TERRITOIRE GRAPHIQUE

Guide des bonnes pratiques

Principes et règles de base

CNED

2024

Mise à jour 2026

Présentation du guide

Ce guide des bonnes pratiques vise à faire vivre notre image et à utiliser tous les éléments dont nous disposons de manière cohérente.
Nous l'avons voulu simple et évolutif, de manière à pouvoir le construire ensemble comme nous construisons ensemble l'avenir du Cned.

Ces règles sont essentielles pour assurer la cohérence du déploiement de notre marque que ce soit à l'écran ou en impression.
Tous les collaborateurs du Cned sont donc invités à les respecter pour faire vivre notre identité de manière homogène sur l'ensemble de nos supports de communication.

Vous trouverez dans ce document l'ensemble des principes d'utilisation des éléments constitutifs de cette identité : logotype, couleurs, typographie et règles de mises en pages.

Si vous avez des questions, vous pouvez contacter
Christelle Luques pour les supports imprimés : christelle.luques@ac-cned.fr
Sébastien Manuel pour les supports numériques : sebastien.manuel@ac-cned.fr

Logotypes

04 _ Couleurs, réserve et monochrome

05 _ Couleurs du logo

06 _ Position et zone de protection

07 _ Dans la charte de l'État

08 _ Signature « cned.fr »

09 _ En 4e de couverture

Le logo Cned sans baseline est celui à utiliser par défaut, sauf indication spécifique lors du brief.

Logo sans baseline

Il est recommandé de toujours préférer le logo sans baseline sauf indication spécifique dans le brief.

La **version couleurs** sera préférée sur les fonds blancs ou clairs.
La **version blanche** pour les fonds noirs ou foncés.

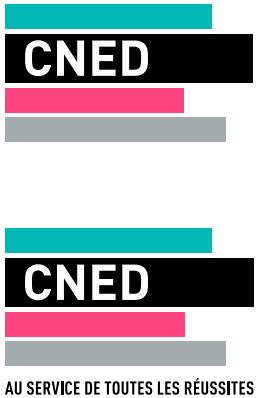
Logo avec baseline

• Au service de toutes les réussites

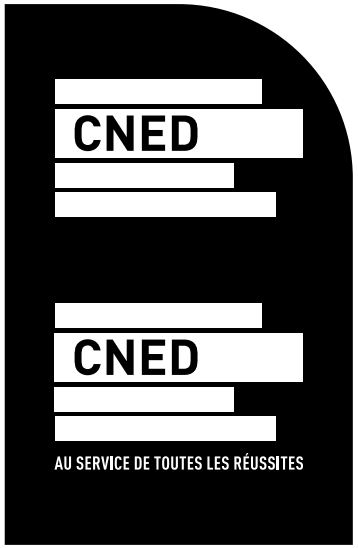
La baseline est écrite en Din Condensed Bold et en capitale.

L'usage de la baseline doit être spécifié dans le brief, selon la mission institutionnelle.

Version couleurs



Version en réserve



Version monochrome

Monochrome noire

La version noire n'est utilisée que dans le cas de deuils nationaux.



Autre monochrome

D'autres couleurs monochromes peuvent être utilisées pour les goodies ou les impressions en sérigraphie.
Ci-dessous en exemple en version bleu-vert.



Version adaptative

Logo adaptatif

Une version adaptative du logo a été créée spécifiquement pour les enseignes qui ne peuvent accueillir la version orginelle, les favicons ou un graphisme de très petit format.





Les couleurs principales (p. 17) ne sont pas celles du logo.



Bleu pacifique

Hexa	#3db6b3
RVB	61 182 179
CMJN	70 0 33 0
Pantone	3262 C

Noir

Hexa	#000000
RVB	0 0 0
CMJN	0 0 0 100
Pantone	Process Black

Rose magenta

Hexa	#e5457d
RVB	229 69 125
CMJN	0 84 9 0
Pantone	205 C

Gris

Hexa	#a4aaaa
RVB	164 170 170
CMJN	20 10 10 30
Pantone	429 C

Blanc

Hexa	#ffffff
RVB	255 255 255
CMJN	0 0 0 0

Le logo est ferré à gauche, en haut ou en bas selon le type de document, en couleurs ou en réserve selon le type d'illustration.
Il doit être calé sur les marges du fichier ou suivre la zone de sécurité.

Zone de sécurité et position

Le logo est systématiquement placé à gauche des documents.

En édition, il est calé sur les marges gauche et haute ou gauche et basse. La marge minimum du document doit être comprise entre 12 et 15 mm.
Le blanc tournant est équivalent à la hauteur du cartouche noir.

En digital, il est calé sur les bords haut et gauche ou bas et gauche du plan de travail. Exceptionnellement, le logo peut -être centré sur la largeur de la page numérique.
Le blanc tournant correspond à la hauteur du premier cartouche bleu.

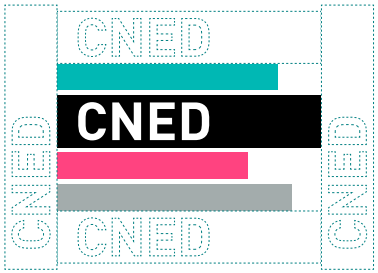
Taille minimale

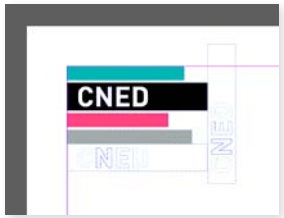
La lisibilité du logo sans baseline est garantie dans une hauteur supérieure ou égale à **10 mm en édition ou 50 pixels sur écran.**

La lisibilité du logo, lorsqu'il est utilisé avec sa signature, est garantie dans une hauteur supérieure ou égale à **15 mm sur les supports imprimés, ou 75 pixels sur écran.**

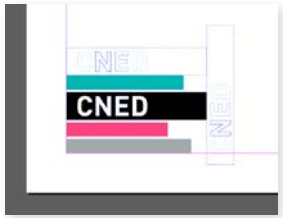
Toute reproduction à une taille inférieure est interdite, utiliser alors la version adaptative (cf p.04).

Print





Logo en haut



Logo en bas

Digital





Logo en haut



Logo en bas

Taille minimale





La communication sur les projets en partenariat avec l'État est soumise à des régles strictes. La charte de l'État est disponible en ligne.

La taille du bloc-marque et celle du cadre commun sont définies par rapport au format du support.

La valeur X servant de base à ce calcul est la hauteur du bloc Marianne.

Ces règles permettent une création et un placement d'éléments harmonieux et efficaces.

À l'horizontale

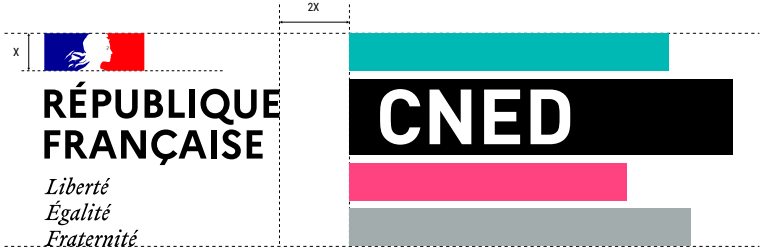
Le bloc-marque de la République et le logo Cned ont la même hauteur.

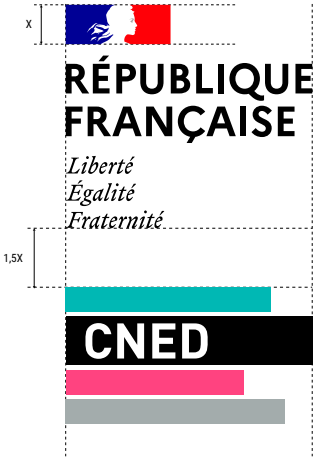
À la verticale

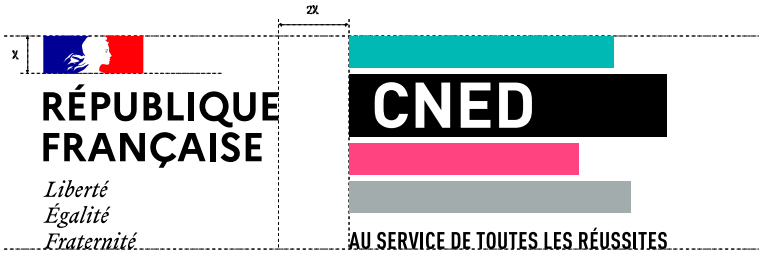
Le bloc-marque de la République et le logo Cned ont la même largeur et sont positionnés l'un sous l'autre.

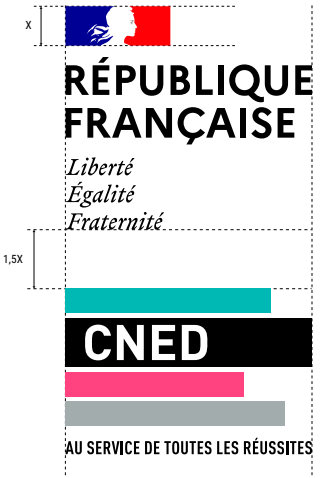
Pour toutes questions relatives à l'utilisation du bloc-marque « État/Cned », vous pouvez contacter la Delcom.

Taille du logo Cned









La signature « cned.fr » existe en version simple texte et en version avec ovoïde.

La signature cned.fr **est toujours en Manrope et en bas de casse,** que ce soit dans sa version simple ou dans sa version avec ovoïde. Afin de conserver de façon homothétique l'épaisseur du filet lors des variations de tailles, le contour de l'ovoïde est vectorisé dans le fichier Illustrator®.

