** : 3'02
- **Versions disponibles** : 15", 30" et 60"
- **Auteur** : Delicate Beats
- **Éditeur** : PremiumBeat
- **Pays d'origine** : Canada

Elle est accessible à l'écoute sur le site de l'éditeur : premiumbeat.com/royalty-free-tracks/greatness

Les différentes versions sont disponibles sur la plateforme picteo.caissedesdesdepots.fr sur laquelle vous pouvez créer un compte.

Utilisation :

Les droits d'utilisation sont gérés au cas par cas, en fonction des projets.





BANQUE des
TERRITOIRES



La structure graphique et la composition

02

Le code de forme : l'hexagone

« L'hexagone, c'est la Banque des Territoires ! »

Un système hexagonal identitaire :

- L'hexagone structure l'univers graphique de la Banque des Territoires.
- Cette forme érigée en système permet une identification immédiate de la marque.

Un système hexagonal libre et créatif :

- En fonction du type de communication, l'hexagone est traité avec des rayures, des points, des aplats, des contours, des visuels, des transparences...
- Il est parfois coupé pour surgir, surprendre, au point de ne plus le reconnaître.
- L'hexagone de la Banque des Territoires vibre, est créatif et surtout pas moléculaire.
- Il va à la rencontre d'autres hexagones avec lesquels il interagit.
- L'hexagone est donc libre, créatif et évolutif grâce aux nombreuses combinaisons possibles des hexagones proposés, mais il convient de respecter un certain nombre de règles pour son emploi.

Un système hexagonal symbolique :

- Il traduit la diversité des missions de la Banque des Territoires et celle des territoires.
- Par son côté « nid d'abeille », il incarne la collectivité nationale.
- Il exprime aussi l'action, la construction, la rigueur, l'organisation, l'effort collectif, l'intérêt général.
- La construction graphique permet de symboliser les réseaux, les échanges, les connexions.

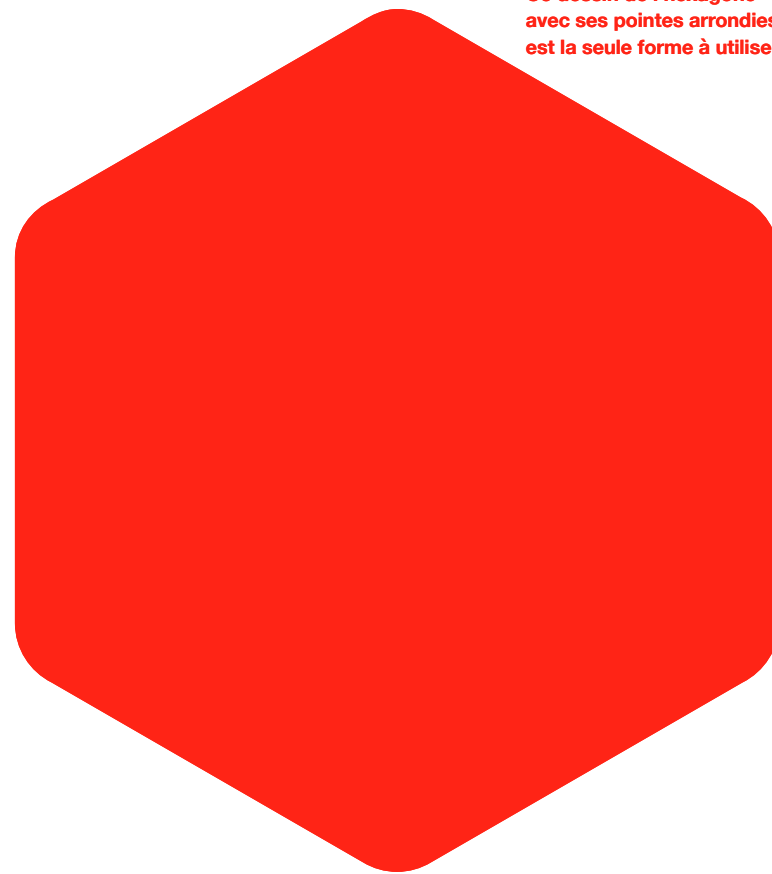


Attention : L'hexagone en trois parties du logotype ne peut absolument pas être utilisé dans les créations graphiques.

Il reste exclusivement associé au logotype.

Exceptions : il peut être utilisé pour les applis, les avatars sur les réseaux sociaux et les synthés des vidéos.

Ce dessin de l'hexagone avec ses pointes arrondies est la seule forme à utiliser



Le système hexagonal : des possibilités variées à partir du dessin original

Seuls les modèles d'hexagones présentés
dans la charte sont à utiliser.

Toutes les couleurs de la charte peuvent être utilisées
pour chaque modèle.

Important :

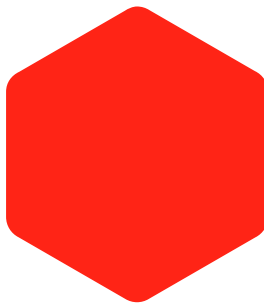
1/ Les modèles ci-contre, dits «**hexagones principaux**»,
sont à privilégier : hexagone plein, hexagone avec un
contour plein, hexagone avec un contour tirets, hexagone
avec un contour texturé «rayures», hexagone texturé
«rayures». (Voir exemple pour les publications 04.1).

2/ Le système hexagonal est à utiliser à bon escient
afin que la mise en page reste simple, sobre et respire.
Les compositions ne doivent absolument pas être
"moléculaires".

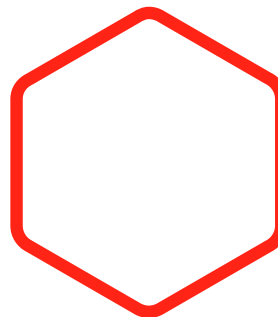
3/ La taille et l'emplacement des hexagones sont libres ;
cependant il est nécessaire d'être vigilant quant
à leur utilisation et de ne pas créer de trop grandes
variations de taille entre les hexagones.

Les hexagones principaux

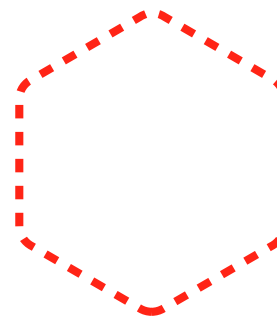
Hexagone
plein



Hexagone
avec un contour plein



Hexagone
avec un contour tirets



Hexagone
texturé «rayures»



Hexagone
contour texturé «rayures»



Le système hexagonal : des possibilités variées à partir du dessin original/ suite

Les hexagones dits «fantaisie» présentés ci-contre sont à privilégier dans le cadre événementiel, sur les réseaux sociaux et dans des situations à déterminer au cas par cas.

Toutes les couleurs de la charte peuvent être utilisées pour chaque modèle.

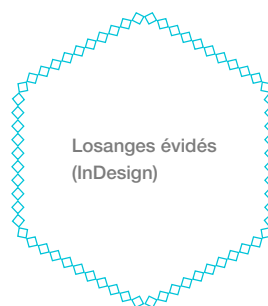
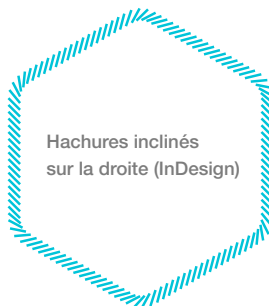
Important :

1/ Le système hexagonal est à utiliser à bon escient afin que la mise en page reste simple, sobre et respire. Les compositions ne doivent absolument pas être "moléculaires".

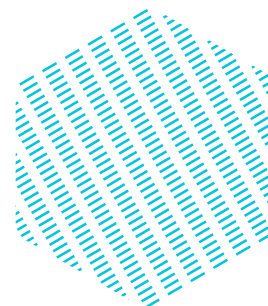
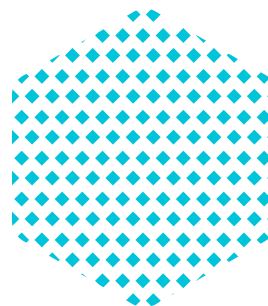
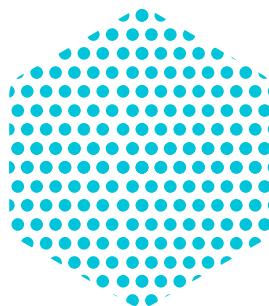
2/ La taille et l'emplacement des hexagones sont libres ; cependant il est nécessaire d'être vigilant quant à leur utilisation et de ne pas créer de trop grandes variations de taille entre les hexagones.

Les hexagones dits «fantaisie»

Hexagones contour texturé



Hexagones texturés



Texturé pois

Texturé losanges

Texturé batonnets diagonaux

Le système hexagonal : comment augmenter ou diminuer les hexagones selon les formats

Cette règle concerne particulièrement les couvertures des publications (voir 04.2).

Les hexagones ont été construits de manière à pouvoir être composés harmonieusement entre eux.

Le format de référence est le format A4.

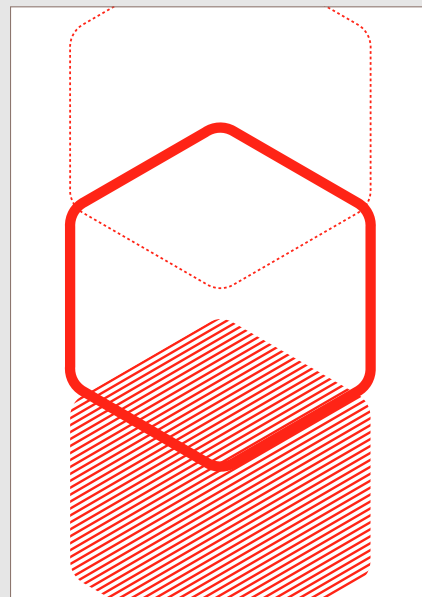
- Pour le format A3 : prendre les hexagones du format A4 et les augmenter de 120 %.
- Pour le format A5 : prendre les hexagones du format A4 et les diminuer de 70 %.
- Pour le format A6 : prendre les hexagones du format A4 et les diminuer de 50 %.

Important : Le système hexagonal est à utiliser à bon escient afin que la mise en page reste simple, sobre et respire.

Concernant La publicité, le web, les réseaux sociaux & les autres supports de communication :

L'effet visuel obtenu doit être identique à ce que l'on voit sur le format de référence A4 (voir 04.3).

A3

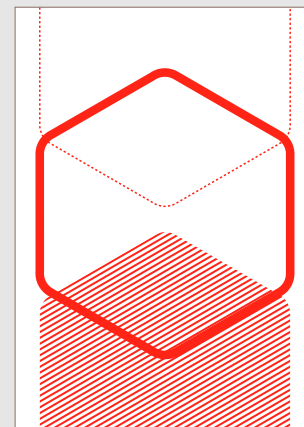


Hexagone contour plein : 20 points
Hexagone contour tirets : 3,6 points
Hexagone texturé «rayures» : 4,8 points



Augmenter de 120 %

A4 : format de référence

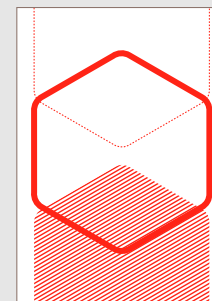


Hexagone contour plein : 17 pts
Hexagone contour tirets : 3 pts
Hexagone texturé «rayures» : 4 pts



Diminuer de 70 %

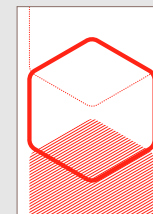
A5



Hexagone contour plein : 12 pts
Hexagone contour tirets : 2 pts
Hexagone texturé «rayures» : 3 pts

Diminuer de 50 %

A6



Hexagone contour plein : 8,5 pts
Hexagone contour tirets : 1,5 pts
Hexagone texturé «rayures» : 2 pts

Le système hexagonal : on joue la transparence

Un filtre de couleur rouge transparent en mode produit

peut être appliqué sur une photo de préférence en noir et blanc, et également sous un texte.

Il est recommandé de placer ce filtre de couleur dans un hexagone et de ne pas toucher à l'opacité de la couleur.

Ce jeu de transparence peut également être travaillé avec les couleurs complémentaires de la charte pour peu qu'on les utilise avec parcimonie et à bon escient.

Important :

Avec le filtre de couleur rouge transparent, il est nécessaire que la photo ou la typographie demeure lisible (voir les exemples au chapitre 05). Si ce jeu de transparence brouille la lisibilité, il est impératif de ne pas l'utiliser.

Hexagone
en rouge 485 C



Hexagones en rouge 485 C
et dans les couleurs complémentaires



Hexagone
avec un titre et body texte



Les titres et sous-titres à l'intérieur de l'hexagone

Important :

Une zone de protection permet au texte de respirer à l'intérieur de l'hexagone.

Le corps de lettre est libre et se détermine en fonction de la longueur et de la composition du titre.

Le titre ou texte principal est en Helvetica Neue Condensed Bold et est ferré à gauche.

Le body texte d'accompagnement est en Helvetica Neue Regular ou Medium. Il est soit ferré à gauche sous le titre ou le texte principal, soit toujours ferré à gauche, en décalé, sous un mot du titre ou du texte principal. ①



02.6

La boîte à outils : assemblage et composition des prises de parole

Le logotype :

Il convient de privilégier la version principale.
Si les contraintes techniques ne le permettent pas,
et seulement dans ce cas, choisir l'une des deux versions
alternatives (horizontale ou verticale).
Dans la mesure du possible, le logotype sera toujours placé
en haut et ferré à gauche.

Un arrière-plan :

Celui-ci peut être, selon le type de communication :

- Un fond blanc
- Un aplat de couleur rouge
- Un visuel quadrichromie ou noir & blanc

Une accroche dans l'hexagone :

L'accroche est rouge sur fond blanc ou en réserve blanche
sur fond rouge.

Le système hexagonal :

Des hexagones viennent sans excès animer les créations,
avec simplicité, et toujours avec l'objectif de valoriser
le contenu.

02 - La structure graphique et la composition



Le logotype



Un fond de couleur :
rouge ou blanc
ou visuel quadri ou n&b



Le système hexagonal



Financer les
établissements
et les services
médico-sociaux

Un titre

Publication



Exemples d'assemblage et de composition

Publicité



Les interdits

Toutes les créations graphiques à partir du système hexagonal doivent être réalisées à partir du dessin original.



L'utilisation de toute autre matrice est interdite.



Dessin original



 Hexagone avec des angles aigus



 Hexagone avec des angles trop arrondis



 Hexagone aux contours trop épais



 Hexagone sous un autre axe, sauf pour la signalétique directionnelle horizontale



 Typographie et centrage non conformes

Les éléments graphiques annexes

La flèche, la localisation, les guillemets sont des éléments graphiques attractifs nécessaires pour animer les compositions graphiques.

En cas de besoin, utiliser les éléments graphiques présentés sur cette page. **Ils sont spécifiques au code graphique de la Banque des Territoires.**

La flèche



La localisation



Exemple sur le site internet



Trouvez un contact privilégié au plus près de chez vous.

