

# Charte graphique

Avril 2025



# Préambule

Entreprise publique de conseil en charge du développement international des entreprises et de leurs exportations, Business France s'engage, au travers des principes graphiques établis pour la création de sa charte, à respecter la charte de l'État mise à jour en juin 2021 et la charte de la marque France dont la dernière révision remonte à juillet 2024.

Ces deux chartes sont tenues à jour par le Service d'information du Gouvernement (SIG).

**Centre de marque**

# Introduction

Bienvenue dans notre charte graphique, un guide essentiel qui établit les bases de notre identité visuelle.

Fondée sur trois piliers – cohérence, innovation et impact –, notre charte assure une reconnaissance immédiate de notre marque, stimule la créativité et vise à captiver notre public.

En respectant ces principes, nous créons **une identité visuelle forte et cohérente, essentielle à notre succès** à long terme.

# Sommaire

<b>00 Direction stratégique</b>			
<b>Plateforme de marque</b>	<b>5</b>		
Plateforme de marque	6		
<b>01 Ingrédients graphiques</b>	<b>8</b>		
Logotype	9		
Typographie	13		
Palette de couleurs	15		
Trame	18		
Iconographie	20		
Illustrations	23		
Pictogrammes	24		
Système graphique	25		
<b>02 Architecture de marque</b>	<b>27</b>		
Proportion du logotype	28		
Principe de construction	29		
Communication propriétaire	30		
opérateur Business France			
Communication Marque France	31		
Communication V.I.E/V.I.A	32		
Business France en tant	33		
que partenaire			
Mention patronage	35		
Mémo	36		
<b>03 Supports d'application</b>	<b>37</b>		
Papeterie	38		
Bureautique	43		
Édition	45		
Goodies	46		
Réseaux Sociaux	49		
Audiovisuel	52		
<b>04 Identité sonore</b>	<b>58</b>		
Charte d'identité sonore	59		
Identité sonore	61		
Signature sonore	64		
Kit événementiel	65		
Kit digital	66		
Kit téléphonique	67		
Informations légales	68		
<b>05 Ton de voix</b>	<b>69</b>		
Voix de Business France	70		
Plateforme de marque	71		
Piliers de langage	72		
Marqueurs expérientiels	76		
Mémo	81		
Hier & Aujourd'hui	82		

00

**Direction  
stratégique  
Plateforme  
de marque**

# PLATEFORME DE MARQUE

## CONVICTION 2

**Pour l'export comme pour l'attractivité nous savons que la bonne rencontre peut tout changer**

Business France est **une entreprise de connexions qui contribue** à faire de la France une nation attractive et ambitieuse.  
Un **trait d'union** entre les territoires, au niveau régional, national et mondial.  
Un **trait d'union** entre les partenaires qui mettent la France en avant.  
Un **trait d'union** entre les savoirs, les talents, et l'information.  
Un **trait d'union** entre les entrepreneurs et les conseillers.  
Un **trait d'union** entre l'attractivité et l'export, en pensant l'international comme un enjeu global.

## MYTHE FONDATEUR 1

**Depuis toujours, nous sommes des connecteurs de Business dans nos régions et partout dans le monde**

Business France est **une entreprise publique** de conseil fondée pour favoriser le Business en établissant des connexions.  
Nous connectons les entrepreneurs et notre expertise, mettant à leur disposition la puissance de notre réseau.

Notre motto

# Créateurs d'opportunités Business

## 3 CONTRIBUTION

**Nous existons pour générer du Business, de l'emploi et faire rayonner la France**

Dans le cadre de sa **mission de service public**, Business France est aux côtés des entreprises et entrepreneurs ambitieux.  
Nous valorisons et dynamisons les territoires, ouvrons de nouveaux marchés, rendons la France attractive et attrayante, afin de générer (comme notre nom l'indique) du Business et des emplois.

## 4 COMMUNAUTÉ IDÉALE

**Nous réunissons les décideurs ambitieux et déterminés**

Business France s'adresse à ceux qui savent que pour se développer, il faut sans cesse se transformer.  
Tous sont des acteurs de l'économie, prêts à explorer au-delà des frontières.  
Ils sont ambitieux mais avisés, comprenant que le succès réside dans la capacité de bien s'entourer.  
À l'écoute et ouverts aux **dialogues, ces entrepreneurs sont d'autant plus prêts à oser et s'engager, qu'ils sont bien accompagnés!**

# NOTRE MOTTO - UTILISATION

## Version française

Version courte

**Créateurs d'opportunités Business**

Version longue

**Créateurs d'opportunités Business,  
en France et partout dans le monde**

Mention

businessfrance.fr  
@businessfrance

## Version anglaise

Version courte

**Creators of business opportunities**

Version longue

**Creators of business opportunities,  
in France and throughout the world**

Mention

businessfrance.com  
@businessfrance

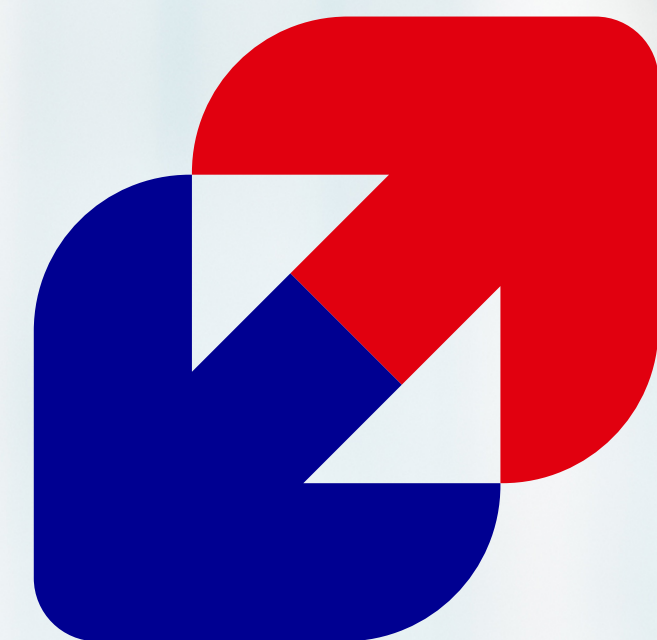
### Utilisation

Kakémono / Fond de stand / Carton de fin de vidéo

**01**

# **Ingrédients graphiques**





**Business  
France**



# LOGOTYPE

Le logotype se compose d'un symbole (les deux flèches) et d'un typogramme.

## Dessin propriétaire

Le typogramme est issu d'un dessin spécifique spécialement dessiné pour refléter l'aspérité des flèches du sigle.



## Couleurs du logotype

-  Rouge Marianne
-  Bleu France
-  Noir

Le logotype s'utilise en couleur sur des fonds clairs. Sur des fonds foncés ou denses, il doit être utilisé soit en réserve blanche pour garantir sa lisibilité, soit en couleur avec son cartouche blanc



# LOGOTYPE

Le logotype se décline en trois versions.

La version sur une ligne lorsque l'encombrement ne permet pas la version principale.

La version symbole seul lorsqu'il est présent en petite taille ne rendant pas lisible le typogramme.

La zone de protection est égale à la moitié d'une flèche du logotype.

Les tailles minimales sont indiquées pour l'impression et le digital.

La zone de protection (= cartouche blanc entourant le logo) est obligatoire pour offrir une zone de respiration et garantir une lisibilité optimale lorsque le logo en version couleur est utilisé sur un fond foncé ou dense. Toutefois, le logo peut être utilisé en version blanche directement sur un fond sombre, sans cartouche.

Version principale




Version 1 ligne




Symbole seul



3,5 mm / 30 px 

3 mm / 20 px 

2,5 mm / 15 px 



# LOGOTYPE

## DO’S & DON’TS

### Utilisation générale

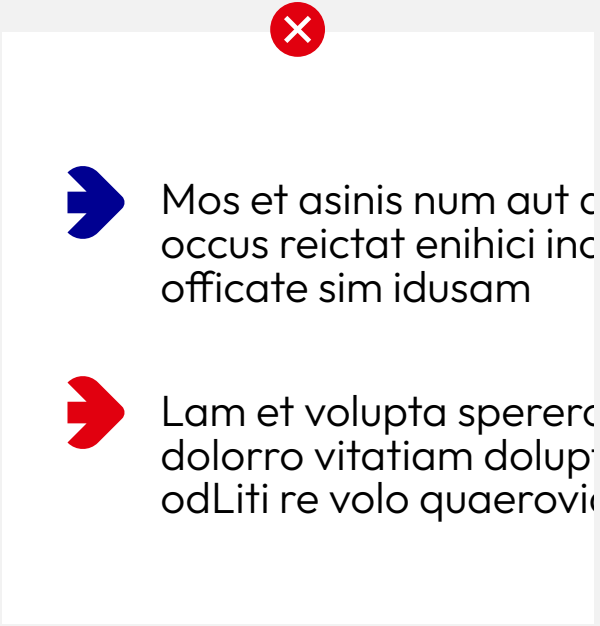
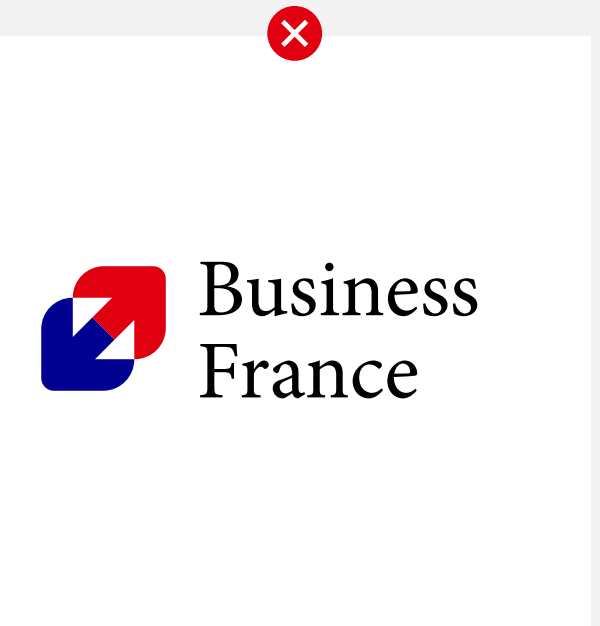
Le logotype participe à l’identité de Business France. Aucun des éléments qui le compose ne doit être modifié, déformé, recadré ou déplacé.

Le logotype est toujours utilisé sur un fond uni très clair (y compris la zone de protection). Il est possible de l’utiliser sur une photo, pourvu que le fond soit très clair et qu’il n’y ait aucun élément perturbateur à l’intérieur de la zone de protection.

Il est interdit de modifier les proportions entre les éléments qui composent le logotype, ainsi que leur position ou leur inclinaison.

### Animations textuelles

Il est interdit d’utiliser les flèches du logotype en animation de mise en page. D’autres formes d’animation de mise en page ou de puces sont néanmoins utilisables, comme, par exemple, les carrés ou les points dans les couleurs définies par la charte.



## TYPOGRAPHIE

### OUTFIT RIGUEUR & PROXIMITÉ

La typographie du territoire est la Google font Outfit, qui est à utiliser pour toute prise de parole.

Si celle-ci n'est pas installée sur votre poste, merci de contacter le support DSI via Helpy.

Si vous êtes partenaires de Business France, vous pouvez télécharger et installer la typographie à l'adresse suivante :

<https://fonts.google.com/specimen/Outfit>

Pour les utilisations bureautiques, Business France a choisi la typographie de substitution Arial en lien avec la charte de l'État.

Black

# Créateurs d'opportunités

**Depuis toujours, nous sommes des connecteurs de Business dans nos régions et partout dans le monde.**

**Pour l'export comme pour l'attractivité nous savons que la bonne rencontre peut tout changer.**

Nous existons pour générer du Business, de l'emploi et faire rayonner la France.

Nous réunissons les entrepreneurs ambitieux et déterminés.

Thin

# TYPOGRAPHIE

## LES GRAISSES DE LA TYPOGRAPHIE

La typographie Outfit est disponible en huit niveaux de graisses. L'utilisation des capitales est réservée aux titres.

THIN

AÀÂÄBCÇDEÈÊËFGHIÎÏJKLMNOÔÖOEPQRSTUÙÛÜVWXYZ  
aàâäbcçdeèêëfghiîïjklmnoôöoepqrstuùûüvwxyz  
0123456789€.,,:;...\*‘’“”‘“!?-<>îï()-—·@\\/\_#

LIGHT

AÀÂÄBCÇDEÈÊËFGHIÎÏJKLMNOÔÖOEPQRSTUÙÛÜVWXYZ  
aàâäbcçdeèêëfghiîïjklmnoôöoepqrstuùûüvwxyz  
0123456789€.,,:;...\*‘’“”‘“!?-<>îï()-—·@\\/\_#

REGULAR

AÀÂÄBCÇDEÈÊËFGHIÎÏJKLMNOÔÖOEPQRSTUÙÛÜVWXYZ  
aàâäbcçdeèêëfghiîïjklmnoôöoepqrstuùûüvwxyz  
0123456789€.,,:;...\*‘’“”‘“!?-<>îï()-—·@\\/\_#

MEDIUM

AÀÂÄBCÇDEÈÊËFGHIÎÏJKLMNOÔÖOEPQRSTUÙÛÜVWXYZ  
aàâäbcçdeèêëfghiîïjklmnoôöoepqrstuùûüvwxyz  
0123456789€.,,:;...\*‘’“”‘“!?-<>îï()-—·@\\/\_#

SEMIBOLD

AÀÂÄBCÇDEÈÊËFGHIÎÏJKLMNOÔÖOEPQRSTUÙÛÜVWXYZ  
aàâäbcçdeèêëfghiîïjklmnoôöoepqrstuùûüvwxyz  
0123456789€.,,:;...\*‘’“”‘“!?-<>îï()-—·@\\/\_#

BOLD

AÀÂÄBCÇDEÈÊËFGHIÎÏJKLMNOÔÖOEPQRSTUÙÛÜVWXYZ  
aàâäbcçdeèêëfghiîïjklmnoôöoepqrstuùûüvwxyz  
0123456789€.,,:;...\*‘’“”‘“!?-<>îï()-—·@\\/\_#

EXTRABOLD

AÀÂÄBCÇDEÈÊËFGHIÎÏJKLMNOÔÖOEPQRSTUÙÛÜVWXYZ  
aàâäbcçdeèêëfghiîïjklmnoôöoepqrstuùûüvwxyz  
0123456789€.,,:;...\*‘’“”‘“!?-<>îï()-—·@\\/\_#

BLACK

AÀÂÄBCÇDEÈÊËFGHIÎÏJKLMNOÔÖOEPQRSTUÙÛÜVWXYZ  
aàâäbcçdeèêëfghiîïjklmnoôöoepqrstuùûüvwxyz  
0123456789€.,,:;...\*‘’“”‘“!?-<>îï()-—·@\\/\_#

# PALETTE DE COULEURS

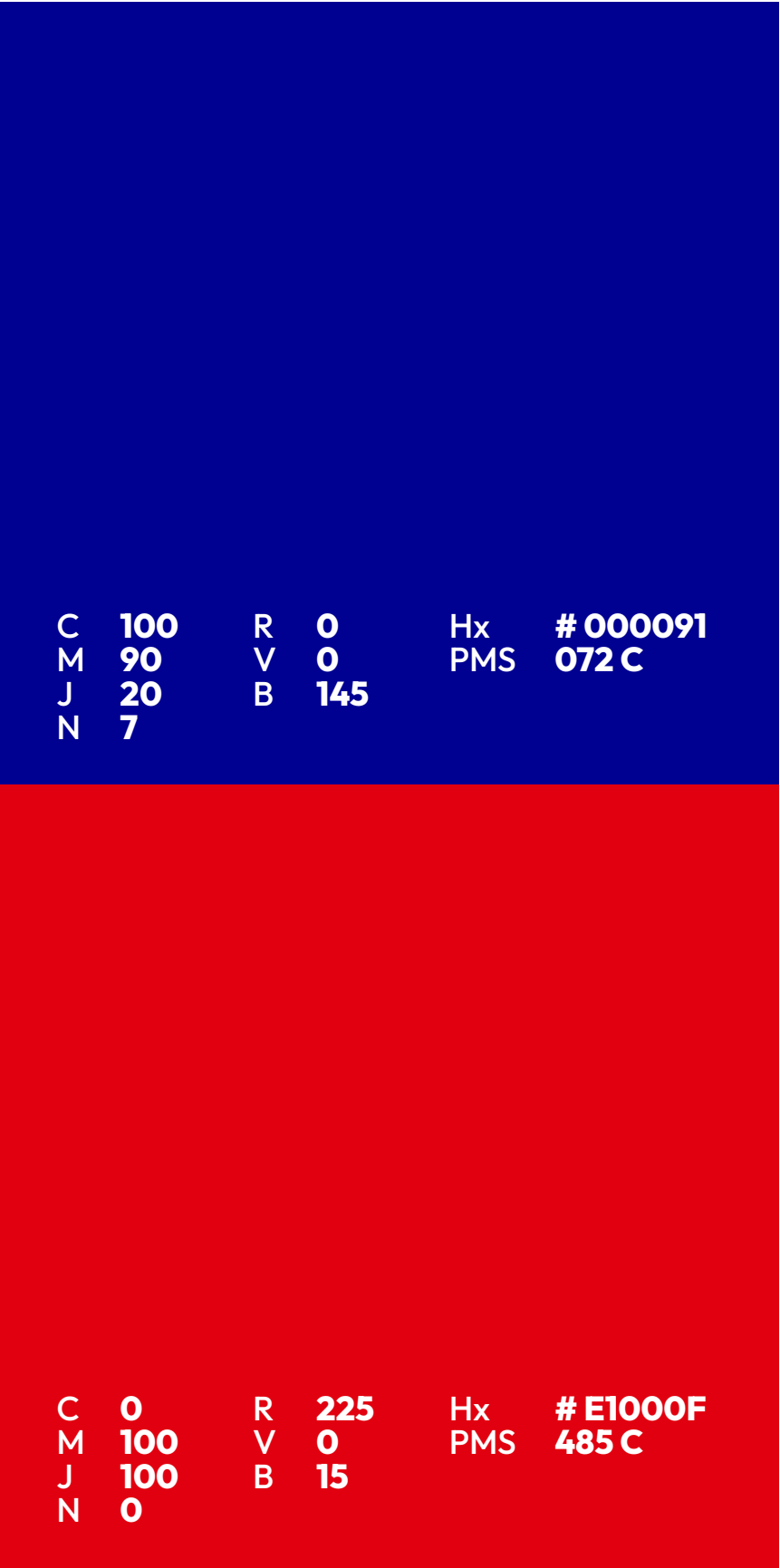
## COULEURS PRINCIPALES

Une palette composée d'un subtil équilibre entre les couleurs de la République française (bleu et rouge) et un ajout de quatre nouvelles teintes plus lumineuses.

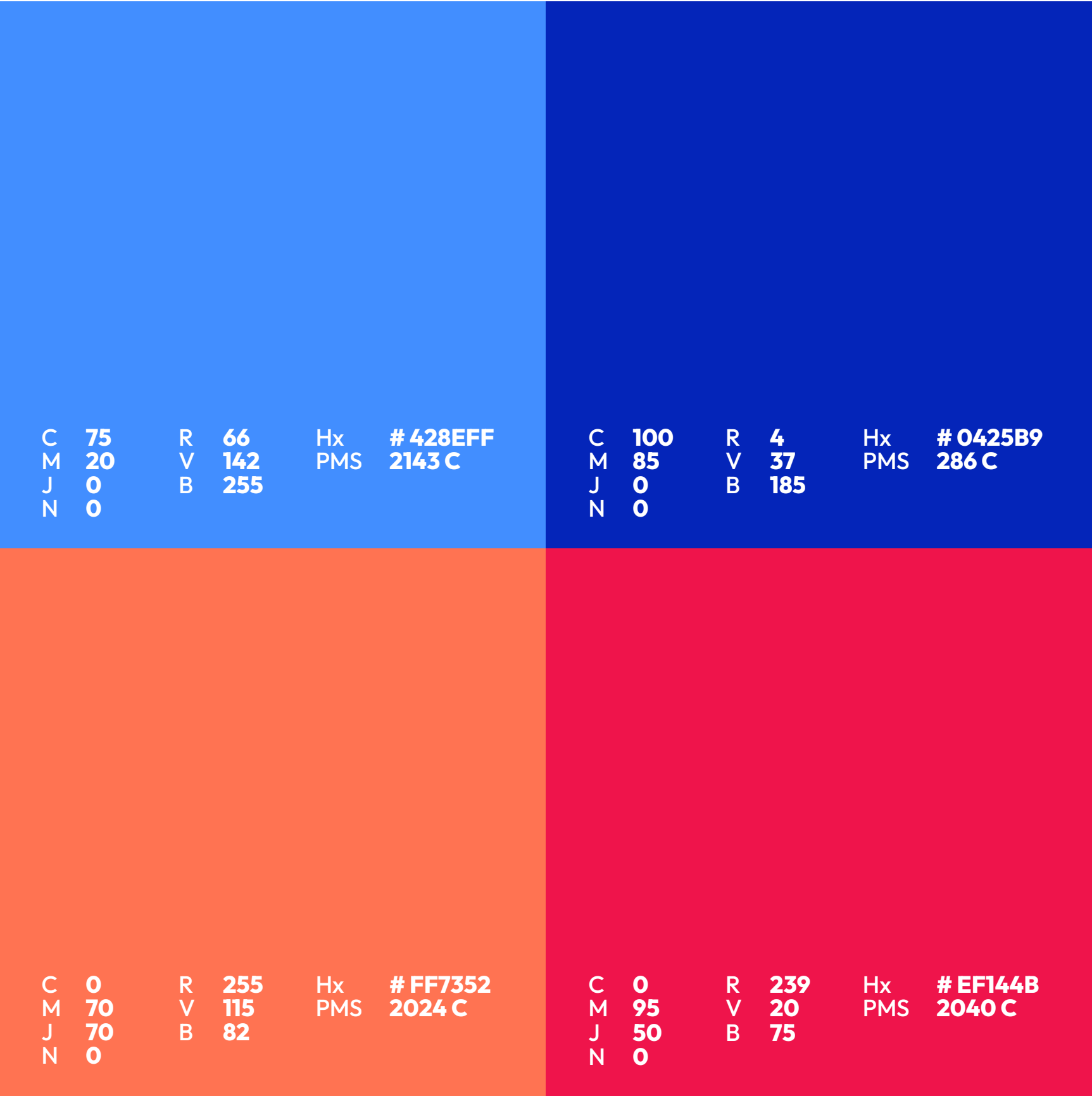
Un territoire polychrome avec une empreinte globale bleu-blanc-rouge.

L'accessibilité des couleurs a été travaillée selon le ratio minimum AA. Cela correspond à un ratio de contraste d'au moins 4.5:1 pour un texte de taille « normale », et d'au moins 3:1 pour un texte « grand » (au moins 18 pt / 24 px, ou gras et d'au moins 14 pt / 18.5 px).

Teintes République française



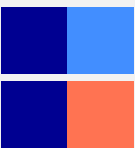
Teintes lumineuses



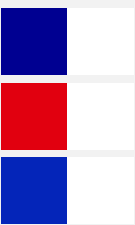
## Accessibilité textes AA

Les associations identifiées fonctionnent pour une couleur de texte associée à une couleur de fond (et vice versa).

Couleur



Blanc



Noir



# PALETTE DE COULEURS

## COULEURS RSE

Véritable approche holistique visant à agir de manière juste et durable en faveur de l’environnement et de la société dans son ensemble, il vous sera possible dans vos réalisations graphiques de souligner visuellement les initiatives et engagements liés à la RSE par l’utilisation – selon les règles d’usage de proportions – de la couleur vert menthe.

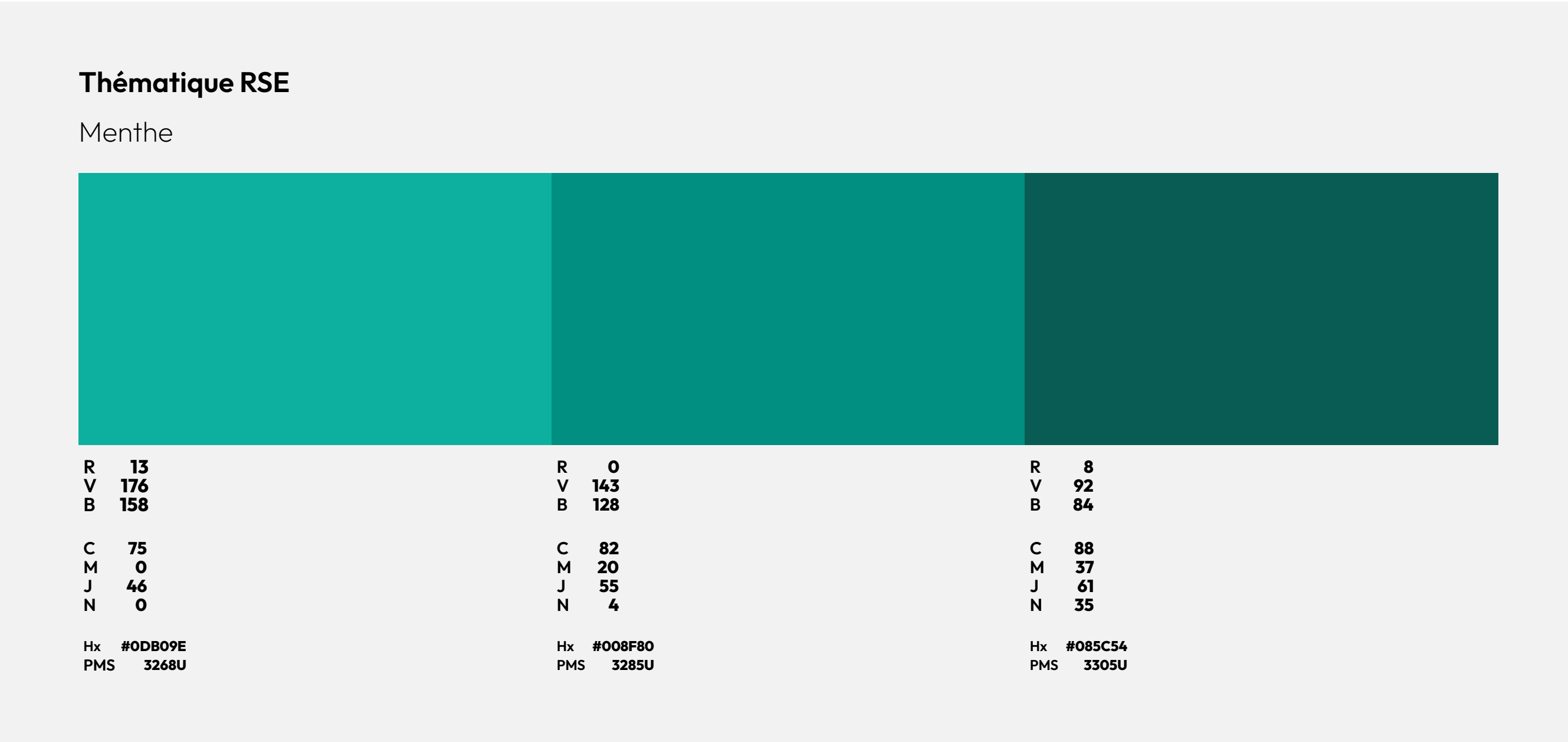
L’accessibilité des couleurs a été travaillée selon le ratio minimum AA. Cela correspond à un ratio de contraste d’au moins 4.5:1 pour un texte de taille « normale », et d’au moins 3:1 pour un texte « grand » (au moins 18 pt / 24 px, ou gras et d’au moins 14 pt / 18.5 px).