Positionnement

Elle est toujours positionnée en bas à droite du document et en vis-à-vis du logo Cned.
Dans certains cas particuliers, elle peut-être centrée (exemple lors d'ajout sur le support d'unlogo partenaire ou encore en outro de vidéo)
La signature est calée sur les marges du document.
Si la forme ovoïde est déjà présente sur la page, la version simple sera prioritaire.

Taille

La taille de la signature Cned est égale à la largeur du mot CNED dans le logo. Dans sa forme ovoïde, c'est la largeur de ce dernier qui est pris en considération en y ajoutant 2 mm pour les bords arrondis. De ce fait, la taille minimale de la signature est proportionnelle aux tailles minimales du logo avec ou sans baseline.

Version simple

En noir et en réserve

cned.fr

Version avec ovoïde

En noir et en réserve

cned.fr

cned.fr

cned.fr

Taille

CNED

cned.fr

cned.fr



CNED

9 mm ou 26 px

cned.fr

10 mm ou 28 px

cned.fr



CNED

11 mm ou 31 px

cned.fr

12 mm ou 34 px

cned.fr

Position

En exemple, l'affiche BTS avec présence de logo partenaire.



Logo partenaire

La 4e de couverture est la même pour tous les documents imprimés. Aucune variation n'est autorisée, sauf demande spécifique.

En édition, **la 4e de couverture est fixe,** que ce soit au niveau du texte ou de la mise en page.

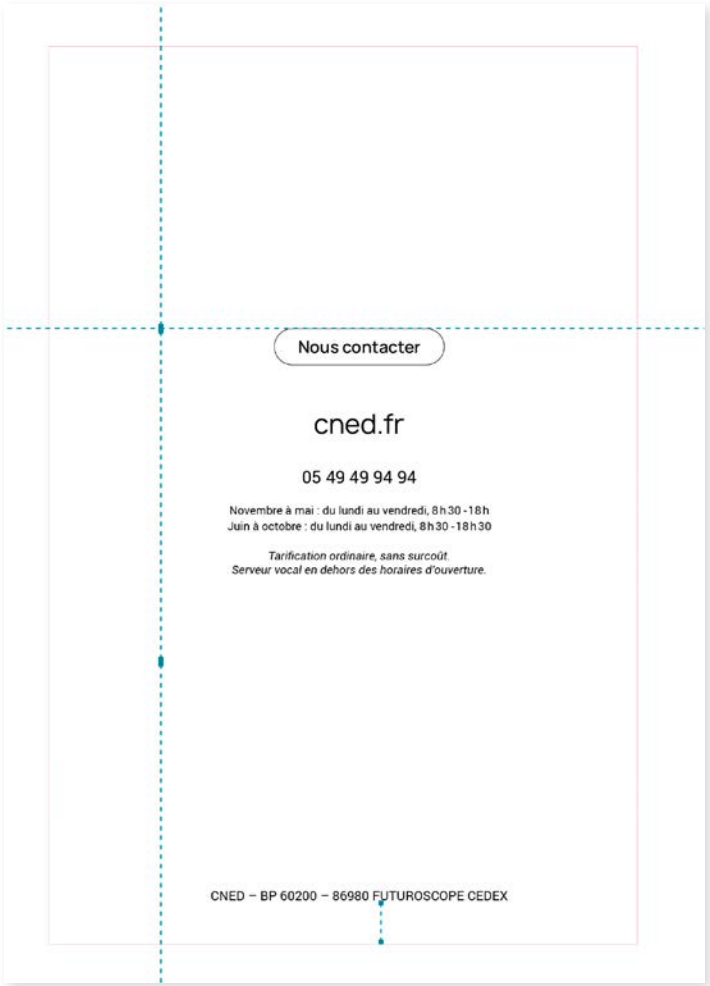
Elle est composée des informations suivantes :
• « Nous contacter » dans un ovoïde ;
• la signature « cned.fr » dans sa forme simple ;
• le numéro de téléphone ;
• les horaires d'ouverture ;
• les informations de tarifications et de serveur vocal ;
• l'adresse.

Le tout est **centré dans la largeur** de la page.

Le bord haut de l'ovoïde « Nous contacter » est positioné **à 1/3 de la hauteur du document,** quelque soit le format.

Il doit y avoir suffisament d'espace entre les informations et l'adresse, qui est située à exactement **13 mm de la marge basse**.

Une ligne comportant les logos des réseaux sociaux peut être ajoutée, entre les information de traification et serveur et l'adresse postal.



Charte de l'État

11 _ Présentation

12 _ Les supports imprimés

13 _ Les supports digitaux

- **13** _ *Slide d'ouverture de PPT*
- **14** _ *En-tête (header) et pied-de-page (footer)*
- **15** _ *Vidéo et réseaux sociaux*

CHARTE DE L'ÉTAT

Vous trouverez ci-après quelques règles de mise en page pour l'édition ou le digital.

Lors de projets en partenariat avec l'État, toutes les communications, quels que soient les supports et les formats, font l'objet de règles communes de composition graphique avec :

- Une place dédiée pour le bloc-marque qui apparaît toujours en ouverture des différents documents et supports.
- Une optimisation de la hiérarchie d'informations avec la mise en place d'un cadre commun qui fixe des zones et des principes d'affichage à respecter pour faire figurer l'émetteur, les éventuels partenaires, ainsi que le rattachement à des plans gouvernementaux.
- Un blanc tournant, sauf sur le bord droit où l'illustration va au fond perdu, dans lequel aucun élément ne peut être placé.
- Une zone de liberté d'expression : chacun peut garder ses spécificités, tout en bénéficiant de la puissance du ralliement à la marque de l'État.

L'application de la charte de l'État doit être précisée dans le brief.
Elle ne s'applique pas à la communication interne et commerciale.

Ces règles sont rassemblées et expliquées dans la **charte de l'État** accessible sur le site du gouvernement.

Liste non exhaustive

Documents pour lesquels la charte de l'État est obligatoire

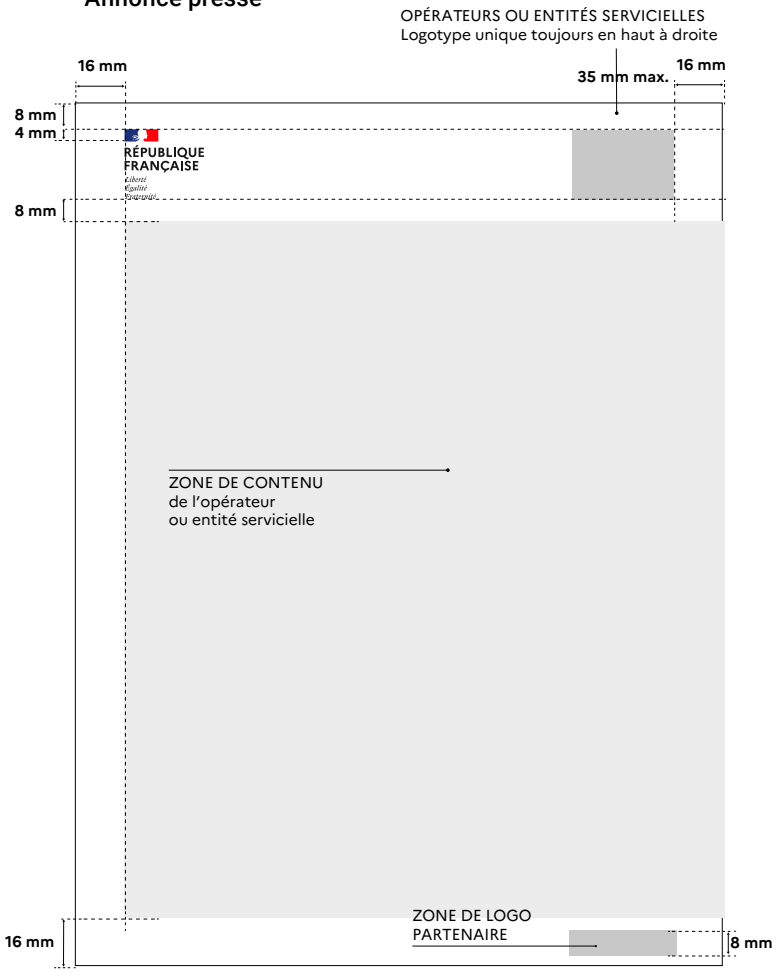
- Papeterie (lettre, carte visite, carte de correspondance...)
- Carte de vœux
- Couverture Rapport annuel (RA)
- Couverture Rapport social unique (RSU)
- Couverture Contrat d'objectifs et de performance (COP)
- Couverture et site web Projets et dispositifs ministériels
- Documentation officielle
- Post réseaux sociaux institutionnelle
- Vidéeo marque-employeur
- Kakémono institutionnel
- ...

En cas de doute sur l'utilisation ou non de la charte de l'État, merci de vous rapprocher de votre donneur d'ordre et/ou la Delcom du Cned.

Pour toute autre information,
contactez les référents charte au Cned.

La taille du bloc-marque et celle du cadre commun sont définies par rapport au format du support. La valeur référence est la hauteur du bloc Marianne.
Ces règles permettent une création et un placement d'éléments harmonieux et efficaces.

