



Travailler avec la marque Suisse

# Sommaire

<b>1</b>	<b>La marque Suisse et sa signification stratégique</b>	
<b>1.1</b>	<b>Introduction</b>	<b>2</b>
	Champ d'application et mise en pratique	
<b>1.2</b>	<b>Mandat relatif à la communication internationale</b>	<b>4</b>
<b>1.3</b>	<b>Marque Suisse et stratégie de communication internationale</b>	<b>6</b>
	Pourquoi une marque Suisse ?	
	Du concept de marque à la stratégie de mise en œuvre	
<b>1.4</b>	<b>Définition de la marque Suisse</b>	<b>8</b>
	Atouts de la Suisse	
	Valeurs et caractère de la Suisse	
	Apparence visuelle de la Suisse	
<b>1.5</b>	<b>Le « cercle de la marque »</b>	<b>11</b>
<b>1.6</b>	<b>Avantages d'une apparence visuelle unifiée</b>	<b>12</b>
	Quels sont les bénéfices d'une apparence visuelle unifiée ?	
	En quoi le Corporate Design Suisse facilite-t-il mon travail quotidien ?	
	Quels sont les avantages du Corporate Design Suisse pour nos partenaires ?	
<b>2</b>	<b>Corporate Design Suisse</b>	
<b>2.1</b>	<b>Principe fondamental</b>	<b>16</b>
	Usage de tous les éléments du CD	
	Usage du logo Suisse comme unique élément de CD	
<b>2.2</b>	<b>Les éléments du CD Suisse</b>	<b>18</b>
	Logo Suisse	
	Logo combiné	
	Logo de la Confédération	
	Typographie	
	Couleurs	
	Illustrations	
<b>2.3</b>	<b>Directives de mise en page et principes de base du CD Suisse</b>	<b>24</b>
<b>2.4</b>	<b>Exemples d'application</b>	<b>28</b>
	Supports imprimés	
	Exemples d'application des partenaires	
	Internet/supports électroniques	
	Cadeaux promotionnels et 3-D	
<b>2.5</b>	<b>Où se procurer les bons outils ?</b>	<b>34</b>
	Plateforme de travail	
	<a href="http://www.image-suisse.ch">www.image-suisse.ch</a>	
<b>2.6</b>	<b>Contact et soutien</b>	<b>36</b>

# La marque Suisse – profiler notre pays dans un monde globalisé

Dans notre société d'information globalisée, la défense des intérêts extérieurs et l'influence exercée sur la scène internationale se jouent pour une large part dans l'opinion publique. Un Etat qui jouit d'une image positive et d'une grande notoriété en tire en effet un avantage certain. Le fait que ses positions soient comprises aussi bien par sa population qu'à l'étranger et que l'opinion publique internationale ait conscience de ses atouts le renforce. C'est pourquoi le Département fédéral des affaires étrangères (DFAE) soutient la promotion des intérêts suisses à l'étranger au travers de différents instruments de relations publiques.

La communication internationale de notre pays se fonde sur la marque Suisse, créée par le DFAE. L'identité visuelle commune (Corporate Design) est l'un des éléments-clés de cette marque. A la fois sobre et claire, elle suscite la confiance et donne un caractère plus facilement reconnaissable à l'ensemble des activités de communication déployées par la Suisse à l'étranger. La marque Suisse améliore ainsi la visibilité de notre pays et renforce la cohésion de sa présence à l'étranger.

Les présentes instructions pour le bon usage de la marque Suisse s'adressent avant tout aux représentations suisses à l'étranger, ainsi qu'aux organisations partenaires intéressées.

Je suis persuadé que le recours systématique à la marque Suisse aidera notre pays à mieux se profiler à l'étranger et, à plus long terme, à s'assurer ainsi une position gagnante. Je souhaite donc que le plus grand nombre possible d'instances impliquées dans la communication internationale reconnaissent l'utilité d'une image externe unifiée et placent l'ensemble des activités qu'elles mènent à l'étranger sous le label commun qu'est la marque Suisse.



**Dr. Roberto Balzaretto**

Secrétaire général du Département fédéral des affaires étrangères (DFAE)

# 1 La marque Suisse et sa signification stratégique

## 1.1 Introduction

Le présent mode d'emploi vise à faciliter le travail des différentes instances qui mettent en pratique la marque Suisse. Il est donc destiné au personnel des représentations suisses à l'étranger, aux collaborateurs et collaboratrices de la centrale du DFAE, ainsi qu'aux personnes employées dans les organisations partenaires dont les activités sont en lien avec la communication internationale de la Suisse.

Les questions clés auxquelles répond ce mode d'emploi sont les suivantes :

- En quoi consiste la marque Suisse ?
- A quoi sert-elle ?
- Comment faut-il la mettre en pratique ?



### **Champ d'application et mise en pratique**

Les représentations de la Suisse à l'étranger, ainsi que les organisations partenaires, doivent faire usage de la marque Suisse lorsqu'elles réalisent des activités relevant de la communication internationale partiellement ou intégralement financées par le DFAE, Présence Suisse.