## NUANCES DE GRIS

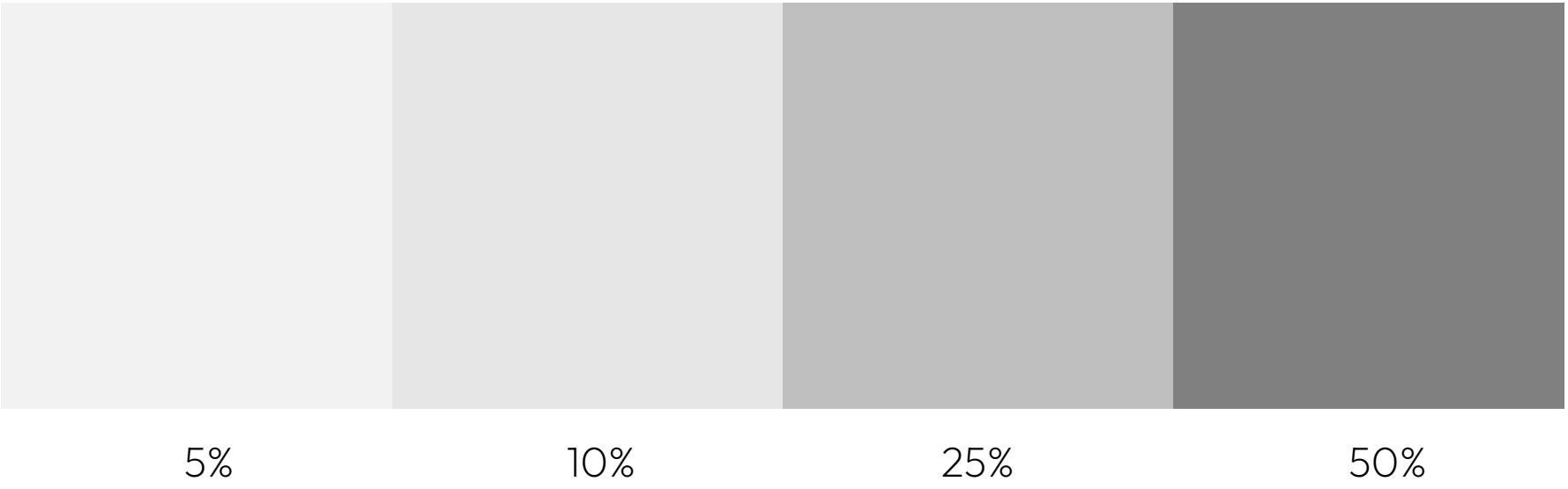
Utilisées comme teintes neutres, elles offrent une hiérarchie discrète tout en garantissant une lisibilité optimale.

À utiliser uniquement sur les supports suivants :

- Bilan
- Infographie
- Publication



## Teinte Noir



## Accessibilité textes AA

Les associations identifiées fonctionnent pour une couleur de texte associée à une couleur de fond (et vice versa).

Teintes République française



Teintes lumineuses



Blanc



Noir





# PALETTE DE COULEURS

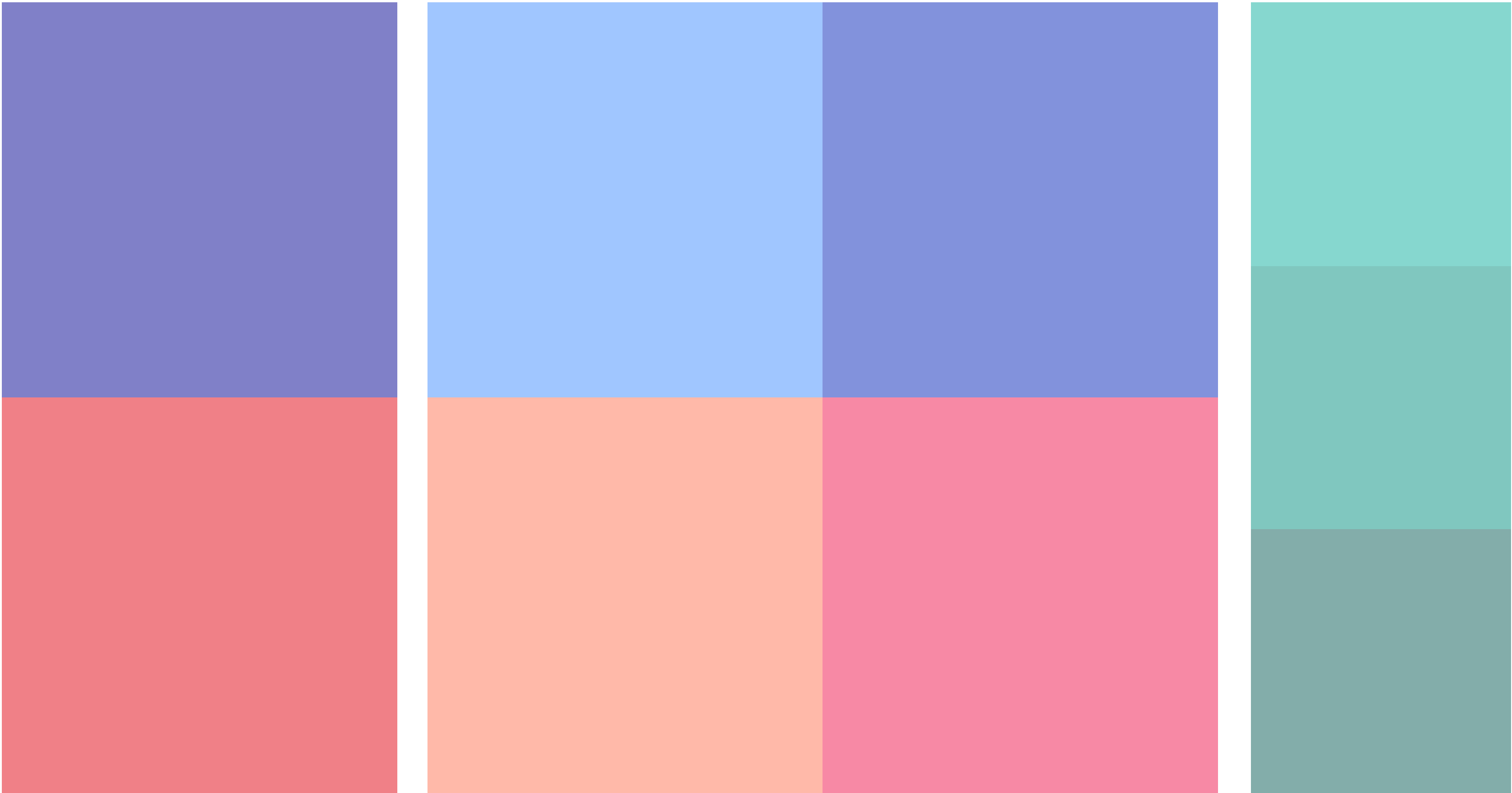
## TEINTES À 50%

Chacune des six couleurs peut également être utilisée avec une teinte réduite à 50 %.

Elle peuvent être utilisées en complément des couleurs lumineuses pour apporter plus de nuances.

À utiliser uniquement sur les supports suivants :

- Bilan
- Infographie
- Publication



Teintes République française à 50%

Teintes lumineuses à 50%

Teintes RSE à 50%

Il est important de modifier la teinte (intensité de la couleur) et non l'opacité. Réduire l'opacité rendrait la couleur transparente, ce qui pourrait nuire à la lisibilité et à la cohérence visuelle.

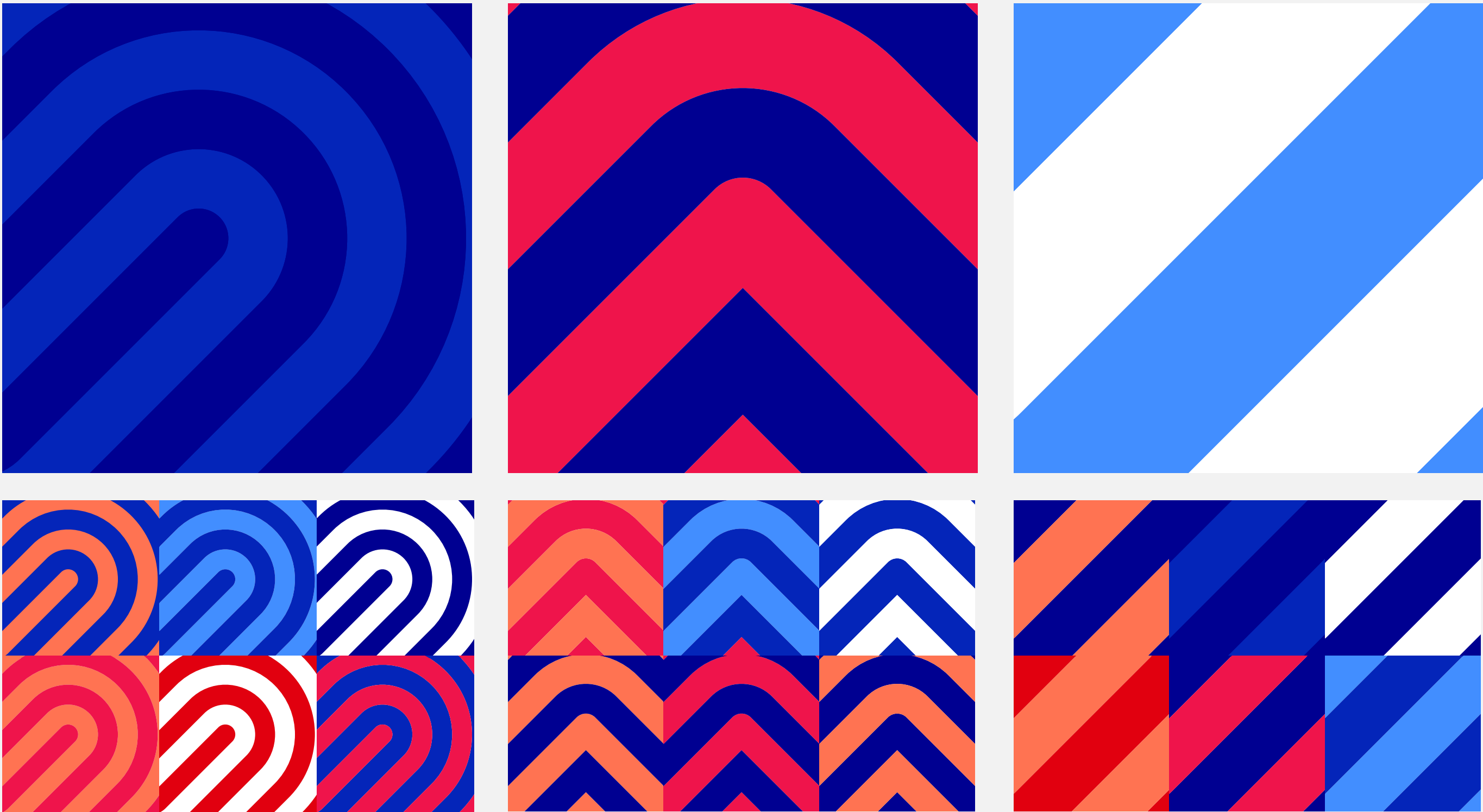


# TRAME

Un rayonnement puissant inspiré du registre formel du logotype.

Usages variés dépendant des contenus et des publics. La trame peut être utilisée à différentes échelles selon les supports d'application. Son agrandissement s'effectue via un curseur, en veillant à ne jamais l'utiliser à une échelle trop micro.

## Couleurs principales



-----●-----  
Taille minimum

## Couleurs RSE



# TRAME

## DO'S

La trame peut être utilisée à différentes échelles selon les supports d'application.

Les couleurs de la trame sont limitées à deux teintes.

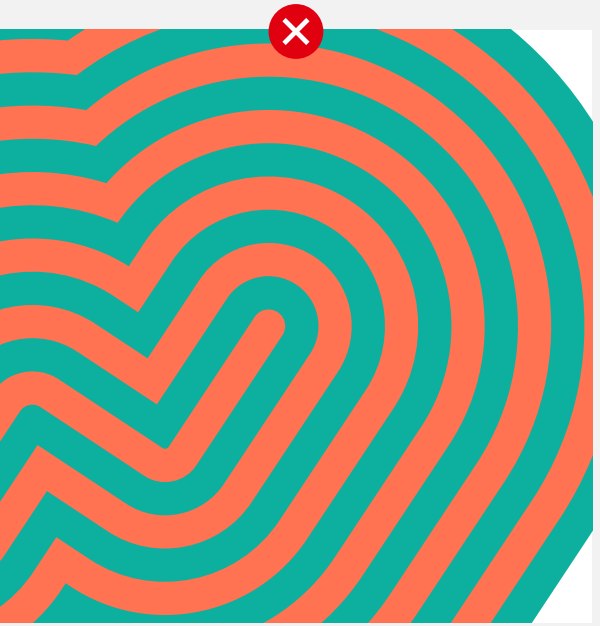
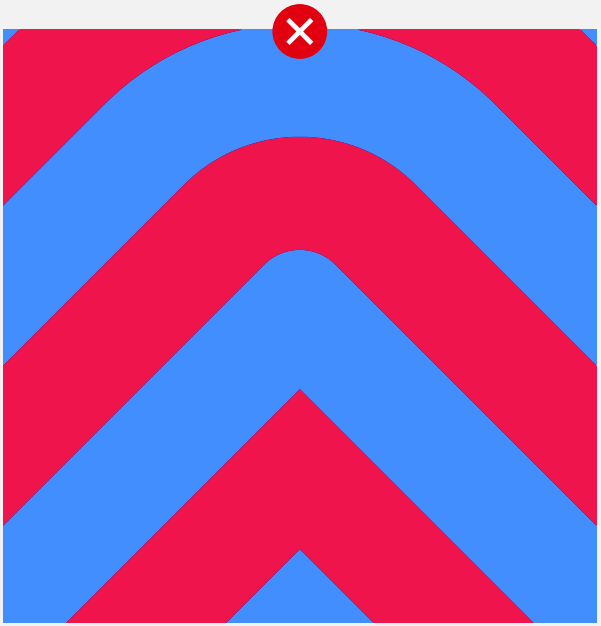
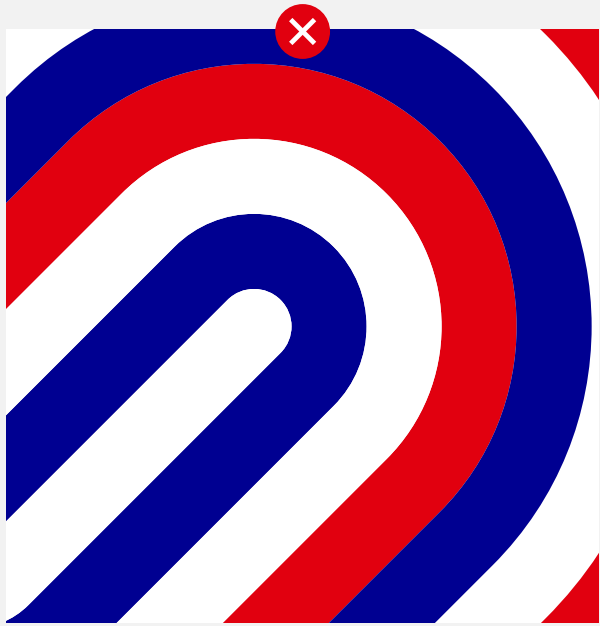
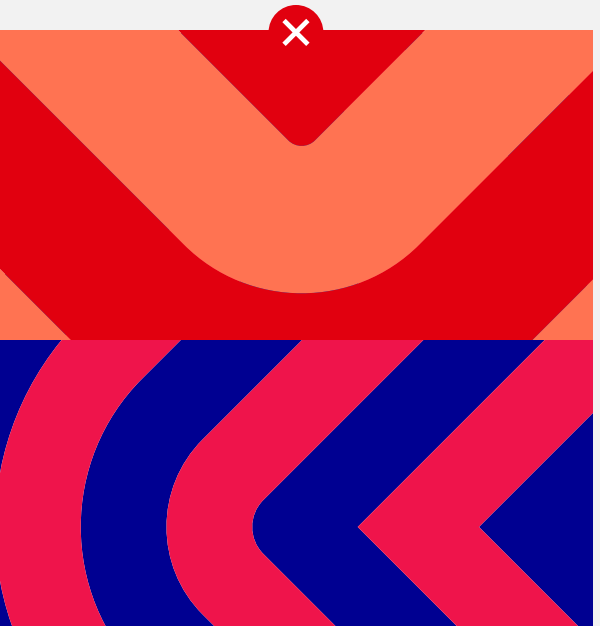
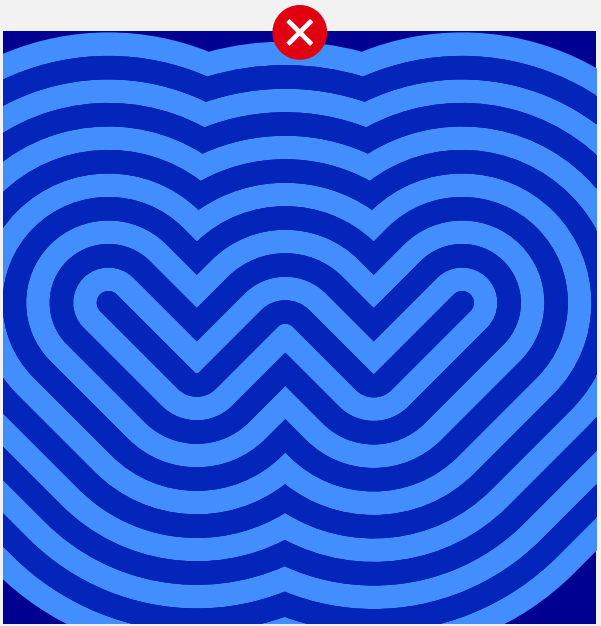
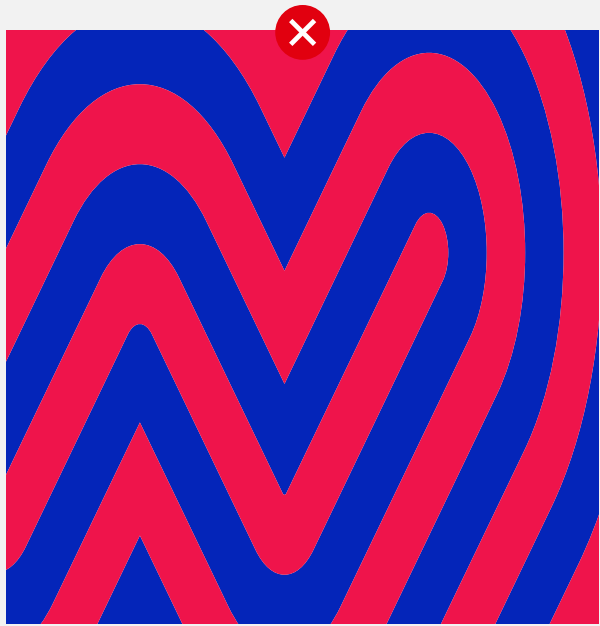
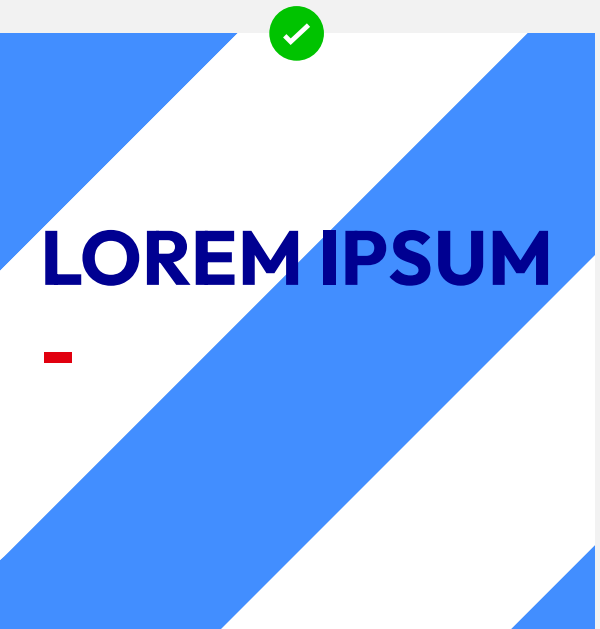
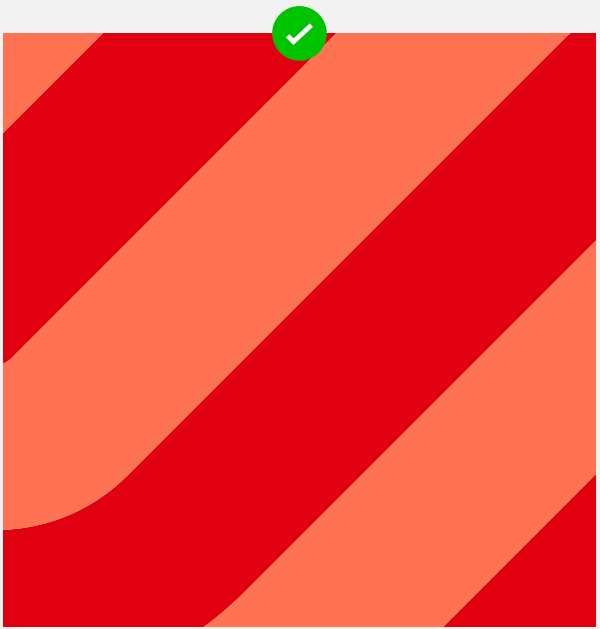
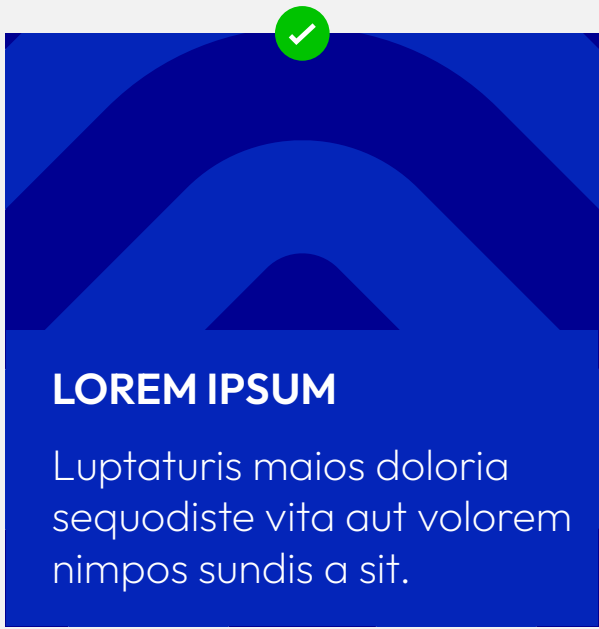
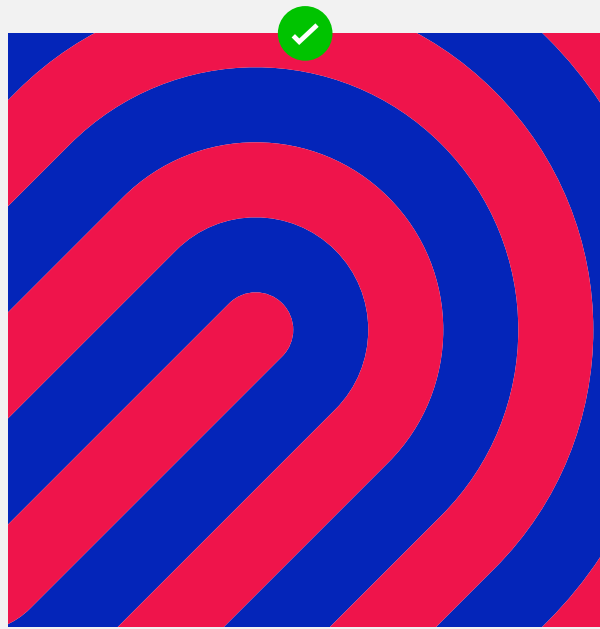
La trame doit être positionnée de manière à ne pas gêner la lecture des textes ou des éléments graphiques essentiels.

## DON'TS

Les dimensions de la trame ne doivent pas être déformées ou étirées.

Ne pas accumuler de trames avec des variations de couleurs ou de tailles dans un seul et même visuel.

Ne pas utiliser deux couleurs qui ne s'harmonisent pas ou qui créent des vibrations visuelles.





# ICONOGRAPHIE

L'iconographie de Business France est principalement constituée de portraits d'entrepreneuses et d'entrepreneurs.

Il est possible d'utiliser en complément des visuels de contexte.

Veiller à respecter la proportion d'utilisation :  
**60 % de portraits et 40 % de contexte.**



à compléter  
avec la banque d'image  
Business France

## Entrepreneurs

Portrait



Groupe



## Contexte

Secteur d'activité lisible et simple



Visuels présentés à titre d'exemple. Droits d'exploitation à acquérir.



# ICONOGRAPHIE

## PORTRAITS

Saisir le quotidien des entrepreneurs et représenter les échanges dynamiques au sein du réseau, en suivant les directives ci-dessous :

## Technique

Focus premier plan avec une posture centrale de l'humain.

Le second plan peut être flou ou composé de matières simples (exemple : briques).

## Cadrage

Prise de vue à hauteur d'homme, au format portrait mettant en avant l'ambition, la détermination, l'action, la positivité et la confiance.

## Posture

Posture mannequin simple, naturelle mais engagée.

Regard fixe caméra.

Visuels présentés à titre d'exemple.  
Droits d'exploitation à acquérir.





# ICONOGRAPHIE

## CONTEXTE

Identifier le secteur d'activité dans lequel évoluent les entrepreneurs (agroalimentaire, industrie, commerce...).

### Vues d'ensemble

Paysages façonnés par la main de l'homme.

### Plans moyens

Chaînes de production, postes de travail.

### Détails

Le produit

Les visuels de contexte doivent être très lisibles (vues de face, perspectives simples, évidence du sujet).

Visuels présentés à titre d'exemple.  
Droits d'exploitation à acquérir.