Trouver un interlocuteur

Les guillemets



Exemple sur les publications



Nam sole orto magnitudine angustii gurgitis sed profundi a transitu arcebanur et dum piscatorios quaerunt lenunculos vel innare temere contextis cratibus parant, effusae legiones, quae hiemabant tunc apud Siden, isdem impetu occurrere velocitum erat sum



Exemple sur le site internet



La Banque des Territoires accompagne la ville de Châtelleraut dans son vaste projet de reconquête du cœur de la ville qui englobe l'habitat, le commerce, les mobilités, les espaces publics et le cadre de vie. [Lire la suite.](#)

Juliette Bercot,
Maire de Châtelleraut

Les pictogrammes

Les pictogrammes illustrent notamment les différents champs d'intervention de la Banque des Territoires sur les territoires français : Habitat - Protection des fonds & patrimoine - Santé, vieillissement - Relation au citoyen - Énergie - Environnement & biodiversité - Développement économique - Mobilité - Éducation & formation - Tourisme, loisirs, culture - Infrastructures numériques - Services numériques.

La construction des pictogrammes reprend le principe graphique du symbole hexagonal du logotype.

Ils sont composés de segments linéaires (pas de surfaces pleines) dont une ou plusieurs parties comporte(nt) un vide. L'épaisseur de ce vide est égal à l'épaisseur des segments. L'épaisseur des segments est ainsi cohérente sur l'ensemble des pictogrammes.

Les pictogrammes sont disponibles sur la plateforme pictéo.caissedesdepots.fr sur laquelle vous pouvez créer un compte.



02 - La structure graphique et la composition

Territoires + inclusifs



Habitat



Protection des fonds
& patrimoine



Santé, vieillissement



Relation au citoyen

Territoires + durables



Énergie



Environnement & biodiversité

Territoires + attractifs



Développement économique



Mobilité



Éducation & formation



Tourisme, loisirs, culture

Territoires + connectés



Infrastructures numériques



Services numériques

Les pictogrammes/suite

Autres pictogrammes



professionnels du droit



logement



santé



agriculture durable



data













































Les pictogrammes/suite

Les pictogrammes permettent d'illustrer les actions de la Banque des Territoires et aussi de structurer le contenu de son site internet.

Ils sont classés selon quatre catégories : fonctionnels, solutions, atouts et complémentaires.

02 - La structure graphique et la composition

Fonctionnels

											
Agenda	Contact	Imprimer	Rechercher	Compte	Accessibilité	Newsletter	Carte	Télécharger	Liens ext.	Calendrier	RSS
											
Menu	Réinitialiser	Map marker	Configuration	Chevron	Information	Aide	Fermer	Valider	Voir	Site web	Double chevron
											
Facebook	Twitter	LinkedIn	Youtube	Envoi à un ami	Tutoriel vidéo	Télécharger tutoriel	Check	Information 2	Téléphone	Attention	Temps estimé
											
Horaires	Participants	Connexion	Assistant projet	Back	Réseaux sociaux	Services en ligne	Banque en ligne				

Solutions

					
Revitaliser les centres villes	Financer le logement social	Améliorer l'efficacité énergétique	Financer un projet d'investissement	Définir une stratégie financière	Mettre en place une solution innovante
					
Financer un projet territorial	Financer une offre innovante au service des territoires	Smart City	Elaborer son installation	Développer son entreprise	Ouvrir et gérer ses comptes

Les pictogrammes/suite

02 - La structure graphique et la composition

Atouts



Un partenaire toujours à vos côtés



La proximité d'un acteur implanté localement



Gamme d'intervention complète



Un acteur engagé dans la transition écologique



Légitimité historique d'un acteur majeur au service du développement territorial



Une expertise de près de 30 ans du développement territorial



Réponses personnalisées à vos questions juridiques et financières, en ligne ou par téléphone



Gamme d'événements complète et accessible à tous couvrant toute l'actualité des collectivités



Accompagnement sur site



Maintien de l'investissement sur les territoires en matière de production neuve et de réhabilitation thermique



Soutien des enjeux de rénovation du parc social de votre territoire



Appui à la rénovation urbaine en zone détendue (offre RIAD)



Appui à la réalisation de projets mis en risque par les impacts de la loi ELAN et de la RLS



Appui à la politique locale, à travers notamment une offre de crédit d'ingénierie proposée aux bailleurs sociaux



Partenaire financier de référence



Réseau d'experts et de partenaires reconnus



Offre de conseils et de financements

Complémentaires



Citation



PDF



Dossier



Article verrouillé



Actualités



Maintenance



404



403



Toutes nos offres



Associations d'élus partenaires



Annuaire SmartCity



Filiale de la Caisse des Dépôts

L'iconographie : le style

L'iconographie principale exprime le bénéfice apporté aux citoyens. Elle montre systématiquement des femmes et des hommes, de toutes générations qui profitent des équipements et des infrastructures de leurs territoires. C'est une façon de signifier que les investissements et l'expertise de la Banque des Territoires, en collaboration avec les collectivités locales, sont au service du citoyen.

Au premier plan : dans la mesure du possible, on trouve une personne (ou un groupe de personnes), dans une attitude naturelle, épanouie dans son environnement.

À l'arrière-plan : un environnement urbain ou rural, pour présenter les différentes typologies de territoires et leurs développements.

Technique : pour distinguer les différents plans, la mise au point est effectuée sur le(s) visage(s), avec une profondeur de champ réduite. L'arrière-plan doit être reconnaissable sans être trop présent.

Des photos sont disponibles sur le site internet pictéo.caissedesdepots.fr



Photo en couleurs



02 - La structure graphique et la composition

Photo en noir et blanc :

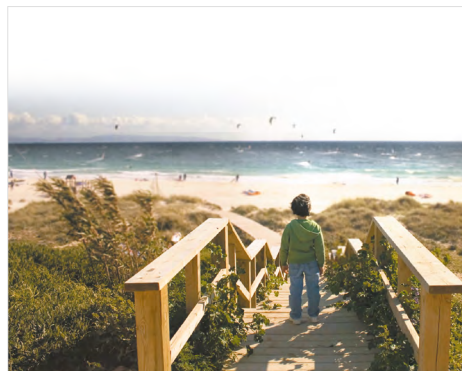
Les visuels en noir et blanc sont à privilégier dans l'édition. Il sont alors assortis d'un filtre sur tout ou partie. Le plus souvent, il s'agit d'un hexagone de couleur rouge qui vient se positionner sur le visuel pour mettre en avant un visage, une expression, un objet...



L'iconographie : les campagnes publicitaires

Dans les campagnes publicitaires, les visuels à dimension émotionnelle sont privilégiés. L'humain/le citoyen inscrit dans son territoire est toujours le sujet principal.

Photos en couleurs



L'iconographie : les campagnes publicitaires

Dans les campagnes publicitaires, des visuels en noir et blanc peuvent être utilisés. On appliquera alors un filtre rouge sur tout ou partie en jouant graphiquement avec le système hexagonal.

Photos en noir et blanc



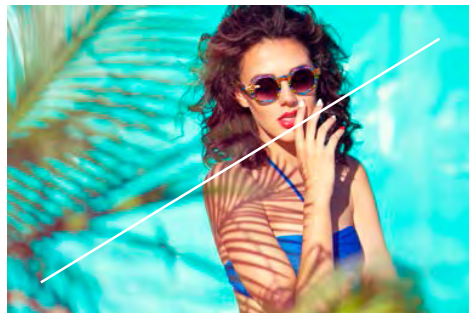
L'iconographie : les interdits

Il est interdit de :



1. Montrer des personnes avec des styles vestimentaires trop exubérants, ou avec des positions ou attitudes, artificielles ou maniérées.
2. Retenir des photos où seul le contexte est présent, sans une présence humaine.
3. Représenter des contextes qui ne correspondent pas aux champs d'intervention de la Banque des Territoires.

— Pas de styles ou attitudes exubérants



— Pas de photos sans présence humaine



— Pas de contexte hors champs d'actions





BANQUE des
TERRITOIRES



La papeterie et la bureautique

03

Les cartes de visite et de correspondance

La carte de visite (85 x 55 mm) est composée de la version principale du logotype, du prénom, du nom, de l'intitulé du poste et des coordonnées du titulaire.

Les cartes de correspondance (150 x 105 mm et 210 x 105 mm) sont composées de la version principale du logotype, de l'adresse du site internet de la Banque des Territoires, des icônes Twitter et Instagram ainsi que du nom des comptes de la Banque des Territoires. L'ensemble de ces éléments est ferré à gauche (sauf pour la carte de visite), en respectant la composition ci-contre. Une portion de l'hexagone contour tirets, en 40 % de Warm Gray 9, figure sur les cartes de correspondance.

Les cartes de visite et de correspondance sont à commander auprès du service des moyens d'impression.

Carte de correspondance (150 x 105 mm)



Carte de visite (85 x 55 mm)



Carte de correspondance (210 x 105 mm)



03.2

Le papier à lettre

Le papier à lettre est composé des éléments décrits ci-contre.

Le papier à lettre est disponible sur le bureau électronique de la Banque des Territoires.

03 - La papeterie et la bureautique



BANQUE des

TERRITOIRES



ÉTABLISSEMENT PUBLIC

NOM DE LA DIRECTION (Arial gras gris 8, CAPITALES)

Nom du département (Arial 9)

Nom du service (Arial 9)

Destinataire (Arial 11)

Adresse (Arial 11)

Ce bloc peut être déplacé en bas de page, si besoin

Dossier n° : (Arial 9)

Suivi par : (Arial gras 9)

Tél./Télécopie : (Arial 9)

Lieu, date (en toutes lettres, Arial 11)

Objet : (facultatif, Arial gras 11)

Madame, Monsieur, (Arial 11)

Texte de la lettre (Arial 11)

Prénom Nom du signataire (Arial 11)

Signature

Copie(s) : (Arial 10)

Pièce(s) jointe(s) : à lister (Arial 10)

Caisse des dépôts et consignations

Adresse - Tél. : - Télécopie : (du signataire, à personnaliser par double-clic sur pied de page Arial 9)

Courriel : prénom.nom@caissedesdepots.fr (Arial 9)


banquedesterritoires.fr | @BanqueDesTerr




Les communiqués de presse

Les communiqués de presse comportent un entête charté composé d'un bandeau rouge avec trois hexagones bleus (contour plein, contour tirets et texturé « rayures »).

Les pages de suite comportent en signes distinctifs, en haut à gauche, deux petits hexagones entrelacés (un rouge plein et un bleu contour tirets).



BANQUE des TERRITOIRES



Communiqué de presse

Egalité des territoires : la Banque des Territoires débloque 5 Md€ de prêts pour l'éducation, la mobilité et l'eau

Paris, le 6 juin 2019

A l'occasion du Printemps des Territoires, la Banque des Territoires dévoile ses nouvelles offres au Secteur Public Local en matière de mobilités du quotidien, d'éducation et d'eau. Ces nouveaux dispositifs complètent la palette de la Banque des Territoires au service de la transition écologique de la France et des besoins exprimés par les citoyens. Grâce à l'épargne des français, la Banque des Territoires mobilisera pour ces produits une enveloppe de 5 Md€ de prêts, disponible jusqu'en 2022.

Ces nouveaux financements s'inscrivent dans le cadre des conclusions du Conseil de Défense écologique du Gouvernement. Après le lancement en 2018 du prêt GPI Ambre (enveloppe de 2 Md€) dédié à la rénovation énergétique des bâtiments publics, la Banque des Territoires poursuit son engagement visant la lutte contre les fractures territoriales et les inégalités sociales. Tous ces prêts sont adossés à l'épargne populaire, et rémunéré au taux du livret A augmenté de 0,75%.

Des prêts compétitifs à long terme au Secteur Public Local pour intervenir en additionnalité des financements de marché

- Edu Prêt** : pour soutenir les investissements dans les bâtiments éducatifs de demain. Il financera sur tous les territoires la construction, la rénovation et l'extension de bâtiments éducatifs et leurs équipements associés. Dans le cadre d'une **enveloppe de prêts dédiée de 1 Md€**, il permettra notamment le financement intégral du besoin d'emprunt jusqu'à 1 M€, sur des **durées pouvant aller jusqu'à 40 ans**.
- Mobi Prêt** : prêt soutenant les investissements dans le secteur de la mobilité afin d'impulser l'émergence de modes de transports innovants, partagés, connectés, inclusifs et respectueux de l'environnement, pour tous les citoyens et sur tous les territoires. Ces enjeux seront notamment traités par la loi mobilité. Dans le cadre d'une **enveloppe dédiée de 2 Md€**, l'offre Mobi Prêt permettra notamment le financement à 100% des besoins d'emprunt jusqu'à 1M€, sur des **durées pouvant aller jusqu'à 50 ans**.
- Aqua Prêt** : ce produit, lancé début 2019, sera désormais étendu à la Gestion des Milieux Aquatiques et la Prévention des Inondations (compétence GEMAPI). Il répond aux besoins de financements de projets d'eau potable, d'assainissement et d'eau pluviale exprimés, ainsi qu'aux besoins d'investissements liés à la compétence GEMAPI dans le cadre des Assises de l'eau. Doté d'une enveloppe de 2 Md€, il permettra notamment le financement intégral du besoin d'emprunt jusqu'à 5 M€, pour des **durées d'emprunt exceptionnelles qui peuvent aller jusqu'à 60 ans, alignées sur la durée d'amortissement des actifs financés**. Ce dispositif de la Banque des Territoires vise à économiser et gérer au mieux l'eau comme ressource essentielle, et participera également à une meilleure connaissance de l'état des réseaux.



Homines enim eruditos et sobrios ut infaustos et inutiles vivant, eo quoque accedente quod et nomenclatores aduersi haec et talia venditare, mercede accepta lucris quosdam et prandis inserunt subditiocis ignobiles et obscuros.

Harum trium sententiarum nulli prorsus assentior: Nec enim illa prima vera est, ut, quem ad modum in se quisque sit, sic in amicum sit animatus. Quam multa enim, quae nostra causa numquam faceremus, facimus causa amicorum! precari ab indigno, supplicare, tum acerbius in aliquem inuehi insectarium uehementius, quae in nostris rebus non satis honeste, in amicorum fuit honestissime; multaque res sunt in quibus de suis commodis viri boni multa detrahunt detrahique patiuntur, ut is amicus potius quam ipsi fruatur.

Haec subinde Constantius audiens et quaedam referente Thalassio doctus, quem eum odisse iam conpererat lege communi, scribens ad Caesarem blandius adiumenta paulatim illi subtraxit, sollicitari se simulans ne, uti est militare otium fere tumultuosum, in eius perniciem conspiraret, solisque scholis lussit esse contentum palatinis et protectorum cum Scutariis et Gentilibus, et mandabat Domitiano, ex comite largitionum, praefecto ut cum in Syriam venerit, Gallum, quem crebro acciverat, ad Italiam properare blande hortaretur et verecunde.

Homines enim eruditos et sobrios ut infaustos et inutiles vivant, eo quoque accedente quod et nomenclatores aduersi haec et talia venditare, mercede accepta lucris quosdam et prandis inserunt subditiocis ignobiles et obscuros.

Harum trium sententiarum nulli prorsus assentior: Nec enim illa prima vera est, ut, quem ad modum in se quisque sit, sic in amicum sit animatus. Quam multa enim, quae nostra causa numquam faceremus, facimus causa amicorum! precari ab indigno, supplicare, tum acerbius in aliquem inuehi insectarium uehementius, quae in nostris rebus non satis honeste, in amicorum fuit honestissime; multaque res sunt in quibus de suis commodis viri boni multa detrahunt detrahique patiuntur, ut is amicus potius quam ipsi fruatur.