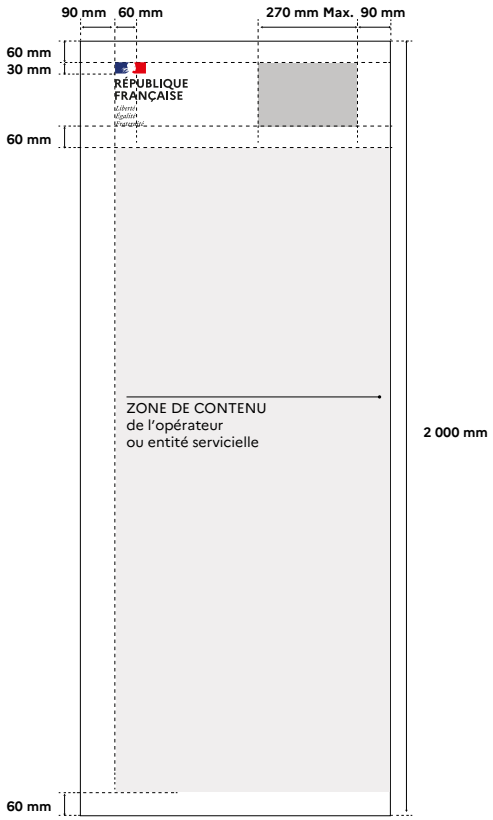
Annonce presse



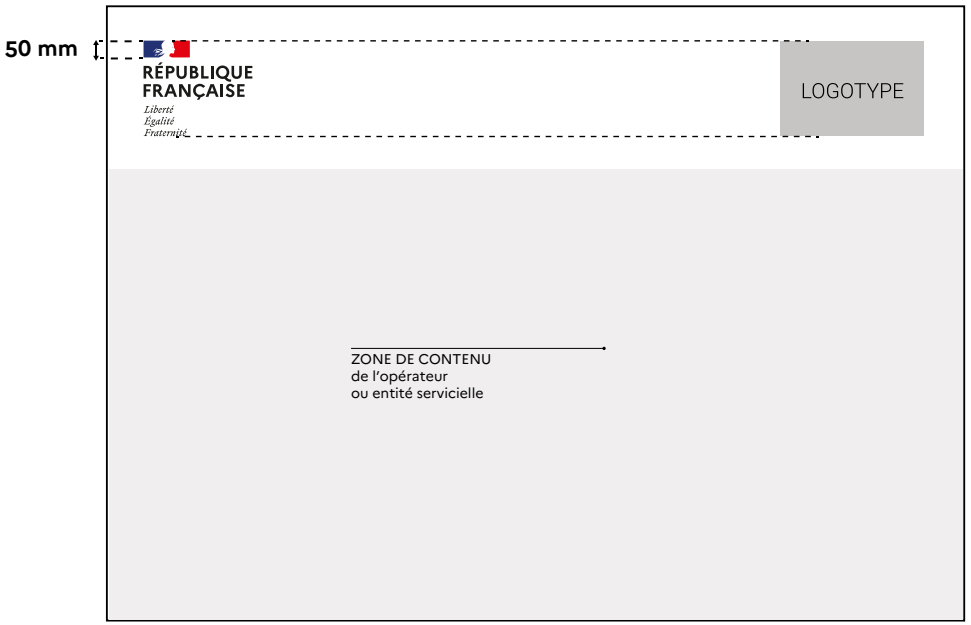
Couverture format paysage



Kakémono



Version illustrée - externe/ institutionnelle



Version éco interne



En-tête (header) et pied-de-page (footer)

Le header et le footer font parties des éléments du système de design de l'État. Trois dispositions de headers pour le desktop sont possibles.

Desktop

HEADER – BLOC MARQUE SEUL



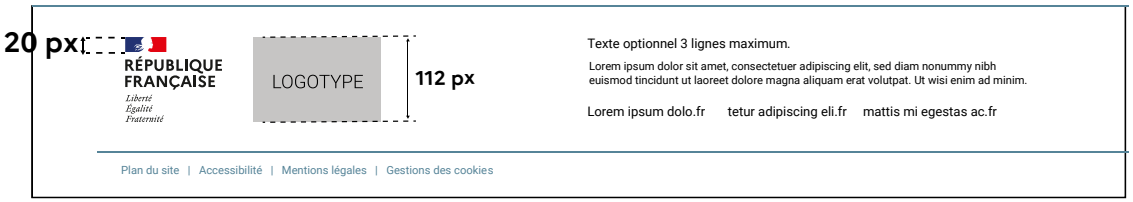
HEADER – BLOC MARQUE SEUL + NOM DU SITE



HEADER – BLOC MARQUE SEUL + NOM DU SITE + BASELINE

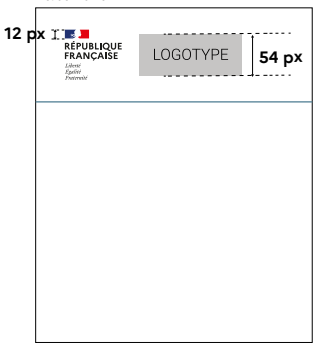


FOOTER – BLOC MARQUE SEUL

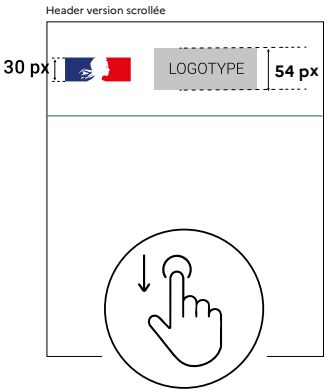


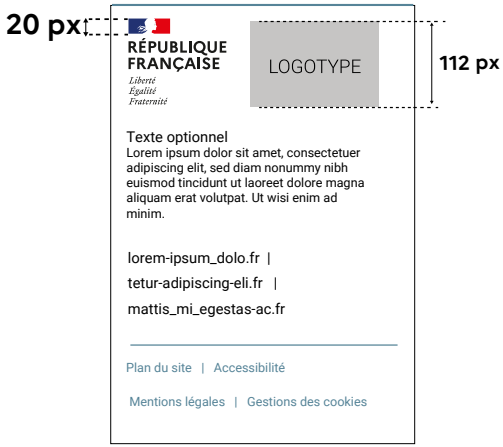
Mobile

HEADER - BLOC MARQUE
+ LOGO OPERATEUR OU DISPOSITIF



HEADER - BLOC MARQUE
+ LOGO OPERATEUR OU DISPOSITIF



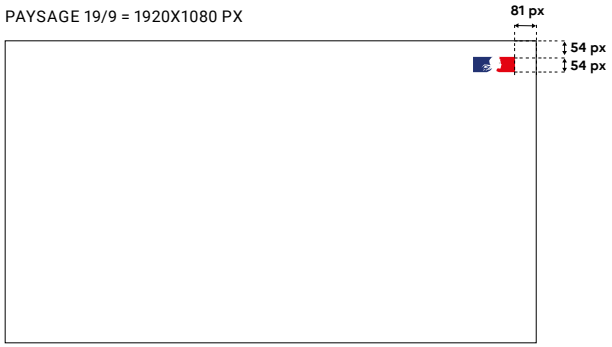


Vidéos et réseaux sociaux

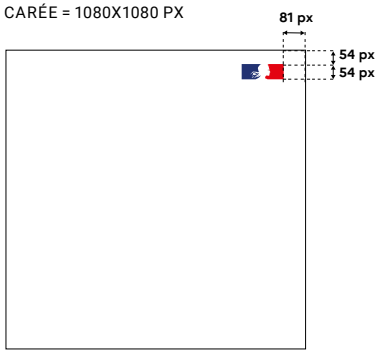
Pour la vidéo et els réseaux sociaux un filigrane vient s'apposer sur l'image, afin de faire ressortir son caractère officiel.

Vidéo et réseaux sociaux

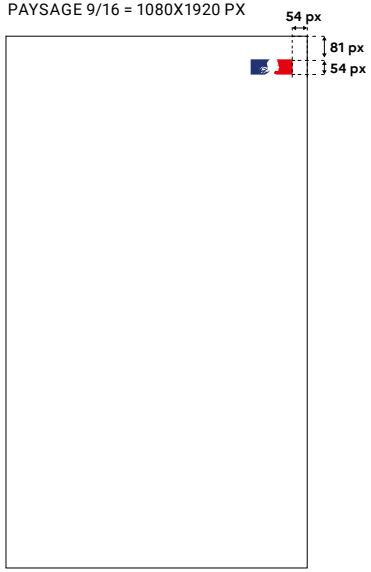
PAYSAGE 19/9 = 1920X1080 PX



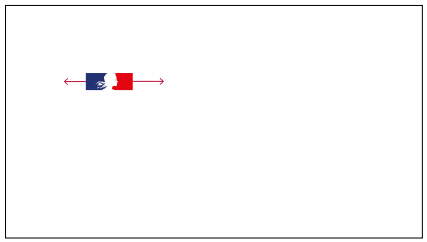
CARÉE = 1080X1080 PX

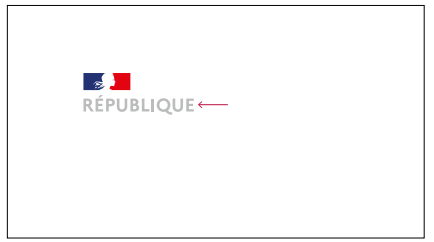


PAYSAGE 9/16 = 1080X1920 PX

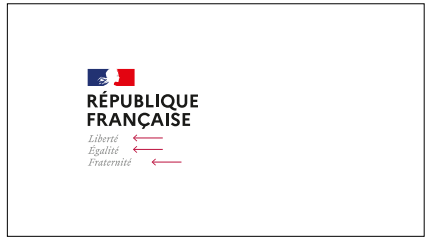


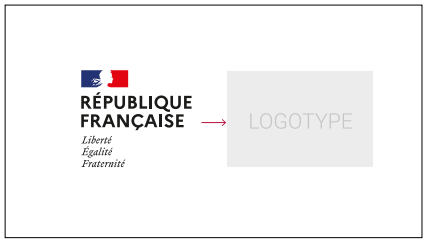
Animation outro de vidéo













Gamme de couleurs

17 _ Couleurs principales

18 _ Couleurs secondaires

19 _ Renforcement de la palette colorimétrique

20 _ Exceptions

Bleu vert

Hexa	#007f81
RVB	0 127 129
CMJN	84 27 46 12

Vert pâle

Hexa	#edf7f7
RVB	237 247 247
CMJN	9 0 4 0

Noir

Hexa	#000000
RVB	0 0 0
CMJN	0 0 0 100

Turquoise

Hexa	#00b7b3
RVB	0 183 179
CMJN	74 0 37 0

Blanc

Hexa	#ffffff
RVB	255 255 255
CMJN	0 0 0 0

Le noir est la couleur principale des textes.
Le bleu vert, pour certains niveaux de titres, le texte des encadrés, les pictogrammes et certains enrichissements...
Le vert pâle, pour les aplats et fonds des encadrés.
Le turquoise, pour souligner certaines informations comme les chiffres clés...