# ILLUSTRATIONS

L'utilisation d'illustrations est un moyen puissant de renforcer nos discours. Cependant, afin de maintenir la cohérence et l'équilibre dans nos productions, voici quelques règles d'utilisation à suivre :

### Style de l'illustration

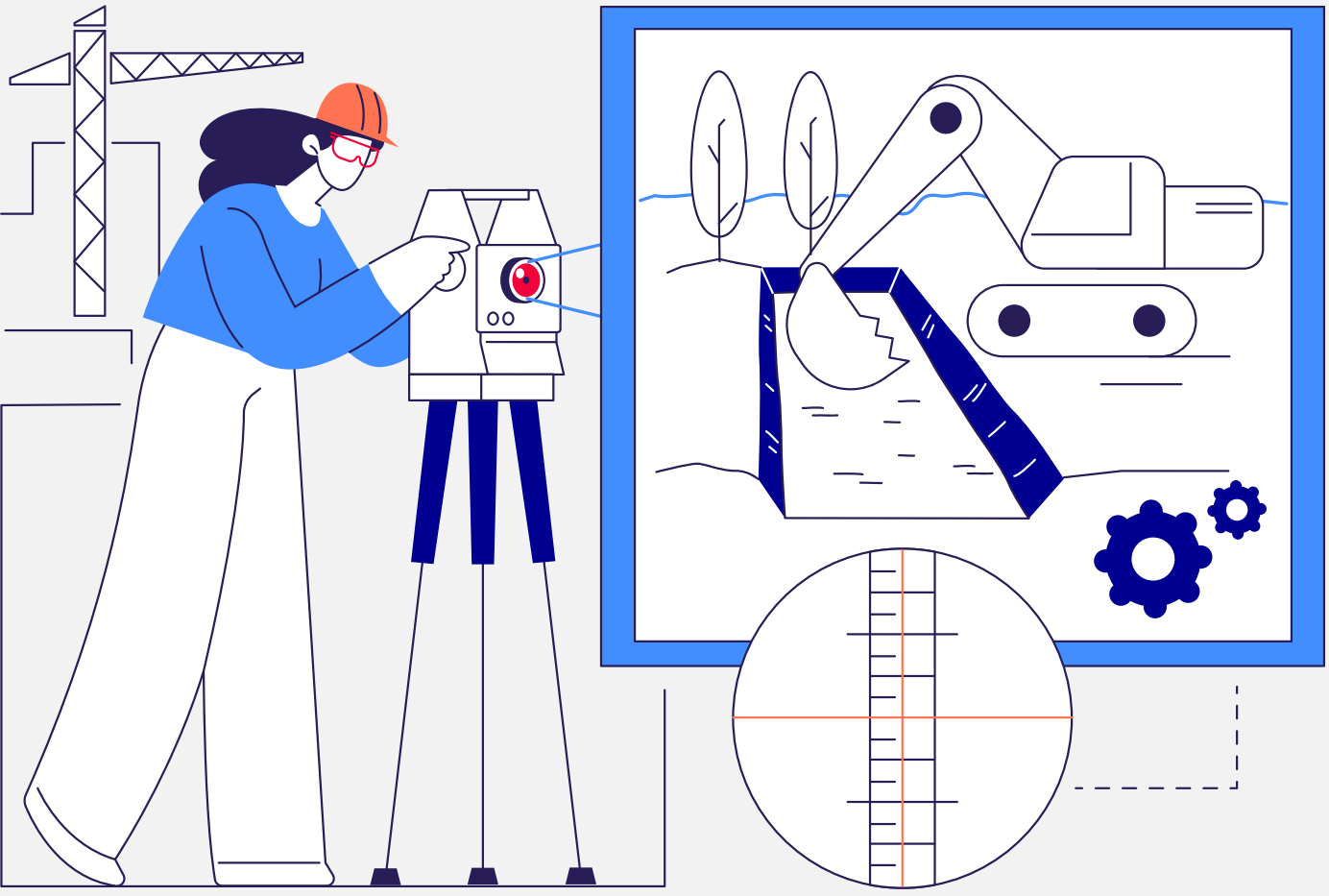
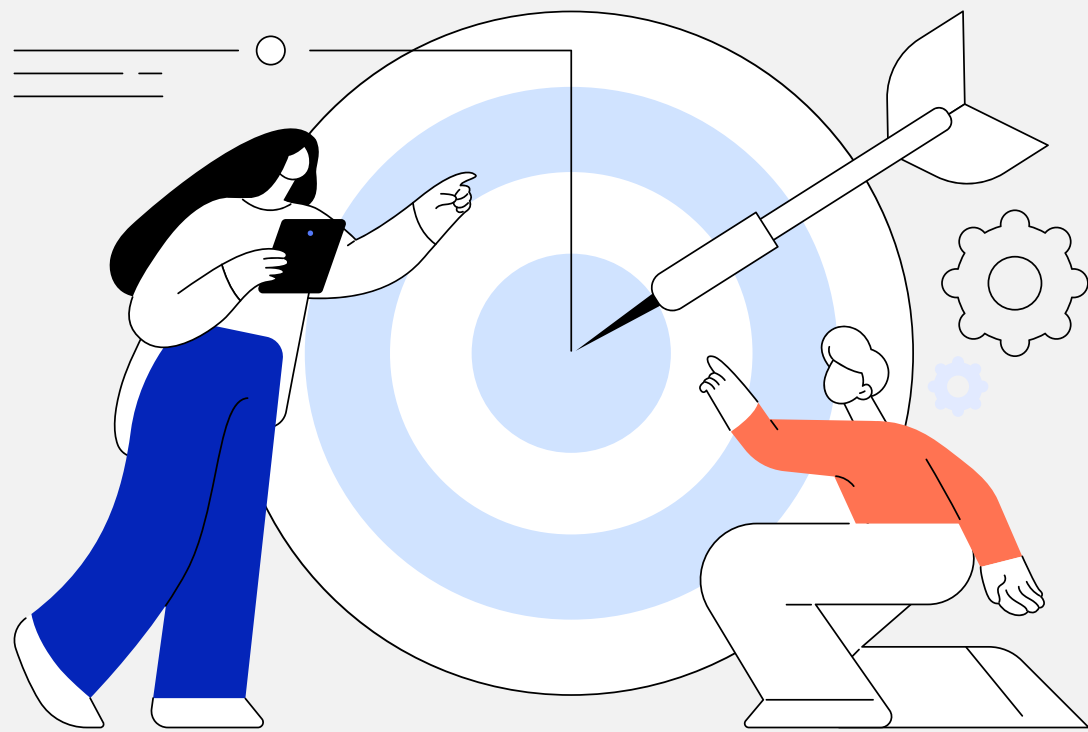
Les illustrations ont une dynamique filaire avec des touches de couleurs en aplat dans le dessin. Celles-ci sont utilisées pour illustrer des thématiques compréhensibles ou évocatrices via de l'iconographie, ou bien en agrément pour dynamiser un support. Issues d'Adobe Stock, elles sont téléchargeables et modifiables pour correspondre à la direction artistique des exemples ci-contre.

### Fréquence d'utilisation

Les illustrations doivent être utilisées de manière parcimonieuse, représentant environ 10 à 20 % des éléments visuels d'une production.

### Taille et placement

Veillez à ce que les illustrations ne dominent pas visuellement le contenu principal. Elles doivent être utilisées de manière subtile et placées de manière stratégique pour compléter le message sans le surcharger.



# PICTOGRAMMES

L'usage des pictogrammes offre également une puissante contribution à nos discours. Afin de maintenir au mieux l'harmonie dans nos réalisations, certaines règles sont à observer :

## Style des pictogrammes

Les pictogrammes adoptent une esthétique filaire ainsi qu'une graisse fine. La liste des pictogrammes à disposition est disponible sur la banque d'images Business France.

## Fréquence d'utilisation

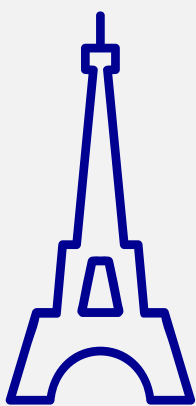
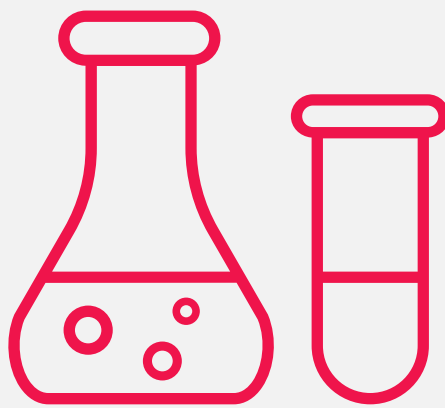
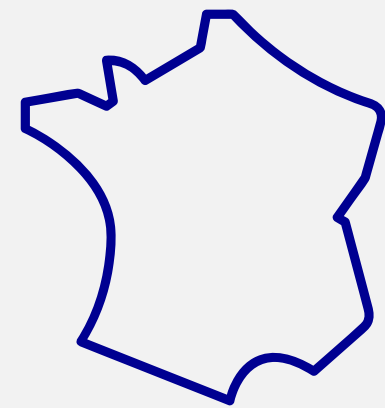
Les pictogrammes doivent être employés avec mesure, représentant environ 10 à 20 % des éléments visuels d'une production. Ils sont tenus d'appuyer efficacement notre message sans en monopoliser l'attention.

## Taille et placement

Il est impératif que les pictogrammes ne dominent pas visuellement le contenu principal. Leur utilisation doit être discrète et stratégique : servant ainsi à compléter un message sans le surcharger.

L'ensemble des pictogrammes sont disponibles dans le centre de marque au lien suivant :

[Pictogrammes\\_BusinessFrance](#)



# SYSTÈME GRAPHIQUE

## PRINCIPES

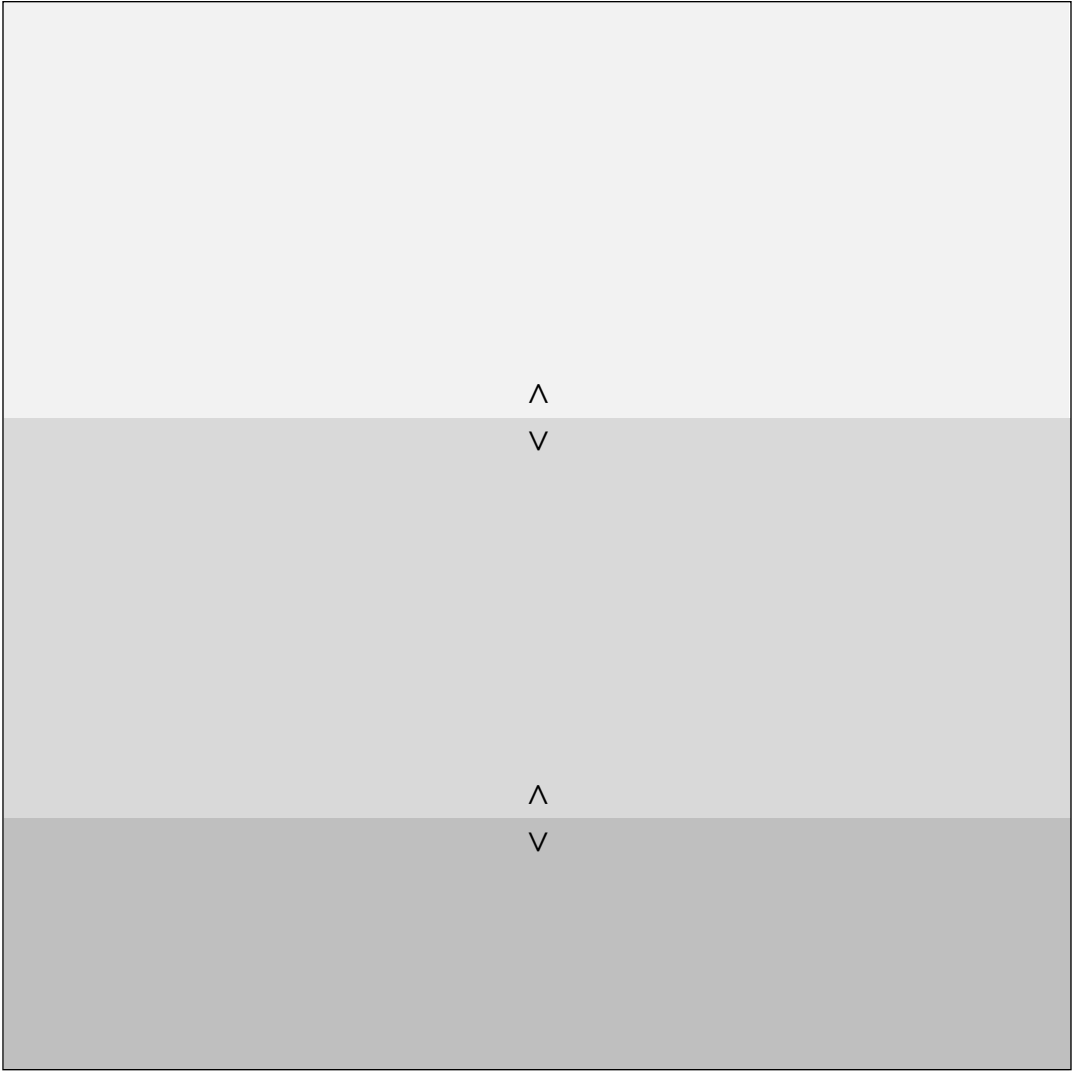
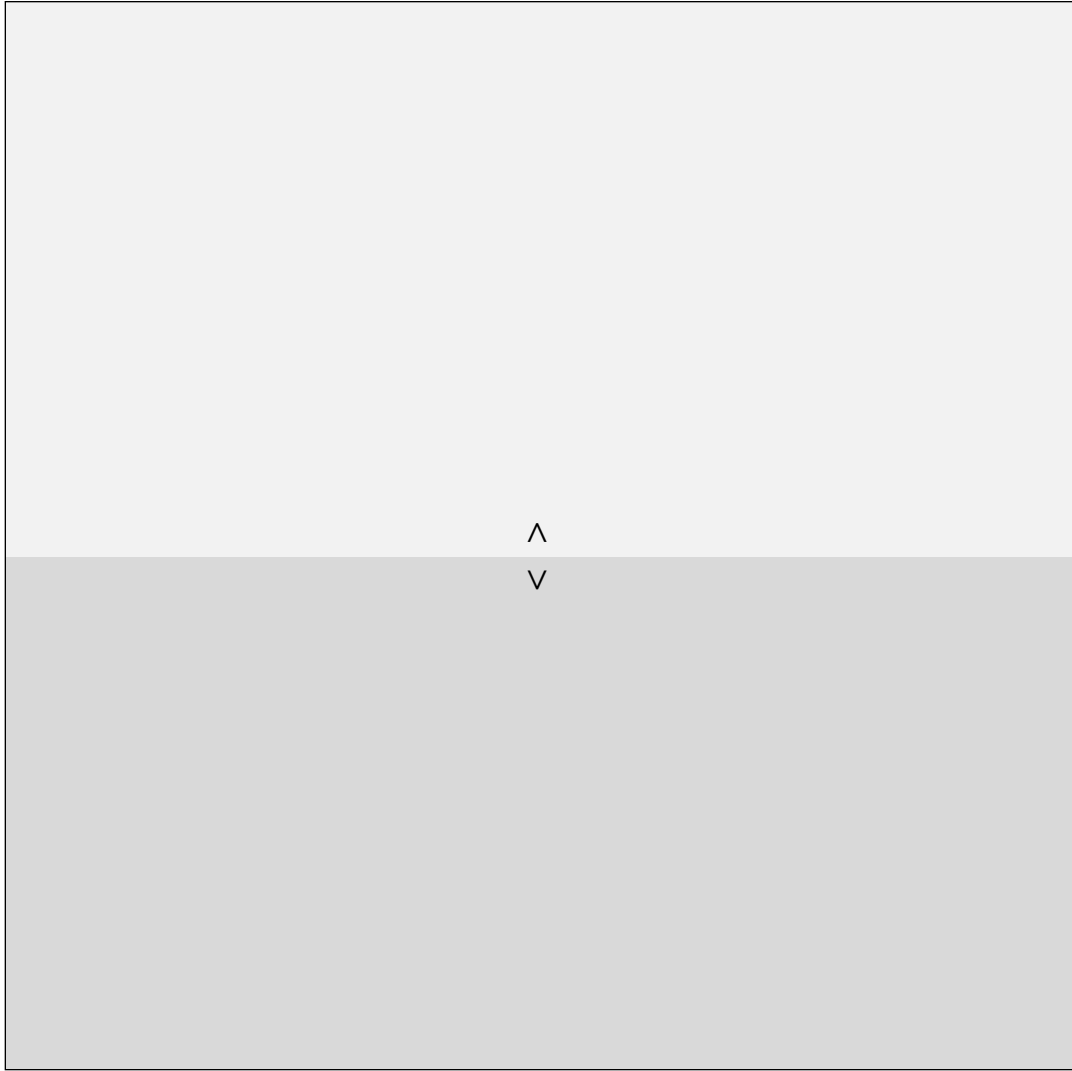
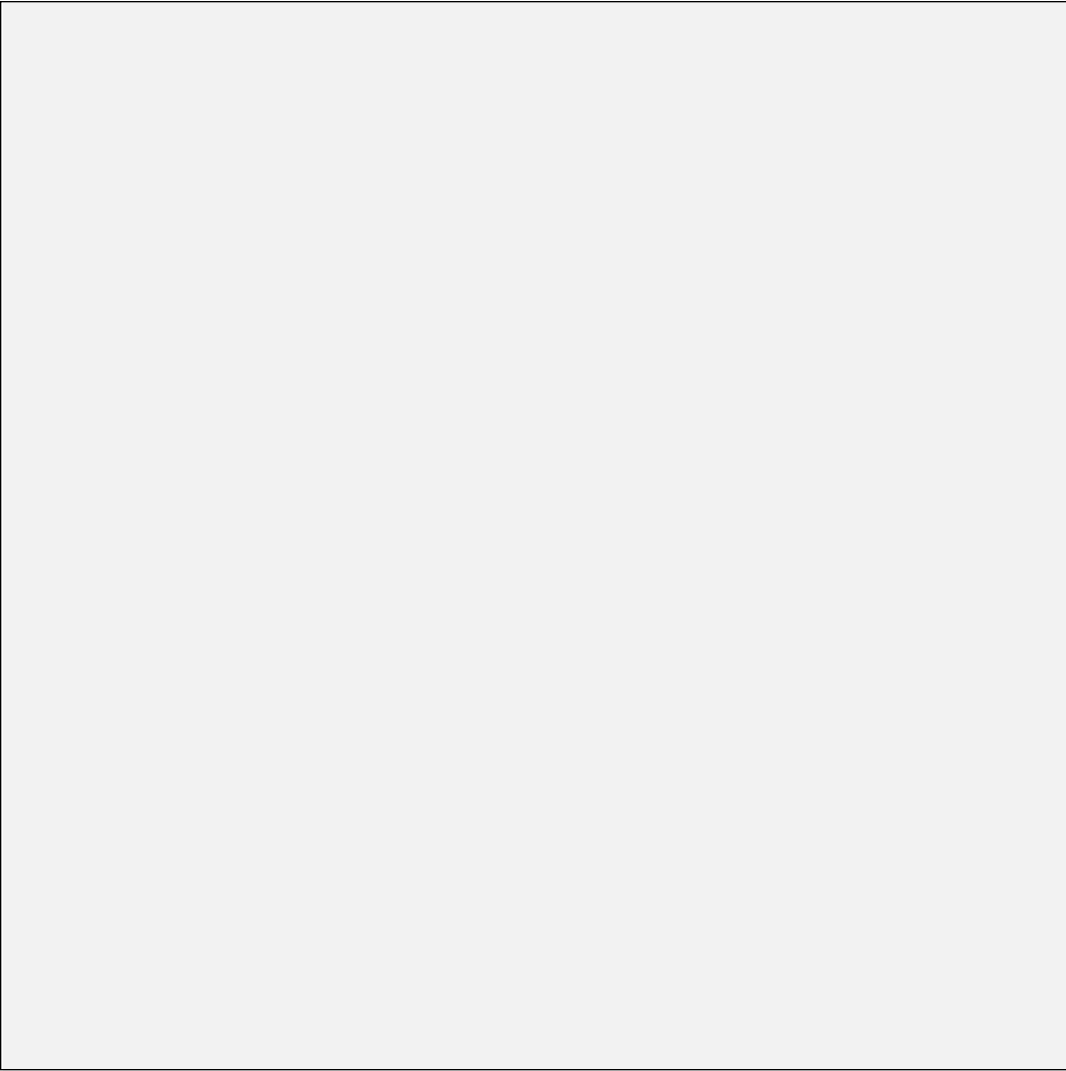
Le système graphique propose de diviser la zone d'expression en un ou plusieurs espaces dédiés.

Chaque espace se pare d'un ingrédient graphique.

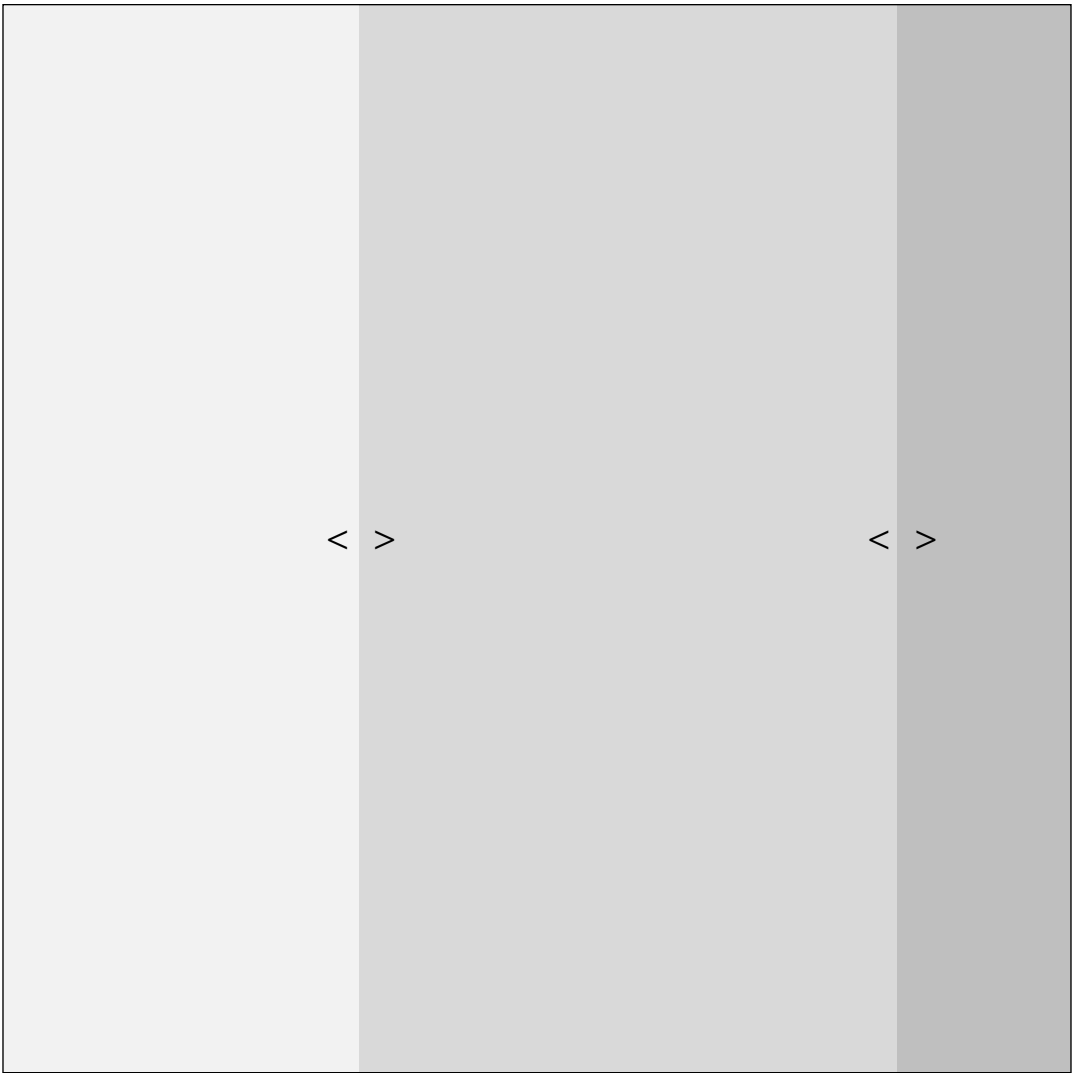
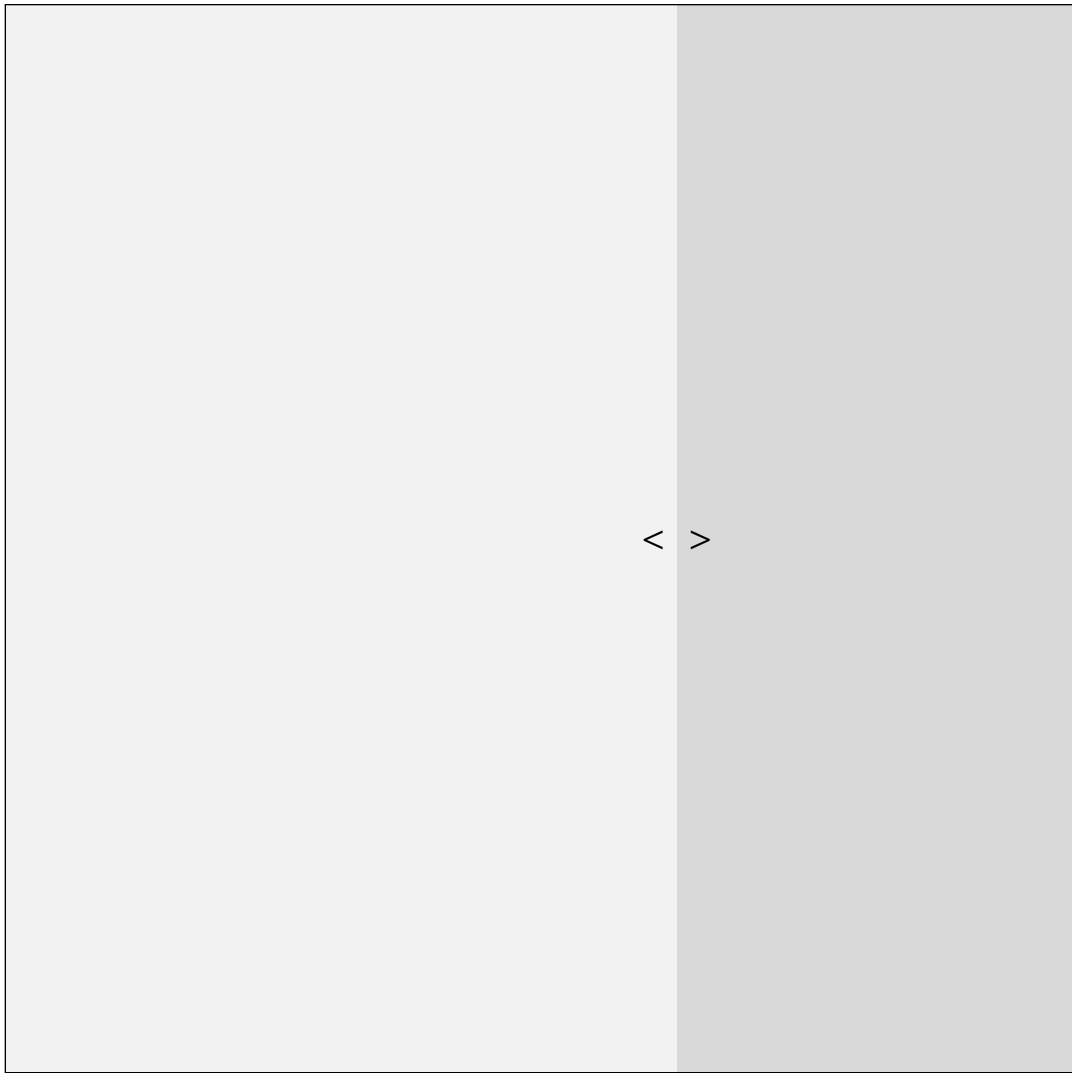
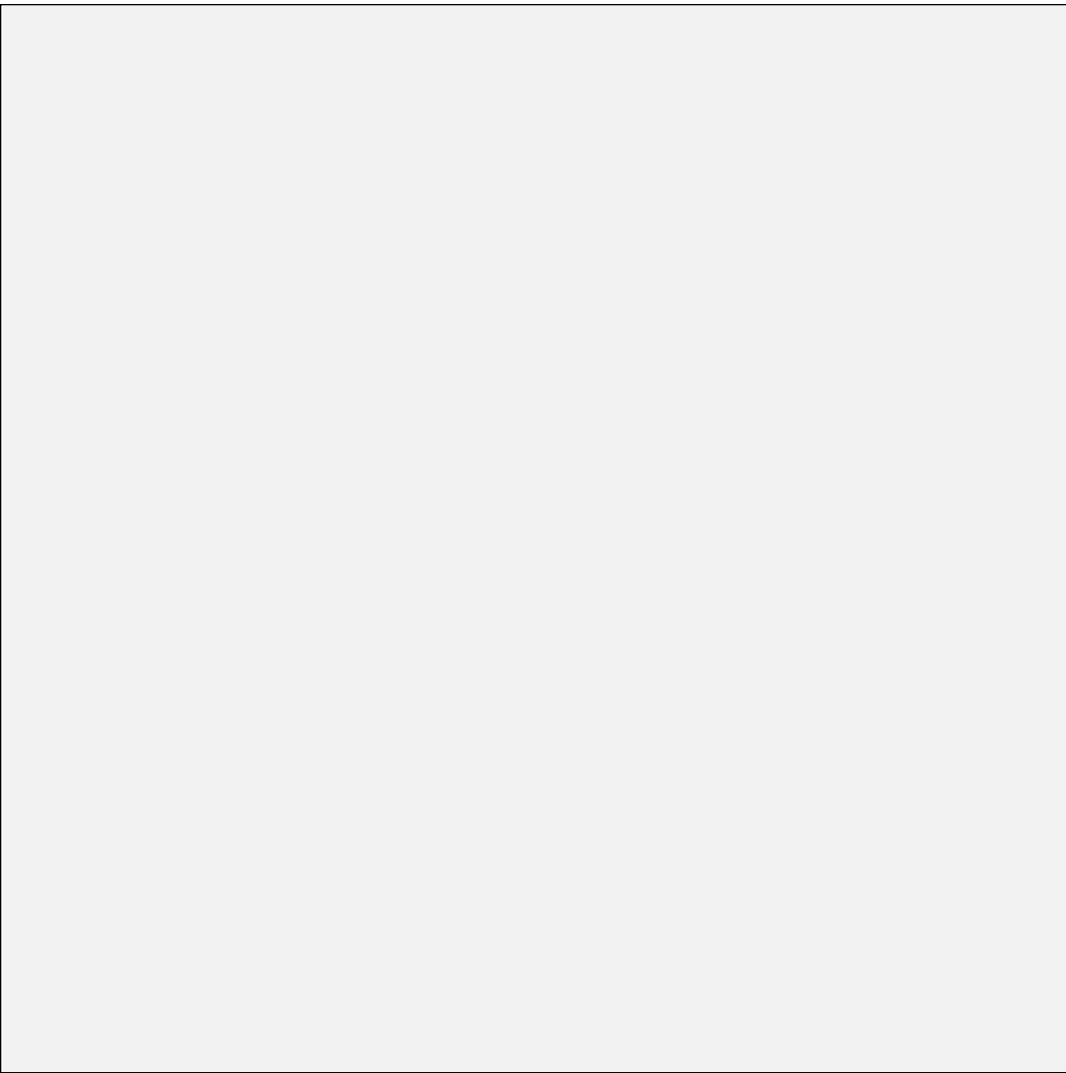
La séparation dépend du message et du format et s'effectue soit à la verticale, soit à l'horizontale mais ne mixe jamais les deux manières.