Haec subinde Constantius audiens et quaedam referente Thalassio doctus, quem eum odisse iam conpererat lege communi, scribens ad Caesarem blandius adiumenta paulatim illi subtraxit, sollicitari se simulans ne, uti est militare otium fere tumultuosum, in eius perniciem conspiraret, solisque scholis lussit esse contentum palatinis et protectorum cum Scutariis et Gentilibus, et mandabat Domitiano, ex comite largitionum, praefecto ut cum in Syriam venerit, Gallum, quem crebro acciverat, ad Italiam properare blande hortaretur et verecunde.

A propos de la Banque des Territoires

Créée en 2018, la Banque des Territoires est un des cinq métiers de la Caisse des Dépôts. Elle rassemble dans une même structure les expertises internes à destination des territoires. Porte d'entrée client unique, elle propose des solutions sur mesure de conseil et de financement en prêts et en investissement pour répondre aux besoins des collectivités locales, des organismes de logement social, des entreprises publiques locales et des professions juridiques. Elle s'adresse à tous les territoires, depuis les zones rurales jusqu'aux métropoles, avec l'ambition de lutter contre les inégalités sociales et les fractures territoriales. La Banque des Territoires est déployée dans les 16 directions régionales et les 35 implantations territoriales de la Caisse des Dépôts afin d'être mieux identifiée auprès de ses clients et au plus près d'eux.

Pour des territoires plus attractifs, inclusifs, durables et connectés.
www.banquedes territoires.fr  @BanqueDesTerr

Contact presse :

Martin DUPONT
martin.dupont@caissedesdepots.fr
01 00 00 00 00
06 00 00 00 00

03.4

Le masque Powerpoint (Format 16/9)

Le masque Powerpoint™ est au format 16/9 afin d'obtenir une présentation dynamique. Il utilise l'ensemble des codes graphiques de la Banque des Territoires : typographie, iconographie, pictogrammes, graphiques, hexagones et couleurs.

Ainsi, les 3 types d'hexagone (contour plein, contour tirets et texturé «rayures») apparaissent systématiquement sur les pages de première de couverture et d'ouverture de chapitre.

Le masque Powerpoint™ est disponible sur le bureau électronique de la Banque des Territoires.

03 - La papeterie et la bureautique

Titre de la présentation sur plusieurs lignes Arial Bold 35 pt
Sous-titre de la présentation Arial regular 18 pt

Ouverture de chapitre sur plusieurs lignes Arial Bold 35 pt
Sous-titre de l'ouverture de chapitre Arial regular 18 pt

Sommaire

01	Titre chapitre 1 [Arial 18 pt]	4	04	Titre chapitre 4 [Arial 18 pt]	16
	Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	5		Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	17
	Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	6		Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	18
	Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	7		Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	19
02	Titre chapitre 2 [Arial 18 pt]	8	05	Titre chapitre 5 [Arial 18 pt]	20
	Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	9		Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	21
	Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	10		Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	22
	Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	11		Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	23
03	Titre chapitre 3 [Arial 18 pt]	12	06	Titre chapitre 6 [Arial 18 pt]	24
	Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	13		Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	25
	Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	14		Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	26
	Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	15		Titre de la slide [Arial bold 14 pt]	27

Titre de la slide [Arial bold 30 pt]
Sous-titre de la slide [Arial bold 18 pt]

Niveau 1 [Arial italique 18 pt] Chapitre de la slide sur plusieurs lignes
Niveau 2 [Arial regular 14 pt] Texte court

1. Niveau 3 [Arial bold 14 pt] Titre de paragraphe avec puces automatiques numérotées
- Niveau 4 [Arial regular 14 pt] avec puces rondes
- Niveau 5 [Arial regular 14 pt] avec puces trait

Titre de la slide [Arial bold 30 pt]
Sous-titre de la slide [Arial bold 18 pt]

Niveau 1 [Arial italique 18 pt] Chapitre de la slide sur plusieurs lignes
Niveau 2 [Arial regular 14 pt] Texte court

1. Niveau 3 [Arial bold 14 pt] Titre de paragraphe avec puces automatiques numérotées
- Niveau 4 [Arial regular 14 pt] avec puces rondes
- Niveau 5 [Arial regular 14 pt] avec puces trait

Titre de la slide [Arial bold 30 pt]
Sous-titre de la slide [Arial bold 18 pt]

Niveau 1 [Arial italique 18 pt] Chapitre de la slide sur plusieurs lignes
Niveau 2 [Arial regular 14 pt] Texte court

1. Niveau 3 [Arial bold 14 pt] Titre de paragraphe avec puces automatiques numérotées
- Niveau 4 [Arial regular 14 pt] avec puces rondes
- Niveau 5 [Arial regular 14 pt] avec puces trait

Titre de la slide [Arial bold 30 pt]
Sous-titre de la slide [Arial bold 18 pt]

Niveau 1 [Arial italique 18 pt] Chapitre de la slide sur plusieurs lignes
Niveau 2 [Arial regular 14 pt] Texte court

1. Niveau 3 [Arial bold 14 pt] Titre de paragraphe avec puces automatiques numérotées
- Niveau 4 [Arial regular 14 pt] avec puces rondes
- Niveau 5 [Arial regular 14 pt] avec puces trait

Titre de la slide [Arial bold 30 pt]
Sous-titre de la slide [Arial bold 18 pt]

Niveau 1 [Arial italique 18 pt] Chapitre de la slide sur plusieurs lignes
Niveau 2 [Arial regular 14 pt] Texte court

1. Niveau 3 [Arial bold 14 pt] Titre de paragraphe avec puces automatiques numérotées
- Niveau 4 [Arial regular 14 pt] avec puces rondes
- Niveau 5 [Arial regular 14 pt] avec puces trait

Titre de la slide [Arial bold 30 pt]
Sous-titre de la slide [Arial bold 18 pt]

Niveau 1 [Arial italique 18 pt] Chapitre de la slide sur plusieurs lignes
Niveau 2 [Arial regular 14 pt] Texte court

1. Niveau 3 [Arial bold 14 pt] Titre de paragraphe avec puces automatiques numérotées
- Niveau 4 [Arial regular 14 pt] avec puces rondes
- Niveau 5 [Arial regular 14 pt] avec puces trait

Titre de la slide [Arial bold 30 pt]
Sous-titre de la slide [Arial bold 18 pt]

Niveau 1 [Arial italique 18 pt] Chapitre de la slide sur plusieurs lignes
Niveau 2 [Arial regular 14 pt] Texte court

1. Niveau 3 [Arial bold 14 pt] Titre de paragraphe avec puces automatiques numérotées
- Niveau 4 [Arial regular 14 pt] avec puces rondes
- Niveau 5 [Arial regular 14 pt] avec puces trait

Titre de la slide [Arial bold 30 pt]
Sous-titre de la slide [Arial bold 18 pt]

Niveau 1 [Arial italique 18 pt] Chapitre de la slide sur plusieurs lignes
Niveau 2 [Arial regular 14 pt] Texte court

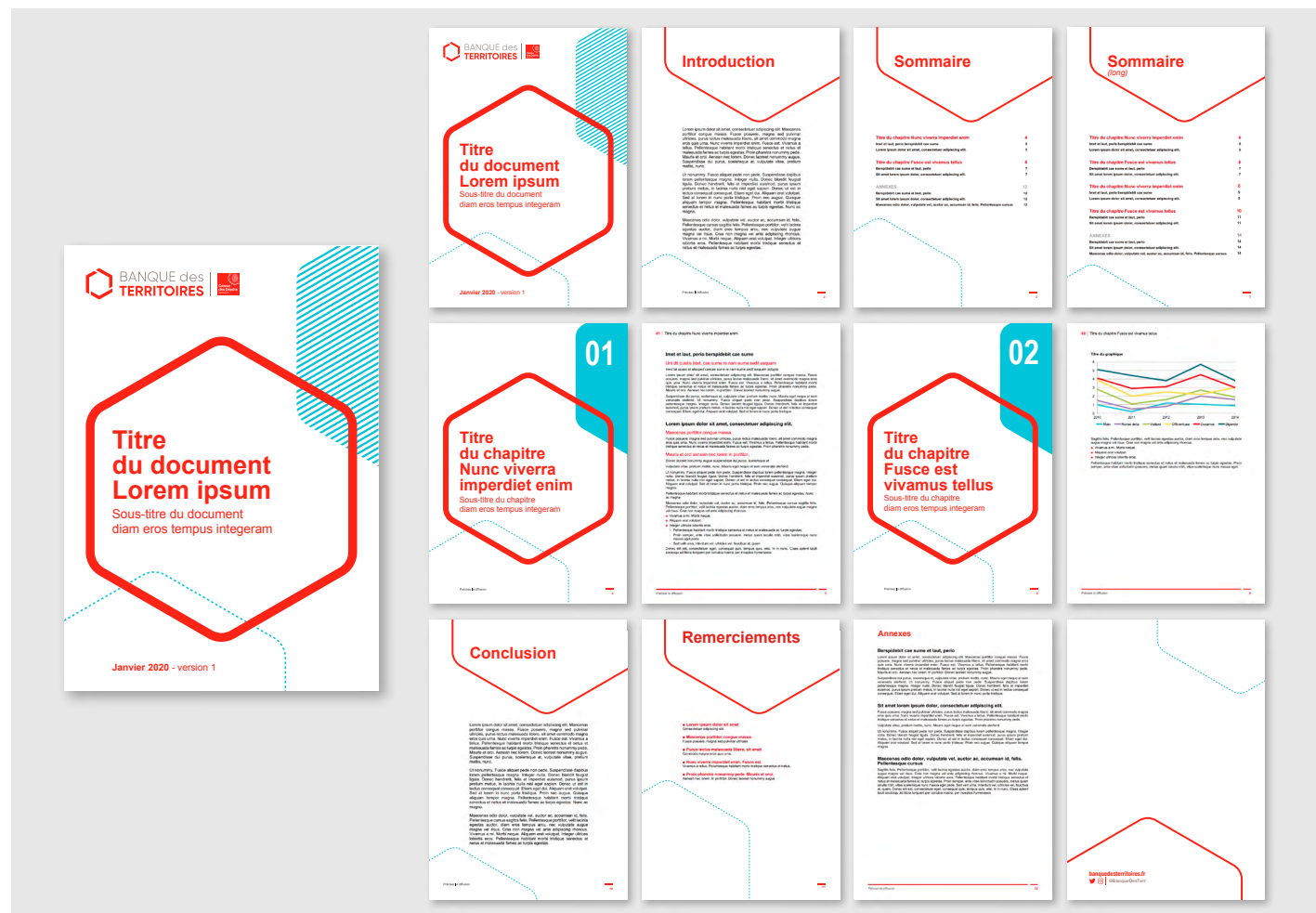
1. Niveau 3 [Arial bold 14 pt] Titre de paragraphe avec puces automatiques numérotées
- Niveau 4 [Arial regular 14 pt] avec puces rondes
- Niveau 5 [Arial regular 14 pt] avec puces trait

Le masque Word (Format A4)

Le masque Word utilise l'ensemble des codes graphiques de la Banque des Territoires : typographie, iconographie, pictogrammes, graphiques, hexagones et couleurs.

Ainsi, les 3 types d'hexagone (contour plein, contour tirets et texturé «rayures») apparaissent systématiquement sur les pages de première de couverture et d'ouverture de chapitre.

Le masque Word™ est disponible sur le bureau électronique de la Banque des Territoires.



Les mails : leur signature et l'accusé de réception clients

Deux signatures de mails sont mises à disposition :

« Mails des collaborateurs » et « L'accusé de réception clients ».

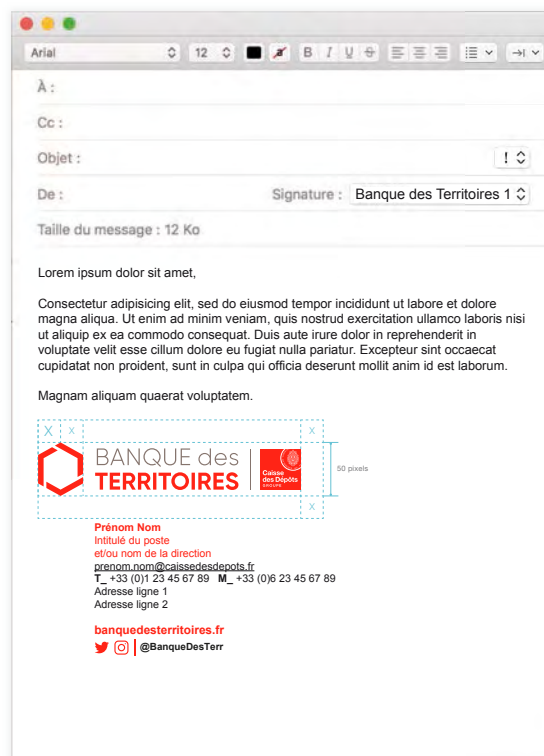
La signature de mails des collaborateurs se compose
des éléments suivants :

- Logotype principal : Hauteur 50 pixels.
- Nom de l'expéditeur : Arial Bold, 10 points.
- Intitulé du poste : Arial Regular, 10 points.
- Coordonnées de l'expéditeur : Arial Regular, 10 points.
- Adresse de la Banque des Territoires :
Arial Regular, 10 points.
- Adresse internet : Arial Bold, 10 points.
- Réseaux sociaux : Arial Regular, 9 points.

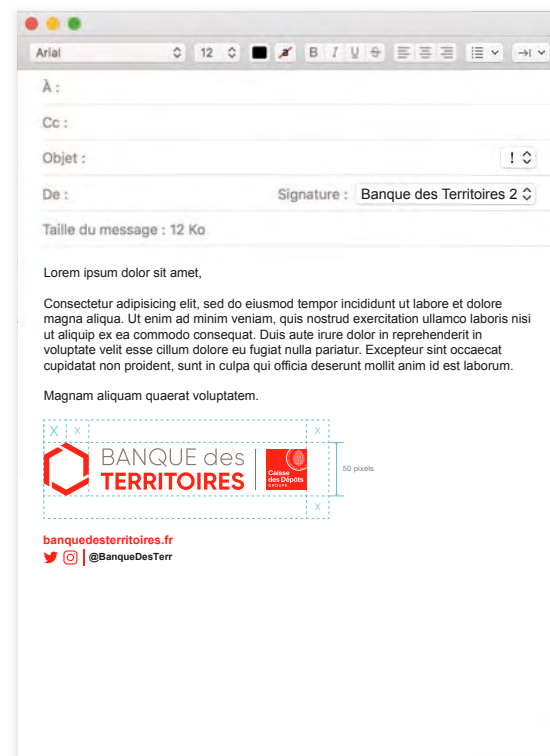
L'accusé de réception clients se compose
des éléments suivants :

- Logotype principal : Hauteur 50 pixels.
- Adresse internet : Arial Bold, 10 points.
- Réseaux sociaux : Arial Regular, 9 points.