En exemple : une page d'ouverture et une page de texte du COP 2023, deux pages du catalogue des formations 2024.



Si une couleur secondaire est utilisée pour un chapitre, tous les textes et les enrichissements colorés, comme les aplats, les encadrés, les pictos, etc., doivent passer dans la couleur choisie. (Exemple : le catalogue des formations)

Orange

Hexa	#cd592a
RVB	205 90 42
CMJN	0 75 90 0

Orange foncé

Hexa	#cd4016
RVB	205 64 22
CMJN	0 85 100 0

Rouge brique

Hexa	#be5151
RVB	190 81 81
CMJN	5 78 60 5

Rose pâle

Hexa	#f0cbed
RVB	240 203 237
CMJN	4 28 0 0

Rose

Hexa	#d03c79
RVB	208 61 122
CMJN	0 87 20 0

Vieux rose

Hexa	#bd4d7f
RVB	189 77 127
CMJN	5 80 16 5

Byzantin

Hexa	#9f4485
RVB	159 68 133
CMJN	31 84 10 0

Lilas

Hexa	#954c90
RVB	149 76 144
CMJN	37 80 0 0

Violet

Hexa	#5a3089
RVB	90 48 137
CMJN	80 93 0 0

Violet indigo

Hexa	#50378e
RVB	80 55 142
CMJN	84 88 0 0

Bleu foncé

Hexa	#1a266d
RVB	26 38 109
CMJN	100 93 16 20

Bleu

Hexa	#107cc6
RVB	16 124 192
CMJN	95 38 0 0

Bleu cyan

Hexa	#00b6ec
RVB	0 182 236
CMJN	73 2 0 0

Bleu canard

Hexa	#048B9A
RVB	4 150 170
CMJN	95 0 30 5

Bleu paon

Hexa	#4e799b
RVB	78 121 155
CMJN	74 0 37 0

Vert d'eau

Hexa	#008193
RVB	0 129 147
CMJN	97 5 29 21

Vert

Hexa	#0a8200
RVB	10 130 0
CMJN	92 1 100 6

Vert pin

Hexa	#268273
RVB	38 130 115
CMJN	84 26 58 11

Vert foncé

Hexa	#007649
RVB	0 118 73
CMJN	100 5 82 25

Rose RVB

Hexa	#ff9de7
RVB	255 157 231

Cette couleur est **exclusivement réservée aux supports RVB** *(exemple : la touche de rose en couverture de ce guide).*

Renforcement de la palette colorimétrique 2025/26

Les tonalités web et print ayant évolué au fil des années, nous avons enrichi la gamme chromatique afin de mieux répondre aux réalités graphiques actuelles.

Cannelle

Hexa	#773717
RVB	205 64 22
CMJN	0 85 100 0

Caramel

Hexa	#622900
RVB	98 41 0
CMJN	38 80 97 57

Coquelicot

Hexa	#ad1322
RVB	173 19 35
CMJN	3 99 87 12

Prune

Hexa	#933368
RVB	148 52 104
CMJN	14 87 13 25

Moutarde

Hexa	#c09000
RVB	192 144 0
CMJN	4 38 100 7

Citron

Hexa	#ddd147
RVB	221 209 71
CMJN	10 5 84 8

Fougère

Hexa	#588125
RVB	88 89 27
CMJN	69 6 100 29

Émeraude

Hexa	#477466
RVB	72 16 102
CMJN	71 1 47 46

Saphir

Hexa	#4a6aef
RVB	74 106 239
CMJN	79 65 0 0

Ardoise

Hexa	#6c7688
RVB	108 118 136
CMJN	56 39 25 25

Couleur et image non assorties

Dans le cas où aucune des couleurs des différentes gammes n'est compatible avec l'image choisie, il est possible de se servir dans la gamme couleurs de l'image. Il est permis d'utiliser l'outil « pipette » de la suite Adobe® afin de récupérer et appliquer la couleur choisie.

Il faudra communiquer le code hexa ou RVB de cette couleur lors de l'envoi ou le partage du fichier.

En exemple : un mailing (2026) où le orange à été récupéré dans l'image bien qu'inexistant dans la charte.



Pas d'iconographie

Dans le cas où aucune iconographie n'est associée au projet, notamment pour la communication interne, il est possible d'utiliser des aplats de couleurs decsendus des differentes gammes de la charte en print comme en digital.

Le choix doit être au service de la lisibilité (notamment en digital)

En exemple : la couverture et une page d'ouverture du RSU 2024.



Typo-graphies

22 _ Pour le print et le digital

23 _ Pour la bureautique et la charte de l'État

TYPOGRAPHIES

Pour le print et le digital

Les typographies principales sont la Manrope, la Roboto et la Roboto Condensed

Manrope

Regular
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Medium
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Bold
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

ExtraBold
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Nb : La Manrope n'existe pas en italique, d'ou son utilisation en print uniquement dans les titres de niveau 1 qui généralement ne présente pas d'italique.

Roboto

Light
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Light Italic
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Regular
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Italic
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Medium
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Medium Italic
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Bold
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Black
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Black Italic
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Roboto Condensed

Condensed Light
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Condensed Light italic
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Condensed Italic
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Condensed Bold
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

Condensed Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOP
abcdefghijklmnopqrst
0123456789 & « »,:!?+-

La Manrope est principalement utilisée pour les titres de documents, ceux de niveaux 1 à 2, les chiffres clés et certaines mises en avant d'informations e print et en digital sur tout le support.
La Roboto est utilisée en police courante pour les textes courants, les niveaux de titre 3 et plus, les encadrés...

TYPOGRAPHIES

Pour la bureautique et la charte de l'État

La typographie bureautique est la Aptos. Elle est fournie avec le système d'exploitation Windows pour les PC, mais il faut la télécharger pour les MAC. La typographie Marianne est réservée aux documents institutionnels de communication chartés État.

Aptos

Light	ABCDEFGHIJKLMNOP abcdefghijklmnopqrst 0123456789 & « »,:!?+-
Light Italic	*ABCDEFGHIJKLMNOP* *abcdefghijklmnopqrst* *0123456789 & « »,:!?+-*
Regular	ABCDEFGHIJKLMNOP abcdefghijklmnopqrst 0123456789 & « »,:!?+-
Italic	*ABCDEFGHIJKLMNOP* *abcdefghijklmnopqrst* *0123456789 & « »,:!?+-*
SemiBold	**ABCDEFGHIJKLMNOP** **abcdefghijklmnopqrst** **0123456789 & « »,:!?+-**
SemiBold Italic	***ABCDEFGHIJKLMNOP*** ***abcdefghijklmnopqrst*** ***0123456789 & « »,:!?+-***
Bold	**ABCDEFGHIJKLMNOP** **abcdefghijklmnopqrst** **0123456789 & « »,:!?+-**
Bold Italic	***ABCDEFGHIJKLMNOP*** ***abcdefghijklmnopqrst*** ***0123456789 & « »,:!?+-***
ExtraBold	**ABCDEFGHIJKLMNOP** **abcdefghijklmnopqrst** **0123456789 & « »,:!?+-**
ExtraBold Italic	***ABCDEFGHIJKLMNOP*** ***abcdefghijklmnopqrst*** ***0123456789 & « »,:!?+-***
Black	**ABCDEFGHIJKLMNOP** **abcdefghijklmnopqrst** **0123456789 & « »,:!?+-**
Black Italic	***ABCDEFGHIJKLMNOP*** ***abcdefghijklmnopqrst*** ***0123456789 & « »,:!?+-***

Marianne

Thin	ABCDEFGHIJKLMNOP abcdefghijklmnopqrst 0123456789 & « »,:!?+-
Thin Italic	*ABCDEFGHIJKLMNOP* *abcdefghijklmnopqrst* *0123456789 & « »,:!?+-*
Light	ABCDEFGHIJKLMNOP abcdefghijklmnopqrst 0123456789 & « »,:!?+-
Light Italic	*ABCDEFGHIJKLMNOP* *abcdefghijklmnopqrst* *0123456789 & « »,:!?+-*
Regular	ABCDEFGHIJKLMNOP abcdefghijklmnopqrst 0123456789 & « »,:!?+-
Regular Italic	*ABCDEFGHIJKLMNOP* *abcdefghijklmnopqrst* *0123456789 & « »,:!?+-*
Medium	ABCDEFGHIJKLMNOP abcdefghijklmnopqrst 0123456789 & « »,:!?+-
Medium Italic	*ABCDEFGHIJKLMNOP* *abcdefghijklmnopqrst* *0123456789 & « »,:!?+-*
Bold	**ABCDEFGHIJKLMNOP** **abcdefghijklmnopqrst** **0123456789 & « »,:!?+-**
Bold Italic	***ABCDEFGHIJKLMNOP*** ***abcdefghijklmnopqrst*** ***0123456789 & « »,:!?+-***
ExtraBold	**ABCDEFGHIJKLMNOP** **abcdefghijklmnopqrst** **0123456789 & « »,:!?+-**
ExtraBold Italic	***ABCDEFGHIJKLMNOP*** ***abcdefghijklmnopqrst*** ***0123456789 & « »,:!?+-***

Icono-graphie

25 _ Traitement graphique

26 _ Images sombres eti mages claires

27 _ Exceptions

28 _ Communication interne

29 _ Pictogrammes

Visuel plein format pour la communication commerciale.
Visuel intégré dans la zone de contenu de la charte de l'État.