Il faudra veiller à ne pas créer d'espaces trop étroits en fonction des formats d'application.

### Organisation horizontale



### Organisation verticale





# SYSTÈME GRAPHIQUE

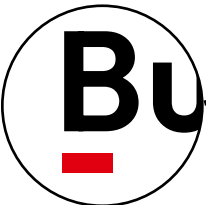
## EXEMPLES

Chaque espace se pare d'un ingrédient graphique (trame, couleur, texte, iconographie).

Seuls les pictogrammes peuvent accompagner un texte occasionnellement.

## TIRET

L'élément correspondant au trait d'union de la typographie Outfit en bold et ne doit pas excéder la largeur d'une lettre capitale :

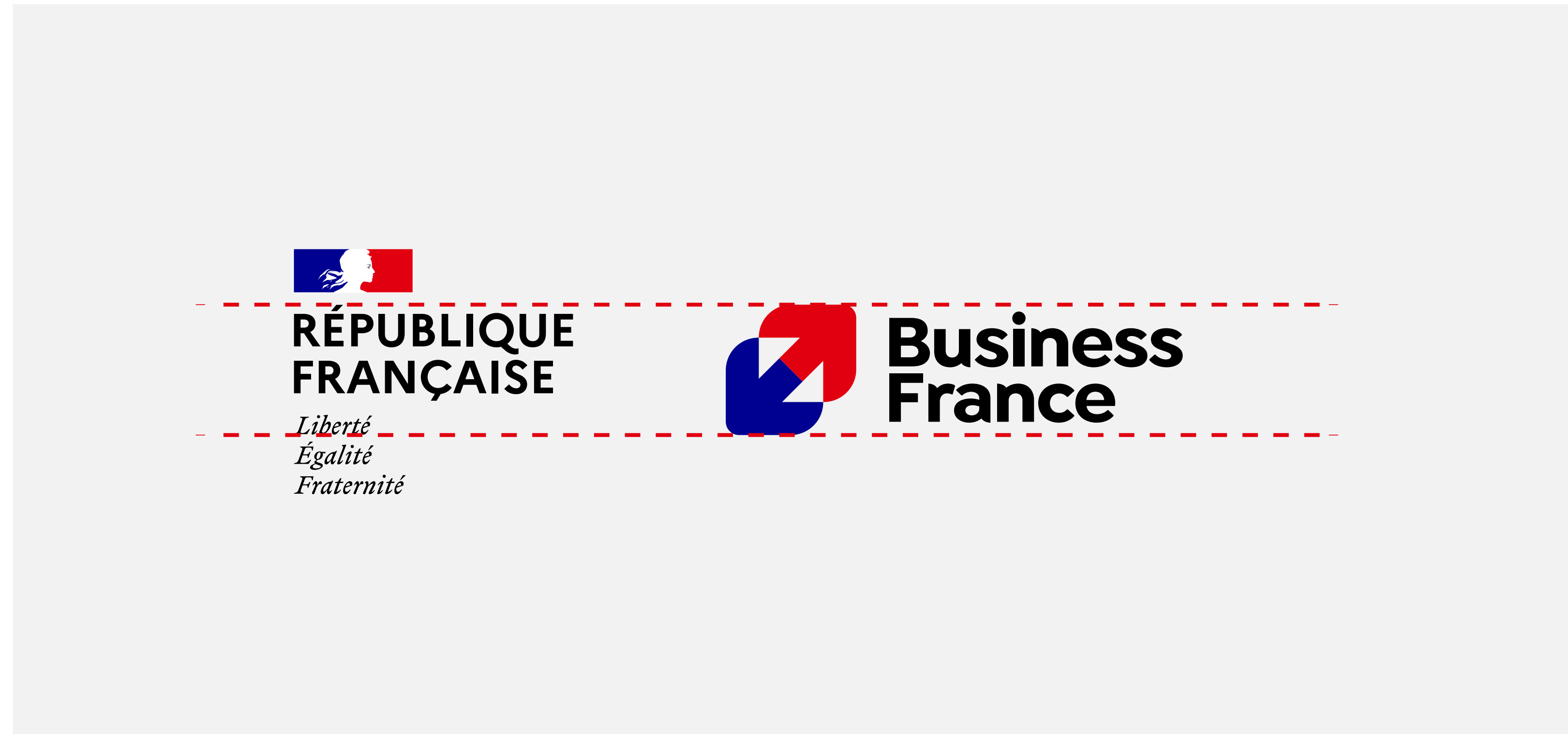


**02**

# **Architecture de marque**

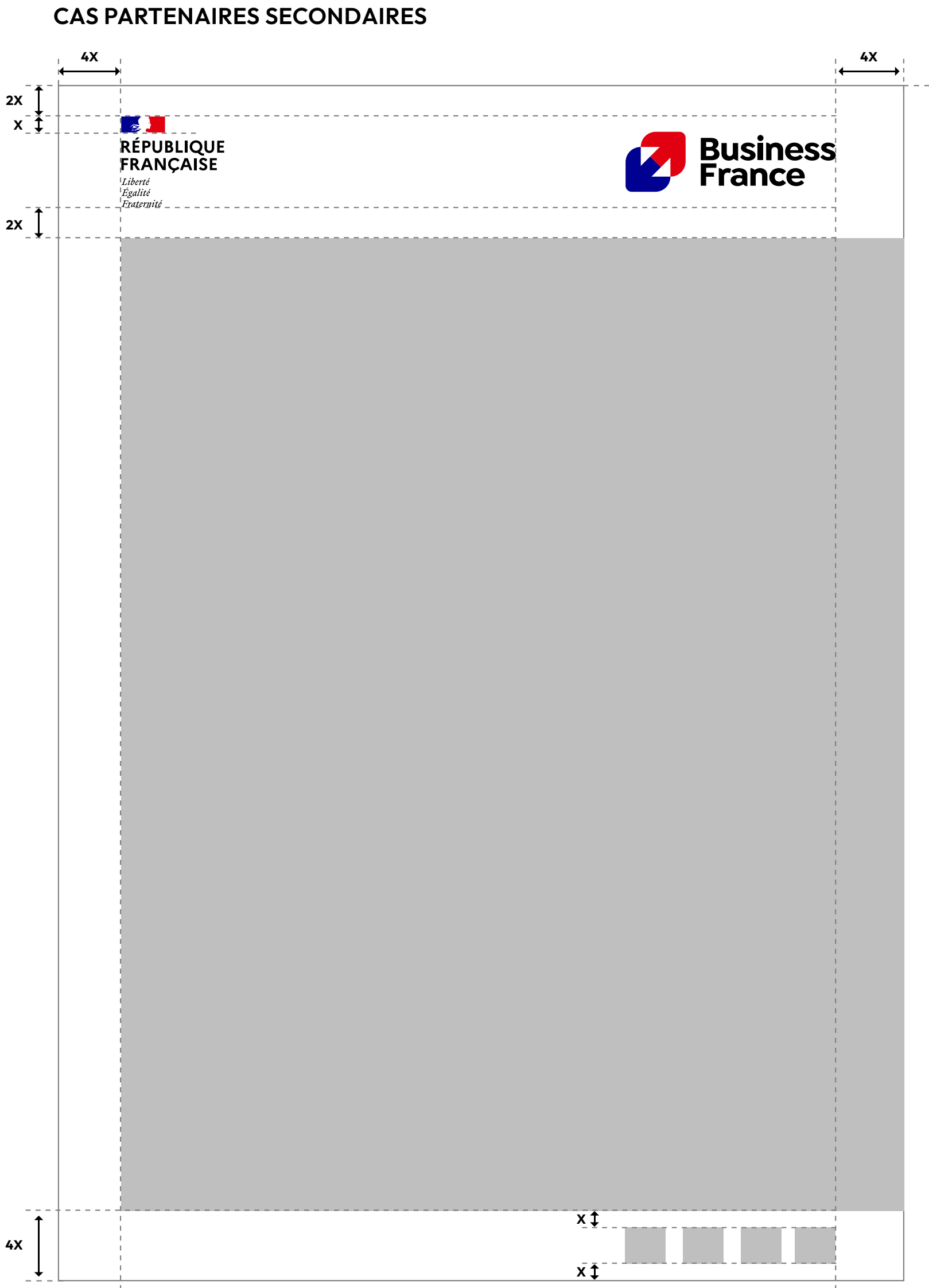
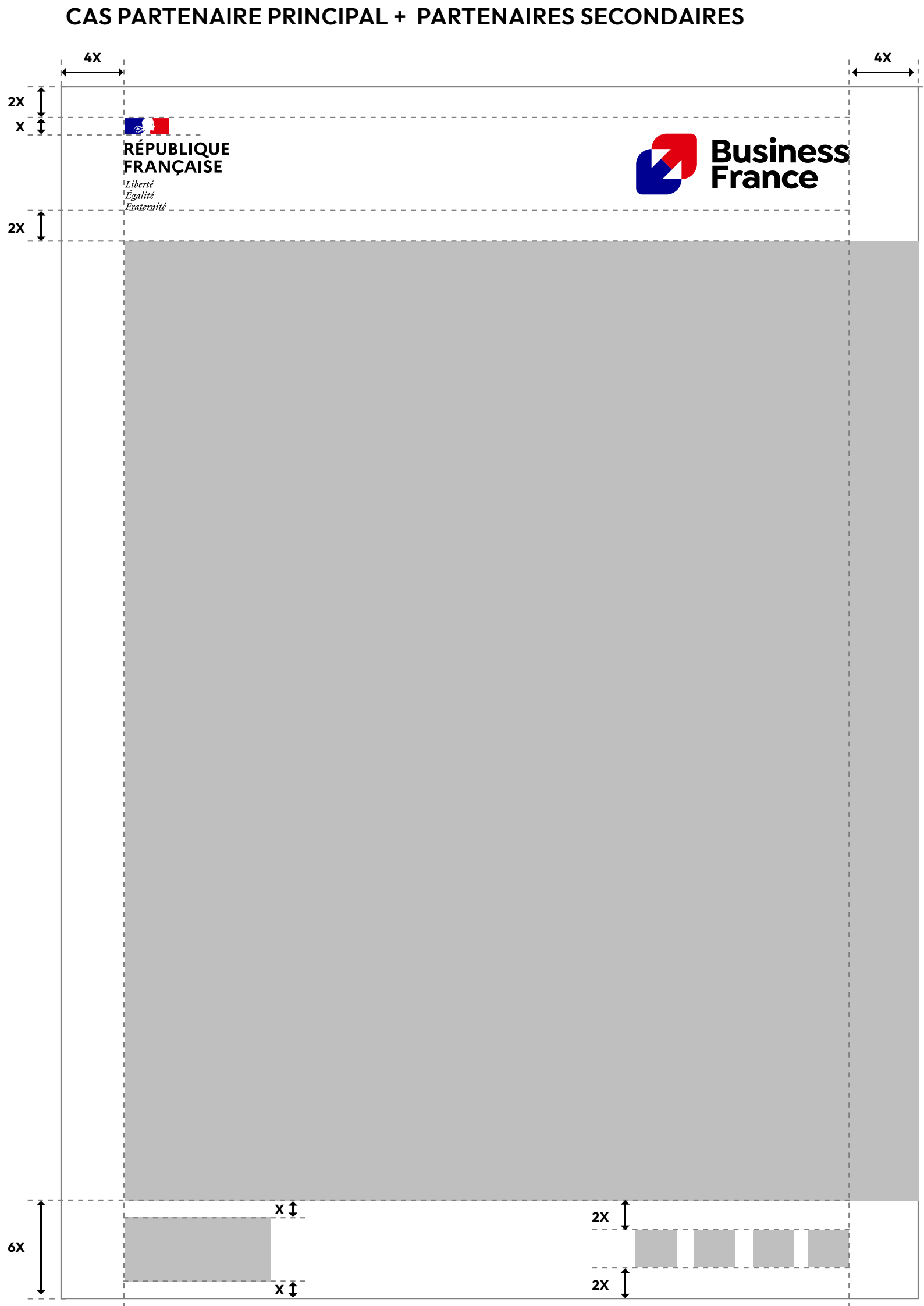
## PROPORTION DU LOGOTYPE

Le logotype doit respecter ces proportions quand il est utilisé avec le bloc marque “République Française” :



# PRINCIPE DE CONSTRUCTION

Système graphique du SIG :  
Retrouvez davantage de déclinaisons  
sur d’autres supports en page 36 et de la page  
143 à 163 de la charte de l’État.



# COMMUNICATION PROPRIÉTAIRE OPÉRATEUR BUSINESS FRANCE

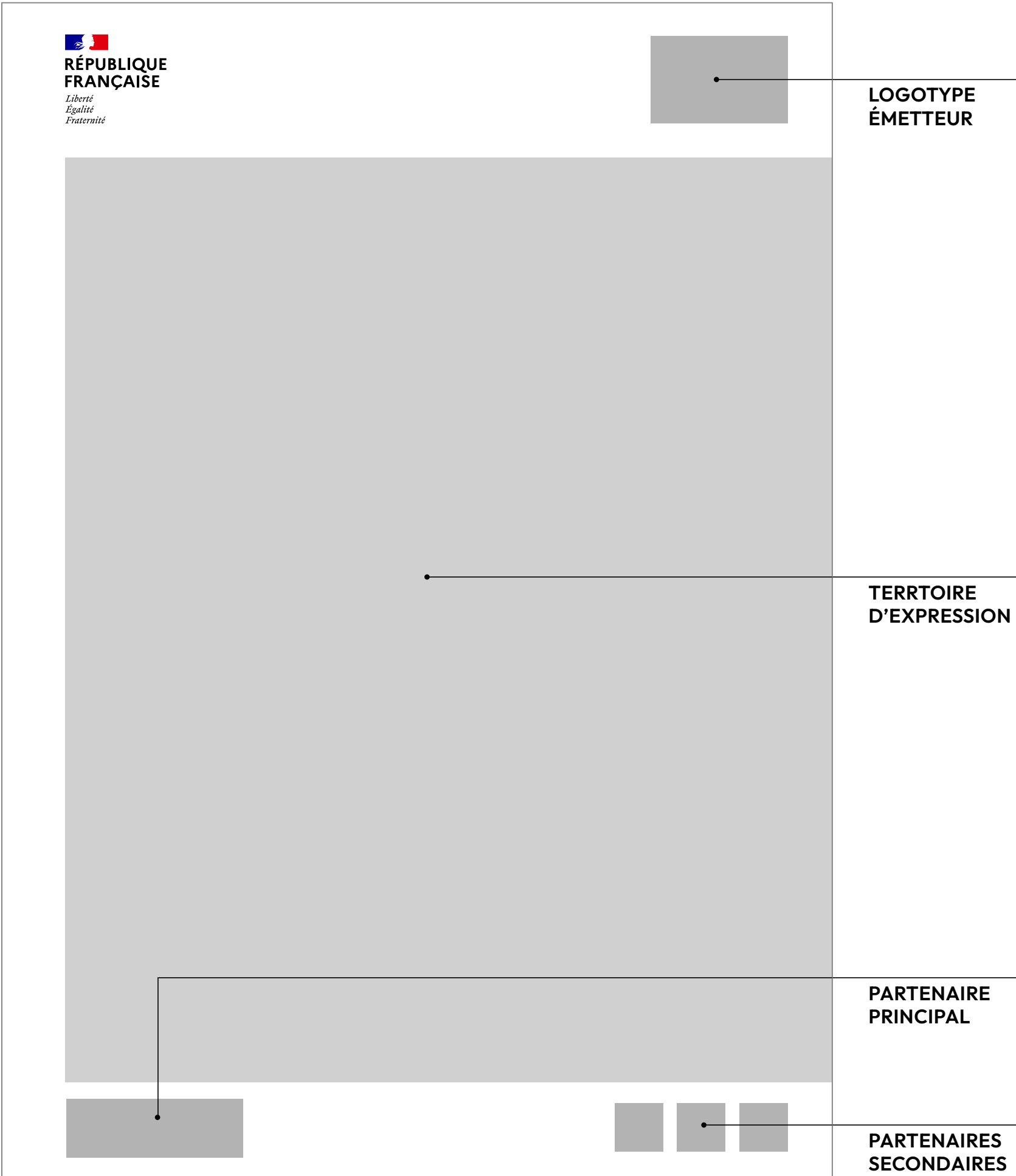
SUR LE TERRITOIRE NATIONAL SEULEMENT  
ET SOUS VALIDATION DE LA DIRECTION  
DE LA COMMUNICATION

Le positionnement du logo émetteur reste fixe, tandis que la zone d’expression adopte les couleurs et éléments graphiques de l’émetteur.

Les logos partenaires se placent en bas : ferré à gauche pour un partenaire principal, ou ferré à droite pour les partenaires secondaires.

Lorsque Business France est l’émetteur, le territoire d’expression est aux couleurs identitaires de Business France.

## PRINCIPE



## ILLUSTRATION



# COMMUNICATION MARQUE FRANCE

## DISPOSITIONS RELATIVES AUX OPÉRATEURS ET AUX MARQUES SECTORIELLES

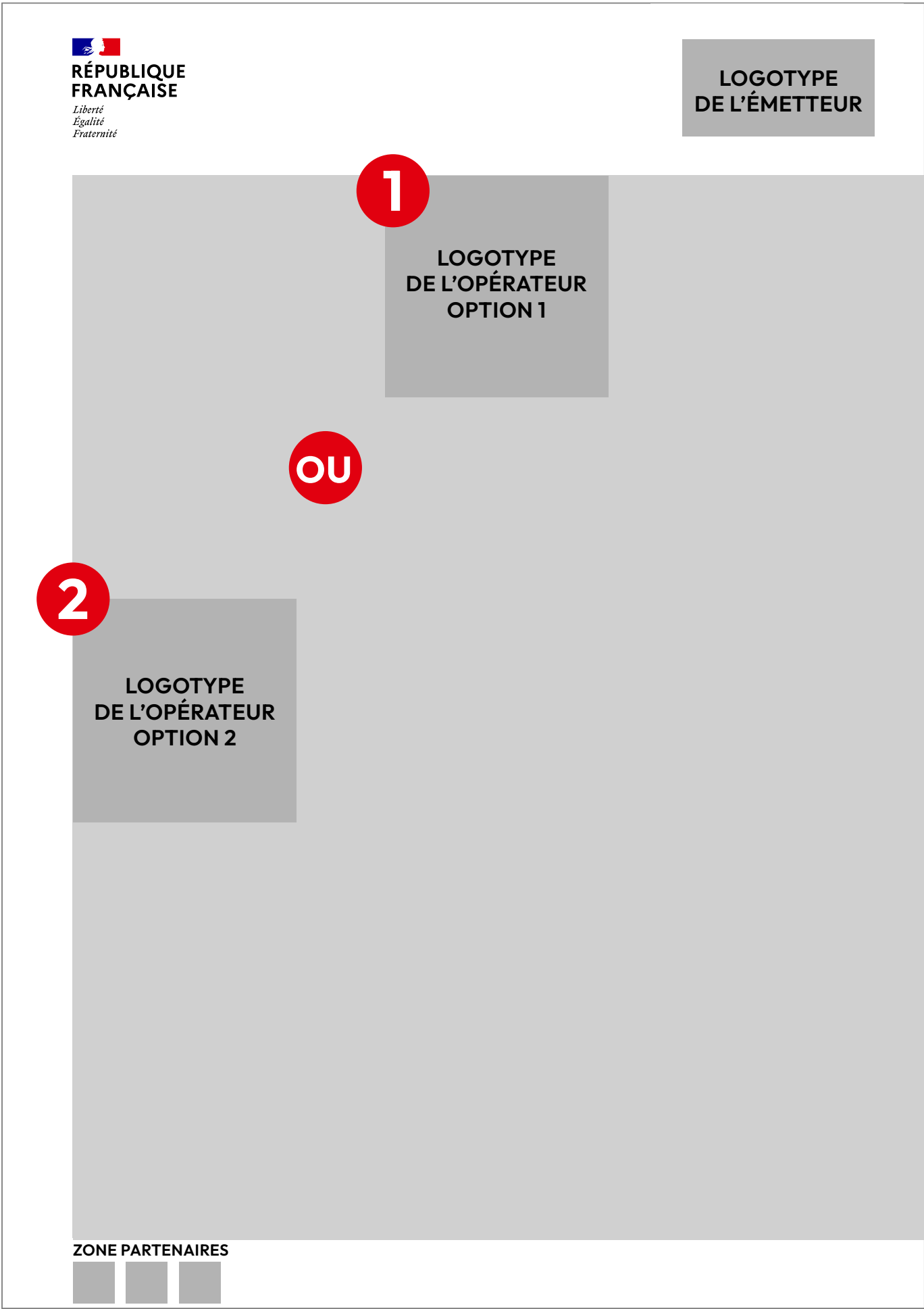
Le logo opérateur peut être positionné selon deux options : centré en haut ou ferré à gauche et centré dans la zone d'expression.

En conformité avec les principes de la charte graphique de l'État et de la charte France, lorsqu'un émetteur est accompagné de partenaires, co-porteurs ou co-financeurs du projet, une place spécifique leur est réservée dans une zone prévue à cet effet : la zone partenaire.

Lorsque Business France se place en opérateur dans le territoire d'expression, celui-ci est aux couleurs identitaires de Business France.

Ce document est conforme aux recommandations p. 47 de la charte France.

### PRINCIPE



### ILLUSTRATION





# COMMUNICATION V.I.E/V.I.A

## PLACEMENT DU LOGOTYPE

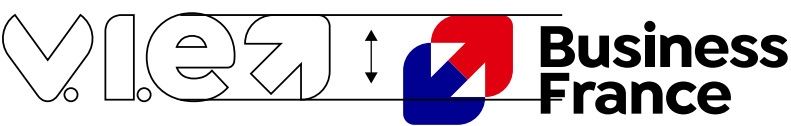
Les communications de V.I.E et V.I.A sont portées par Business France, présents en haut à droite de la marie-louise.

Les logotypes V.I.E et V.I.A vivent à l'intérieur de la zone d'expression, ferrés à gauche.

Ils sont utilisés majoritairement sur fond blanc, grâce à un cartouche maximisant leur lisibilité.

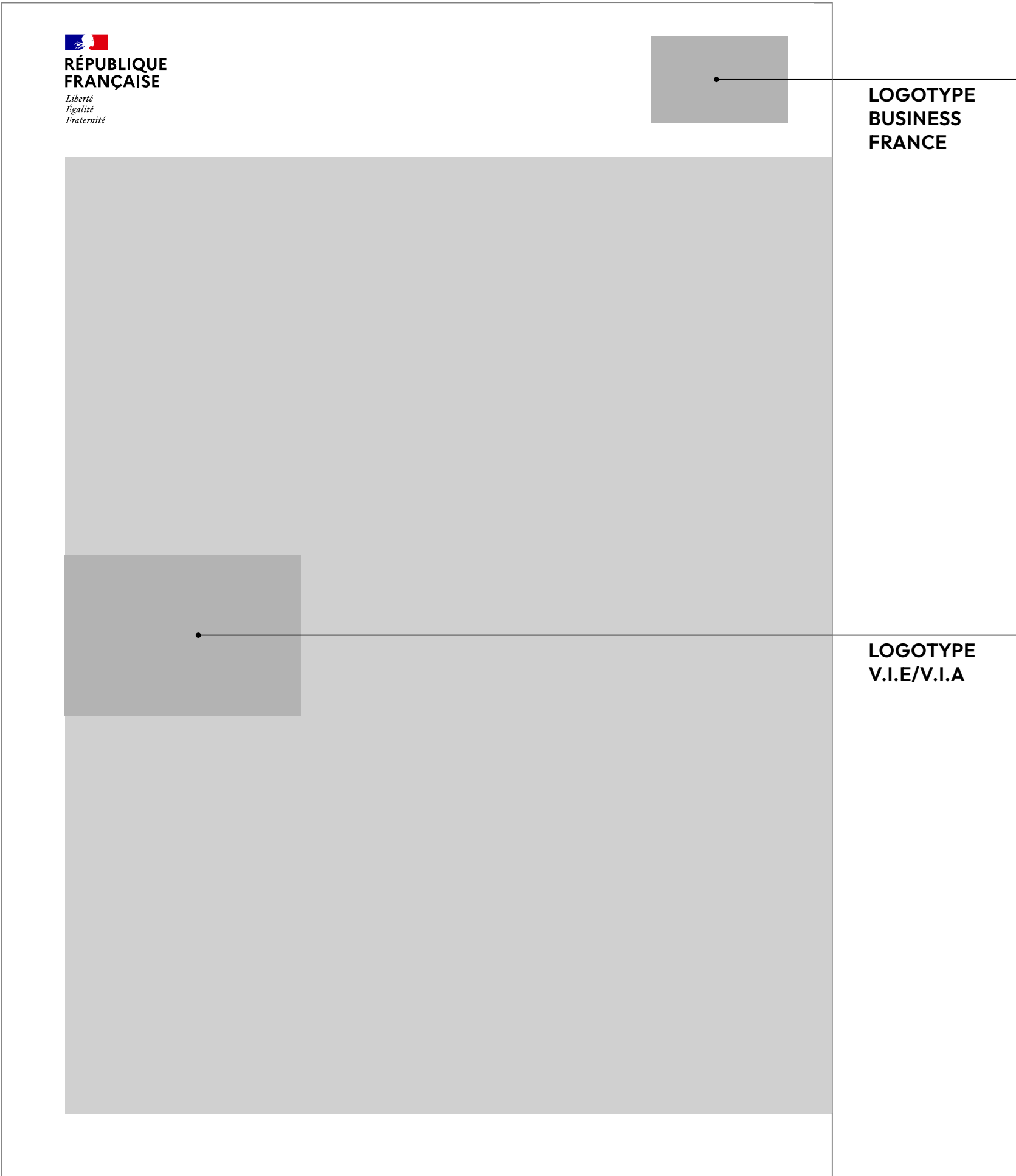
## TAILLE DU LOGOTYPE

La taille est calculée à partir de la hauteur de la flèche rouge du logotype Business France placé dans la marie-louise (dimensionnée selon les règles de la charte de l'État).