Mails des collaborateurs



Accusé de réception clients





BANQUE des
TERRITOIRES



Les publications

04



Les priorités du plan marketing 2020



- 1**
Répondre aux enjeux de la Banque des Territoires
 - Proximité
 - Rapidité
 - Simplicité
- 2**
Proposer des offres plus adaptées aux besoins des clients
 - Approche personnalisée et segmentée
 - Partage de l'expérience client
 - Offres d'accompagnement des partenaires
- 3**
Faciliter l'utilisation et la diffusion du canal digital
 - Actions marketing plus impactantes (plan de campagne et stratégie de contenu)
 - Processus de souscription accélérés (peil fast)
 - Parcours simplifiés et services existants dématérialisés
 - Services dématérialisés mis en avant (brochures, guides, imprimés de logement social, collectivités locales)

Le plan marketing s'inscrit dans la continuité du plan stratégique et la priorité client

- Plan stratégique** : définition des champs d'intervention prioritaires
- Plan marketing** : consolidation des attentes clients/élaboration d'offres adaptées/optimisation des parcours/partage de la diffusion des offres
- Plan commercial** : définition des priorités d'action commerciales

La Banque des Territoires | PLAN MARKETING 2020 | 5

Collectivités locales

Un contexte de marché marqué par les Municipales et des taux de prêts historiquement bas

Priorités 2020
Être le partenaire de référence des nouveaux élus

- Sauver l'opportunité des élections municipales
- Pack « nouveaux élus »
- Aporter une réponse spécifique aux petites collectivités
- Terraines Censées
- Petit Fast
- Consolider notre présence auprès des communes de plus de 10 000 habitants
- Promotion de l'offre Banque des Territoires
- Action Coeur de Ville
- Offres immobilières, eau, transition énergétique, littoral
- Faciliter la diffusion du canal digital auprès des collectivités
- Compréhension de la cible et segmentation
- Parcours simplifiés d'entrée en relation

Des actions marketing dédiées et spécialisées par sous-segment

Entreprises publiques locales (EPL)

Un secteur dynamique, des entreprises publiques en cours de diversification/spécialisation

Priorités 2020
Augmenter notre pénétration auprès des EPL sur l'ensemble de la chaîne de valeur

- Renforcer la relation client : connaître nos clients
- Optimisation de la base clients
- Etude du parcours client
- Connaissance client et segmentation
- Élargir les offres Banque des Territoires
- Optimisation (et l'offre Banque des Territoires)
- Stratégie marketing de contenu (si possible en associant la SCIT et CDC Habitat)
- Nouvelles offres à consolider ou offres existantes à adapter : biométrie, transition énergétique, eau, aménagement urbain/naturel, son territoire, reconversion des friches, déchets, participation citoyenne
- Promouvoir nos offres
- Mise en marché de l'offre complète (à janvier 2020 : réforme des supports et élaboration des outils commerciaux, de formation et d'animation)

Augmenter la lisibilité et la visibilité de notre offre

La Banque des Territoires | PLAN MARKETING 2020 | 6



Édito

**La Banque des Territoires :
2 ans d'histoires, 2 années historiques !**

En créant la Banque des Territoires fin mai 2018, l'ambition de la Caisse des Dépôts était de mieux répondre aux besoins de tous les territoires et de leurs habitants, des zones rurales jusqu'aux métropoles.

Plus simple, avec une seule marque et un interlocuteur unique.
Plus proche de ses clients avec 35 implantations en région.
Plus rapide grâce à la déconcentration des décisions,
à la digitalisation et à la création d'une plateforme internet :
la Banque des Territoires est un accélérateur d'action publique
qui met la force de frappe de la Caisse des Dépôts au service
des décideurs locaux.

Organisée autour de 4 directions (investissements, prêts,
clientèles bancaires, réseau) et de 2 filiales de la Caisse des Dépôts
(SCET et CDC Habitat), la Banque des Territoires dispose
de l'ensemble des compétences et des moyens nécessaires
à l'accomplissement de toutes les ambitions territoriales.



Conseiller, financer, opérer, voilà nos 3 métiers !

Engagés sur le long terme, nous accompagnons les acteurs territoriaux désireux de construire les territoires de demain.
Conseils stratégiques, prêts, investissements : nos solutions sont sur mesure, adaptées aux enjeux locaux, aux besoins des habitants et aux défis du pays. Nous sommes devenus le partenaire de ceux qui dessinent notre quotidien : collectivités locales et entreprises publiques locales, entreprises et acteurs financiers, organismes de logement social et professions juridiques.

Au travers de chacun de ces clients, ce sont toutes les citoyennes et tous les citoyens du pays que nous servons !

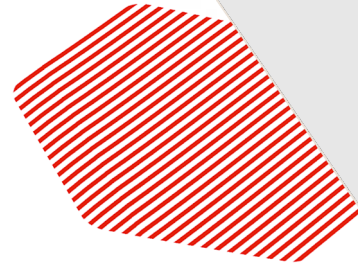
La crise sanitaire sans précédent que nous avons traversée en 2020 nous a permis de mieux répondre à nos clients, d'assurer la revitalisation des territoires, et plus largement dans la vie de tous les Français. C'est pourquoi nous avons la volonté d'aller plus loin, en accélérant notre intervention pour un meilleur cadre de vie.

Vivre et vieillir en bonne santé, garantir un toit pour le plus grand nombre, relancer le secteur du tourisme, assurer la revitalisation des villes de taille moyenne avec le programme « Action Cœur de ville », s'investir dans la nécessaire transition écologique et énergétique... nous nous engageons à relever tous ces défis.

Depuis 2 ans, la Banque des Territoires est ainsi devenue un acteur essentiel au service de territoires plus inclusifs, plus durables, plus attractifs et plus connectés.

L'intérêt général a choisi sa banque.

Olivier SICHEL,
Directeur de la Banque des Territoires



La Banque des Territoires | BILAN 2018-2019 | 9



Territoires + Inclusifs

Se loger, vieillir sereinement et accéder aux soins, bénéficier d'un tiers de confiance pour gérer ses projets et sécuriser ses fonds, bénéficier d'un égal accès aux services publics et être acteur des projets de son territoire.

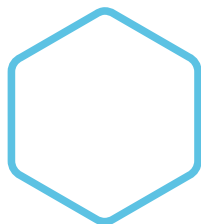


04.1

Le code de forme : l'hexagone et son utilisation 3 variantes : 1 par typologie

Le système graphique concernant les publications est basé exclusivement sur les 3 hexagones présentés sur cette page.

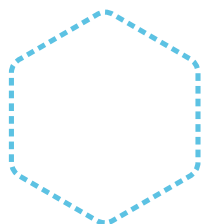
Information



Contour plein



Texturé «rayures»



Contour tirets

Produits



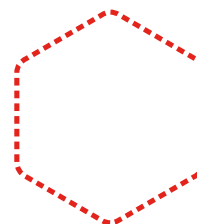
Plein



Fiche Produit
Texturé «rayures»

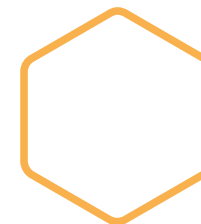


Offre globale
Contour texturé «rayures»



Contour tirets

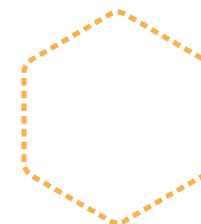
Obligations d'informations réglementaires



Contour plein



Texturé «rayures»



Contour tirets

La typologie des publications

Voir détails dans le book «Grands principes Communication clients»

Le format, la couleur de fond du support ainsi que les 3 hexagones varient en fonction de la thématique de la publication.

La catégorie Information :

Fond rouge + 3 hexagones bleus : un contour plein, un contour tirets, un texturé «rayures» + format 210 x 297 mm
Présentations institutionnelles, études, rapports, sujets spécifiques, livrets d'accueil, guides d'utilisation, actualités, newsletters...

La catégorie Produits/ Fiche Produit :

Fond blanc + 3 hexagones rouges : un plein, un contour tirets, un texturé «rayures» + format 148 x 210 mm
Fiches produits, flyers, e-papers, e-books, infographies...

La catégorie Produits/ Offre globale :

Fond blanc + 3 hexagones rouges : un plein, un contour tirets, un contour texturé «rayures» + format 148 x 210 mm
Plaquettes produits, e-papers, e-books, infographies...

La catégorie Obligations d'informations réglementaires :

Fond rouge + 3 hexagones oranges : un contour plein, un contour tirets, un texturé «rayures» + format 100 x 210 mm
Notices d'information, autres supports...

Information



A4

Produits

Fiche Produit



A5

Offre globale



A5

Obligations d'informations réglementaires



100 x 210 mm

L'exemple de la typologie Information : le traitement d'une édition

La composition de la couverture :

- Le logotype est placé en haut à gauche du support
- Le fond du support est rouge
- La composition graphique est réalisée à partir de 3 hexagones bleus : un contour plein, un contour tirets, un « texturé rayures »
- Le titre, inscrit dans l'hexagone contour plein bleu, est éventuellement accompagné d'un texte secondaire.

Les pages intérieures : la mise en page peut être libre dans le respect des règles d'utilisation du système hexagonal et de hiérarchisation des contenus. Elle peut être composée d'ouvertures de chapitres, de titres majeurs, de sous-titres, de chapôts, de textes courants, de mises en exergue, de verbatim, d'infographies, de graphiques... Les textes sont, de préférence, ferrés à gauche.

Exceptionnellement pour des contraintes de mise en page, ils peuvent être centrés ou ferrés à droite.

Important :

Le système hexagonal est à utiliser à bon escient afin que la mise en page reste simple, sobre et respire.

La quatrième de couverture : elle se compose d'un aplat de couleur rouge. Le logotype est centré dans le format. Elle est signée par l'adresse web et les réseaux sociaux.

Possibilité 1

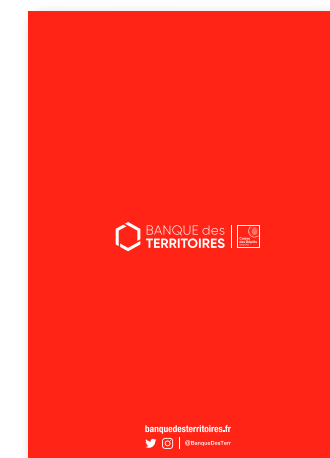
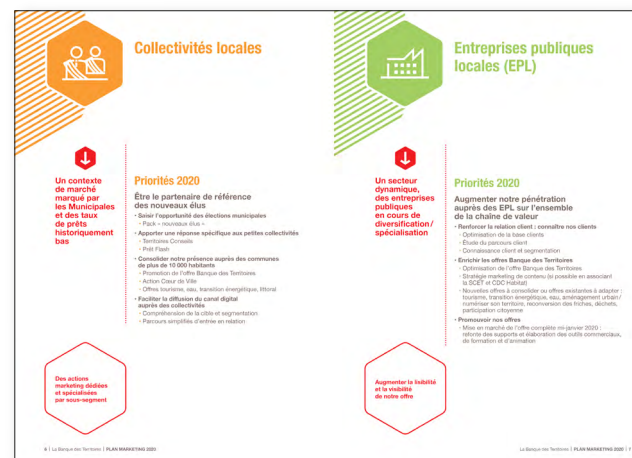


A4

Possibilité 2



Possibilité 3



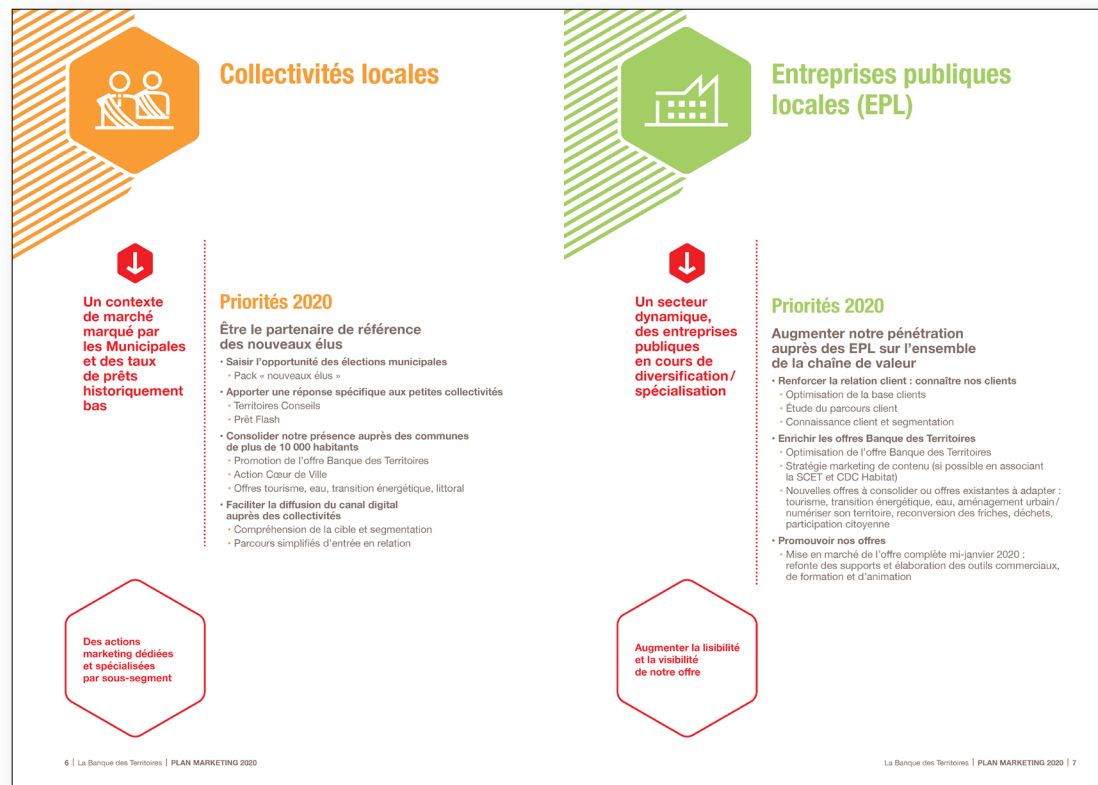
Les détails des ingrédients typographiques

La typographie de référence de la Banque des Territoires est celle utilisée pour le groupe Caisse des Dépôts, soit l'Helvetica Neue pour l'ensemble des documents.

Cette typographie, en harmonie avec le logotype, est disponible dans un grand nombre de versions (de l'Ultra Light au Bold, en Regular ou Roman, en Italic, en Condensed, en Extended) qui permettent de varier l'écriture des titres, textes courants, légendes, etc.

Il est recommandé de hiérarchiser les niveaux d'informations en composant par exemple, les titres, les chapôs et les sous-titres en Helvetica Neue Bold Condensed, les inters en Helvetica Neue 65 Medium, les textes en Helvetica Neue 55 Roman, les légendes et les pieds de pages en Helvetica Neue 45 Light.

L'objectif est de jouer avec les corps et les graisses disponibles de manière à obtenir une mise en page dynamique et rythmée. Veuillez toutefois à ne pas utiliser plus de quatre graisses différentes sur un même document.



Les détails des ingrédients graphiques

Gestion de l'iconographie :

L'iconographie peut être traitée en couleurs et en noir et blanc. Ces 2 traités peuvent être utilisés au sein d'un même support.