L'iconographie doit toujours être au service du texte qu'elle illustre. Pour répondre à cet objectif, les images doivent principalement mettre en scène des êtres humains dans des positions naturelles et en action, capturant des instants spontanés et vivants. La diversité et l'ancrage dans la réalité sont essentiels pour refléter fidèlement le contexte.

Lorsque les *visuels sont sombres*, il est crucial de mettre en avant un point de lumière sur l'humain pour assurer une bonne visibilité. **Pour les *images claires*, il est important d'introduire une touche de couleur vive** afin de créer un contraste marqué avec l'arrière-plan. Les images doivent utiliser des tons chauds pour maintenir une ambiance naturelle. De plus, il est préférable d'éviter les regards caméras et les poses trop stéréotypées de type banque d'images.

En ce qui concerne les ***pictogrammes***, **ils doivent être clairs, simples et épurés.** Les pictogrammes filaires, présentés dans un cercle, facilitent la compréhension rapide du message.

Pour la ***communication interne***, l'utilisation d'iconographie est limitée. Il est préférable de se tourner vers des aplats, des éléments graphiques et des pictogrammes pour illustrer les messages. Cependant, si des images sont demandées dans le brief, elles doivent être issues d'évènements internes ou représenter le personnel, les locaux, tout en respectant le droit à l'image des individus.

Les ***exceptions à ces règles*** incluent les images qui correspondent parfaitement au texte, les regards caméras, les gros plans sur des objets spécifiques avec toujours une touche d'humain, et les témoignages.

En exemple : différentes couvertures commerciales et institutionnelles









ICONOGRAPHIE

Photos sombres vs claires

Pour les visuels sombres, il est impératif d'avoir un point de lumière sur l'humain.
Pour les images claires, il est important d'avoir une touche de couleur vive, pour créer un fort contraste avec l'arrière-plan.














ICONOGRAPHIE

Exceptions

Si aucune image n'illustre correctement le texte, il est possible de faire une exception en centrant l'image sur un objet ou en choisissant un sujet regardant la caméra. Il est impératif de conserver une touche d'humain (une main, une oreille...).



Les couvertures des documents internes sont traitées de manière sobre et écoresponsable, dans la mesure du possible. Les fiches informatives publiées sur l'intranet restent volontairement peu graphiques, compte tenu de la quantité de texte à intégrer et des contraintes liées au format imposé.

La communication interne est l'ensemble des actions de communication mises en œuvre au sein de l'entreprise à destination des salariés, l'affichage interne, les invitations...

Dans le cas de ce guide et des règles de mises en pages, elle englobe également les documents financiers, comme le rapport de l'agent comptable, ou encore des ressources humaines, comme le RSU.

Afin de bien différencier la communication interne des autres supports de communication, l'iconographie chartée n'est pas obligatoire.

Les aplats et les ***enrichissements graphiques***, comme la forme ovoïde et les ***pictogrammes***, sont à privilégier.

Il est tout à fait possible de mettre en scène des photos du personnel prises lors d'événements ou autre. Dans ce cas, il faut bien s'assurer que le droit à l'image de chaque personne est respecté et d'avoir l'autorisation écrite d'utiliser ces photographies.

Cependant, il est tout à fait possible d'utiliser des photographies dites chartées avec une mise en forme différente, comme l'intégration des images dans des blocs arrondis.

En exemple : la couverture d'un rapport de l'agent comptable (2025), document financier représentant un document sans images, et de fiches A4 avec une mise en forme spécifique pour la communication interne, publiées sur l'intranet Cned.



Principaux pictogrammes

Ces pictogrammes ont été créés pour toujours accompagner les mêmes informations.
ils sont utilisés entre aitre sur le site cned.fr, sur le catalogue, sur des fiches produits...



Inscription tardive



Information



Nouveau



Pack avantage



Contacts Cned



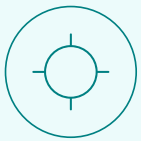
Sites web



Configuration informatique



Contacts externes



Focus



Dates/Calendrier



Où je veux



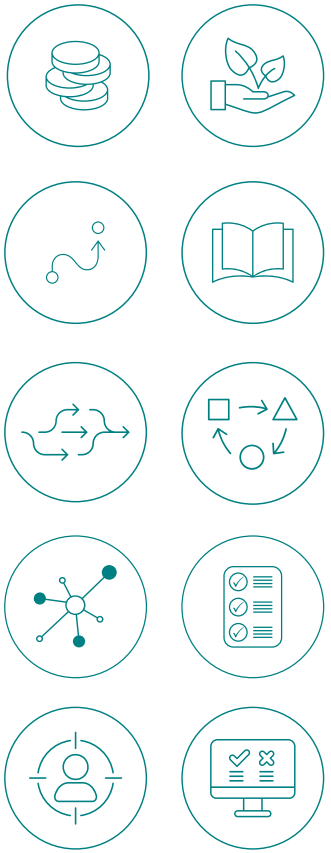
Quand je veux



Comme je veux

Pictogrammes secondaires

Il est recommandé de créer des pictogrammes selon les besoins des textes, tout en respectant le principe graphique, à savoir en linéaire et centré dans un cercle.



Les *pictogrammes « flèches »*,  , sont utilisés pour souligner certaines informations ou accompagner un titre. Attention la flèche descendante ne doit jamais être placée devant un chiffre.

Tous les pictogrammes sont vectorisés, ainsi que les contours, afin de conserver les mêmes épaisseurs de filet.

Mise en page

31 _ Principes communs
- **32** _ *Texte et couleurs*
- **33** _ *Rappel des règles typographiques*
- **34** _ *Éléments graphiques*

37 _ Pour le print
- **38** _ *Couvertures et affiches*
- **39** _ *Exemples de mise en situation*

41_ Pour le digital
- **42** _ *Logo, couleurs et typographie*
- **43** _ *Formats et enrichissements*
- **45** _ *Réseaux sociaux*

46 _ Communication interne



Principes communs

Ces principes de mises en pages sont communs à tous les supports, qu'ils soient numériques ou papiers.

Ces principes sont communs à tous les supports, qu'ils soient numériques ou papiers.

Deux polices de caractères sont utilisées pour tous les documents, imprimés ou à l'écran, du Cned, à savoir la Roboto et la Manrope.
Les textes courants, les titres de niveau 3 et inférieur, les intertitres, les notes…, sont en Roboto, alignés à gauche, non justifiés et sans césure.
Les grands titres – titre principal, titre de documents, titres de niveau 1 voire 2 – sont en Manrope. Quant au positionnement, il s'adapte à l'image et/ou à la mise en page, de préférence ferré à gauche.

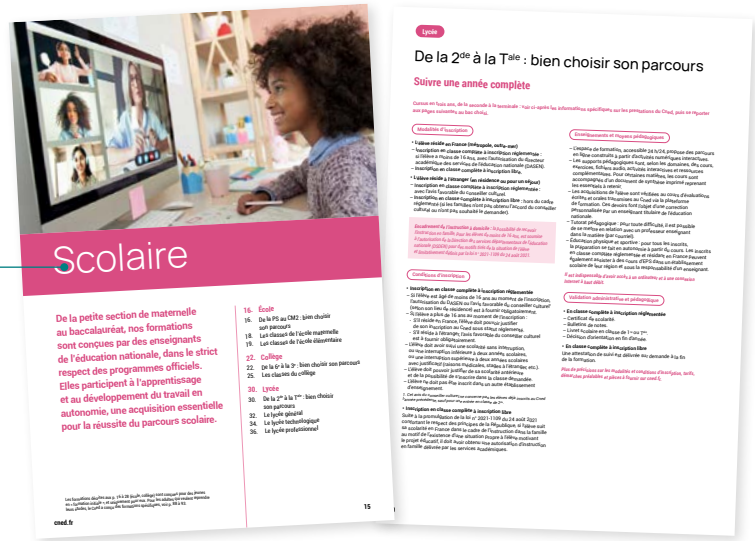
Les ***couleurs principales*** sont le noir, le bleu-vert et le vert pâle.
Il existe également tout une gamme de ***couleurs secondaires***.
Si une de ces couleurs est utilisée, il est recommandé d'y associer tous les éléments (titres, aplats, enrichissements…).

Il est obligatoire de respecter les ***règles typographiques*** de la langue française. Un document interne au Cned, une charte typographique fournie par l'État sont disponibles sur le Sharepoint. De même, vous trouverez quelques bonnes pratiques rédactionnelles sur le site du gouvernement.