La charte complète V.I.E/V.I.A est disponible dans le centre de marque de Business France : [Charte V.I.E/V.I.A](#)

## PRINCIPE



## ILLUSTRATION



# BUSINESS FRANCE EN TANT QUE PARTENAIRE

## SANS PARTENAIRE DANS LE TERRITOIRE D'EXPRESSION

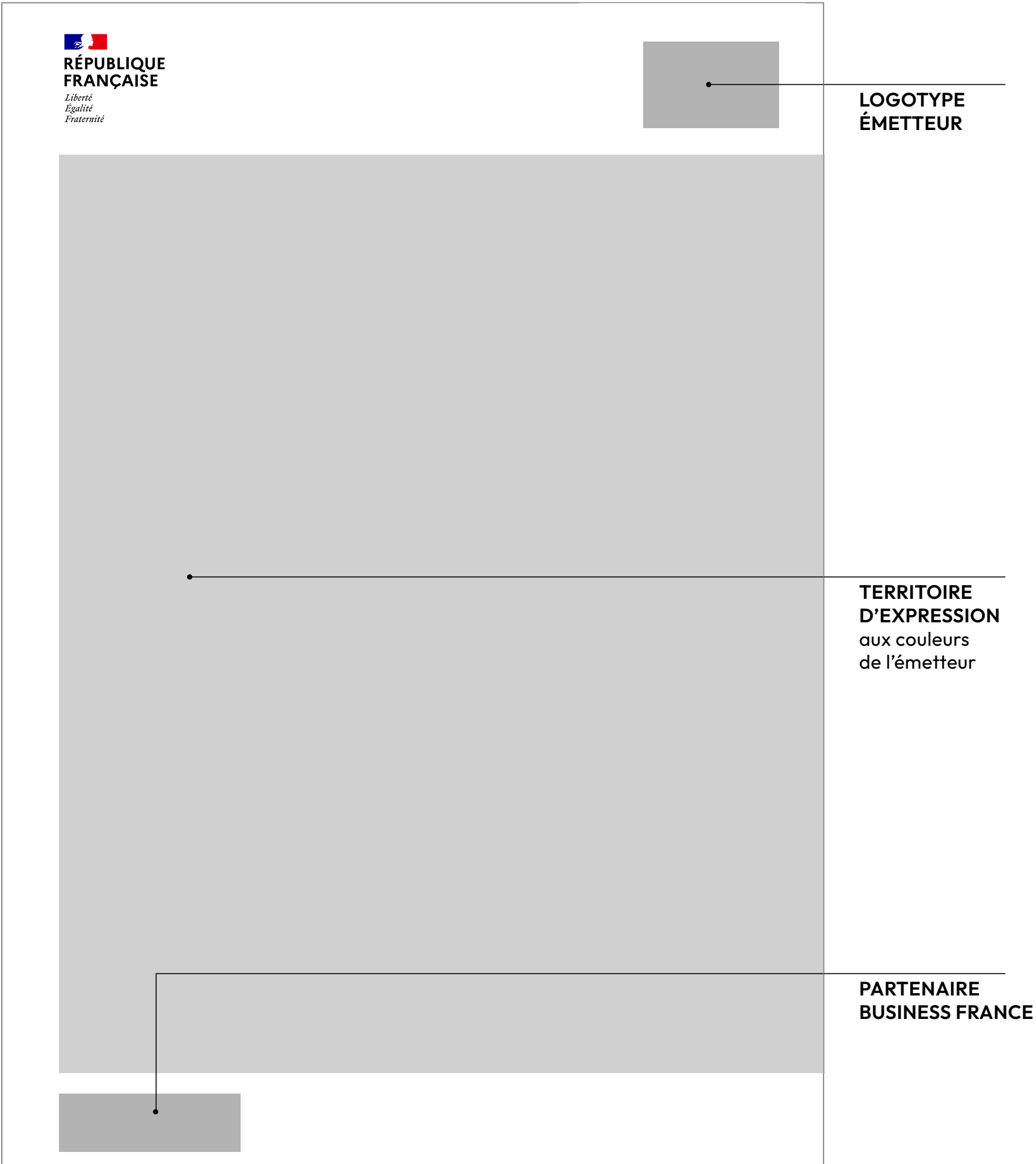
La position du logotype partenaire est ferrée à gauche et alignée sur le début du texte. Elle varie en fonction du contenu de la zone dédiée.

Lorsque Business France est partenaire, le territoire d'expression adopte les couleurs de l'émetteur.

### UTILISATION DES MARQUE “FILLES”

En France, l'utilisation des marques en anglais doit s'accompagner du logotype comprenant leur traduction en français.

#### PRINCIPE



#### ILLUSTRATION





# BUSINESS FRANCE EN TANT QUE PARTENAIRE

## AVEC PARTENAIRE DANS LE TERRITOIRE D'EXPRESSION

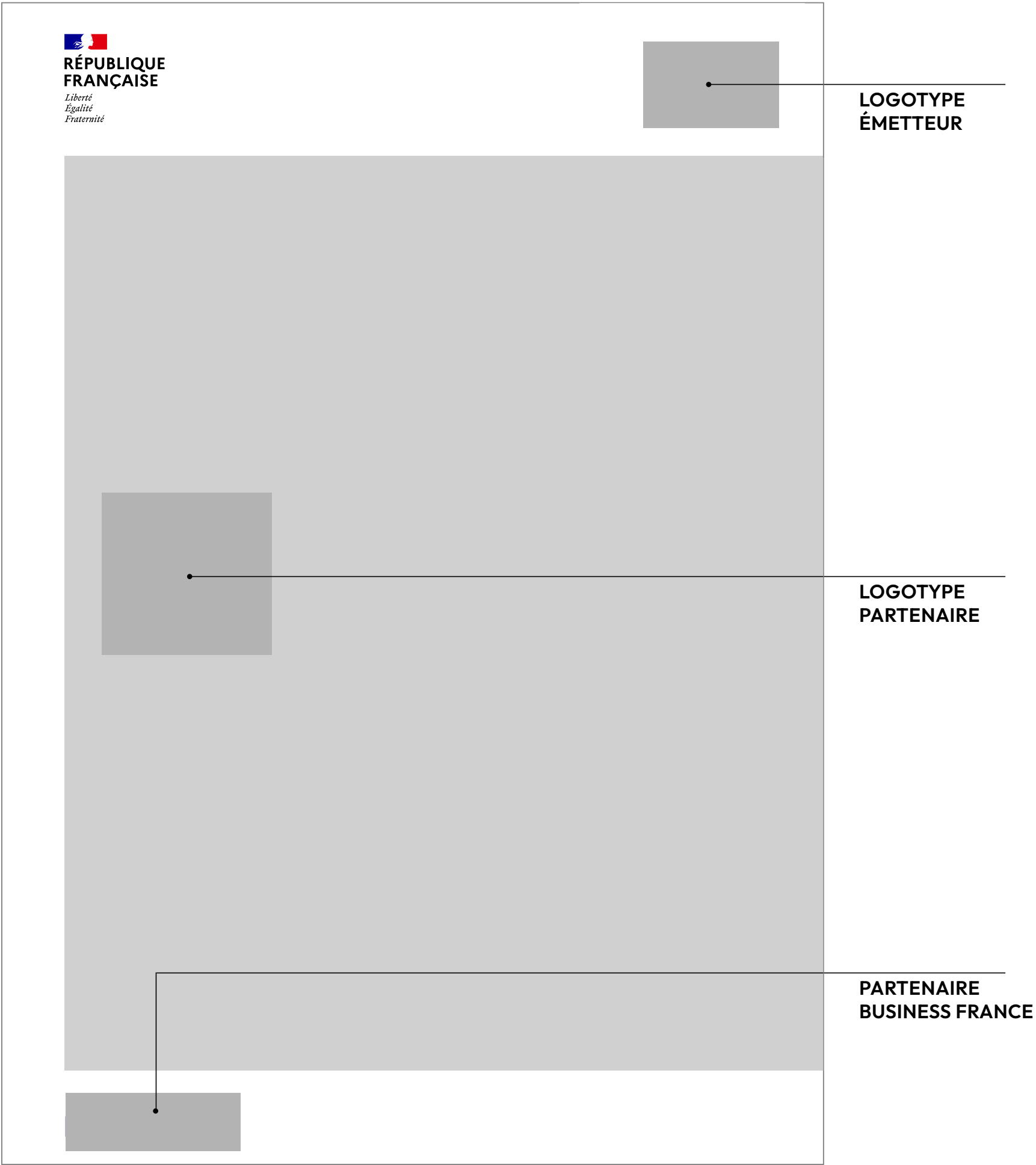
La position du logotype partenaire est ferrée à gauche et alignée sur le début du texte. Elle varie en fonction du contenu de la zone dédiée.

Lorsque Business France est partenaire, le territoire d'expression adopte les couleurs du partenaire présent dans cette zone.

### UTILISATION DES MARQUE “FILLES”

En France, l'utilisation des marques en anglais doit s'accompagner du logotype comprenant leur traduction en français.

#### PRINCIPE



#### ILLUSTRATION



# MENTION PATRONAGE

Par tradition, la mention du haut patronage du président de la République doit être positionnée au-dessus de l'intitulé de l'événement, comme suit :

Portée nationale

**Sous le haut patronage de  
Monsieur [Prénom NOM]  
Président de la République**

Portée internationale

**Under the High Patronage  
of M. [Prénom NOM]  
President of the French Republic**

## PORTÉE NATIONALE



## PORTÉE INTERNATIONALE





Communication  
Propriétaire opérateur Business France



Communication  
Marque France



Communication  
V.I.E/V.I.A



Communication  
Business France en tant que partenaire





**03**

**Supports  
d'application**



PAPETERIE  
FRANCE

CARTE DE VISITE

Format 85 x 55 mm

Business France est propriétaire  
de la composition des cartes de visite.

Recto



Versos au choix



PAPETERIE  
INTERNATIONALE

CARTE DE VISITE

Format 85 x 55 mm

Business France est propriétaire  
de la composition des cartes de visite.

Recto



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*




Business  
France

**Prénom Nom**

Poste/fonction  
sur une ou deux lignes


Bureau/département  
sur une ou deux lignes

Tél. : +33 (0)1 00 00 00 00 - +33 (0)6 00 00 00 00  
**Mél. : nom.prenom@businessfrance.fr**  
77 boulevard Saint-Jacques - 75014 PARIS



AMBASSADE  
DE FRANCE  
EN TUNISIE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



Business  
France

**Prénom Nom**

Poste/fonction  
sur une ou deux lignes

Bureau/département  
sur une ou deux lignes

Tél. : +33 (0)1 00 00 00 00 - +33 (0)6 00 00 00 00  
**Mél. : nom.prenom@businessfrance.fr**  
77 boulevard Saint-Jacques - 75014 PARIS

Versos au choix



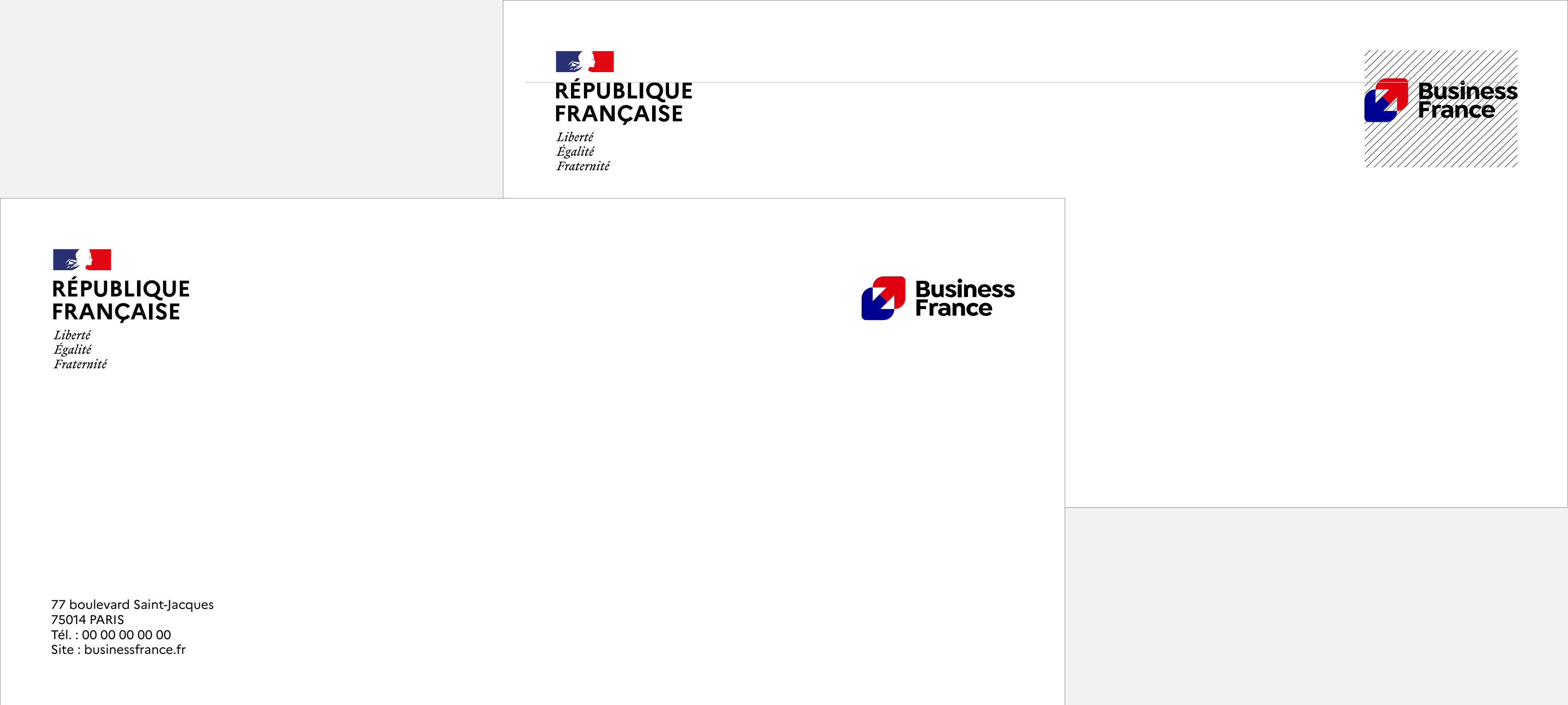
# PAPETERIE

## CARTE DE CORRESPONDANCE

Format 210 x 100 mm

Police : Marianne

Ce document est conforme  
aux recommandations du SIG  
(cf. p. 140 de la charte de l'État).



# PAPETERIE

## PAPIER EN-TÊTE

Format A4 — 210 x 297 mm

Police : Arial

Ce document est conforme  
aux recommandations du SIG  
(cf. p. 138 de la charte de l’État).



Le directeur  
Réf :

Paris, le date

### NOTE

à **Monsieur le Premier ministre**  
Sous-couvert de M. Prénom NOM,  
Cabinet - chef du pôle communication

Objet : Note sur  
PJ :

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus a lobortis lacus. Mauris et eros iaculis, finibus justo tristique, condimentum sem. Praesent aliquam eros vel pellentesque rhoncus. In hac habitasse platea dictumst. Proin imperdiet sed sapien a ullamcorper. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut sit amet condimentum purus, eget vulputate dui. Integer ac leo lectus. Aenean volutpat tortor in mauris vulputate laoreet. Sed viverra ultrices tristique. Aliquam eu lacus elementum, imperdiet sem id, fermentum lectus. Aenean dui ipsum, pharetra id dapibus vel, condimentum ut nisl. Morbi iaculis urna quis ligula porta, sed tempor augue posuere. Nullam aliquet, enim ac maximus lacinia, nisl nulla venenatis magna, id malesuada odio dolor sed turpis. Phasellus vitae ipsum sit amet odio cursus rutrum. Aliquam bibendum eget odio vitae ultricies. Praesent malesuada semper erat quis pharetra. Integer quam diam, mattis sit amet sodales sit amet, venenatis vitae elit.

Prénom NOM

Tél : 00 00 00 00  
Mél : prénom.nom@pm.gouv.fr  
20, Avenue de Ségur - 75007 PARIS



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Format A4 — 210 x 297 mm

Police : Arial

Ces documents sont conformes  
aux recommandations du SIG  
(cf. p. 141 et 142 de la charte de l’État).



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Ville, le 08/01/2020

SUJET DU COMMUNIQUE

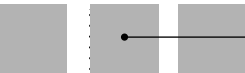
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur,  
Sed diam nummunimy

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus a lobortis lacus. Mauris et eros iaculis, finibus justo tristique, condimentum sem. Praesent aliquam eros vel pellentesque rhoncus. In hac habitasse platea dictumst. Proin imperdiet sed sapien a ullamcorper. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut sit amet condimentum purus, eget vulputate dui. Integer ac leo lectus. Aenean volutpat tortor in mauris vulputate laoreet. Sed viverra ultrices tristique. Aliquam eu lacus elementum, imperdiet sem id, fermentum lectus. Aenean dui ipsum, pharetra id dapibus vel, condimentum ut nisl. Morbi iaculis urna quis ligula porta, sed tempor augue posuere. Nullam aliquet, enim ac maximus lacinia, nisl nulla venenatis magna, id malesuada odio dolor sed turpis. Phasellus vitae ipsum sit amet odio cursus rutrum. Aliquam bibendum eget odio vitae ultricies. Praesent malesuada. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus a lobortis lacus. Mauris et eros iaculis, finibus justo tristique, condimentum sem. Praesent aliquam eros vel pellentesque rhoncus. In hac habitasse platea dictumst. Proin imperdiet sed sapien a ullamcorper. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut sit amet condimentum purus, eget vulputate dui. Integer ac leo lectus. Aenean volutpat tortor in mauris vulputate laoreet. Sed viverra ultrices tristique. Aliquam eu lacus elementum.

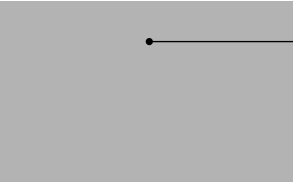
Contact presse  
Lorem ipsum  
dolor sit amet

Tél : 00 00 00 00  
Mél : prénom.nom@xxx.fr  
Lorem ipsum dolor sit amet

00, Nom de la Rue  
00000 Ville Cedex 00



PARTENAIRES



ZONE CO-ÉMETTEURS  
(HORS MARQUE  
DE L'ÉTAT)

COMMUNIQUE DE PRESSE CONJOINT

INTITULÉ OFFICIEL  
Émetteur 1

INTITULÉ OFFICIEL  
Émetteur 2

INTITULÉ OFFICIEL  
Émetteur 3

Ville, le 08/01/2020

SUJET DU COMMUNIQUE

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur,  
Sed diam nummunimy

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus a lobortis lacus. Mauris et eros iaculis, finibus justo tristique, condimentum sem. Praesent aliquam eros vel pellentesque rhoncus. In hac habitasse platea dictumst. Proin imperdiet sed sapien a ullamcorper. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut sit amet condimentum purus, eget vulputate dui. Integer ac leo lectus. Aenean volutpat tortor in mauris vulputate laoreet. Sed viverra ultrices tristique. Aliquam eu lacus elementum, imperdiet sem id, fermentum lectus. Aenean dui ipsum, pharetra id dapibus vel, condimentum ut nisl. Morbi iaculis urna quis ligula porta, sed tempor augue posuere. Nullam aliquet, enim ac maximus lacinia, nisl nulla venenatis magna, id malesuada odio dolor sed turpis. Phasellus vitae ipsum sit amet odio cursus rutrum. Aliquam bibendum eget odio vitae ultricies. Praesent malesuada. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus a lobortis lacus. Mauris et eros iaculis, finibus justo tristique, condimentum sem. Praesent aliquam eros vel pellentesque rhoncus. In hac habitasse platea dictumst. Proin imperdiet sed sapien a ullamcorper. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut sit amet condimentum purus, eget vulputate dui. Integer ac leo lectus. Aenean volutpat tortor in mauris vulputate laoreet. Sed viverra ultrices tristique. Aliquam eu lacus elementum.

Contact presse  
Intitulé de la direction  
Jusqu'à 3 lignes

Tél : 00 00 00 00  
Mél : prénom.nom@xxx.fr  
Lorem ipsum dolor sit amet

# BUREAUTIQUE

## SIGNATURE E-MAIL

Police : Arial

La signature d’e-mail de Business France s’utilise comme illustré.

Aucun contenu additionnel ne doit paraître sous les éléments sauf sur indication du service de communication.

Business France est propriétaire de la composition.

Lorem 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.  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam.

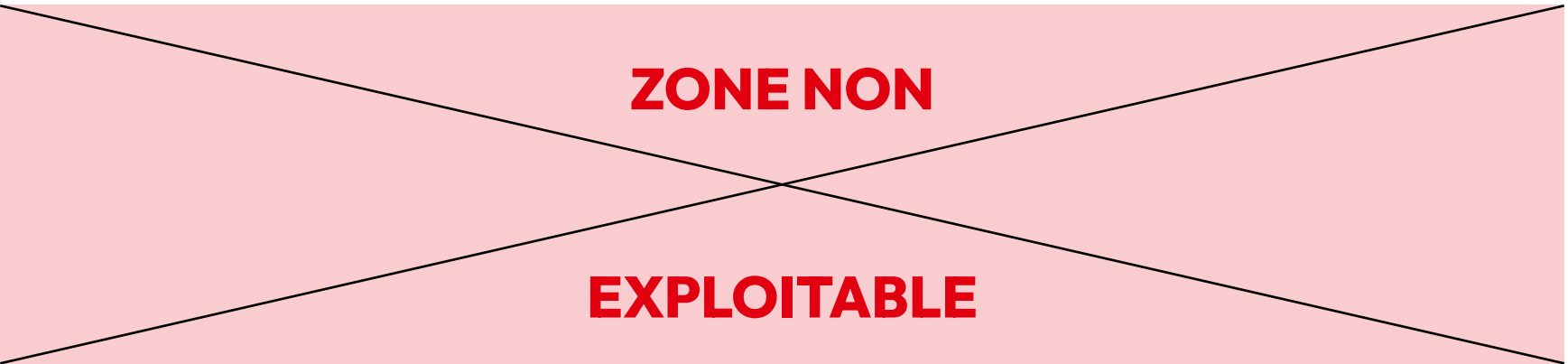
Très cordialement.

## Prénom Nom

Poste/fonction sur une ou deux lignes  
Bureau/département sur une ou deux lignes  
Tél. : (+33) 1 00 00 00 00 - (+33) 6 00 00 00 00



77 boulevard Saint-Jacques - 75014 PARIS  
[Businessfrance.fr](http://Businessfrance.fr)





BUREAUTIQUE

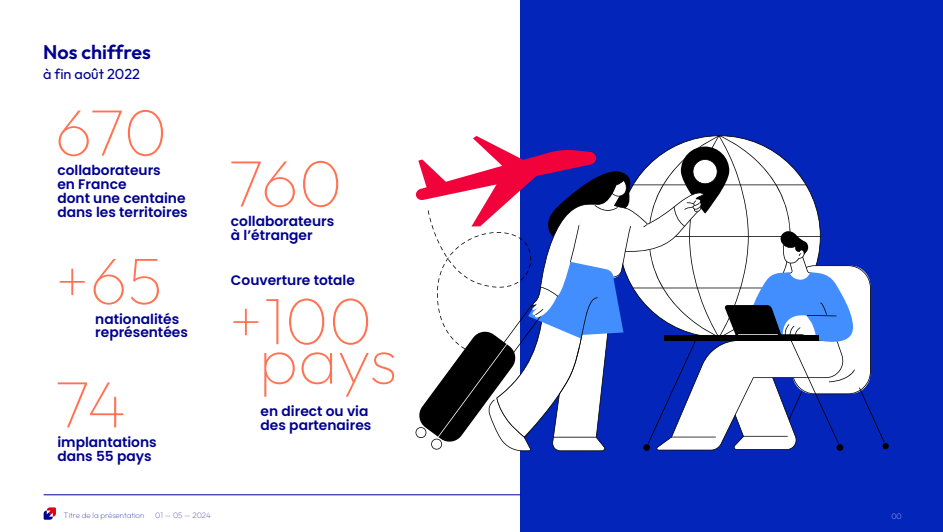
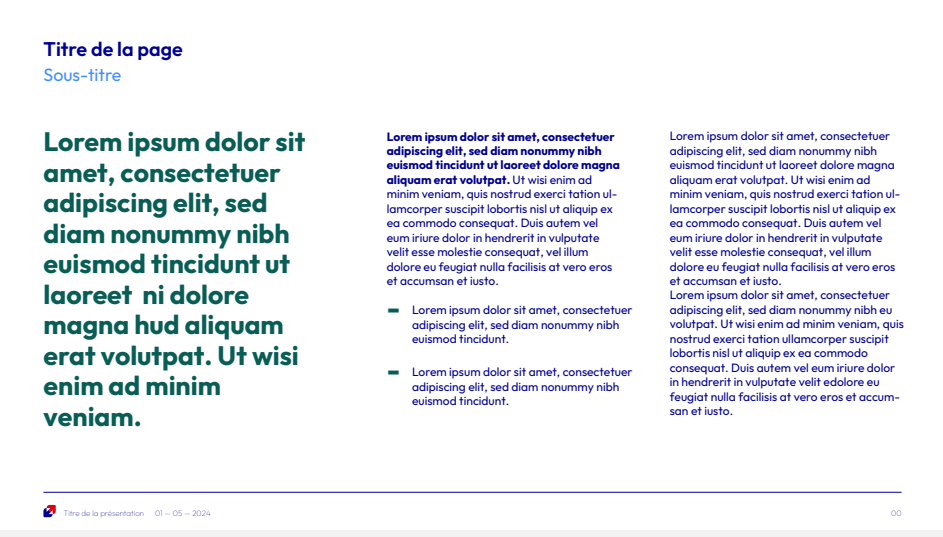
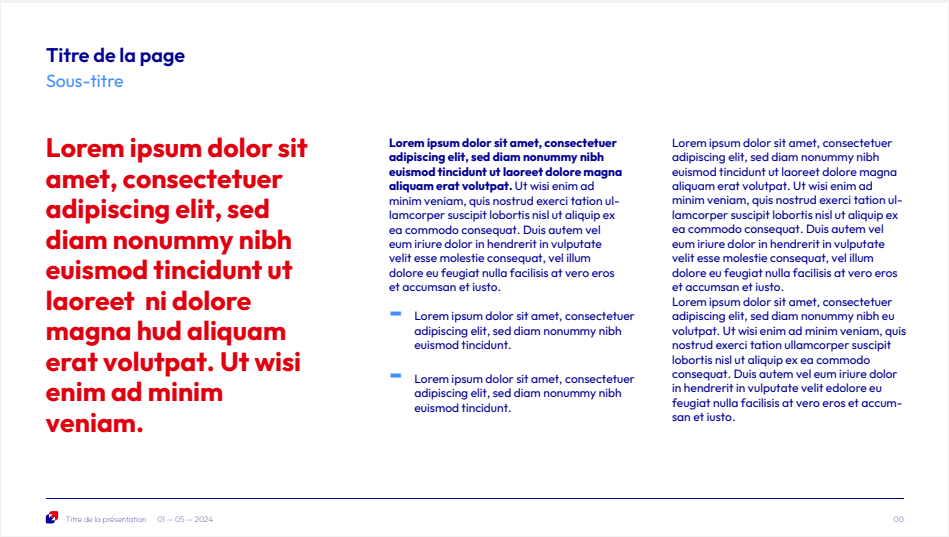
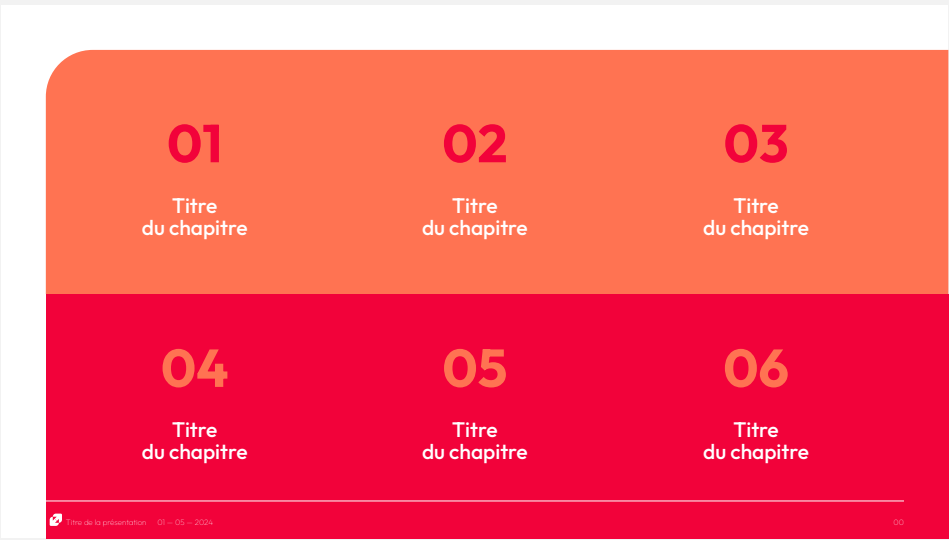
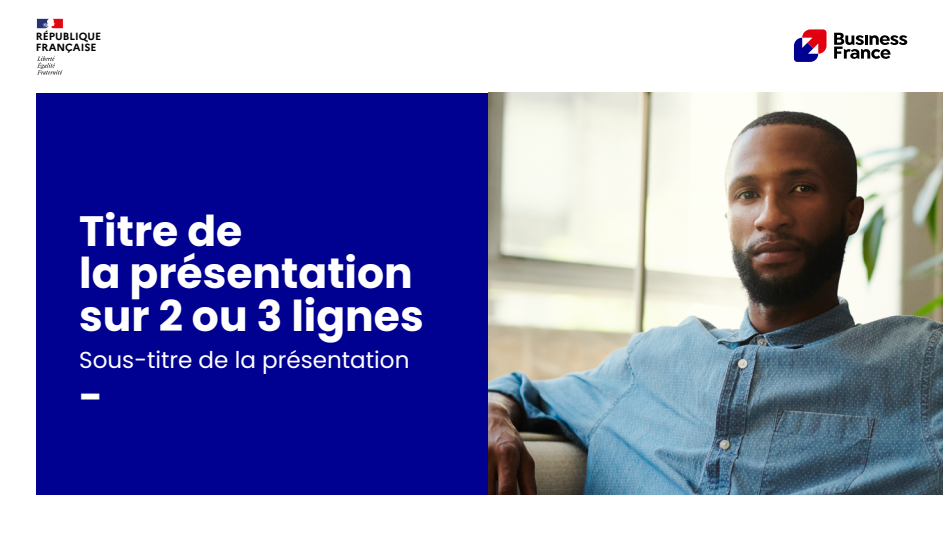
PRÉSENTATION POWERPOINT

Format 16/9<sup>e</sup>

Il est disponible pour les collaborateurs dans le centre de marque au lien suivant :

[PowerPoint\\_Générique](#)

Le masque PowerPoint propriétaire à Business France a été développé.