L'iconographie peut être utilisée :

1/ De façon majeure sur la totalité d'une page
Dans ce cas, 3 procédés possibles :

- Forme hexagonale « de valorisation graphique » se superposant au visuel : en contour (texturé ou filet simple) et/ou en aplat mode produit, afin de créer du dynamisme et mettre en lumière certains éléments importants du visuel.
- Forme hexagonale en soutien de texte : en aplat produit et pouvant être associée à des hexagones dits « de valorisation graphique »
- Forme hexagonale venant évider un aplat rouge figurant en produit sur la totalité de la photographie, afin de donner du rythme à la création et valoriser, là encore, certains éléments de la composition.

2/ De manière plus discrète à l'intérieur d'un hexagone. Ici, le visuel s'affiche dans sa totalité ou bien à la coupe. Il peut être associé à des hexagones dits "de valorisation graphique" ou de soutien au texte.

Gestion des couleurs :

Afin de conserver des pages sobres sur l'ensemble des supports d'édition, veiller à ne pas utiliser plus de deux couleurs.

Les couleurs de la palette principale sont à privilégier. Les couleurs de la palette secondaire doivent être utilisées avec parcimonie et représenter approximativement 20 % de l'utilisation des couleurs des documents.

Utilisation des pictogrammes :

Les pictogrammes apportent un aspect informatif et ludique à la page. Ils rythment les informations et dirigent le regard du lecteur. Leurs dimensions peuvent varier en fonction de l'importance des propos qu'ils illustrent.



Les priorités du plan marketing 2020

1
Répondre aux enjeux de la Banque des Territoires

- Proximité
- Rapidité
- Simplicité

2
Proposer des offres plus adaptées aux besoins des clients

- Approche personnalisée et segmentée
- Pilotage de l'expérience client
- Offres étendues avec des partenaires

3
Faciliter l'utilisation et la diffusion du canal digital

- Actions marketing plus impactantes (plan de campagne et stratégie de contenu)
- Processus de souscription accéléré (prêt flash)
- Parcours simplifiés et services existants dématérialisés
- Services dématérialisés mis en avant (professions juridiques, organismes de logement social, collectivités locales)

Le plan marketing s'inscrit dans la continuité du plan stratégique et le priorité client

- Plan stratégique : définition des champs d'intervention prioritaires
- Plan marketing : consolidation des attentes clients / élaboration d'offres adaptées / optimisation des parcours / pilotage de la diffusion des offres
- Plan commercial : définition des priorités d'action commerciales

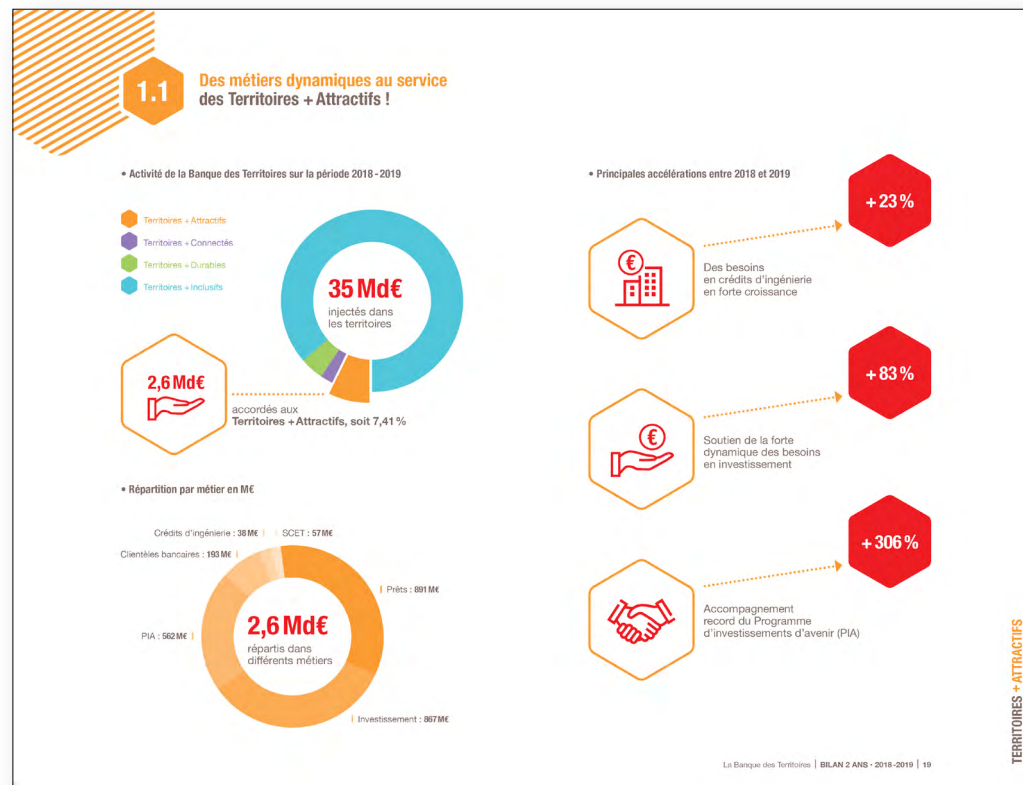
La Banque des Territoires | PLAN MARKETING 2020 | 5

Les détails des ingrédients graphiques/suite

Traitement des graphiques :

À l'image de l'identité visuelle de la Banque des Territoires, le style des graphiques doit rester sobre. Les graphiques sont composés de surfaces traitées en aplat, monochromes, bichromes ou en couleurs, sans ombre portée, ni effet de volume ou de relief.

Comme pour les pictogrammes, leurs dimensions et leurs emplacements permettent d'illustrer et de rythmer l'information.



Les détails des ingrédients graphiques/suite

Traitement des infographies :

Les infographies utilisent le système hexagonal pour mettre en valeur les informations et faciliter leur compréhension.

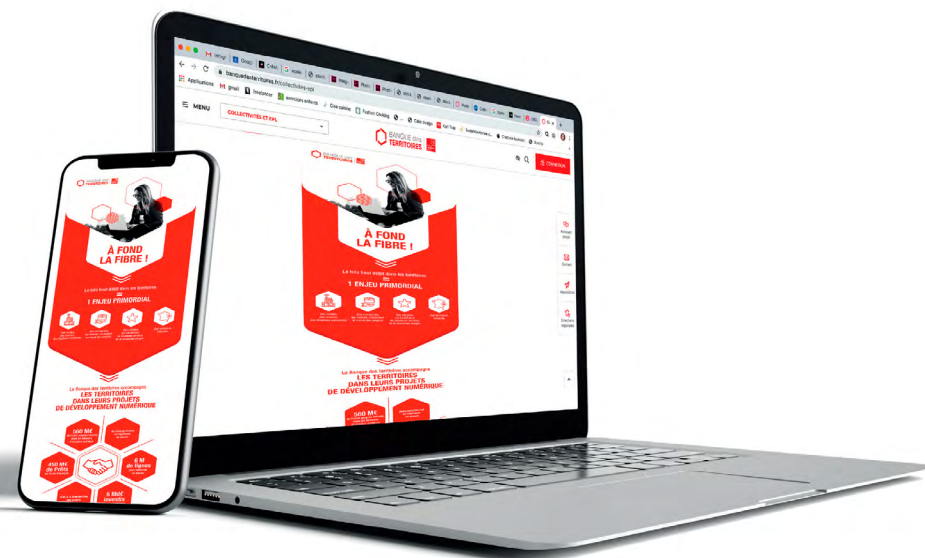


04.6

04 - Les publications

Les détails des ingrédients graphiques/suite

Traitement des infographies



04.7

Exemple de construction sur un format horizontal

Ci-contre, un exemple de mise en page au format A4 horizontal (297 x 210 mm), 4 pages.

04 - Les publications

Dos de couverture



Couverture



Pages intérieures





BANQUE des
TERRITOIRES



Les campagnes publicitaires

05



**Vous voyez
un bâtiment désaffecté.
Votre maire
voit la future crèche
pour vos enfants.**

#Municipales2020

CONSEILLER, FINANCER, OPERER

La Banque des Territoires s'engage à vos côtés, vous accompagne et soutient TOUS vos projets. Vous êtes élu dans une commune de moins de 10 000 habitants, dans une intercommunalité ou une commune nouvelle, la Banque des Territoires s'engage à vos côtés via son service Territoires Conseils : nos conseillers répondent à vos questions juridiques et financières gratuitement au 0 970 808 809 et vous proposent webconférences, journées d'information, guides pédagogiques...

L'intérêt général a choisi sa banque

banquedesterritoires.fr

  | @BanqueDesTerr

Bannière



**Construire
ensemble
Les territoires
de demain**

#AFondLesTerritoires

 **BANQUE des
TERRITOIRES** | 
L'intérêt général a choisi sa banque

Consulter nos offres

Important :

Compte tenu des contraintes de format, le logo est ici placé exceptionnellement à droite au lieu d'être à gauche comme il est recommandé.

05.1

Exemples d'une campagne publicitaire multi-supports photo en couleurs

Dans les campagnes publicitaires, le logotype est situé en haut à gauche. Le système hexagonal peut être utilisé pour valoriser le message.

Important :

Sur les formats publicitaires, l'effet visuel obtenu avec le système hexagonal doit être identique à ce que l'on voit sur le format de référence A4 (voir 02.3).

Sur les supports print, le site internet de la Banque des Territoires, ainsi que les pictos Twitter et Instagram, sont obligatoires en signature.

Quand une opération est organisée sur les réseaux sociaux en parallèle de la campagne, le # associé est mis en avant de manière visible.

Affiche 4x3



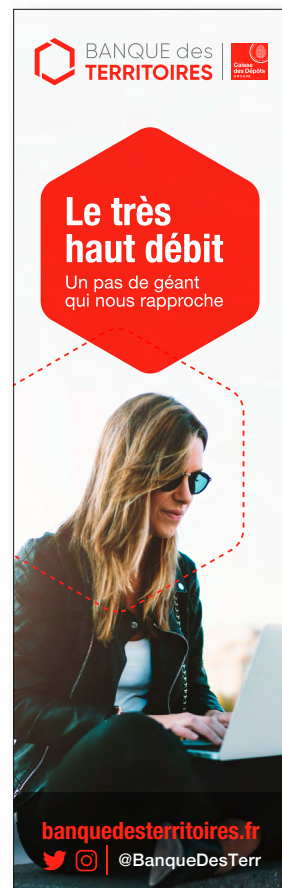
A4



05.1

Exemples d'une campagne publicitaire multi-supports photo en couleurs/suite

Affiche verticale



Bannière web 120 x 600



Bannière web horizontale



Arche



05.2

Exemples d'une campagne publicitaire multi-supports photo en noir & blanc

Dans les campagnes publicitaires, le visuel peut-être traité en noir et blanc.

Affiche 4x3



05 - Les campagnes publicitaires

A4

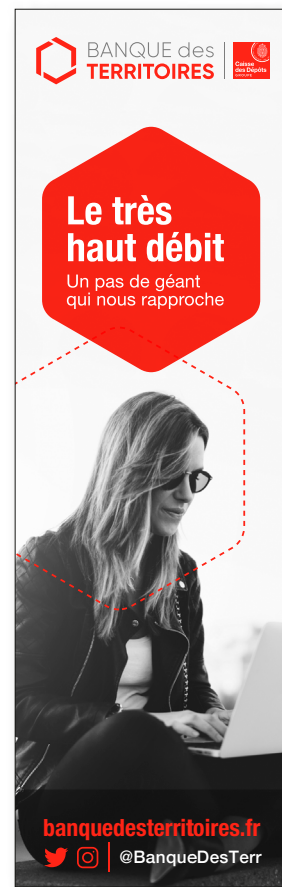


05.2

Exemples d'une campagne publicitaire multi-supports photo en noir & blanc/suite

05 - Les campagnes publicitaires

Affiche verticale



Bannière web 120 x 600



Bannière web horizontale



Arche



05.3

Les principes graphiques, placement du logotype et interdits

Les principes graphiques :

Les ingrédients graphiques sont ceux du système hexagonal décrit dans le chapitre 2. (02.1, 02.2, 02.3, 02.4, 02.5)

Le placement du logotype :

Le logotype doit être toujours placé en haut et à gauche du support en respectant la zone de protection (voir 01.3)



Tout autre emplacement est interdit.

Le logotype ne doit jamais être encadré ou traversé par le contour d'un hexagone.

L'accroche :

Elle est placée dans l'hexagone en respectant la zone de protection (voir 01.11). En priorité, l'hexagone doit avoir un filtre de couleur rouge transparent (mode produit).

Important - Exception :

Si avec le filtre rouge transparent, l'accroche n'est pas lisible, l'opacité du rouge est alors recommandée.



Le logotype et sa zone de protection



- Logotype placé en haut à droite. Zone de protection non respectée car elle a glissé vers le haut

- Logotype placé en bas à droite et il est traversé par le contour d'un hexagone. Zone de protection non respectée.

05 - Les campagnes publicitaires





BANQUE des
TERRITOIRES



Le site internet

06

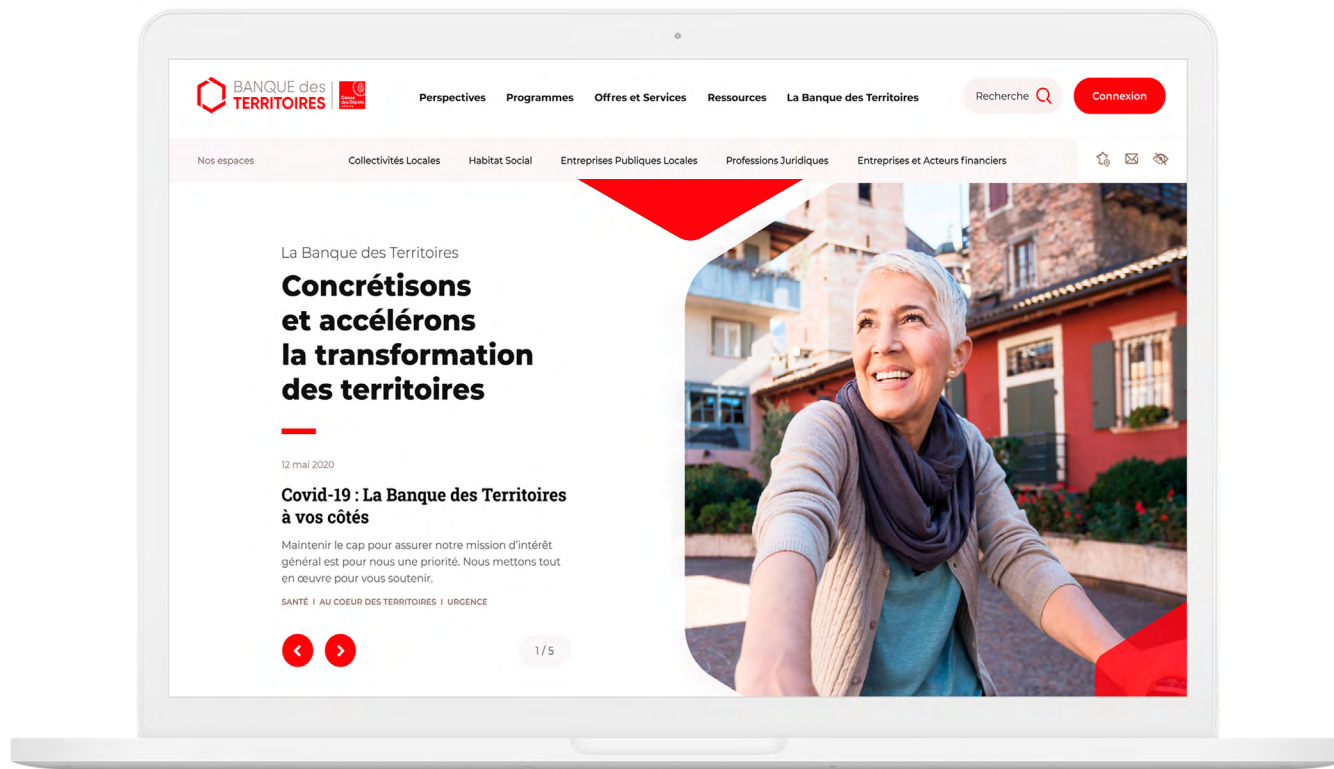
Le design du site Internet

Le design du site internet utilise les codes du système hexagonal.