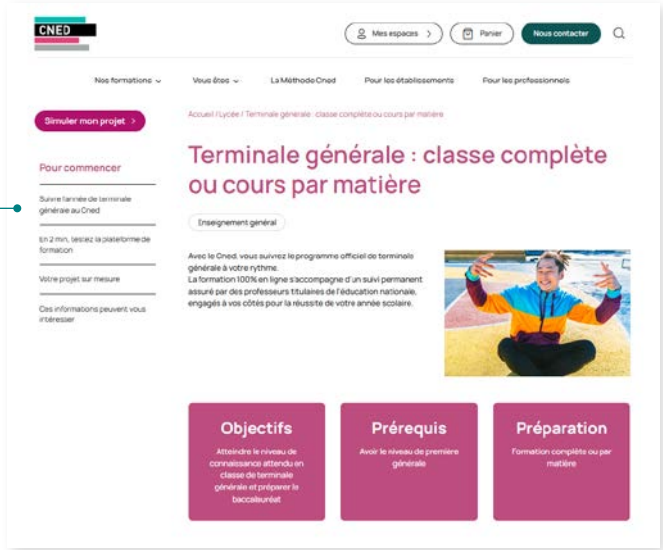
*Pour **l'édition papier,** le titre d'ouverture et le premier titre de la page sont en Manrope. Le reste du texte est en Roboto. Différents niveaux de tailles de titres et types d'enrichissements sont utilisés.*

Pour les deux éditions, les couleurs de certains titres et enrichissements sont associées à la couleurs choisie pour la thématique.

*Pour **l'édition numérique,** tous les textes sont en Manrope. Différents niveaux de tailles de titres et types d'enrichissements sont utilisés.*



*En exemple, la partie **SCOLAIRE** du catalogue des formations version papier et sur le site Internet (2024).*



Le Cned est toujours écrit en bas de casse avec un « C » majuscule.

L'usage de mots en CAPITALE dans le texte courant est à limiter, hors règles typographiques et éléments graphiques. De même, il est préférable de limiter l'usage de graisses différentes à trois dans un même texte (par exemple, le texte courant est en *regular*, on utilisera le *medium* et le *bold* pour enrichir ledit texte).

Les énumérations

- elles sont introduites par un deux-points ;
- les énumérations de premier rang sont introduites par un demi-cadratin, une puce ou autre glyphe, et se terminent par un point-virgule [**;**], sauf la dernière par un point final [**.**] ;
- les énumérations de second rang sont introduites par un tiret décalé et se terminent par une virgule [**,**] ;
- les énumérations peuvent se terminer par un point [**.**] à chaque phrase. Dans ce cas, la ligne suivante commence par une majuscule.

Césures interdites (représentées par # ci-dessous)

- un nombre exprimé en chiffres du mot ou signe qu'il accompagne (les dates, les heures, les pourcentages…) ;
  40#domaines / Henry#IV / le 14#juillet#1789 / 22#h#30 / 53#% / 1#500#€
- la ponctuation, l'appel de note du mot qui le précède, les adresses Internet ;
- l'abréviation etc. du mot qui la précède ;
  les écoles, les collèges, quelques lycées,#etc.
- les noms propres, les prénoms et les sigles ;
  Gu#ten#berg / Jé#rô#me / C#E#C#R#L / Certification#C#L#O#E
- les nombres exprimés en chiffres ;
  3,#1416 / 276#960,55
- et dans la mesure du possible l'article de son sujet.
  le#Cned / les#étudiants / de#la#maternelle à#la#formation professionnelle continue

De même, il faut éviter de laisser des pronoms, articles, adverbes, adjectifs, prépositions en fin de ligne dans un même paragraphe
(exemple : et, le, la, puis, sur, via, *par, etc.).*

Abréviations

Présence ou non d'un point final

- Pas de point si l'abréviation se termine par la dernière lettre du mot.
  Exemple : « bd » pour boulevard, « no » pour numéro.
- Un point si l'abréviation ne se fait pas à la fin du mot.
  Exemple : « chap. » pour chapitre, « art. » pour article.

Titres de civilité

- Madame, Monsieur s'abrègent en M^{me}, M., au pluriel M^{mes}, MM.
- « Mr » pour Monsieur est un anglicisme.
- Formes sans exposants tolérées : Mme, Mmes.

Accents

Les majuscules doivent être accentuées, sauf pour les sigles.
Exemple : École nationale d'administration (ENA).

Nombres

- Séparateur de décimale : virgule (et pas un point).
- Séparateur de millier : espace insécable (et pas un point).
- Ordinaux : 1er, 2^{e}, 3^{e}, etc.
- Chiffres romains en capitales : XXI^{e} siècle.

Quelques cas particuliers pour la ponctuation

- Fin d'un titre de document ou de chapitre : pas de ponctuation ;
- « etc. » est suivi par un seul point et n'est jamais répété ;
- Après « etc. » : pas de point de suspension.

Mots étrangers toujours en italique

- Les élocutions latines : *via, in fine, versus, …*
- En langues étrangères : *Deutsch für Schulen, Listening and Reading, …*

Quelques espaces et signes de ponctuation

AVANT le signe de ponctuation		APRÈS le signe de ponctuation
VIRGULE		
pas d'espace	**,**	espace normale
POINT		
pas d'espace	**.**	espace normale
POINT-VIRGULE		
espace fine insécable	**;**	espace normale
POINT D'EXCLAMATION		
espace fine insécable	**!**	espace normale
POINT D'INTERROGATION		
espace fine insécable	**?**	espace normale
DEUX POINTS		
espace insécable (à chasse fixe)	**:**	espace normale
TRAIT D'UNION (moins)		
pas d'espace	**-**	pas d'espace
TIRET D'INCISE OUVRANT (demi-cadratin)		
espace normale	**–**	espace insécable (à chasse fixe)
TIRET D'INCISE FERMANT (demi-cadratin)		
espace insécable (à chasse fixe)	**–**	espace normale
GUILLEMET FRANÇAIS OUVRANT		
espace normale	**«**	espace insécable (à chasse fixe)
GUILLEMET FRANÇAIS FERMANT		
espace insécable (à chasse fixe)	**»**	espace normale
GUILLEMET ANGLAIS OUVRANT		
espace normale	**“**	pas d'espace
GUILLEMET ANGLAIS FERMANT		
pas d'espace	**”**	espace normale
POURCENTAGE		
quart d'espace	**%**	espace normale

Principes communs

Éléments graphiques

Ces principes sont communs à tous les supports, qu'ils soient numériques ou papiers.

Plusieurs éléments graphiques existent pour habiller la mise en page. Ils peuvent être utilisés seuls ou en interaction avec d'autres.

- La **forme ovoïde, pleine ou filaire,** pour un niveau de titre. Attention, elle ne sera utilisée de préférence que pour une ligne seulement.
- Les ***pictogrammes***..
- La **ligne verticale.** Elle peut servir de puce, de mise en exergue ou encore de séparateur de colonne.
- Les **encadrés,** filaires ou avec aplat, avec un ou des radius.
- Le ***pictogramme flèche*****,** cerclé ou non.
- -L'***iconographie***.
- -Et bien sûr la **mise en *couleurs* du chapitre.**

En exemple, une double page du RA 2024 réunissant la plupart de ces éléments.

Formes ovoïdes pleines

Pictogramme flèche et forme ovoïde

Encadré descendu avec radius sur un angle



Ligne verticale

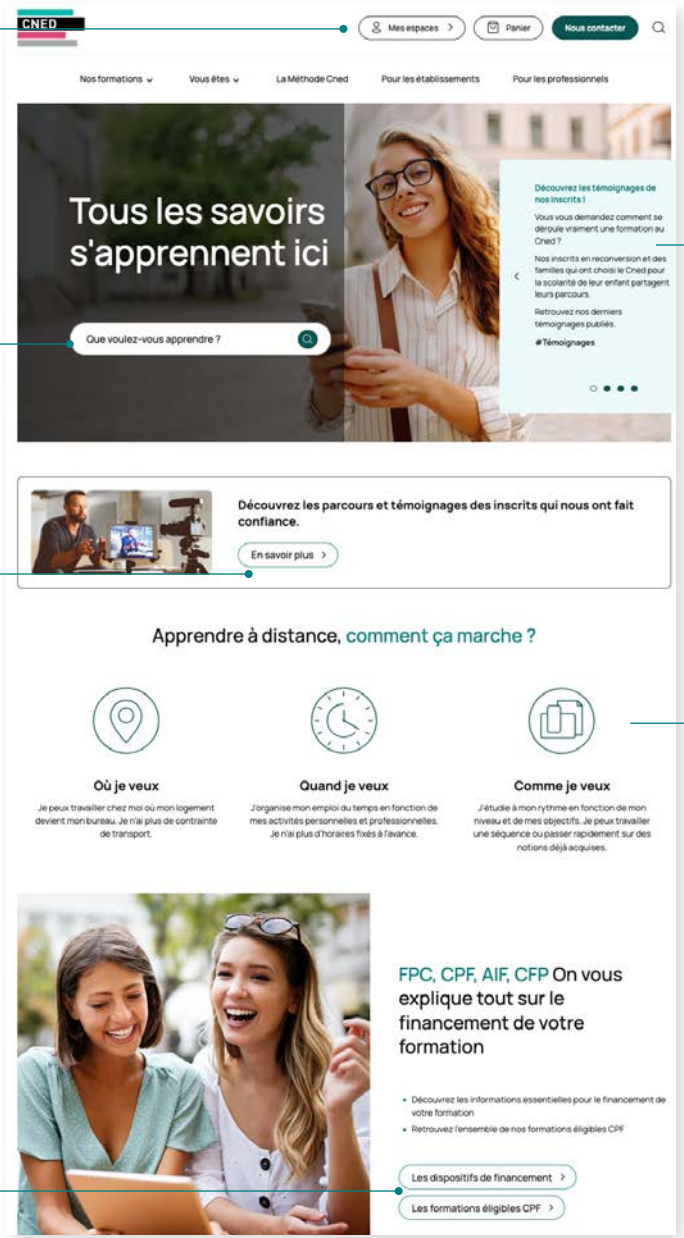
En exemple, une affiche à destination des expatriés pour la scolarité à l'international (2025) et la page d'accueil du site Internet en juillet 2026.