COUVERTURES

La zone d’expression peut se diviser en 1, 2 ou 3 espaces dédiés à un élément graphique texte, image ou trame).

Voir pages 25 et 26 sur la construction graphique.

La couverture des documents respecte la charte du SIG (cf. p. 146-147 de la charte de l’État).

1 volet



2 volets



3 volets



INTÉRIEURS

Le territoire graphique de Business France s'exprime dans les couleurs, la typographie et l'iconographie.

1

### Notre valeur ajoutée : l'expertise



Parce que nous avons accompagné jusqu'au succès des centaines de milliers d'entreprises, de projets et de talents à travers le monde et dans nos territoires, parce que nous sommes des concepteurs et des praticiens de l'événementiel, parce que nous avons géré 100 000 V.I.E depuis vingt ans, parce que nous avons su concevoir et réaliser avec nos partenaires des parcours gagnants pour nos clients, nous revendiquons une expertise du business à l'international.

### Nous revendiquons le « savoir » et le « faire ».

Nous revendiquons une méthode Business France. Une méthode qui garantit au maximum que les conditions de succès des projets sont réunies, dans le respect énoncé du triple impact. Le cœur de cette méthode, c'est de positionner autour des projets les meilleures expertises, au meilleur endroit, au meilleur moment, au meilleur coût/bénéfice attendu. Cela suppose de recentrer chacune des équipes de Business France sur son cœur de compétences et de valeur ajoutée.

↓ Réseau international

- Renforcer l'autonomie opérationnelle du réseau sous la conduite des directeurs de zone et de pays
- Recentrer l'activité sur la connaissance des marchés et des acteurs locaux, la promotion des opportunités de la zone auprès des entreprises et la promotion de l'offre française sur place

↓ Siège

- Renforcer l'expertise sectorielle
- Développer un catalogue de l'offre française et des territoires

↓ Réseau France

- Affirmer la place du réseau France au cœur de l'écosystème des Team France
- Recentrer les missions du réseau France : développement commercial du portefeuille d'entreprises, connaissance des entreprises clientes, diffusion de la culture de l'international

94

Plan stratégique Impact 2030

95

2

### Notre engagement : la décarbonation

En tant qu'agence gouvernementale en charge de l'internationalisation de l'économie, Business France entend se positionner en pionnier de la décarbonation, tant de son activité propre que de celle de ses clients.

L'Agence s'est d'ores et déjà dotée en interne d'une démarche RSE ambitieuse, visant notamment à réduire l'empreinte écologique de son activité. Elle s'inscrit pleinement dans le cadre du Pacte mondial des Nations Unies dont elle est membre, souscrit aux engagements du Club développement durable des établissements et entreprises publics (ClubDDEP). Nous nous appliquons à réduire nos consommations d'eau et d'énergie en rénovant nos bâtiments. Nous avons systématisé les dispositifs de tri et de recyclage. Nous nous attachons à réduire nos émissions de CO<sub>2</sub>. Aujourd'hui, l'activité propre de l'Agence représente 13 % de son bilan carbone, les 87 % restants étant issus de l'activité de

nos clients. C'est donc là qu'il nous faut accélérer. Il s'agit d'un enjeu de cohérence avec les priorités de politique économique nationale et européenne. Il s'agit également d'un enjeu d'efficacité et de performance pour nos entreprises, tant il est vrai que le haut niveau d'engagement RSE de l'offre française peut et doit être un facteur différenciant sur les marchés étrangers. Il s'agit enfin d'un enjeu d'acceptabilité pour les opinions publiques, qui sont désormais extrêmement attentives à l'impact social et environnemental des échanges internationaux et des projets d'investissements dans nos territoires, qu'ils soient le fait d'entreprises françaises ou étrangères. Cet engagement concerne donc à parts égales l'ensemble des métiers de l'Agence : l'attractivité (cf. supra), le V.I.E et l'export.

Objectif

Réduire de 25 % les émissions de gaz à effet de serre de Business France d'ici à 2030

Orientier l'activité de Business France vers les secteurs favorables à l'environnement

- Intégrer dans OneTeam l'indicateur ESG individuel publié par Altorea
- Export : favoriser les filières et technologies compatibles avec la transition environnementale dans notre programmation
- Invest : orienter l'effort de prospection vers les projets et technologies susceptibles de contribuer à la transition énergétique et environnementale

Développer une stratégie Positive Impact

- Valoriser l'écoresponsabilité du quotidien auprès des collaborateurs de l'Agence
- Accompagner la prise de conscience des clients, en priorisant les entreprises les plus vertueuses
- Valoriser les exemples d'entreprises ayant développé des solutions techniques ou mis en œuvre des initiatives vertueuses pour l'environnement
- Décliner des labels ESG sur les offres de mission V.I.E et sur les catalogues des e-vitrines

94

Plan stratégique Impact 2030

95

1

### Notre valeur ajoutée : l'expertise



Parce que nous avons traversé de nombreuses crises sans jamais reculer sur nos activités, parce que nous nous sommes réinventés en permanence (organisation, spécialisation de nos collaborateurs, modèle économique), nous revendiquons notre capacité de conseil.

### Nous revendiquons le « savoir » et le « faire ».

Nous revendiquons une méthode Business France. Une méthode qui garantit au maximum que les conditions de succès des projets sont réunies, dans le respect énoncé du triple impact. Le cœur de cette méthode, c'est de positionner autour des projets les meilleures expertises, au meilleur endroit, au meilleur moment, au meilleur coût/bénéfice attendu. Cela suppose de recentrer chacune des équipes de Business France sur son cœur de compétences et de valeur ajoutée.

↓ Réseau international

- Renforcer l'autonomie opérationnelle du réseau sous la conduite des directeurs de zone et de pays
- Recentrer l'activité sur la connaissance des marchés et des acteurs locaux, la promotion des opportunités de la zone auprès des entreprises et la promotion de l'offre française sur place

↓ Siège

- Renforcer l'expertise sectorielle
- Développer un catalogue de l'offre française et des territoires

↓ Réseau France

- Affirmer la place du réseau France au cœur de l'écosystème des Team France
- Recentrer les missions du réseau France : développement commercial du portefeuille d'entreprises, connaissance des entreprises clientes, diffusion de la culture de l'international

94

Plan stratégique Impact 2030

95

2

### Notre engagement : la décarbonation

En tant qu'agence gouvernementale en charge de l'internationalisation de l'économie, Business France entend se positionner en pionnier de la décarbonation, tant de son activité propre que de celle de ses clients.

L'Agence s'est d'ores et déjà dotée en interne d'une démarche RSE ambitieuse, visant notamment à réduire l'empreinte écologique de son activité. Elle s'inscrit pleinement dans le cadre du Pacte Mondial des Nations Unies dont elle est membre, souscrit aux engagements du Club Développement Durable des Établissements Publics. Nous nous appliquons à réduire nos consommations d'eau et d'énergie en rénovant nos bâtiments. Nous avons systématisé les dispositifs de tri et de recyclage. Nous nous attachons à réduire nos émissions de CO<sub>2</sub>. Aujourd'hui, l'activité propre de l'Agence représente 13% de son bilan carbone, les 87% restants étant issus de l'activité de nos clients. C'est donc là qu'il nous faut accélérer. Il s'agit d'un enjeu de cohérence avec les priorités de politique économique nationale et européenne. Il s'agit également d'un enjeu d'efficacité et de performance pour nos entreprises, tant il est vrai que le haut niveau d'engagement RSE de l'offre française peut et doit être un facteur différenciant sur les marchés étrangers. Il s'agit enfin d'un enjeu d'acceptabilité pour les opinions publiques, qui sont désormais extrêmement attentives à l'impact social et environnemental des échanges internationaux et des projets d'investissements dans nos territoires, qu'ils soient le fait d'entreprises françaises ou étrangères. Cet engagement concerne donc à part égale l'ensemble des métiers de l'Agence : l'attractivité (cf. supra), le V.I.E et l'export.

Objectif

Réduire de 25% les émissions de gaz à effet de serre de Business France d'ici à 2030

Orientier l'activité de Business France vers les secteurs favorables à l'environnement

- Intégrer dans OneTeam l'indicateur ESG individuel publié par Altorea
- Export : favoriser les filières et technologies compatibles avec la transition environnementale dans notre programmation
- Invest : orienter l'effort de prospection vers les projets et technologies susceptibles de contribuer à la transition énergétique et environnementale

Développer une stratégie Positive Impact

- Valoriser l'écoresponsabilité du quotidien auprès des collaborateurs de l'Agence
- Accompagner la prise de conscience des clients, en priorisant les entreprises les plus vertueuses
- Valoriser les exemples d'entreprises ayant développé des solutions techniques ou mis en œuvre des initiatives vertueuses pour l'environnement
- Décliner des labels ESG sur les offres de mission V.I.E et sur les catalogues des e-vitrines

94

Plan stratégique Impact 2030

95

Charte graphique Avril 2025

46



INTÉRIEURS

Exemple d’insertion  
d’un encart dédié.

2  
Notre engagement :  
la décarbonation

En tant qu'agence gouvernementale en charge de l'internationalisation de l'économie, Business France entend se positionner en pionnier de la décarbonation, tant de son activité propre que de celle de ses clients.

L'Agence s'est d'ores et déjà dotée en interne d'une démarche RSE ambitieuse, visant notamment à réduire l'empreinte écologique de son activité. Elle s'inscrit pleinement dans le cadre du Pacte mondial des Nations Unies dont elle est membre, souscrit aux engagements du Club développement durable des établissements et entreprises publics (ClubDDEP). Nous nous appliquons à réduire nos consommations d'eau et d'énergie en rénovant nos bâtiments. Nous avons systématisé les dispositifs de tri et de recyclage. Nous nous attachons à réduire nos émissions de CO<sub>2</sub>. Aujourd'hui, l'activité propre de l'Agence représente 13 % de son bilan carbone, les 87 % restants étant issus de l'activité de

nos clients. C'est donc là qu'il nous faut accélérer. Il s'agit d'un enjeu de cohérence avec les priorités de politique économique nationale et européenne. Il s'agit également d'un enjeu d'efficacité et de performance pour nos entreprises, tant il est vrai que le haut niveau d'engagement RSE de l'offre française peut et doit être un facteur différenciant sur les marchés étrangers. Il s'agit enfin d'un enjeu d'acceptabilité pour les opinions publiques, qui sont désormais extrêmement attentives à l'impact social et environnemental des échanges internationaux et des projets d'investissements dans nos territoires, qu'ils soient le fait d'entreprises françaises ou étrangères. Cet engagement concerne donc à parts égales l'ensemble des métiers de l'Agence: l'attractivité (cf. supra), le V.I.E et l'export.

  
RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*





OCEANOLOGY  
INTERNATIONAL 2024

 Business  
France

GOODIES

Le territoire graphique se déploie sur l'ensemble des points de contact dont les produits promotionnels.





RÉSEAUX SOCIAUX

COUVERTURES





# RÉSEAUX SOCIAUX

## EXEMPLES DE POSTS

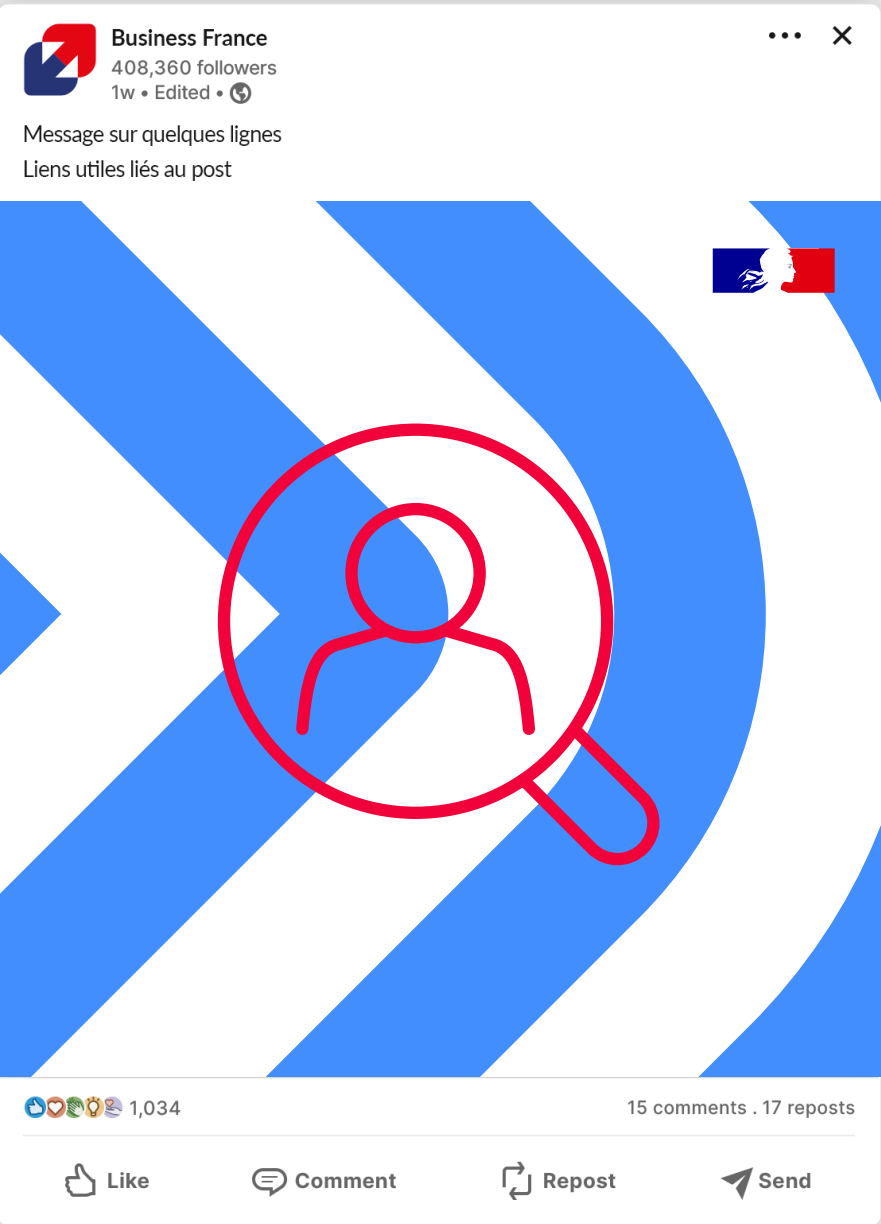
Format vertical

Les visuels de réseaux sociaux contiennent uniquement des accroches afin d’interpeller le lecteur.

Ils n’ont pas vocation à contenir des paragraphes entiers de texte, de logotypes, etc.

Les textes se construisent en 1 phrase selon le ton de voix mis en place. Ils ne dépassent pas les 15 mots.

Ces exemples ci-contre sont conformes aux recommandations du SIG (cf. p. 133 de la charte de l’État).





# RÉSEAUX SOCIAUX

## CARROUSELS

Ils permettent de créer une relation entre les contenus et d’amener une dynamique visuelle intéressante.

Nous appliquerons la Marianne en filigrane uniquement sur le dernier volet du carrousel en signature. Le placement du filigrane est détaillé à la page 50.

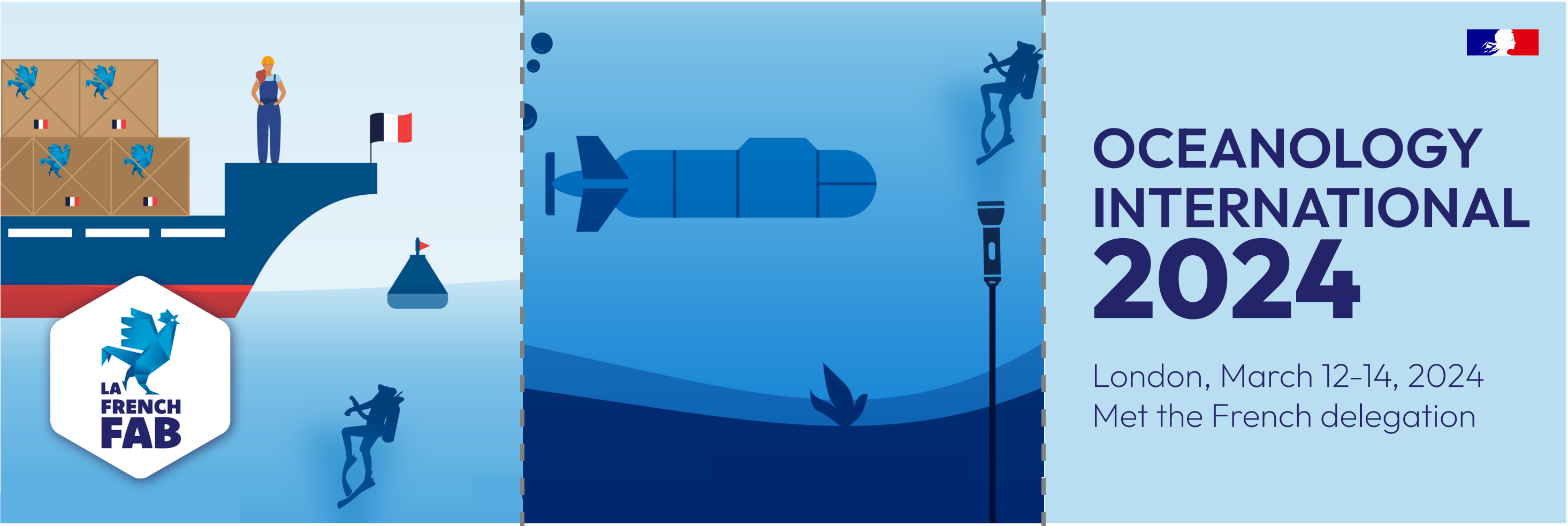
Carrousel portrait 1080x1350 px



## CARROUSELS x PARTENAIRES

Lorsqu’une donnée partenaire est communiquée par Business France, le premier volet du carrousel met en avant le partenaire, tandis que le dernier volet signe au nom de la République française avec la Marianne en filigrane.

Carrousel carré 1080x1080 px





# CHARTE VIDÉO BUSINESS FRANCE

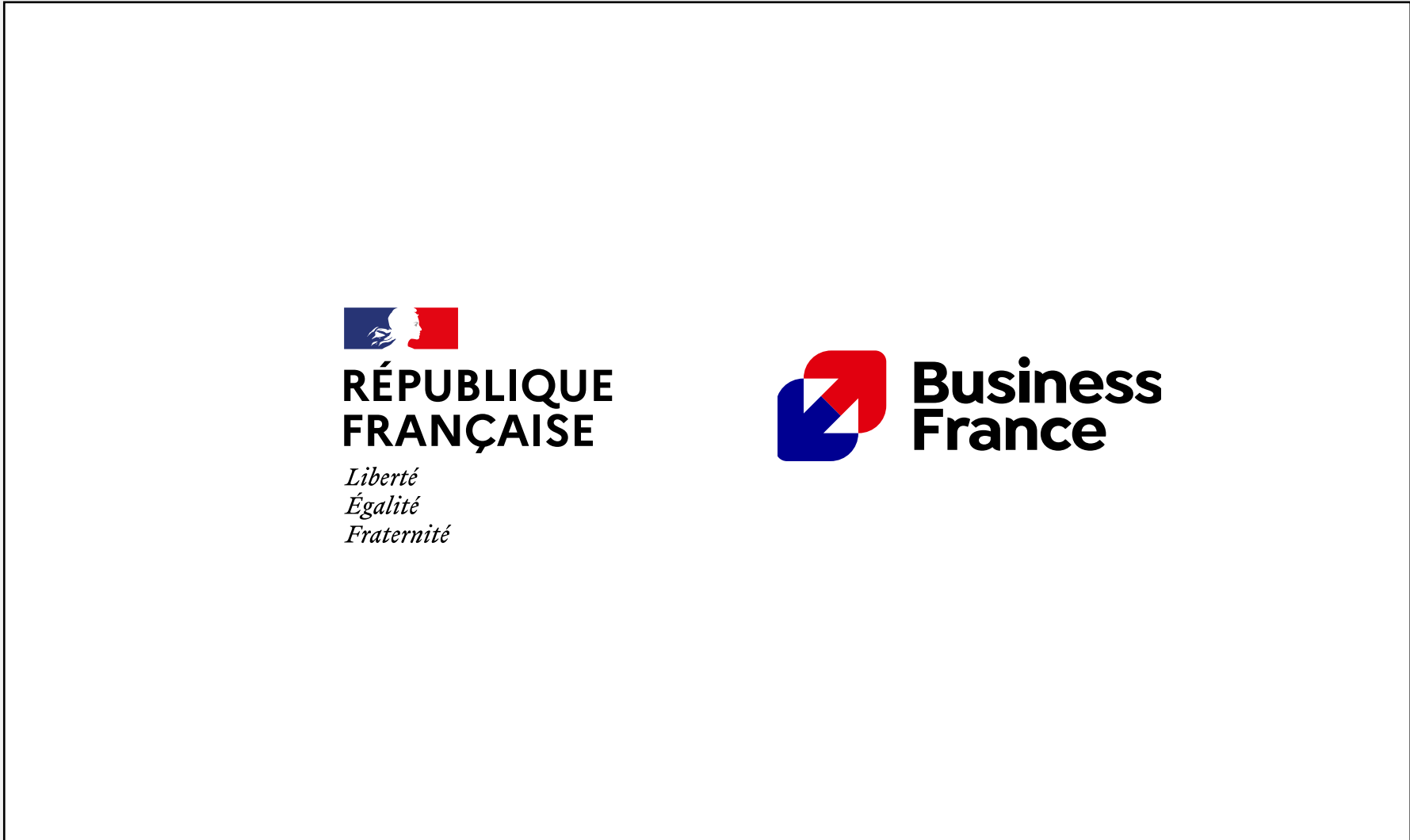
## LES GÉNÉRIQUES D'INTRODUCTION ET DE FIN

L'habillage d'une vidéo permet de personnaliser et rendre unique une vidéo.  
Cela permet d'identifier rapidement l'univers de Business France.

### GÉNÉRIQUE D'INTRODUCTION



### GÉNÉRIQUE DE FIN



Chaque vidéo doit démarrer  
par un générique d'introduction composé  
du logo de la marque Business France.

Chaque vidéo doit se terminer avec le générique  
de fin République Française/Business France,  
animé avec la signature sonore (p.64).

# CHARTRE VIDÉO BUSINESS FRANCE

## FILIGRANE

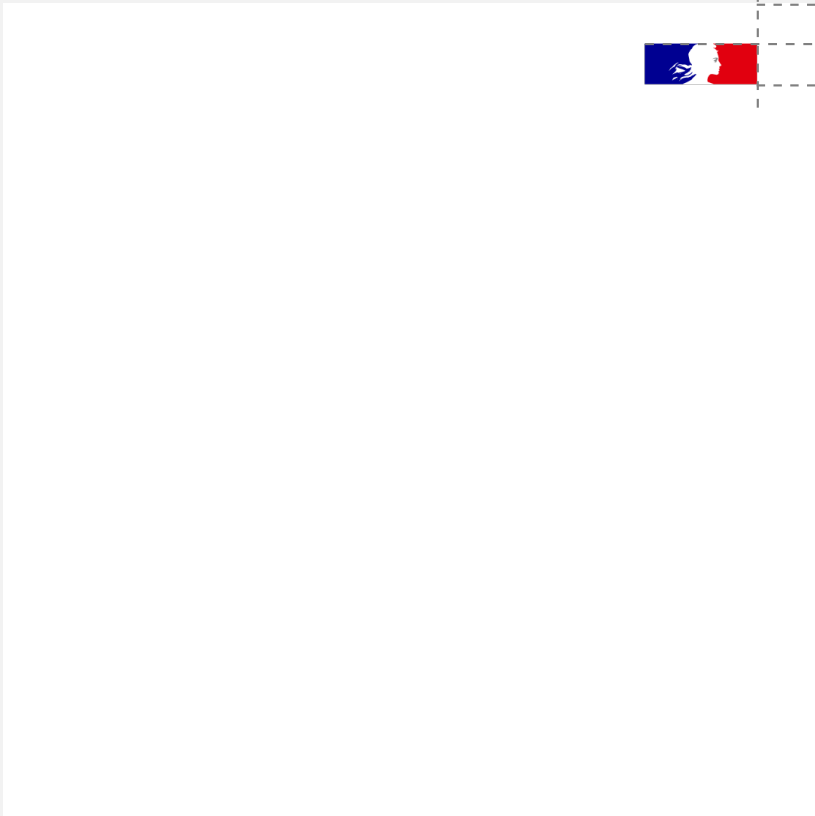
Le filigrane vient s'apposer sur tous les formats vidéos, afin de faire ressortir leur caractère officiel.

Les proportions s'appliquent aussi bien aux supports fixes (posts réseaux sociaux) qu'aux supports animés (vidéos, reels, etc.).