La plateforme web étant en cours de refonte, les pages de la charte concernant cette rubrique seront finalisées ultérieurement.



WORK IN PROGRESS





BANQUE des
TERRITOIRES



Les réseaux sociaux & la communication digitale

07

07.1

07 - Les réseaux sociaux & la communication digitale

Les pictogrammes des réseaux sociaux et l'adresse web

L'adresse web : elle peut figurer avec ou sans pictogramme.

Les pictogrammes des réseaux sociaux : ils peuvent être positionnés à gauche ou en dessous de l'adresse web.

Les filets séparateurs : ils sont utilisés pour séparer, d'une part, les pictos des réseaux sociaux de l'adresse du site web et, d'autre part, le picto du dernier réseau social affiché de l'adresse des comptes @BanqueDesTerr. Le filet séparateur ne doit jamais être utilisé entre les pictos des réseaux sociaux.

Le cadre : l'ensemble de ces éléments ne doit jamais être enfermé dans un cadre. Cet ensemble peut éventuellement être entouré largement par un hexagone contour tirets, ce qui contribue à le mettre en valeur.

L'espacement : la distance qui sépare chaque élément est égale à la moitié de la largeur d'un pictogramme.

Les comptes Twitter ou Instagram : dans le cas où l'adresse du site web est accompagnée du compte Twitter ou des comptes Twitter et Instagram, l'arobase de @BanqueDesTerr est égale à la moitié de la hauteur du ou des pictogramme(s). Le ou les pictogramme(s) + @BanqueDesTerr est (sont) justifié(s) avec l'adresse web banquedesterritoires.fr.



Exemples :



Publicité



Publication : dos de couverture



Les visuels des réseaux sociaux (Twitter et Instagram)

Les visuels de couverture des réseaux sociaux peuvent être composés à partir d'un aplat rouge ou d'une photo auxquels se superposent des hexagones (en aplat blanc ou en couleurs, texturé, avec un contour...).

Le texte principal vient s'inscrire directement sur l'aplat rouge ou dans un hexagone.

Le logo Banque des Territoires est positionné à gauche.

Les dimensions des photos de couverture doivent respecter les contraintes imposées par les réseaux sociaux.

Veillez à conserver des dimensions qui correspondent aux mises à jour des réseaux sociaux.

A titre indicatif, les dimensions 2020 sont :

- **Couverture Twitter** : 1500 x 500 pixels

- **Visuels Instagram** :

. Format paysage : 1080 x 566 pixels

. Format portrait : 1080 x 1350 pixels

. Format carré : 1080 x 1080 pixels

. Format publicitaire : 1080 x 1920 pixels

Attention : La photo de couverture étant recouverte en partie par la photo de profil, il convient de respecter une zone de protection en bas à gauche, dans laquelle aucune information importante ne doit être positionnée.

Exemple



07.2

Les visuels des réseaux sociaux (Twitter et Instagram)

Exemples



Les visuels des réseaux sociaux (Twitter et Instagram)

Les créations réalisées pour publication sur les réseaux sociaux utilisent les couleurs principales et secondaires de la charte (voir 01.9), auxquelles s'ajoutent les cinq couleurs présentées ici.

Important :

Les cinq couleurs supplémentaires présentées sont à **usage exclusif des réseaux sociaux**.



RVB : 255 102 51



RVB : 58 206 208



RVB : 6 118 226



RVB : 102 51 204



RVB : 51 204 153

Exemples



07.3

Les photos de profil et les avatars sur les réseaux sociaux (Twitter et Instagram)

Les photos de profil des réseaux sociaux et leurs avatars sont composés sur une surface rouge. Cette surface est circulaire pour Twitter et Instagram.

Par défaut, l'hexagone blanc du logotype de la Banque des Territoires vient se positionner au centre de la surface rouge. La largeur de cet hexagone est égale à la moitié de la surface rouge.

Les dimensions des photos de profils et des avatars doivent respecter les contraintes imposées par les réseaux sociaux.

Veiller à conserver des dimensions qui correspondent aux mises à jour des réseaux sociaux.

A titre indicatif, les dimensions en 2020 sont :

- Twitter :

Photo de profil : 400 x 400 pixels (affiché en 200 x 200 pixels)

- Instagram :

Photo de profil : 150 x 150 pixels.

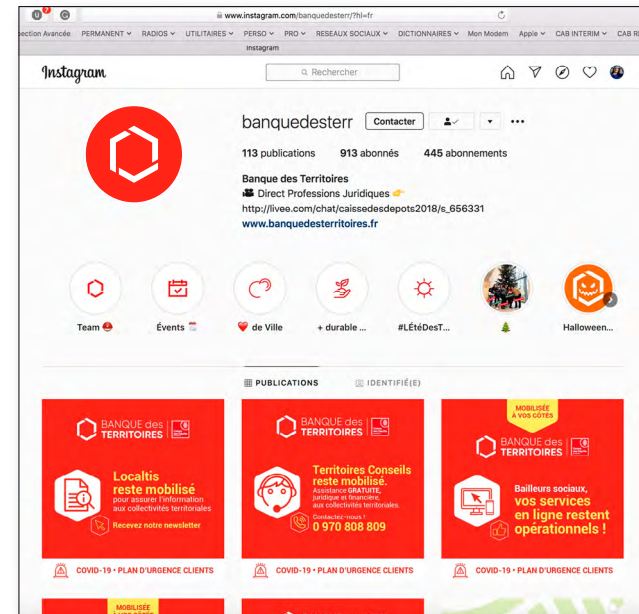
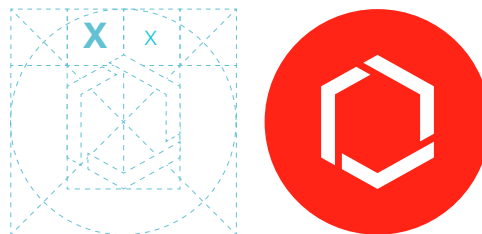


Photo et Avatar Instagram et Twitter



Les icônes des «App»

Les icônes des « App » sont composées de l'hexagone blanc du logotype sur une surface rouge.

La largeur de l'hexagone est égale à la moitié de la surface rouge. L'hexagone est centré dans la surface rouge.

Les dimensions des icônes des « App » doivent respecter les contraintes imposées par les plateformes en ligne des applications. Veiller à conserver des dimensions qui correspondent aux mises à jour de ces plateformes en ligne.

À titre indicatif, les dimensions en 2020 sont :

- **Apple Store** : 180 x 180 pixels.
- **Google Play** : 180 x 180 pixels.



Les newsletters digitales : la catégorie "Information"

Les newsletters digitales sont composées des éléments suivants :

Titre de la newsletter : positionné sur un bandeau rouge comportant, d'une part, le logo Banque des Territoires en haut à gauche et, d'autre part, deux hexagones bleus : un contour plein et un texturé "rayures".

News niveau 1 : positionnée sur un cartouche gris semi-transparent, en partie inférieure d'un visuel, soulignée par un filet rouge.

News niveau 2 : composées sur des cartouches gris, positionnées à droite d'un visuel, séparées par des filets blancs.

News niveau 3 : composées d'un titre rouge, d'un sous-titre noir et d'un rédactionnel. Elles sont séparées en haut en bas par des filets rouges.

Calendrier : composé d'un titre rouge, de rédactionnels sur des cartouches gris. Séparé en haut et en bas par des filets rouges.

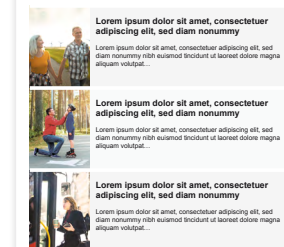
Liens utiles : composés d'un titre rouge, de quatre liens, inscrits dans des cartouches de couleurs. Ils sont séparés en haut et en bas par des filets rouges.

Footer : composé sur un bandeau rouge comportant deux hexagones bleus : un contour plein et un texturé "rayures", il contient l'adresse du site internet, les pictos Twitter et Instagram ainsi que le nom du compte, le copyright et le lien de désinscription.

Header de la catégorie «Information»



News niveau 1



News niveau 2

Footer de la catégorie «Information»



07 - Les réseaux sociaux & la communication digitale



Laurem ipsum nec dolores

Laurem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy

Laurem 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. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugiat nulla facilisis.

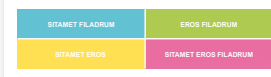
Laurem ipsum nec dolores

06 SITAMET EROS FILADURUM
jul
Laurem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

11 SITAMET EROS FILADURUM
jul
Laurem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

23 SITAMET EROS FILADURUM
jul
Laurem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Laurem ipsum nec dolores



News niveau 3

Calendrier

Liens utiles

07.5

Les newsletters digitales : la catégorie "Offre Produit"

Les newsletters digitales "Offre produit" sont composées des mêmes éléments que celles de la catégorie «Information», voir page précédente. Seul le header change.

Titre de la newsletter : positionné sur un bandeau blanc comportant, d'une part, le logotype Banque des Territoires en haut à gauche et, d'autre part, deux hexagones rouges : un plein et un texturé "rayures" (typologie "Produit") ou un plein et un contour texturé "rayures" (typologie "Offre globale").

Footer : composé sur un bandeau blanc comportant deux hexagones rouge : un plein et un texturé "rayures", il contient l'adresse du site internet, les pictos Twitter et Instagram ainsi que le nom du compte, le copyright et le lien de désinscription.

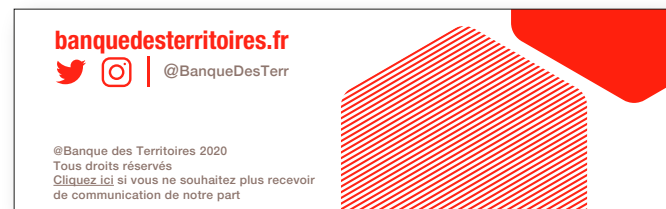
Header de la catégorie "Produit"



Header de la catégorie "Offre globale"



Footer des catégories "Produit" et "Offre globale"



07 - Les réseaux sociaux & la communication digitale





BANQUE des
TERRITOIRES



**Les objets
promotionnels**

08

Le marquage d'objets

Le logotype de référence de la marque est la version principale. Toutefois, elle peut être remplacée par l'une des deux versions alternatives (verticale ou horizontale), lorsque les contraintes techniques (types de supports, dimensions réduites, procédés d'impression, etc.) rendent impossible l'utilisation de la version principale.

Dans le cas où la surface de marquage du support serait particulièrement petite, utiliser l'une des deux versions alternatives avec endossement du texte groupe Caisse des Dépôts.

Lorsqu'ils sont en couleurs, les objets promotionnels peuvent être, au choix, rouges ou blancs.



Exemples comportant la version principale de la marque avec endossement du logotype groupe Caisse des Dépôts



Exemples comportant l'une des deux versions alternatives avec endossement du texte groupe Caisse des Dépôts

Le marquage d'objets/suite

Le système hexagonal est utilisé ponctuellement pour réaliser des objets promotionnels événementiels.

Le système hexagonal peut également permettre de créer des tenues attractives pour les hôtes et les hôtesse.





BANQUE des
TERRITOIRES



**L'habillage des vidéos
et des motions design**

09

Les intros et les outros

Le système hexagonal s'anime de manière identitaire dans les intros et les outros des vidéos et des motions design.

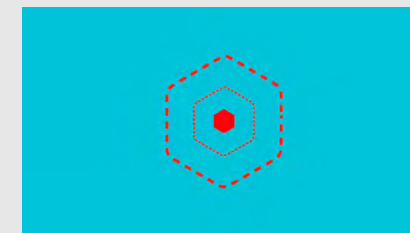
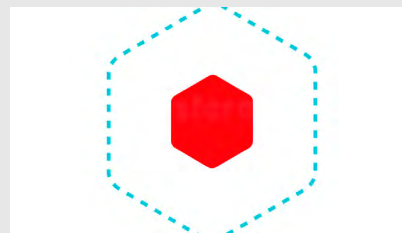
Il existe 3 types d'intros et d'outros, chacun ayant un usage exclusif :

- Ceux réservés à la collection de vidéos « Transformons nos territoires » : (communication preuve)
- Ceux réservés à la collection de vidéos et de motions design "Zoom sur..." (pédagogie autour d'une offre, d'un produit, d'une notion complexe)
- Ceux réservés à la collection de vidéos "L'interview" (interview d'une ou de plusieurs personnes)

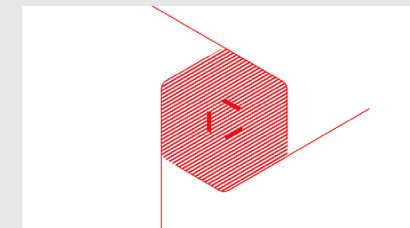
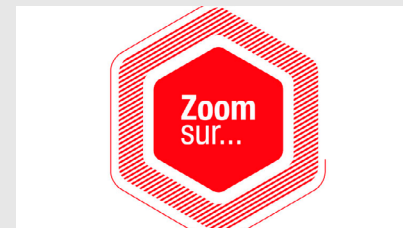
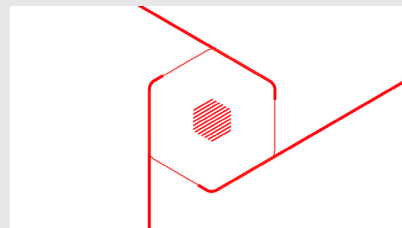
Chaque type d'intro est disponible en format court et en format long.

Les intros et outros sont disponibles sur la plateforme pictéo.caissedesdepots.fr sur laquelle vous pouvez créer un compte.