Utilisation de la forme ovoïde, pleine ou en filaire, pour la mise en avant des textes.

Utilisation des puces filaires verticales pour lister les informations.

La forme ovoïde étant dèjà présente dans le document, c'est donc la signature cned.fr simple qui est utilisée.



Utilisation d'aplat pour souligner certaines informations.

Utilisation de pictogrammes pour illustrer les propos.

Mise en exergue d'informations

Toujours cerclée, dans un encadré ou non, avec aplat ou sur fond blanc.

Dans le cadre du BTS Diététique, la durée obligatoire minimale du stage sur les deux années de formation est de 20 semaines, réparties comme indiquées ci-après :

On parle ainsi d'emplois rémunérés « sous plafond » et d'emplois « hors plafond ».

Des modalités d'accompagnement complémentaires pour une expérience de formation réussie

Selon les formations :
classe virtuelle de rentrée, tutorat individualisé, activités collaboratives, suivi de stage, etc.

Le conseil du Cned

Les cours d'été du Cned permettent de réviser le programme de 6e en français et mathématiques, pour aborder la rentrée en toute sérénité.
Détail de l'offre sur cned.fr.

Habillage de titre

Elle peut être utilisée avec ou sans cercle.

↘ Une mission de service public étendue

Le Cned a vocation à dispenser des enseignements et des formations à distance à tous les niveaux de l'enseignement scolaire et de l'enseignement supérieur. Il est chargé « *pour le compte de l'État* » d'assurer le service public de l'enseignement à distance.

↘ Action 4.1.1

Poursuivre la recherche de diversification des financements publics nécessaires aux missions et obligations du Cned

AU CŒUR DU SYSTÈME ÉDUCATIF ET DE LA FORMATION

INTERDITS

Il est interdit d'utiliser la flèche descendante pour habiller les chiffres, au risque de représenter la négativité dudit chiffre.

↘ 8 000
ÉLÈVES POUR L'ÉCOLE

26 300
POUR LE COLLÈGE

44 250
POUR LE LYCÉE GÉNÉRAL, TECHNOLOGIQUE ET PROFESSIONNEL EN 2022

↘ 57 732 201 €
Ressources directement liées à l'activité de l'établissement*

↘ 33 414 558 €
Subventions du ministère de tutelle

↘ 2 757 920 €
Autres ressources propres et subventions diverses



Pour le print

Les règles de ce chapitre, ainsi que les principes communs, s'appliquent à tous les documents imprimés.

L'*iconographie* est toujours au service du texte, que le support soit imprimé ou affiché à l'écran. Ce qui permet de garder des mises en pages souples et d'adapter le positionnement et la taille des titres principaux à l'image.

En couverture ou en affichage, **l'image doit occuper toute la page, sans blanc tournant.** Dans ce cas, le ***logo Cned*** est utilisé soit en réserve soit en couleur pour permettre une bonne lisibilité. De plus, il est recommandé de le placer en bas à gauche, calé sur les marges ou les ***zones de sécurité*** du fichier et aligné avec la ***signature cned.fr*** si elle est présente.

Pour une demande de document institutionnel, et donc d'usage de la ***charte de l'État***, l'image est entourée de blanc tournant, hors côté droit, et le logo est placé en haut à droite, de la même taille et au même niveau que le bloc-marque de l'État.

Le logo Cned est en couleur, placé en haut, à gauche et calé sur les marges.

Les éléments de titre sont positionnés en haut, dans un espace libre et de couleur foncée.



En exemple, la couverture du Catalogue des formations 2025-2026 et la couverture du dépliant Formation professionnelle continue (2024)



Pour les deux documents, l'image est en pleine page, à fond perdu.

Pour la mise en page des éléments composants les couvertures, l'espace libre dans la photo, ainsi que de la couleur de l'arrière plan ont été pris en compte.

Le titre est écrit en haut et en blanc, de manière à occuper l'espace le plus sombre de l'image.

Le logo Cned est en réserve, calé sur les marges et aligné avec la signature cned.fr dans sa forme ovoïde.


Rapport d'activité
2024


Tous les
savoirs
s'apprennent
ici
cned.fr


Tous
les savoirs
s'apprennent
ici
CATALOGUE DES FORMATIONS


Français langue étrangère
Diplôme d'aptitude à l'enseignement du FLE (DAEFLE)
PROFLE+ : professionnalisation en FLE


Partout
dans le monde,
ayez le réflexe
Cned !
Formez-vous sans frontières
Suivre des cursus scolaires et universitaires français
Développer ses compétences professionnelles
Se préparer aux métiers du français langue étrangère
Apprendre une langue étrangère et obtenir une certification
CNED
cned.fr


CNED
Un projet de formation ?
Le Cned vous accompagne
cned.fr


CNED
Cned+ SPORT




Rapport Social


Boostez votre carrière
Gagnez en compétences avec le Cned
CNED
cned.fr


Cours d'été
Pour se rafraichir la mémoire
Réviser ou approfondir les notions en mathématiques et français de la 6e à la 3e
CNED
cned.fr


Langues étrangères
Apprenez, progressez ou faites certifier votre niveau
CNED
cned.fr



Pour le digital

Les règles de ce chapitre, ainsi que les principes communs, s'appliquent à tous les documents numériques.

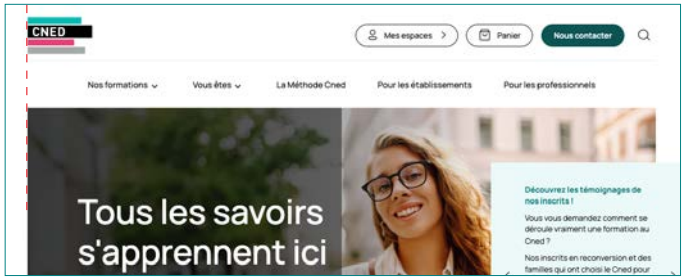
Le logo est à retrouver dans la communication digitale et notamment dans les headers (site web, newsletters, etc.).
Systématiquement placé à gauche des documents, il doit être calé sur le bord haut ou bas gauche du plan de travail. Il peut exceptionnellement être centré sur la largeur du document.
La ***zone de sécurité*** minimale digitale correspond à la hauteur du premier cartouche bleu dudit logo.

La signature cned.fr dans sa forme ovoïde iconique ou non, est à centrer en priorité. Sinon, il est à ferrer à gauche ou à droite en suivant les marges du document.

Pour les ***couleurs***, il est recommandé d'utiliser les **codes hexadécimaux** de la gamme principale ou secondaire pour assurer les couleurs RVB et renforcer l'identité visuel du Cned.
Exception — Dans le cas où aucune des couleurs des différentes gammes n'est compatible avec l'image choisie, il est possible d'utiliser l'outil « pipette » de la suite Adobe® afin de récupérer une couleur dans l'image et l'appliquer au texte.

En digital, la ***typographie*** Manrope est régulièrement utilisée pour appuyer l'identité du Cned.

Header site www.cned.fr
— Logo ferré à gauche sur les marges du document

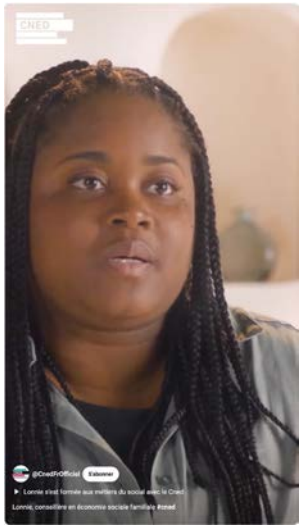


Exemple Outro vidéo 16:9
— Logo signature « cned.fr » centré en largeur



À noter : le logo apparaît déjà en photo de profil sur les réseaux sociaux, ainsi, il n'est pas nécessaire de répéter le logo couleur sur les formats destinés uniquement aux plateformes comme Facebook, Instagram, Tiktok ou Youtube.

Exemples logos sur video 9/16
— Logo fixe (optionnel)



— Logo signature «cned.fr» en outro



Création d'enrichissement

Pour enrichir la communication du Cned, il est possible de créer des logos ou identités pour des formats particuliers. Veillez à respecter les typographies et gammes de couleurs principales de la charte Cned.

En exemple : Le podcast « Perspectives » et les vidéos issues de la série

Mise en page

- Privilégier un texte concis pour les contenus digitaux afin d'améliorer l'impact et la lisibilité.
- Pour hiérarchiser l'information ou mettre en exergue un mot, il est possible de : changer sa graisse, utiliser l'italique, le souligner ou le placer dans la forme ovoïde iconique Cned.
- Pour assurer lisibilité et cohérence graphique, la mise en page du texte s'adapte au format. Ainsi, il est recommandé de prendre en compte l'espace disponible dès la conception du texte.

Exemple d'adaptation de texte sur un format vertical et horizontal (déclinaison bannières).