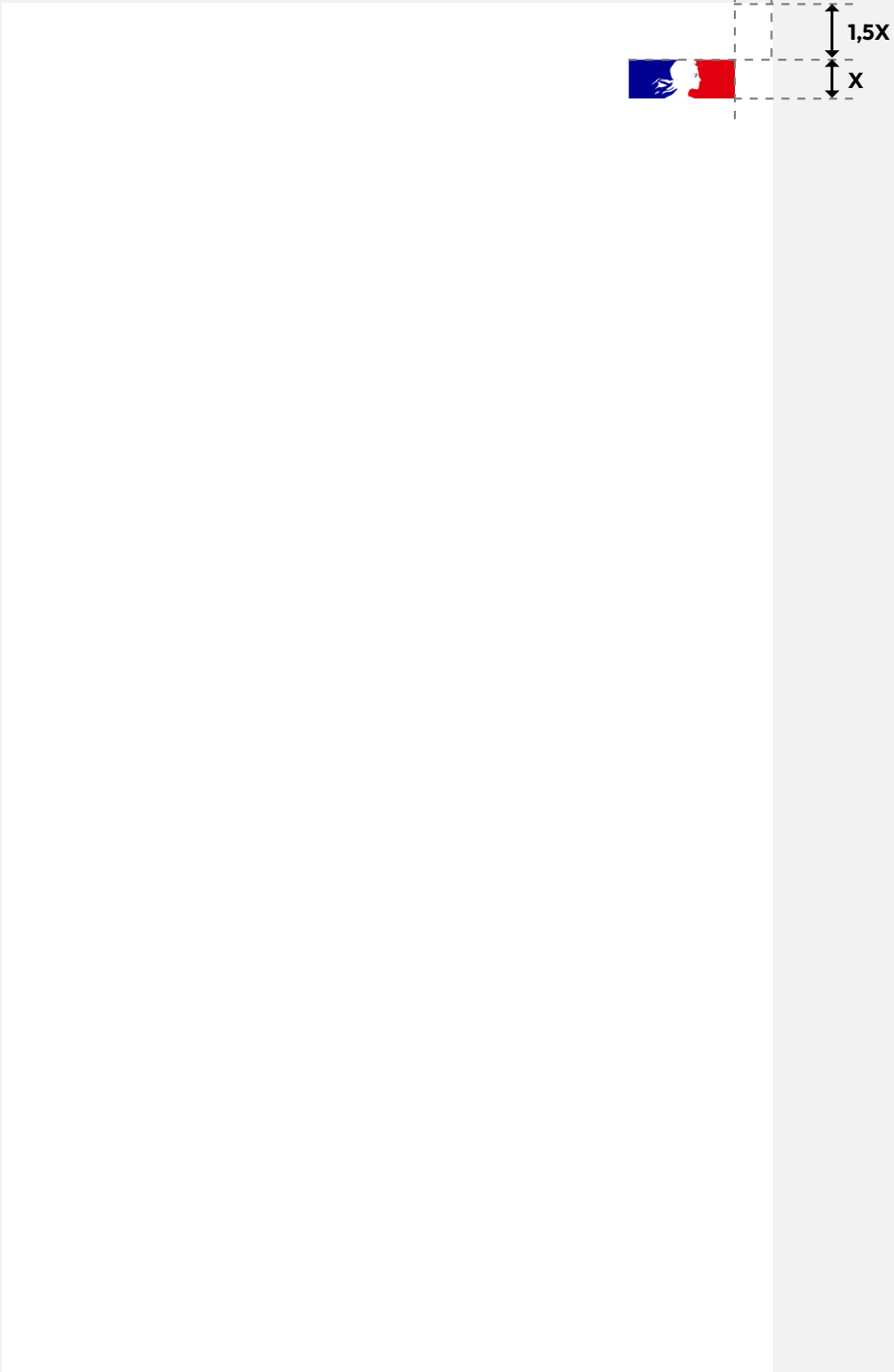
HORIZONTAL 16/9 : 1920X1080PX



CARRÉ : 1080X1080PX



VERTICAL 9/16 : 1080X1920PX



RECTANGLE : 1080X1350PX



# CHARTE VIDÉO BUSINESS FRANCE

## SOUS-TITRES

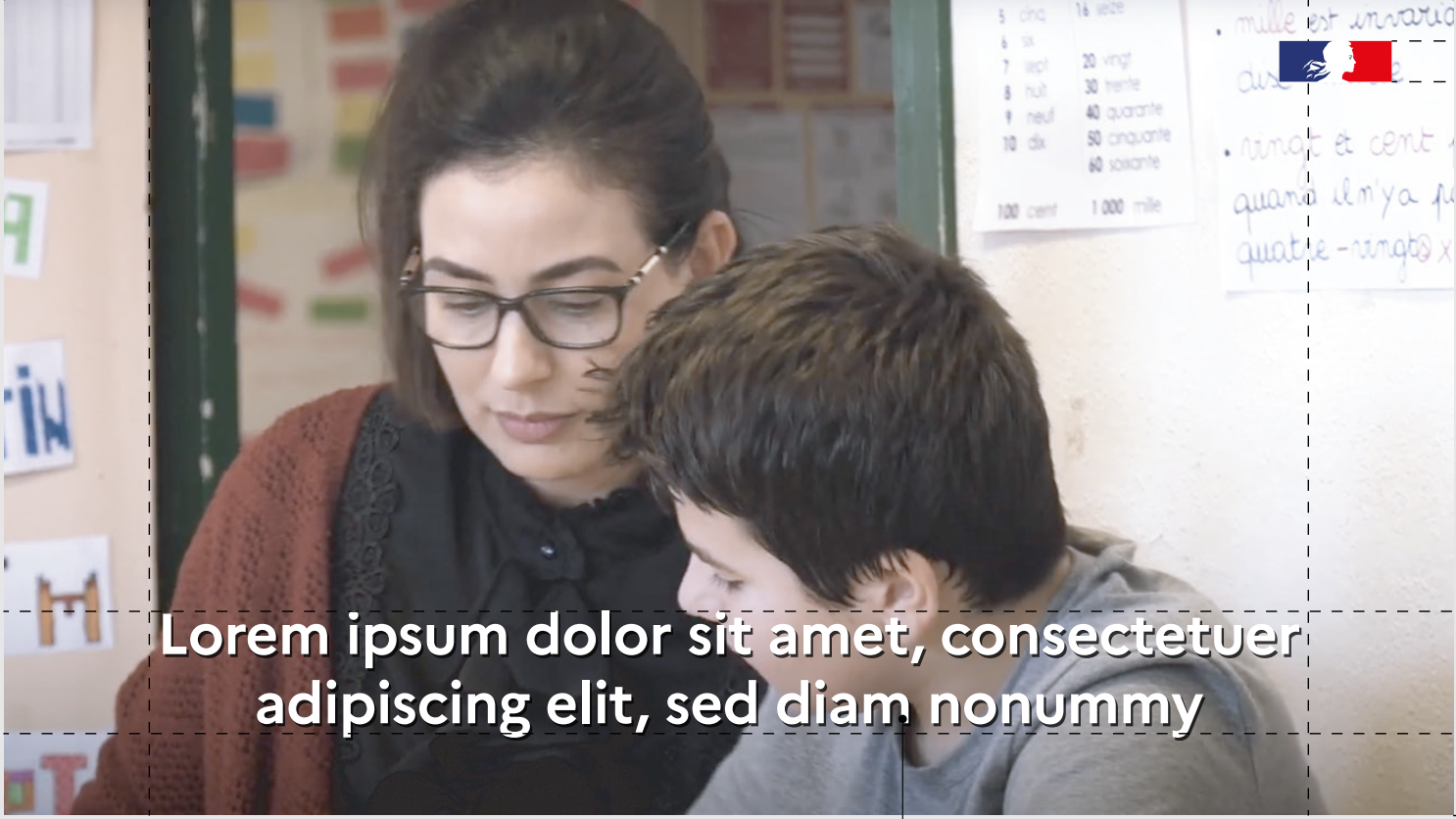
Pour toutes les vidéos utilisant des sous-titres, il est recommandé d'utiliser la typographie propriétaire Marianne®.

### GESTION SUR FOND FONCÉ

3,5X

Zone de sous-titrage max.  
13,5X

3,5X



2 lignes  
max.  
3X

2X


Marianne© Bold  
T 76pt  
A Auto  
0

### GESTION SUR FOND CLAIR

3,5X

Zone de sous-titrage max.  
13,5X

3,5X



0,5X

2 lignes  
max.  
3X

0,5X

1,5X

0,5X

0,5X



# CHARTRE VIDÉO MARQUE FRANCE

## LES GÉNÉRIQUES D'INTRODUCTION ET DE FIN

L'habillage d'une vidéo permet de personnaliser et rendre unique une vidéo.  
Cela permet d'identifier rapidement l'univers de Business France.

Les formats vidéos et leur habillage respectent la charte France proposée par le SIG (cf. p. 55-58) y compris l'utilisation de la police Marianne.

Dans ce cas, c'est l'identité BF sonore qui est appliquée en l'absence d'identité sonore «marque France» proposée par le SIG.

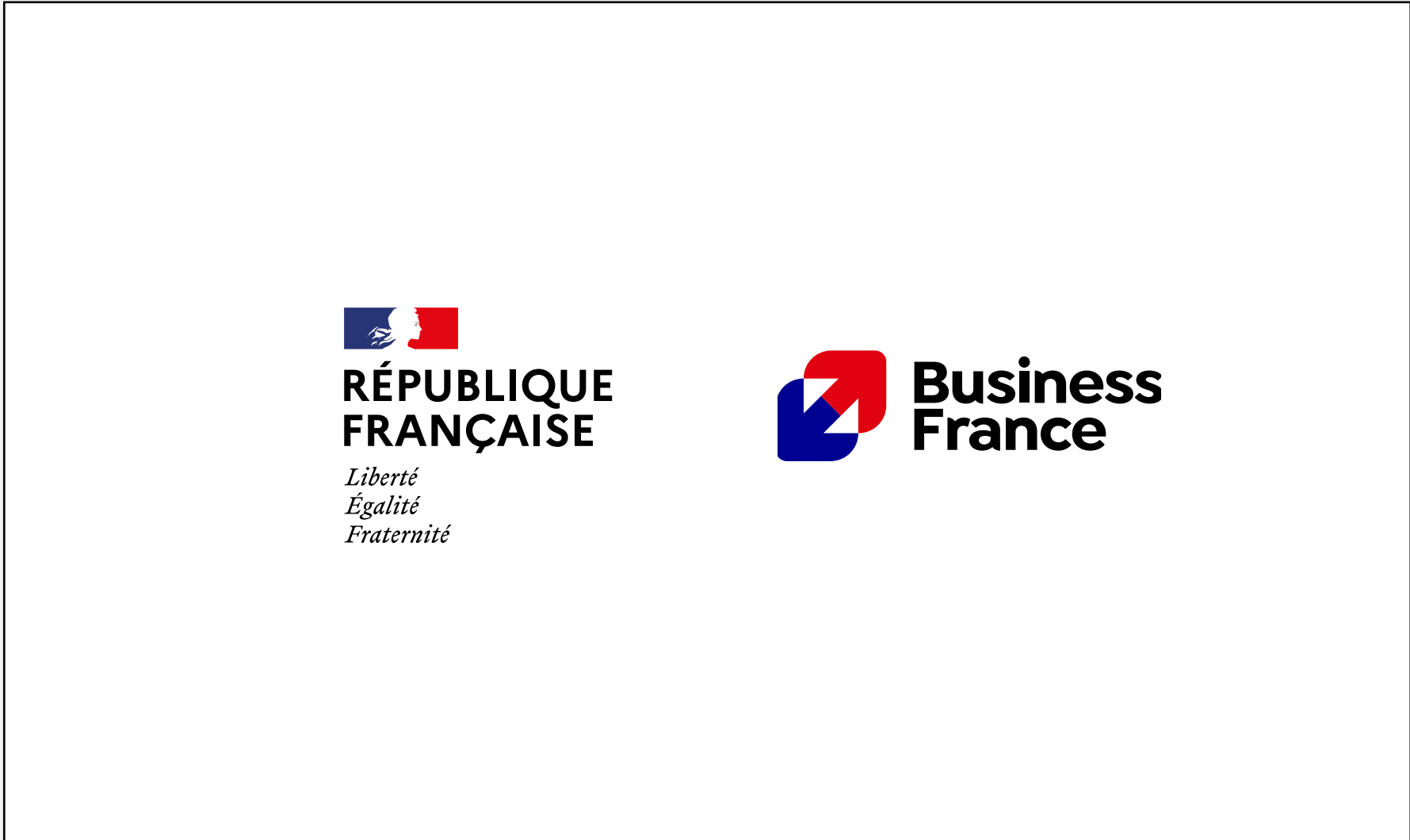
En France au titre de la loi Toubon : avec les logos marque mère et marques filles version trad (= celui avec les astérisques).

À l'international : avec les logos marque mère et marque fille.

### GÉNÉRIQUE D'INTRODUCTION



### GÉNÉRIQUE DE FIN



**Chaque vidéo doit démarrer  
par un générique d'introduction composé  
du logo de la marque France ou d'une de ses  
marques filles (Choose France, Taste France)  
animé avec la signature sonore (p.64).**

**Chaque vidéo doit se terminer avec le générique  
de fin République Française/Business France,  
animé avec la signature sonore (p.64). Ce principe  
est utilisé dès lors que Business France s'exprime  
dans le cas de l'une ou l'autre des marques France.**

# CHARTRE VIDÉO MARQUE FRANCE

## LES VIDÉOS

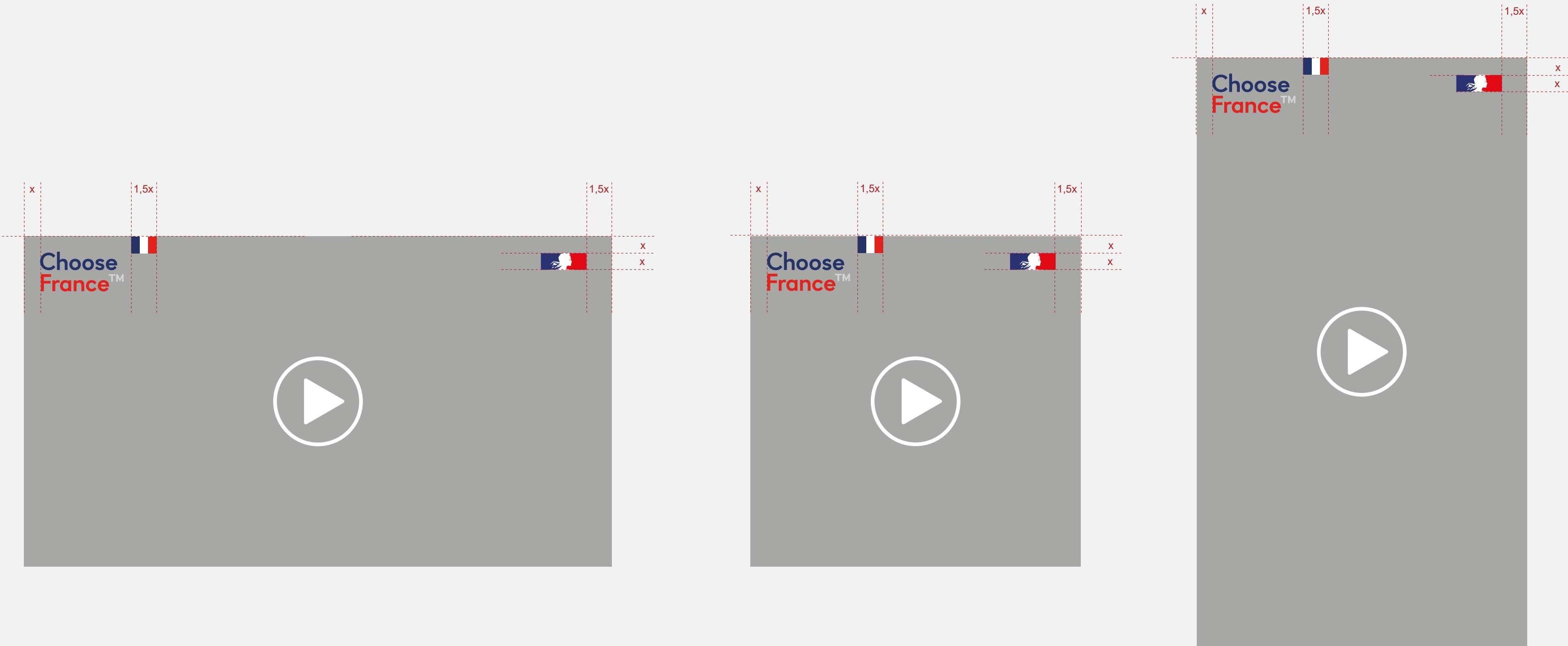
La présence du logo France™ ou des marques filles est primordiale sur toutes les vidéos diffusées.

Le haut du logo France™ ou des marques filles est systématiquement aligné sur le haut.

La longueur du drapeau est égale à 1,5 fois l'épaisseur de la Marianne.

La zone de protection est égale à l'épaisseur de la Marianne.

Ce document est conforme aux recommandations p. 55-56 de la charte France.

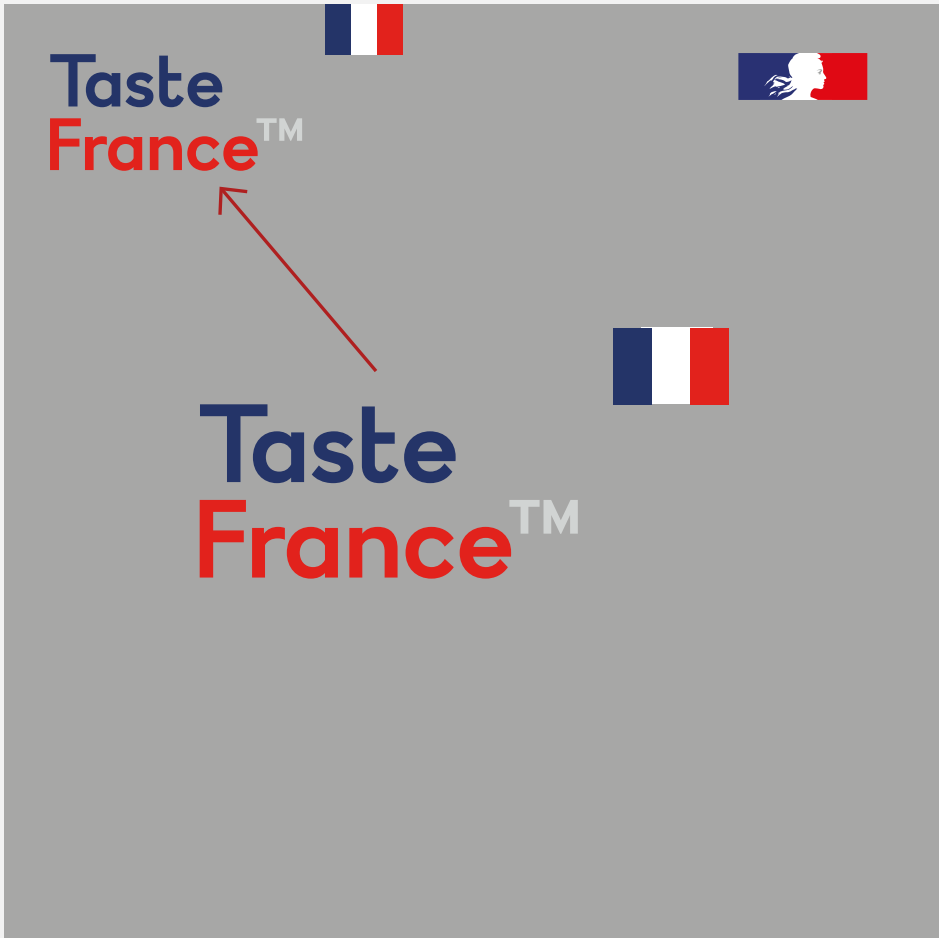


# CHARTE VIDÉO MARQUE FRANCE

## HABILLAGE VIDÉO

La taille du logotype marque France™ diminue puis vient se placer sur la partie haute à gauche (son emplacement fixe pour le reste de la vidéo).

Ce document est conforme aux recommandations p. 57-58 de la charte France.





04

**Identité  
sonore**

## CHARTE D'IDENTITÉ SONORE

L'identité sonore Business France, au même titre que son identité graphique, participe à une meilleure identification de notre marque et à sa valorisation en toutes circonstances. Elle laisse une empreinte sonore sur les points de contact de la marque.

**Elle fait aujourd'hui pleinement partie du patrimoine de l'entreprise.**

### 1 PLUS D'IMPACT

Grâce à un langage musical identitaire et déclinable, la marque est mieux reconnue, plus forte et cohérente lors de ses prises de parole.

### 2 PLUS DE SENS

L'identité sonore a été composée sur mesure pour nous ressembler. Elle incarne notre personnalité, nos valeurs, nos aspirations, notre positionnement et fédère les collaborateurs.

La charte sonore est un document de référence qui s'inscrit en complémentarité de la charte graphique.

Elle présente l'identité sonore Business France, ses déclinaisons opérationnelles et ses grands principes d'application.



# IDENTITÉ SONORE

L'identité sonore est le morceau de référence, l'ADN musical de Business France à partir duquel se définit tout le territoire musical de la marque.

Notre identité sonore incarne cette contribution propre à Business France de créer des opportunités Business, de l'emploi et de faire rayonner la France.

La mélodie de l'identité sonore propose une narration qui va de l'avant et projette Business France vers l'avenir.

1	L'HYBRIDITÉ DES SONS	En mêlant les codes institutionnels aux codes actuels, cela permet de mettre en lumière la dualité de notre marque et son double enjeu : le développement international des entreprises françaises et l'investissement des entrepreneurs étrangers en France.
2	LES CODES INSTITUTIONNELS	Ils se traduisent par des sonorités classiques avec l'utilisation des cordes et l'apparition subtile de la Marseillaise réadaptée. Ils témoignent de l'élégance, du statut et de l'excellence française à l'international.
3	LES CODES PLUS ACTUELS	Ils sont inspirés de l'influence électronique French touch. Le caractère industriel des sonorités parle de conquête et d'innovation. Cet univers électro tend vers une certaine universalité par ses résonances plus contemporaines. Elle permet aussi de s'adresser à différents publics, qu'ils soient BtoB, BtoC ou interne.
4	UN TEMPO ÉLEVÉ	En termes de rythme, son tempo élevé, sa dynamique et son énergie sont impulsés par les percussions qui expriment la détermination, la fierté et la volonté de résilience de Business France.
Le tout permet un rendu unique, aspirationnel et accompagnant auprès de tous les publics.		

# IDENTITÉ SONORE

La **musique** est un **langage universel** qui va nous accompagner sur l'ensemble de nos territoires.

Il s'agit d'un outil que nous pourrons **adapter en fonction des cibles et des points de contacts** autant que nous le souhaitons.



## RÈGLES D'UTILISATION DE L'IDENTITÉ SONORE

L'identité sonore permet d'appréhender le territoire musical de Business France, mais ne doit pas être intégrée en l'état à vos supports de communication. À partir de l'Identité sonore, nous avons créé des adaptations dédiées à chaque support (digital, événementiel, téléphonie).

L'identité sonore ne doit être modifiée en aucun cas.

# IDENTITÉ SONORE

## MUSIQUES TIERS

Vous avez à votre disposition **plusieurs kits** adaptés de l'identité sonore Business France qui permettront **d'habiller des contenus audios comme vidéos**. Il est essentiel d'utiliser en priorité ces contenus qui :

**Renforcent l'identité de marque** et contribuent à une **meilleure identification** et plus grande **cohérence**.

**Sont couverts par une licence** d'exploitation globale.

Néanmoins, afin d'apporter de l'agilité à la production de contenus et enrichir les univers, **il est possible d'utiliser d'autres musiques**, à conditions qu'elles respectent quelques **règles simples de sélection**, respectent **les standards de qualités de Business France** et restent **cohérentes** avec le territoire sonore de marque.

Attention, l'utilisation de ces musiques tierces n'exempte pas d'utiliser la signature sonore Business France. **Cette signature sonore doit impérativement signer tous les contenus produits**.

Quelques clés de sélection musicale pour étoffer la créativité et conserver un confort d'écoute, quel que soit le thème du contenu :

### HARMONIE

Une ambiance harmonieuse entre les images, les musiques, les voix et les bruitages.

### ADN

Les traits de personnalité de la marque : Fièvre, Leader, Française, Entrepreneuse.

### VALEURS

Les valeurs d'engagement : Performance, Excellence, Rencontres.

### RESPECT

Bien vérifier les paroles et leur traduction. Proscrire les paroles, bruitages ou ambiances sonores au contenu ou sous-entendu : discriminatoire, violent ou incitant à la violence, insultant, xénophobe, sataniste, exprimant une opinion politique ou religieuse, à caractère vulgaire ou pornographique, incitant à des pratiques illégales (conduite en état d'ivresse par exemple).



## SIGNATURE SONORE

Tout comme un logo signe une création graphique, la signature sonore est le format court qui permet de signer, en 3 secondes, toute prise de parole de Business France.

Elle a été conçue pour être **mémorisable** et surtout pour **exprimer l'essence de notre raison d'être** qui vise à **connecter** les entrepreneurs de nos régions et partout dans le monde pour créer des **opportunités Business**.

Elle est recommandée en **introduction des contenus audiovisuels**, à adapter en fonction de la durée et du besoin. Elle doit obligatoirement être utilisée pour **conclure un contenu** sur n'importe quel support de communication.



### RÈGLES D'UTILISATION DE LA SIGNATURE SONORE

La signature sonore forme un tout, elle ne doit pas être raccourcie, allongée, recouverte ou déformée.

La qualité et la lisibilité du message doivent rester intactes. Vous trouverez dans cette charte des fichiers en haute définition. Il est proscrit d'en faire des conversions ou des découpages.

# KIT ÉVÉNEMENTIEL

La musique participe fortement à la mise en scène des manifestations événementielles, qu’elles soient internes ou externes.

Ainsi, **un kit de formats musicaux** a été spécialement créé à partir de l’identité sonore pour **rythmer** et **accompagner les moments forts d’un événement**. Ces différentes musiques sont mises à la disposition des **organiseurs** ou **producteurs** de manifestations Business France.

## OUVERTURE DE SÉANCE

Utilisée pour **lancer le début d’un événement**,

cette musique **attirera l’attention** et mettra le public dans une posture d’écoute.

L’écriture musicale est **crescendo** afin de capter **l’attention du public** et de faciliter la prise de parole du ou des intervenant(s).

Écouter l’ouverture de séance

—

## MONTÉE DE SCÈNE

Au cours de **l’événement**,

cette musique sert à annoncer **la prise de parole d’un intervenant ou la transition entre deux intervenants**.

Trois déclinaisons de 15 secondes ont été réalisées pour des besoins spécifiques lors d’un événement.

Écouter la montée de scène

- 1. Corporate : personnes internes à Business France et intervenants « Business »
  - 2. Institutionnelle : personnalités publiques
  - 3. Soft : autres intervenants (start-up, ONG, etc.)
- 

## TAPIS MUSICAL

Le tapis musical est utilisé dans les **moments d’attente**

**pour combler un vide** (ex. installation des participants, pause...). Il sera toujours **diffusé à un faible niveau sonore**, car il n’est pas véritablement destiné à être écouté activement.

Écouter le tapis musical

—

## FERMETURE DE SÉANCE

Miroir de **l’ouverture de séance**,

ce format musical sert à **marquer la fin de l’événement**. L’écriture musicale en decrescendo accompagne l’audience vers la sortie.

Écouter la fermeture de séance

—

# KIT DIGITAL

Le digital est le support de communication qui exposera le plus l'identité sonore de Business France, notamment sur les réseaux sociaux.

La production croissante de contenus sur les **réseaux sociaux** de la marque place le sujet de la musique au centre de la réflexion. C'est pour cela qu'un **kit de formats musicaux** a été créé à partir de l'identité sonore pour s'adapter à la production de ces **formats destinés à être publiés sur le web**.

Trois thématiques musicales clés ont été **définies et déclinées** en différentes longueurs (12 s, 30 s, 60 s, 1 min 30 s), de manière à **habiller les contenus** de la marque au son de Business France, tout en **s'adaptant** au mieux à la **tonalité de chaque format vidéo** et **sujet** abordé.

## POP DYNAMIQUE

### Deux variations destinées aux contenus commerciaux BtoB

Deux variations ont été créées pour accompagner les sujets commerciaux BtoB.

**L'une pop, joue sur des codes musicaux actuels** avec les synthés et le beat pop pour un résultat tendance, frais et universel. Sa dimension aérienne contrebalance avec la variation électro.