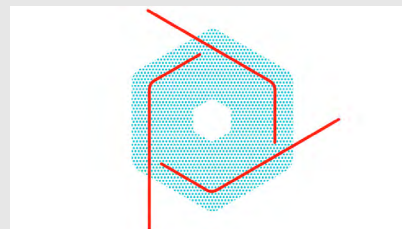
Collection « Transformons nos territoires »



Collection « Zoom sur... »



Collection « L'interview »

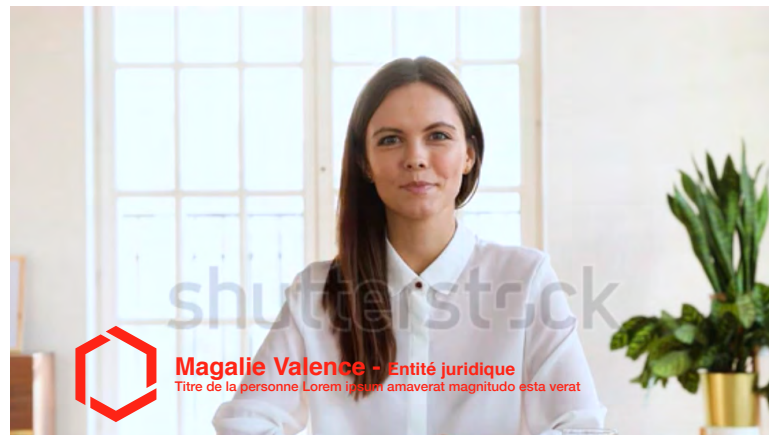


Les synthés des vidéos

Les synthés des vidéos et des motions design sont formatés et comportent le sigle du logotype Banque des Territoires.

La police utilisée est de l'Helvetica Neue Bold et Regular. La couleur de la police (blanche ou rouge prioritairement) sera choisie pour permettre une lisibilité optimale sur l'image.

Les synthés sont disponibles sur la plateforme **pictéo.caissedesdepots.fr** sur laquelle vous pouvez créer un compte. 





BANQUE des
TERRITOIRES



La signalétique

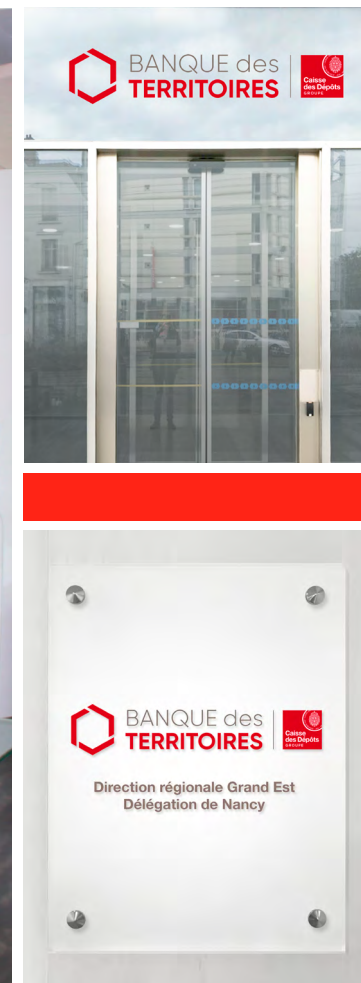
10

10.1

Exemples d'enseignes



10 - La signalétique



10.1

Exemples de kakémono et d'oriflamme

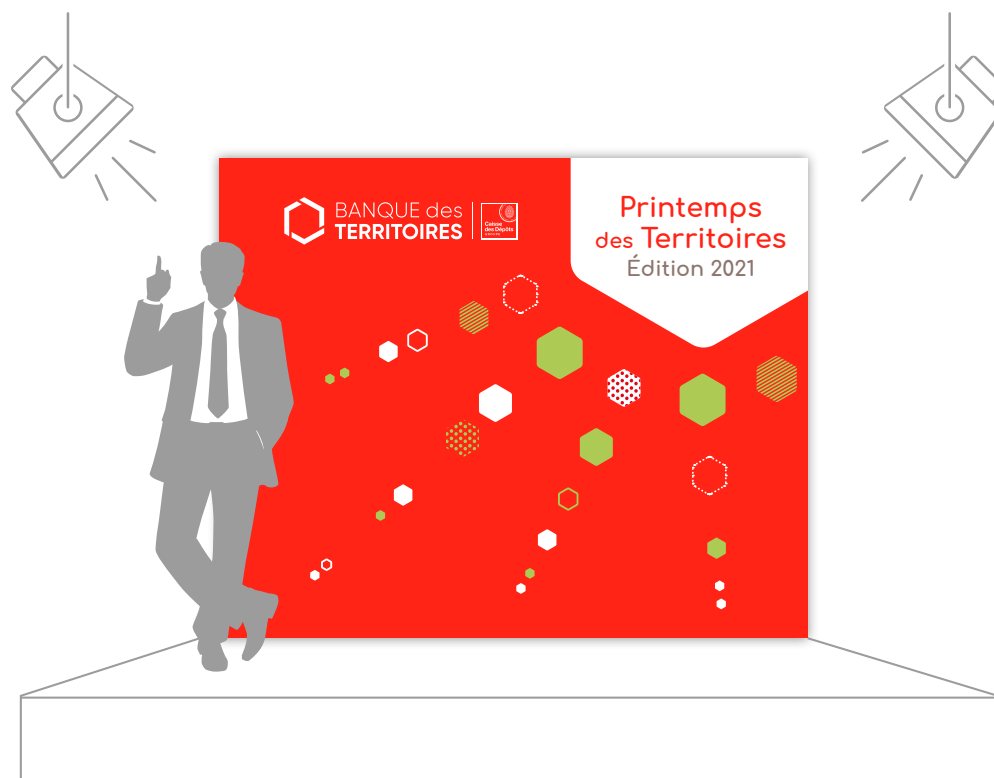
10 - La signalétique



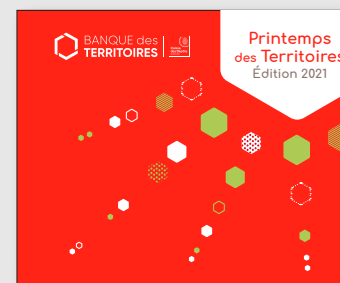
10.2

Exemple de signalétique événementielle

Fond de scène



10 - La signalétique



Exemple de signalétique événementielle/suite

Matrix Masterclass

MASTERCLASS

A

10000 - 10045

MOBILITÉ
Comment répondre aux enjeux de la mobilité dans les villes moyennes ?
À l'échelle du territoire, comment concilier l'attractivité des centres-villes et les problématiques liées au parking et à la circulation ? Focus sur 2 solutions d'aménagement, les véhicules autonomes et le stationnement intelligent.

11000 - 11045

DIGITAL
Territoires intelligents : les citoyens utilisateurs et acteurs des nouveaux services
Quels nouveaux services numériques peuvent être proposés aux citoyens et comment les rendre accessibles à tous ?

12000 - 12045

SERVICE AUX CITOYENS
Services publics digitalisés : de services pour tous les publics ?
13 initiatives de services publics sont présentées, toutes sont des actions numériques et des initiatives numériques pour tous les citoyens. Une opportunité pour tous ? Cyprien, Espace public numérique, Tiers lieux, Mairie, et autres espaces numériques.

14000 - 14045

ÉNERGIES NOUVELLES RENOUVELABLES
Bâtiments publics : énergie et économie
Répondre aux impératifs de rénovation énergétique des bâtiments publics et aller plus loin en faveur des bâtiments à haute performance énergétique.

15000 - 15045

TOURISME
Focus sur 2 secteurs d'avenir pour les Territoires
Le développement du patrimoine et du tourisme d'avenir. Focus sur 2 secteurs pour le développement touristique des territoires.

BANQUE des TERRITOIRES

MASTERCLASS

A

10000 - 10045

MOBILITÉ
Comment répondre aux enjeux de la mobilité dans les villes moyennes ?
À l'échelle du territoire, comment concilier l'attractivité des centres-villes et les problématiques liées au parking et à la circulation ? Focus sur 2 solutions d'aménagement, les véhicules autonomes et le stationnement intelligent.

11000 - 11045

DIGITAL
Territoires intelligents : les citoyens utilisateurs et acteurs des nouveaux services
Quels nouveaux services numériques peuvent être proposés aux citoyens et comment les rendre accessibles à tous ?

12000 - 12045

SERVICE AUX CITOYENS
Services publics digitalisés : de services pour tous les publics ?
13 initiatives de services publics sont présentées, toutes sont des actions numériques et des initiatives numériques pour tous les citoyens. Une opportunité pour tous ? Cyprien, Espace public numérique, Tiers lieux, Mairie, et autres espaces numériques.

14000 - 14045

ÉNERGIES NOUVELLES RENOUVELABLES
Bâtiments publics : énergie et économie
Répondre aux impératifs de rénovation énergétique des bâtiments publics et aller plus loin en faveur des bâtiments à haute performance énergétique.

15000 - 15045

TOURISME
Focus sur 2 secteurs d'avenir pour les Territoires
Le développement du patrimoine et du tourisme d'avenir. Focus sur 2 secteurs pour le développement touristique des territoires.

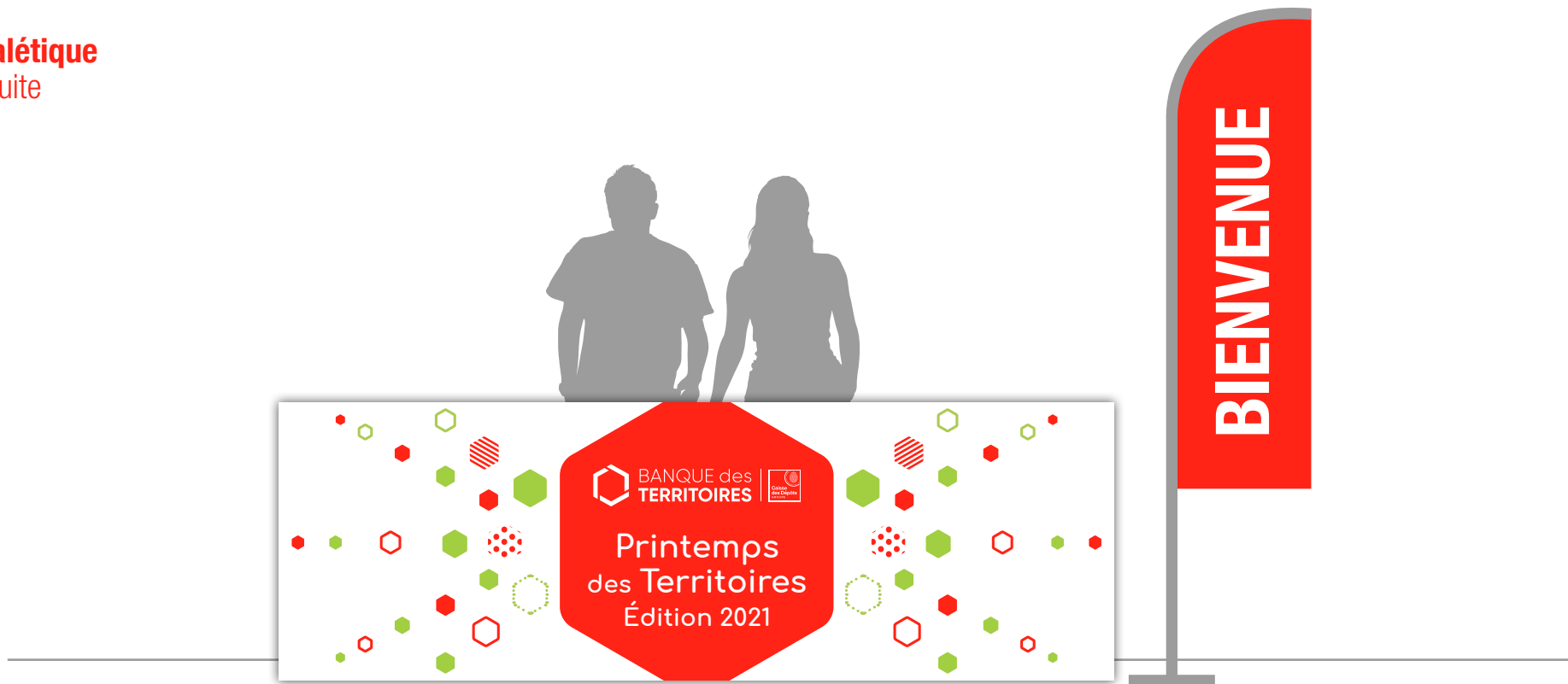
BANQUE des TERRITOIRES

Banque des Territoires | Charte graphique | 07 juillet 2020

95

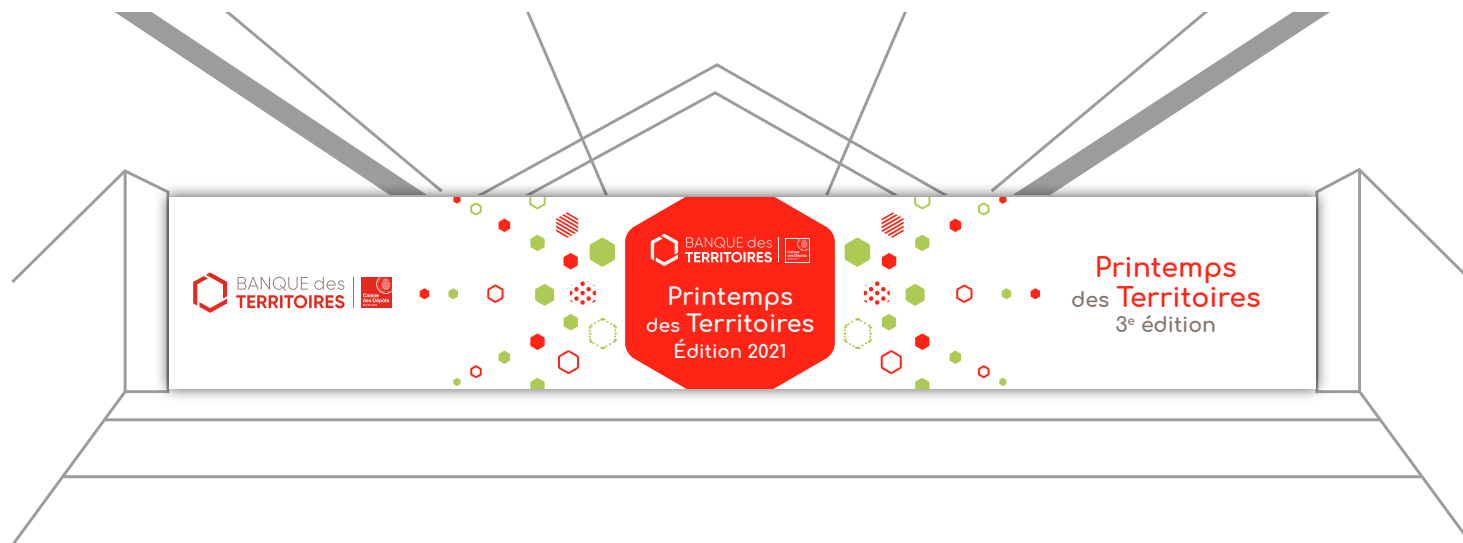
Exemple de signalétique événementielle/suite