- Respecter les *zones de sécurité* du logo et les marges.
- Adapter le placement du *logo* selon le support.
- L'*iconographie* est toujours au service du texte.
- La mise en page doit donc être pensée et optimisée selon le format web (Bannière web horizontal ou vertical/header ou footer de site/ newsletter/couverture horizontal social media / vidéo 9:16 ou 16:9/ post social media 4:5/...).

Exemples d'enrichissement
— Logotype « Histoires d'inscrits »et vignette du podcast « Pespectives »





Exemples - Bannière web horizontale et verticale
— Logo en intro outro + signature « cned.fr » centré







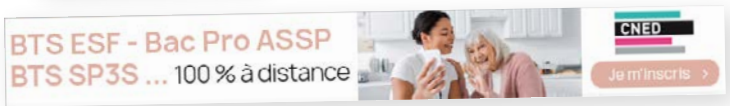
Outre les principes communs, les règles de ce chapitre s'appliquent à tous les documents numériques.

Exemples - Bannière web horizontale et verticale, habillage site, emailling...













Réseaux sociaux

- Privilégier les formats verticaux 9:16 et 4:5 pour que votre visuel ou vidéo occupent l'écran au maximum (reel & post Instagram, short Youtube, Tiktok et LinkedIn).
- Les formats horizontaux sont principalement pour Youtube et LinkedIn.
- Miniatures Youtube : créer un visuel simple et attirant grâce à un texte direct et une image épurée. Ceci optimise la compréhension de la cible. De plus, chaque type de format de vidéo doit se reconnaître par *playlist* grâce à une mise en page dédiée. Les miniatures maintiennent ainsi une cohérence par série de par la mise en page mais aussi iconographique (même cadrage, lumière, contraste, chromie).
- La mise en page doit être pensée et optimisée selon le format. Pour les contenus réseaux sociaux, il faut bien prendre en compte la « zone utile » : espace où aucune surimpression ne gêne la lisibilité.

Témoignages en vidéo



Vidéo Espace démo cned.fr



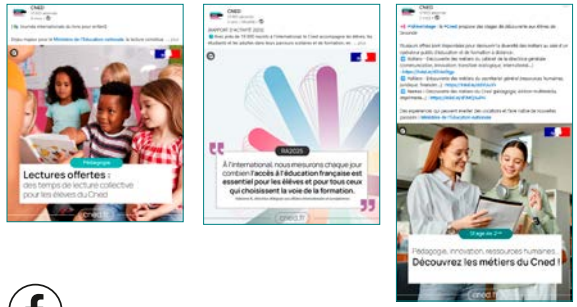
Podcast - Perspectives



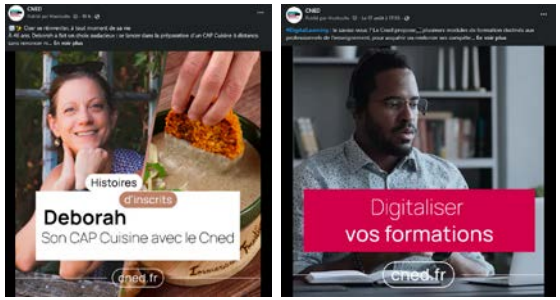
Podcast - Perspectives

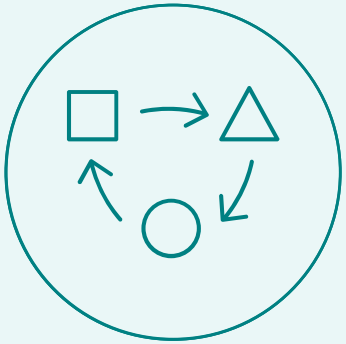


Posts institutionnels



Posts institutionnels





Communication interne

Les règles de ce chapitre, ainsi que les principes communs, print et digitaux, s'appliquent à tous les documents destinés à la communication interne.

Tous les principes de mise en pages précédents ainsi que les règles de ce chapitre s'appliquent à la communication interne.

La communication interne est l'ensemble des actions de communication mises en œuvre au sein de l'entreprise à destination des salariés, l'affichage interne, les invitations...

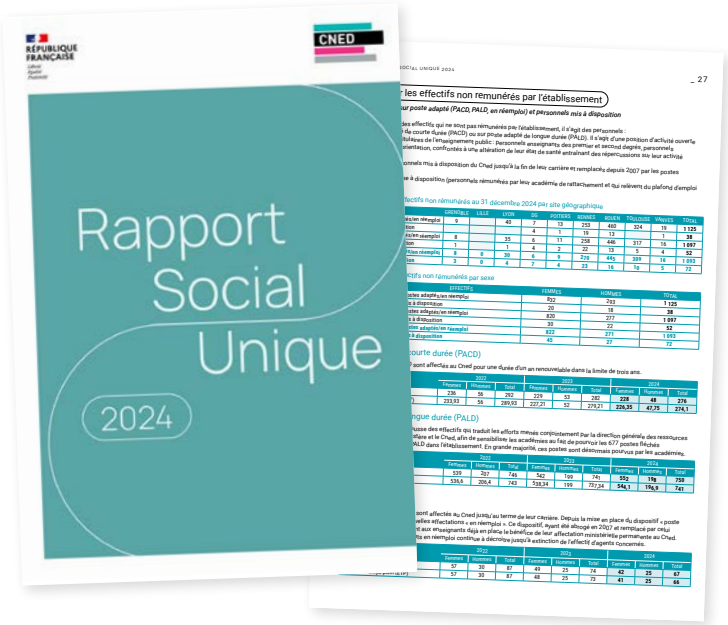
Dans le cas de ce guide et des règles de mises en pages, elle englobe également les documents financiers ou encore des ressources humaines, comme le rapport de l'agent comptable ou le RSU.

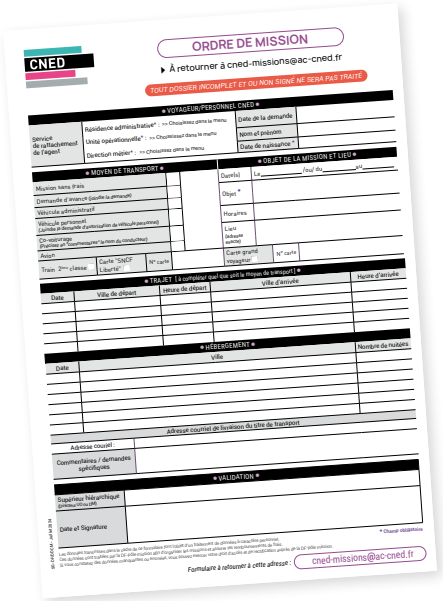
Toutes les règles de mise en pages ***communes*** ou liées au ***print*** sont à appliquer pour la communication interne.

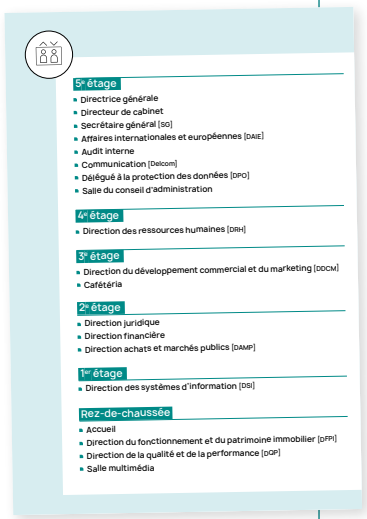
La différence réside dans l'usage de l'***iconographie***, permettant ainsi de différencier la communication interne des autres supports. Le parti-pris est d'utiliser, en priorité, les aplats et les ***enrichissements graphiques***, comme la forme ovoïde et les ***pictogrammes***.

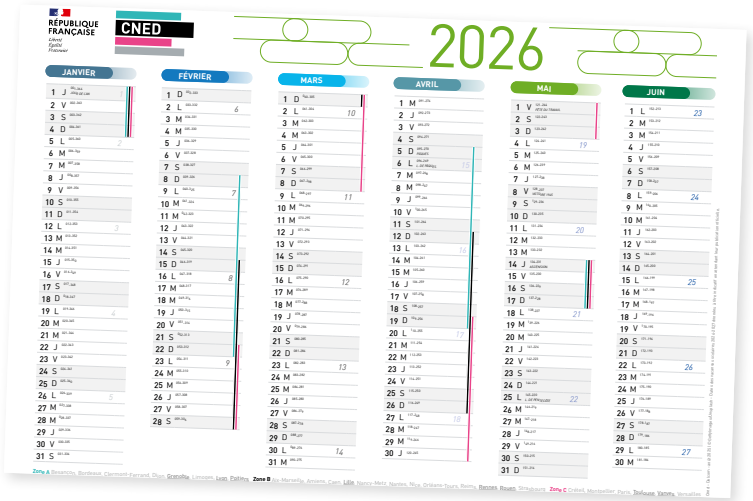
Concernant l'usage de photographies, celles du personnel prises lors d'événements d'entreprise ou autre sont à privilégier, tout en respectant le droit à l'image de chacun.

En exemple :
- *Rapport social unique 2024*
- *Fiche ordre de mission*
- *Invitation courriel*
- *Calendrier A4*
- *Signalétique ascenseur A3*












CNED
Au service
de toutes
les réussites
Carnet de notes
cned.fr


CNED


CNED
CNED
CNED
cned.fr
cned.fr
cned.fr


CNED
2026


CNED


CNED

Vos contacts charte

Si vous avez des questions, vous pouvez contacter

Christelle Luques pour les supports imprimés :
christelle.luques@ac-cned.fr

Sébastien Manuel pour les supports numériques :
sebastien.manuel@ac-cned.fr

Votre contact Delcom

Pour toutes questions relatives à l'utilisation
de la charte de l'État, vous pouvez contacter la Delcom

delcom@ac-cned.fr