**L'autre électro pop, propose une dynamique plus sérieuse et soutenue**, proche du terrain et de l'industrie. Les textures, riches en guitare et en basses, sont fidèles à l'ADN sonore Business France.

Écouter le thème

-

## SOFT ACOUSTIQUE

### Destinée aux contenus avec VO

**Léger et aspirationnel, ce thème acoustique se prédestine aux contenus avec de la voix.** Les variations de rythmes accompagnent le discours et laissent vraiment la place aux prises de parole. Les sonorités soutenues par le piano sont davantage feutrées, les textures plus rondes et organiques, la rythmique plus lente.

Écouter le thème

-

## INSTITUTIONNEL MARQUE EMPLOYEUR

### Destinée aux contenus de marque employeur

Créée entre autres pour les contenus de marque employeur, la thématique institutionnelle inspire **assise, sérieux et fierté** grâce à son rythme engagé. Elle porte aussi une certaine **élégance et du dynamisme** au travers d'un piano accompagnant et des cordes emblématiques de l'ADN.

Écouter le thème

-



# KIT TÉLÉPHONIQUE

L'accueil téléphonique est un point de contact majeur pour les clients, c'est pourquoi il est important de rendre les conditions des échanges téléphoniques les plus agréables et fluides possibles.

Plusieurs adaptations spécifiques de l'identité sonore sont disponibles pour habiller les divers messages téléphoniques. Ces formats musicaux sont pensés pour améliorer le confort d'écoute, rassurer les clients et diminuer la perception du temps d'attente, et sont prévus pour accueillir une voix.

## MUSIQUE D'ACCUEIL

Il s'agit de la musique qui accompagne le message de bienvenue se déclenchant automatiquement à la première tonalité. Il informe que l'appel est pris en compte et que le standard va décrocher.

Écouter  
la musique d'accueil

-

## MUSIQUE D'ATTENTE

Elle fait patienter les interlocuteurs pendant les transferts d'appels ou les mises en attente. Afin d'éviter la lassitude, une musique longue avec de nombreuses variations a été créée.

Écouter  
la musique d'attente

-

## MUSIQUE DE FERMETURE

Elle se déclenche en dehors des heures d'ouverture, et invite à rappeler aux horaires de permanence.

Écouter  
la musique de fermeture

-

# INFORMATIONS LÉGALES

L'identité sonore Business France est une œuvre originale créée sur mesure par l'agence Sixième Son. Business France détient une licence exclusive d'exploitation de cette musique sur tous ses supports de communication dans le monde entier.

Pour toute **utilisation de l'identité sonore** et ses différents formats, en particulier en **publicité TV, publicité radio et publicité digitale**, Business France, aussi bien que toute agence de communication exploitant ces enregistrements, devront **déclarer l'exploitation de cette œuvre**, dans les conditions définies par les organismes habilités (SACEM, SDRM et organismes correspondants) et **acquitter les éventuels droits** relatifs à cette exploitation.

**Les frais SACEM restent à la charge de Business France.**

En revanche, ni les droits SCPP, SCPA, SPPF ni aucune redevance de société de producteur ne sera à acquitter pour l'exploitation des œuvres créées par Sixième Son.

## RÉFÉRENCES

Rappel des références de l'œuvre contenues dans les enregistrements afin d'assurer correctement le crédit des ayants droit :

**Titre :** Connecteurs de Business

**Composé par :** Sixième Son

**Édité et produit par :** Sixième Son (SACEM)



05

**Ton  
de voix**

Notre voix est élégante et unique.

Elle offre une grande ouverture de ton et une réelle tenue. Énergisante sans être agitée, elle marque notre présence constante aux côtés des porteurs de projets.

Nos objectifs sont communs. Nous sommes un expert qui parle aux entrepreneurs la langue des affaires et du succès. Quand nous parlons de nous, nous dirons ELLE car nous sommes une entreprise.

Nous nous concentrons sur nos résultats réels, preuves de notre engagement de tous les instants.

Nous partageons et exprimons la même ambition :

**faire rayonner le Business à la française partout dans le monde.**



**CONVICTION** **2**

**Pour l'export comme pour l'attractivité nous savons que la bonne rencontre peut tout changer**

Business France est **une entreprise de connexions qui contribue** à faire de la France une nation attractive et ambitieuse.  
Un **trait d'union** entre les territoires, au niveau régional, national et mondial.  
Un trait d'union entre les partenaires qui mettent la France en avant.  
Un **trait d'union** entre les savoirs, les talents et l'information.  
Un **trait d'union** entre les entrepreneurs et les conseillers.  
Un **trait d'union** entre l'attractivité et l'export, en pensant l'international comme un enjeu global.

**MYTHE FONDATEUR** **1**

**Depuis toujours, nous sommes des connecteurs de Business dans nos régions et partout dans le monde**

Business France est **une entreprise publique** de conseil fondée pour favoriser le Business en établissant des connexions.  
Nous connectons les entrepreneurs et notre expertise, mettant à leur disposition la puissance de notre réseau.

Notre motto

**Créateurs d'opportunités Business**

**3 CONTRIBUTION**

**Nous existons pour générer du Business, de l'emploi et faire rayonner la France**

Dans le cadre de sa **mission de service public**, Business France est aux côtés des entreprises et entrepreneurs ambitieux.  
Nous valorisons et dynamisons les territoires, ouvrons de nouveaux marchés, rendons la France attractive et attrayante, afin de générer (comme son nom l'indique) du Business et des emplois.

**4 COMMUNAUTÉ IDÉALE**

**Nous réunissons les décideurs ambitieux et déterminés**

Business France s'adresse à ceux qui savent que pour se développer, il faut sans cesse se transformer.  
Tous sont des acteurs de l'économie, prêts à explorer au-delà des frontières.  
Ils sont ambitieux mais avisés, comprenant que le succès réside dans la capacité de bien s'entourer.  
À l'écoute et ouverts aux **dialogues, ces entrepreneurs sont d'autant plus prêts à oser et s'engager, qu'ils sont bien accompagnés!**

# PILIERS DE LANGAGE

## LES 3 ÉTAGES DE NOTRE DISCOURS

### 3 EXPERTISE

Le moteur de valeur

#### ÉCOUTE

Savoir-faire, excellence opérationnelle & bon conseil au bon moment pour une expérience Business unique !

#### VALORISATION

Empathie & proactivité pour plus de pertinence et de richesse, partout dans le monde.

### 2 ENTHOUSIASME

Les marqueurs d'intensité

#### CONFIANCE

La meilleure réponse en toute transparence.  
L'interlocuteur Business qui tient toujours ses promesses.

#### PROXIMITÉ

Prise en charge des projets de bout en bout de manière simple et rapide, efficace, sobre et solide.

### 1 ÉNERGIE

Les fondamentaux de l'expérience

#### ACCOMPAGNEMENT

Les attentions les plus poussées qui anticipent et dépassent les attentes.

#### FACILITATION

Écoute & facilitation du quotidien, sur tous les sujets Business international.



# PILIERS DE LANGAGE

## 1 - ÉNERGIE

« La voix active »

Notre langue est **efficace, rythmée, tonique.**

Elle met simplement **en lumière les points essentiels** sans pour autant être **trop lapidaire.**

Nous sélectionnons, soulignons, amplifions, **enrichissons nos promesses.**

### NOS MARQUES D'EFFICACITÉ

- 1 phrase = 1 message
- Pas plus de 15-20 mots mais pas trop court non plus !
- Sujet-Verbe-Complément
- Rythme varié, pas de redondance
- Verbes au présent, voix active, ni auxiliaires, ni participes présents
- Plus de points ( . ! ? ) moins de virgules

### QUESTION TEST

Parlerions-nous comme ça d'entrepreneur à entrepreneur ?

### HIER

« Business France vous accompagne dans vos projets d'investissement, quelle qu'en soit la forme : nouveaux sites, extensions, partenariats industriels ou technologiques, acquisitions ou investissements financiers. »

« 74 implantations dans 53 pays permettant de couvrir + de 110 pays. »

« Portée par Business France, les Chambres de commerce et d'industrie et Bpifrance, sous l'égide des Régions et des services de l'État, la Team France Export intègre les expertises de ses fondateurs et associe les savoir-faire des opérateurs publics et privés de l'accompagnement à l'export. »

### AUJOURD'HUI

« Tous vos projets de croissance sont les bienvenus ! Avec nous, trouvez les meilleurs sites et partenaires en France comme à l'international. Et propulsez vos investissements dans une nouvelle dimension. »

« + de 110 pays couverts, 74 sites dans 53 pays. »

« La Team France Export, c'est le meilleur de Business France, Bpifrance, des Chambres de commerce, des régions et de l'État français pour faire rayonner votre entreprise et ses produits. »

# PILIERS DE LANGAGE

## 2 - ENTHOUSIASME

« **Toujours avec vous** »

Notre interlocuteur est le **centre de notre monde**.  
Nous nous adressons d’abord à sa **personne**.

Pour faire écho à son projet, « **vous** » est souvent le **1<sup>er</sup> mot de nos phrases**. Suivi par un **nous inclusif et ouvert** qui porte nos **ambitions communes**.

C’est ainsi que nous défendons et manifestons constamment **son point de vue**.

### NOS MARQUES D’EFFICACITÉ

- Pas de « on », de 3<sup>e</sup> personne, de formes neutres, génériques ou passives
- Tournures personnelles & articles définis (le, nous, notre...)
- La formule gagnante :

VOUS	NOUS	BUSINESS FRANCE	LA FRANCE
interlocuteur			
50 %	35 %	10 %	5 %

### QUESTION TEST

Reste-t-il une 3<sup>e</sup> personne ou une forme impersonnelle ?

### HIER

« Business France, au service du développement international des entreprises. »

« Le plan « Osez l’export » porté par le Gouvernement promeut la diversification des profils des jeunes bénéficiaires du programme V.I.E. Un moyen de lever les barrières socio-économiques visibles et invisibles, en donnant à tous la possibilité de l’international. »

« Convaincue du rôle fondamental des entreprises pour accélérer la transition écologique, Business France a investi dans Time for the Planet en tant qu’actionnaire, après consultation et accord de son Conseil d’Administration. »

### AUJOURD’HUI

« Avec Business France, boostez votre croissance à l’international. »

« Grâce au plan “Osez l’export” du Gouvernement, vous donnez à des jeunes de tous horizons la possibilité d’exprimer, au sein de votre entreprise, tous leurs talents à l’international. »

« Nous pensons que les entreprises ont un rôle clé dans l’accélération de la transition écologique. C’est tout naturellement, qu’en accord avec notre conseil d’administration, nous sommes devenus actionnaires de Time for the Planet. »



# PILIERS DE LANGAGE

## 3 - EXPERTISE

« Ensemble soyons uniques »

Le style Business France est porteur d’**excellence opérationnelle**. Il restitue notre **expérience profonde** et « **utile** » des **marchés français & internationaux**.

Chacune de nos prises de parole est **exemplaire, complète, adaptée**. Ce qui reste de nos échanges est le sentiment d’une **disponibilité** de tous les instants et d’une parfaite **maîtrise** des situations.

À l’**avantage exclusif** de notre interlocuteur.

### NOS MARQUES D’EFFICACITÉ

- Jargon, formules administratives, standardisées, paragraphes creux, clichés, banalités sont interdits
- Nous disons toujours les choses à notre manière, élégante, respectueuse et hautement efficace
- Intensification & valorisation

### QUESTION TEST

Nos concurrents pourraient-ils avoir les mêmes mots ?

### HIER

« Choisissez une localisation pour en afficher les contacts. »

« Le dialogue permanent que Business France entretient en outre avec près de 170 fédérations, associations professionnelles et pôles de compétitivité associés à la programmation export a permis de les impliquer dans l’élaboration des plans d’action sectoriels du Plan de relance export. »

« Une expérience de navigation personnalisée en fonction de votre projet. »

### AUJOURD’HUI

« Trouvez les contacts Business les plus proches de vous. »

« Le bonus Business France, c’est 170 fédérations, associations professionnelles et pôles de compétitivité impliqués au quotidien dans la définition des programmes export de la France. Résultat concret pour vous ? Tous les secteurs du Plan de relance sont parfaitement représentés. Dont forcément le vôtre. »

« L’expérience de navigation la plus adaptée à votre projet. »

# MARQUEURS EXPÉRIENTIELS

Rendons notre expertise marquante  
en installant **4 nouveaux « marqueurs expérientiels »**.

MARQUEURS DE PRÉSENCE	MARQUEURS DE BIENVEILLANCE	MARQUEURS DE CONTINUITÉ	MARQUEURS DE CONNEXION
Rentrons directement dans le sujet. Et <b>incarnons</b> notre réponse !	Utilisons adverbes et locutions. Pour <b>intensifier</b> la relation et <b>signifier</b> notre attention.	Ne concluons jamais. Disons l’envie de <b>poursuivre</b> <b>nos engagements</b> , sans cesse. Et <b>préparons ensemble</b> <b>nos prochaines conquêtes</b> .	<b>Prolongeons le plaisir.</b> <b>Avec un marqueur</b> <b>de réussite à la fin.</b>
« Avec nous, vos investissements voient le monde en grand. »	« Nous avons vraiment à cœur. » « Nos équipes sont toujours à vos côtés. »	« Pour vous, partout dans le monde, aujourd’hui et demain. »	« Contactez-nous pour plus d’infos Business. Et de succès internationaux ! »



# MARQUEURS EXPÉRIENTIELS

## Construisons chaque « scène »

Chaque moment partagé avec notre interlocuteur est une **séquence** dans **l'histoire** que nous partageons. Pour qu'elle soit réussie, faisons nôtres les principes des grands créateurs de séries.



# MARQUEURS EXPÉRIENTIELS

Nos enchaînements sont fluides.  
Par blocs de sens visibles.

**Soyons visuels.**

Notre interlocuteur doit « voir »  
de quoi nous parlons. Même à 3 mètres.

Notre langage est naturel, orienté SEO.

**Pas de formules alambiquées.**

Uniquement des mots d’usage courant.

Des idées lisibles. Avec ce ton limpide  
et élégant, qui n’appartient qu’à nous.



Keep it  
natural



# MARQUEURS EXPÉRIENTIELS

## DO'S & DON'TS

### EN MODE PRÉDICTIF/POSITIF

Nos mots sont toujours porteurs d'un **résultat qualifié** et valorisé.

Avec eux, nos porteurs de projets ne **cherchent** pas, ils **trouvent**.

Tout ce qui les concerne. Tout de suite.

L'échange est **clair et balisé** par nos **preuves et bénéfices**.

### NI SURPROMESSE, NI AUTOPROCLAMATION

Notre parole est **proche et sincère**.

Elle est **précise et inspirante**.

Construite sur l'expérience et le parfait équilibre des expertises, elle se veut **modeste et engageante**.



# MARQUEURS EXPÉRIENTIELS

NOS MOTS  
BLEUS

EXPERTISE	EXPERT	<b>Innovation, créativité, inventivité</b> « projet, explorer, grandir, découvrir, créer, imaginer, réaliser, changer, enjeu, perspective... »	<b>Dynamisme, énergie, vitalité</b> « accélérer, oser, booster, propulser, transformer, développer, démultiplier, maîtriser, worldwide... »
	VALORISATION	<b>Résultat, performance</b> « rayonner, acteur, valeur, croissance, excellent, premier plan, champion, meilleur, best in class, succès... »	<b>Partage, communauté</b> « réunir, connecter, rassembler, partager, liker, apprendre, échanger, inspirer... »
ENTHOUSIASME	CONFIANCE	<b>Engagement, volonté</b> « déterminé, élan, présent, ambition, prêt, motivé, impliqué, audace... »	<b>Pérennité, constance</b> « choix, décision, durable, promesse, solidité, sécurité... »
	PROXIMITÉ	<b>Personnel, chaleur humaine</b> « éclairer, ensemble, contact, rencontrer, vision, cas d’usage, accélérateur, catalyseur... »	<b>Réceptivité, précision</b> « dialogue, capacité, service, à votre disposition, à cœur, besoins... »
ÉNERGIE	ACCOMPAGNEMENT	<b>Bienveillance considération</b> « puissance, réseau, écouter, comprendre, anticiper, concevoir... »	<b>Optimisme, compersion</b> « positif, plus, potentiel, envie, désir, plaisir, joie, opportunité, satisfaction... »
	FACILITATION	<b>Intuition, fluidité</b> « smart, clair, optimal, souple, agile, simple, avisé, stratégie, mobilité... »	<b>Facilité, accessibilité</b> « ouvert, live, open, immédiat, instantané, direct... »



### 3 EXPERTISE

#### Le moteur de valeur

Nous favorisons la projection, l'immersion, nos histoires sont bien vivantes, réelles. Et surtout uniques!

Question test :

« Nos concurrents pourraient-ils avoir les mêmes mots ? »

### 2 ENTHOUSIASME

#### Les marqueurs d'intensité

Pas de « on » ni de 3<sup>e</sup> personne, tournures personnelles, articles définis (votre, le, nos...).

Question test :

« Reste-t-il une 3<sup>e</sup> personne ou une forme impersonnelle ? »

### 1 ÉNERGIE

#### Les fondamentaux de l'expérience

Parlons à la voix active. Notre expression est toujours fluide, efficace et naturelle!

Question test :

« Parlerions-nous comme ça d'entrepreneur à entrepreneur ? »

## FAISONS COURT!

### 1 phrase

=

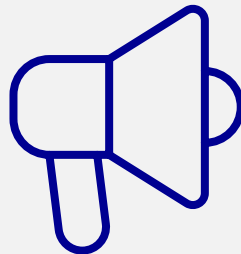
- 1 info
- 12 - 15 mots maximum
- (Sujet) + Verbe + Complément

## DONNONS DU SENS!

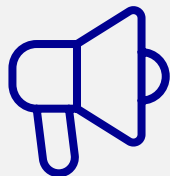
- Créons des blocs de sens visibles
- Commençons par des avantages concrets
- Plaçons les informations clés au début
- Préférons les points (.?!)
- Utilisons des mots communs, SEO friendly
- Variions la longueur de nos textes

## GENRE

Quand nous parlons de Business France, nous dirons elle car il s'agit d'une entreprise.



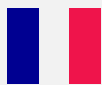
**VOUS**  
interlocuteur  
**50 %**



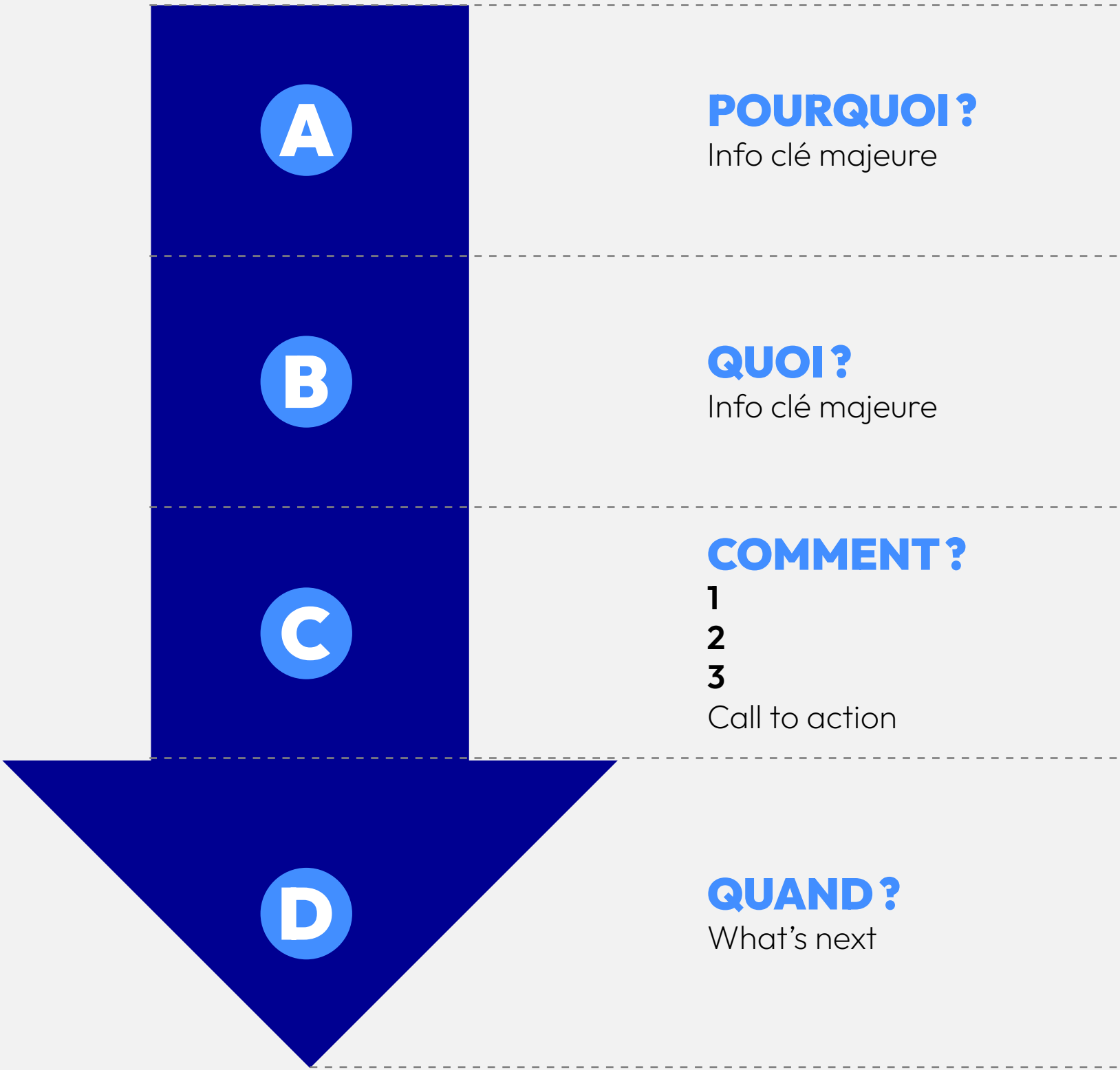
**NOUS**  
**35 %**



**BUSINESS FRANCE**  
**10 %**



**LA FRANCE**  
**5 %**



# HIER & AUJOURD’HUI

## HIER



### Aide et soutien pour accélérer votre projet

Business France et ses partenaires régionaux vous accompagnent, partout en France, à toutes les étapes de votre projet.

### L'action de Business France au cœur de l'attractivité

Business France, l'agence nationale au service de l'internationalisation de l'économie française, présente dans 54 pays, a réalisé 5 660 rendez-vous d'affaire à l'étranger. Véritable pivot de la Team France Invest, entre les autorités françaises et les partenaires régionaux au service des investisseurs internationaux, l'agence a identifié et accompagné 1 863 projets, soit une moyenne hebdomadaire de 36 projets identifiés.

Business France est ainsi à l'origine de l'identification et l'accompagnement de 64% des projets d'investissement internationaux en France en 2022, en collaboration avec les partenaires territoriaux.

Au total, depuis 2017, Business France et ses partenaires ont accompagné plus de 8 700 projets dans les territoires français.

### Le vrai résultat est à la fin

Sur la même période, l'agence a facilité, grâce à son Welcome desk, l'installation en France de plus de 8 900 talents internationaux et leur famille.

Redondance & absence de qualification

L'enjeu reste abstrait

Le vrai résultat est à la fin

## AUJOURD’HUI

### Pourquoi choisir la France

Avec de nombreux atouts structurels, la France est le premier pays d'Europe pour l'accueil des investissements directs étrangers depuis 2019 !



### Un marché dynamique

La situation géographique de la France en fait une plaque tournante pour desservir les marchés européens et africains.

- La **septième** plus grande économie du monde en 2023
- **Septième** dans le monde et **quatrième** en Europe pour les bons revenus de vente à l'exportation en 2023




# HIER & AUJOURD’HUI

## HIER

Indéfini & vague


Contactez-nous pour plus d'informations







> Contact

Pourquoi ?  
Quel est mon intérêt ?

Suivez-nous




   

Froid & générique.  
Ni enthousiasme,  
ni énergie


### POURQUOI INVESTIR EN FRANCE ?

- Pays européen le plus attractif
- Pays riche de talents et d'entrepreneurs
- Atouts des territoires
- Acteur majeur de l'innovation et de la Tech
- Pays où il fait bon vivre

## AUJOURD’HUI



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*







Business France

Mentions légales  
CGV  
Données personnelles  
Conformité  
Approvisionnement et  
Certification des cookies

Qui sommes-nous  
Notre réseau  
Notre expertise  
Média  
Nos partenaires  
Accessibilité

Suivez-nous sur nos réseaux sociaux

### NOTRE EXPERTISE

#### Notre expertise

Nous aidons les entreprises à s'internationaliser et à conquérir de nouveaux marchés. Nous prospectons et accompagnons des investisseurs étrangers en France. Nous promovons les territoires et l'attractivité de la France dans le monde.

[Lire la suite](#)

#### Exporter dans le monde entier

- Équipe France Export
- Le plan « Oser l'export »

#### Investir en France

- Pourquoi choisir la France
- Secteurs clés pour la création d'entreprise
- Comment créer une entreprise en France
- Où s'implanter en France

#### Recruter à l'international

- Pourquoi recruter un VIE ?
- Comment recruter un stagiaire VIE ?
- Quelles sont les aides disponibles pour recruter des stagiaires VIE ?

HIER

Présentation

Accédez ici à toute l'actualité internationale des secteurs #Mode, #Décoration, #Luxe.  
Notre objectif : vous donner l'information nécessaire pour faciliter & accélérer votre développement export.

Business France est l'agence nationale au service de l'internationalisation de l'économie française. Elle est chargée du développement international des entreprises et de leurs exportations, ainsi que de la prospection et de l'accueil des investissements internationaux en France. Elle promeut l'attractivité et l'image de la France. Elle gère et développe le V.I.E (Volontariat International en Entreprise) pour le compte de l'Etat. Disposant de de 1 500 collaborateurs situés en France et dans 70 pays, elle s'appuie sur un réseau de partenaires publics et privés.

Prêt pour l'export ? On répond à vos questions ici : [https://www2.teamfrance-export.fr/Hello-Export](https://www2.teamfrance-export.fr>Hello-Export)

Site web  
<https://www.businessfrance.fr/>

Secteur  
Commerce et développement international

Taille de l'entreprise  
1 001-5 000 employés

Siège social  
Paris, Île-de-France

AUJOURD’HUI

Vue d’ensemble

Créateurs d'opportunités business, partout dans le monde

L'international est un enjeu essentiel de développement pour votre entreprise. Et si Business France était la rencontre qu'il vous fallait pour donner une nouvelle dimension à vos projets ?

Nos trois métiers phares ont tous un point commun : vous booster sur la scène mondiale !

- ➡ Pour accélérer les exportations, nous facilitons le quotidien des entrepreneurs en mettant à leur disposition la puissance de notre réseau.
- ➡ Pour générer des investissements et de l'emploi en France, nous valorisons l'attractivité de nos territoires et nos régions.
- ➡ Pour propulser les jeunes talents à l'international, nous opérons le Volontariat International en Entreprise (V.I.E).

Rejoignez la communauté des décideurs ambitieux et déterminés, ayez le monde en ligne de mire !

Opérant en France et dans 53 pays, ce sont 1400 collaborateurs et un ensemble de partenaires publics et privés qui sont à votre écoute pour faciliter votre déploiement partout dans le monde.

Contactez-nous pour plus d'infos business et de succès internationaux : [www.businessfrance.fr](http://www.businessfrance.fr)

Site web  
<https://www.businessfrance.fr>

Page vérifiée  
1 juin 2024

Secteur  
Administration publique

Taille de l'entreprise  
1 001-5 000 employés  
2 088 membres associés

Siège social  
Paris, Île-de-France

Spécialisations  
Export, Investment, TeamFranceExport, TeamFranceInvest, VIE\_RH, Attractivité, Investissement, Exportation et V.I.E





L'ensemble des éléments de la charte sont disponibles  
sur le centre de marque.

Merci de contacter la Direction de la Communication et des Affaires Publiques de Business France  
pour toutes questions sur les règles d'utilisation.