Desk d'accueil



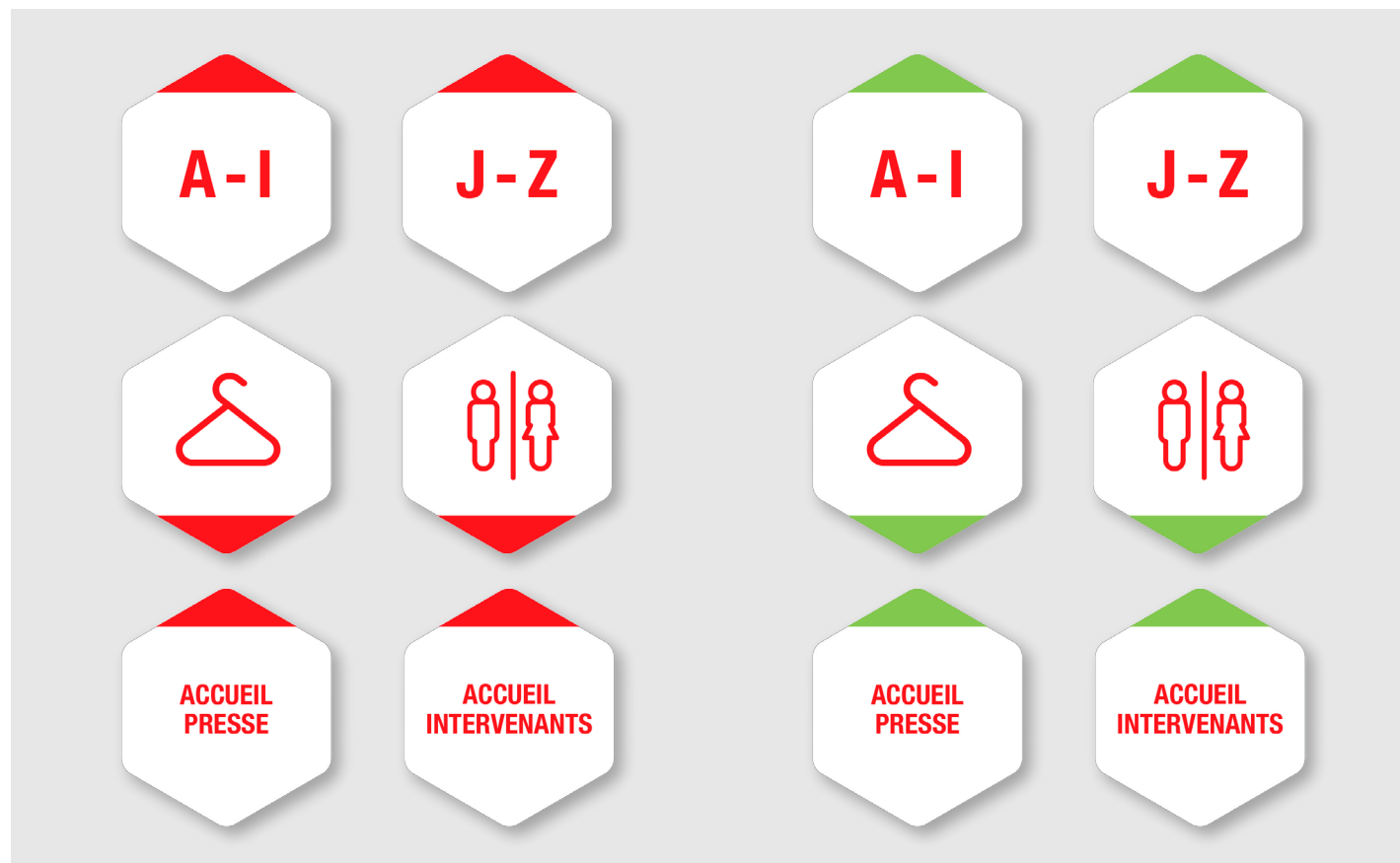
Exemple de signalétique événementielle/suite

Signalétique en hauteur



Exemple de signalétique événementielle/suite

Signalétique directionnelle verticale



Exemple de signalétique événementielle/suite

Signalétique directionnelle horizontale

Important : ➔

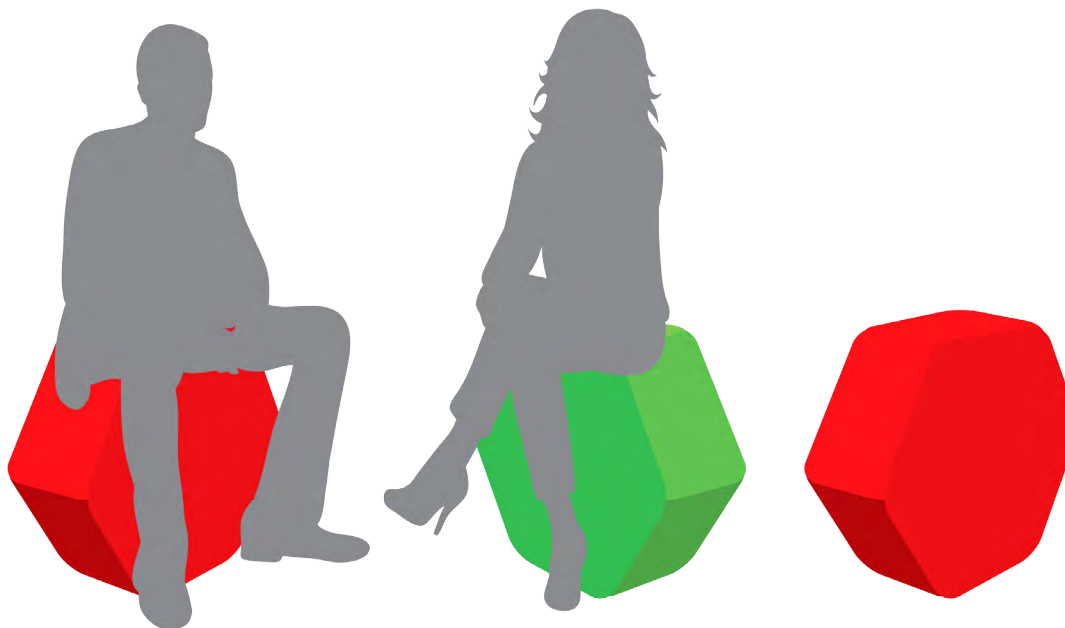
Il est interdit d'utiliser l'hexagone sous un autre axe.

Exceptionnellement pour la signalétique directionnelle horizontale, l'hexagone sous un autre axe peut être utilisé.



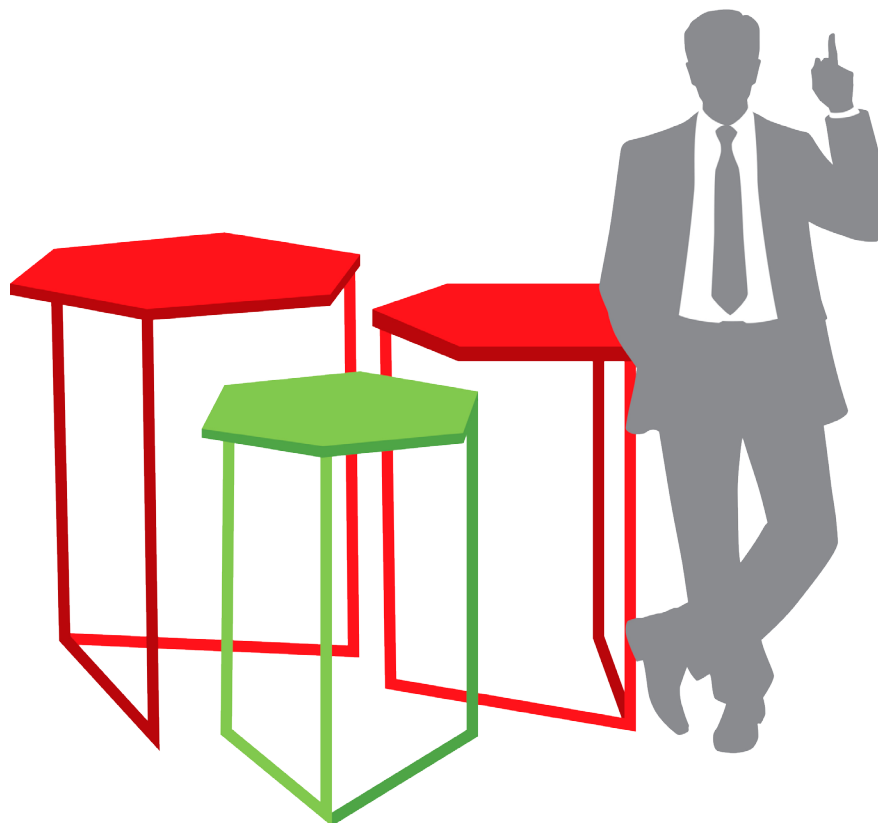
Exemple de signalétique événementielle/suite

Mobilier



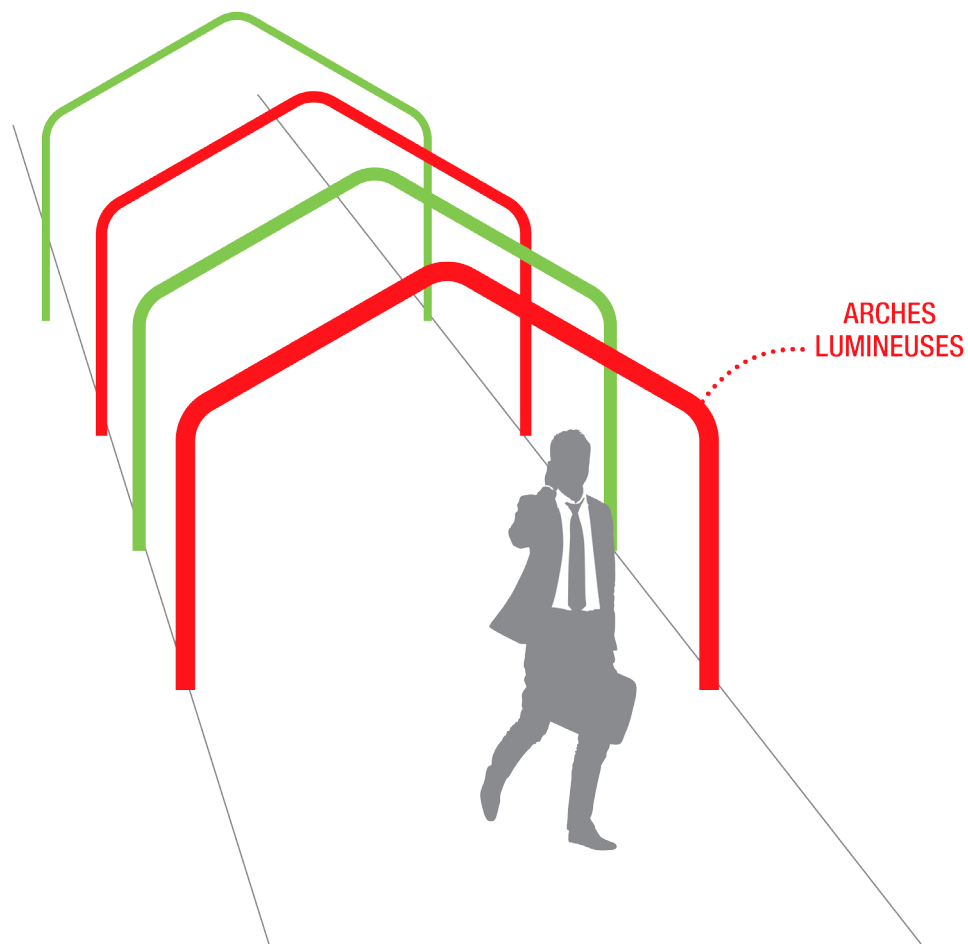
Exemple de signalétique événementielle/suite

Mobilier



Exemple de signalétique événementielle/suite

Mobilier



10.2

Exemple de signalétique événementielle/suite

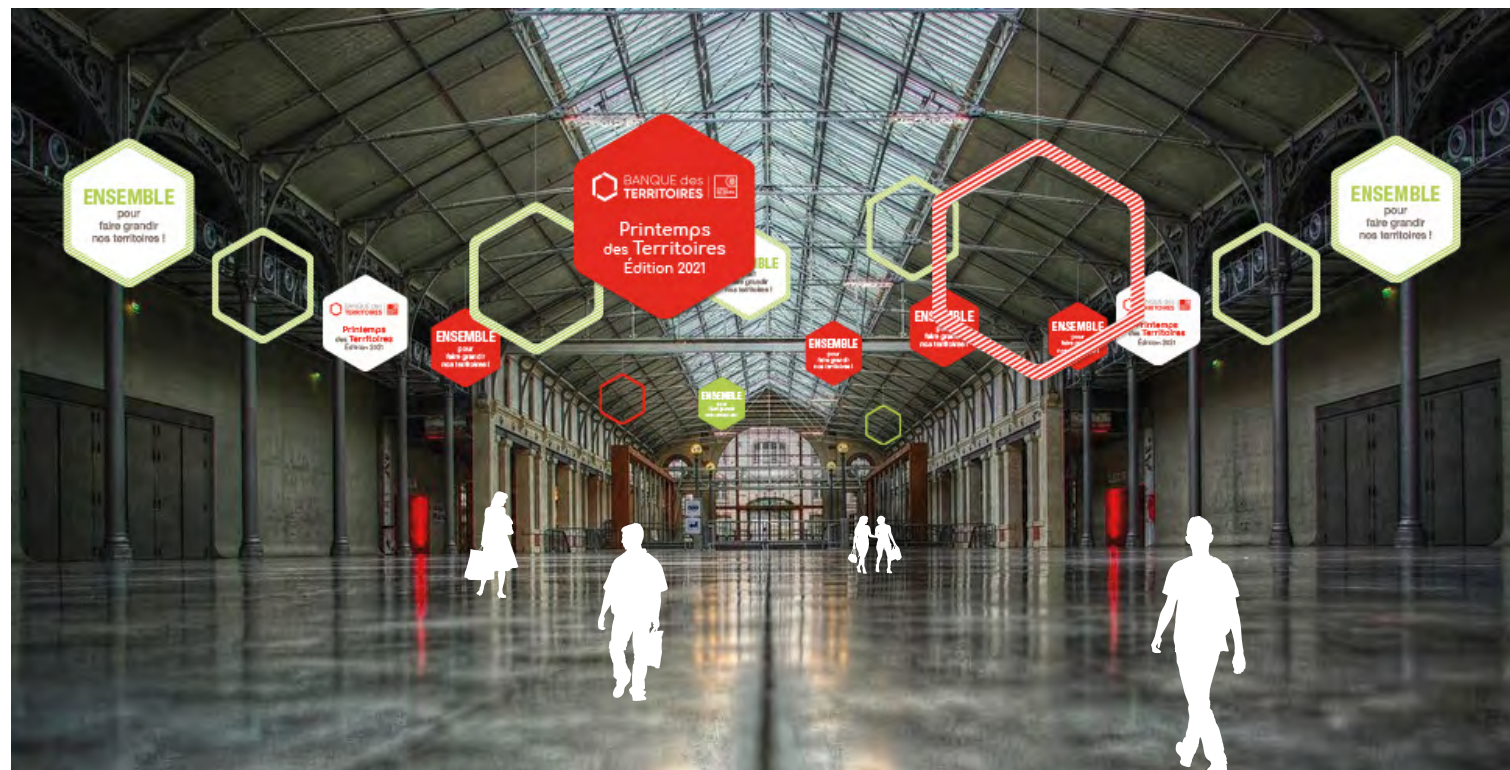
Mobiles



10 - La signalétique

Exemple de signalétique événementielle/suite

Mobiles



Exemple de stand



Exemple de stand/suite



Exemple de stand/suite





banquedesterritoires.fr



| @BanqueDesTerr