La marque Suisse doit impérativement être employée, aussi bien dans le cas où le financement est directement assuré par Présence Suisse, que lorsqu'il est couvert par une contribution du fonds FINKOMP.

La marque Suisse doit également être appliquée dans les grandes manifestations événementielles auxquelles participe la Suisse, comme les Expositions universelles et les Jeux Olympiques, dont la planification et la réalisation sont chapeautées par le DFAE sur mandat du Conseil fédéral.

La marque Suisse suit et intègre les directives émises par le Service Identité visuelle de l'Administration fédérale (CD Confédération). En date du 25 janvier 2008, la Conférence des secrétaires généraux a accepté la requête extraordinaire portant sur le Corporate Design Suisse (« CD Suisse »).

## 1.2 Mandat relatif à la communication internationale

---

Téléchargement de la loi  
et de l'ordonnance sur :  
[www.image-suisse.ch](http://www.image-suisse.ch)  
→ Communication internationale

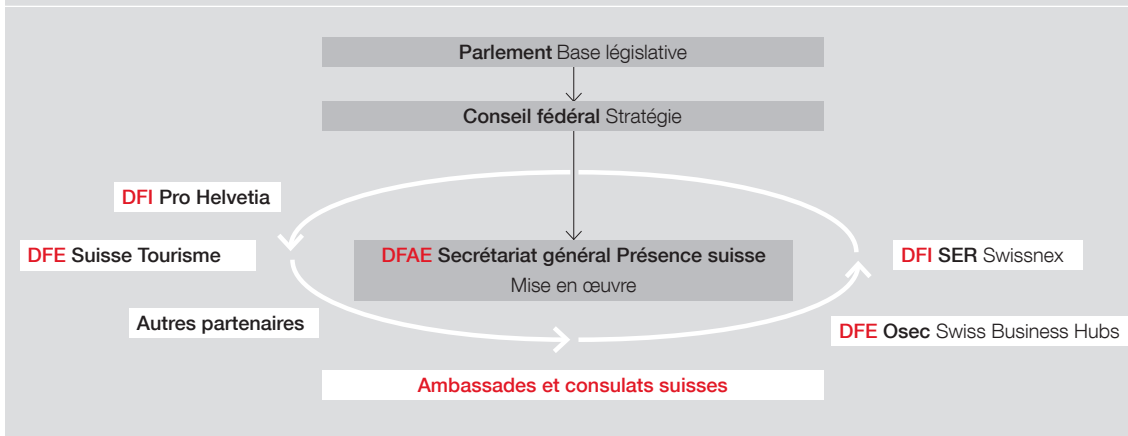
---

La communication internationale concourt à la défense des intérêts de la Suisse à l'étranger par des activités visant à promouvoir l'image nationale. Le mandat relatif à la communication internationale est défini dans la Loi fédérale et l'Ordonnance sur la promotion de l'image de la Suisse à l'étranger (SR 194.1 et 194.11).

Le mandat de communication internationale consiste à :

- augmenter les connaissances sur la Suisse à l'étranger
- accroître la visibilité de la Suisse à l'étranger
- présenter à un public cible étranger les intérêts et positions de la Suisse
- créer et entretenir les sympathies envers la Suisse et développer son réseau de relations
- communiquer en cas de menace pour l'image de la Suisse à l'étranger ou en situations de crise d'image

## Coordination de la communication internationale



Conformément aux dispositions légales, les stratégies quadriennales de communication internationale sont approuvées par le Conseil fédéral. Leur mise en œuvre est assurée par le Département fédéral des affaires étrangères (DFAE). Au DFAE, la responsabilité en incombe au Secrétariat général, plus particulièrement à Présence Suisse.

En étroite collaboration avec les représentations de la Suisse à l'étranger, le DFAE coordonne ses activités de communication internationale avec celles des autres services, internes ou externes à l'Administration fédérale, concernés par la promotion de l'image de la Suisse à l'étranger. La communication internationale de la Suisse permet ainsi de renforcer la cohésion de l'image donnée par notre pays à l'étranger, de regrouper les ressources des différents acteurs et de développer des synergies.

---

Activités relatives à la communication internationale :  
[www.image-suisse.ch](http://www.image-suisse.ch)  
 → Activités

---

# 1.3 Marque Suisse et stratégie de communication internationale

---

## Références théoriques

Le « Nation Branding » s'emploie à modifier l'image du pays en utilisant des concepts et des instruments empruntés au marketing, le but étant d'avantager la politique, l'économie, la science, la culture et le tourisme de ce pays.

La « Public Diplomacy » implique la communication du gouvernement, du ministère des affaires étrangères ou des organisations proches du gouvernement avec un large public étranger.

---

## Pourquoi une marque Suisse ?

Dans le monde globalisé d'aujourd'hui, les pays se livrent à une concurrence intense pour attirer les entreprises et les personnes les mieux formées, faire preuve de créativité, susciter l'attention, abriter les organisations internationales, bénéficier de capitaux et d'investissements. La manière dont un pays se présente et dont il est perçu joue donc un rôle de plus en plus déterminant. La définition claire et convaincante de la marque est un préalable indispensable à la promotion durable d'une image positive et bien profilée du pays concerné.

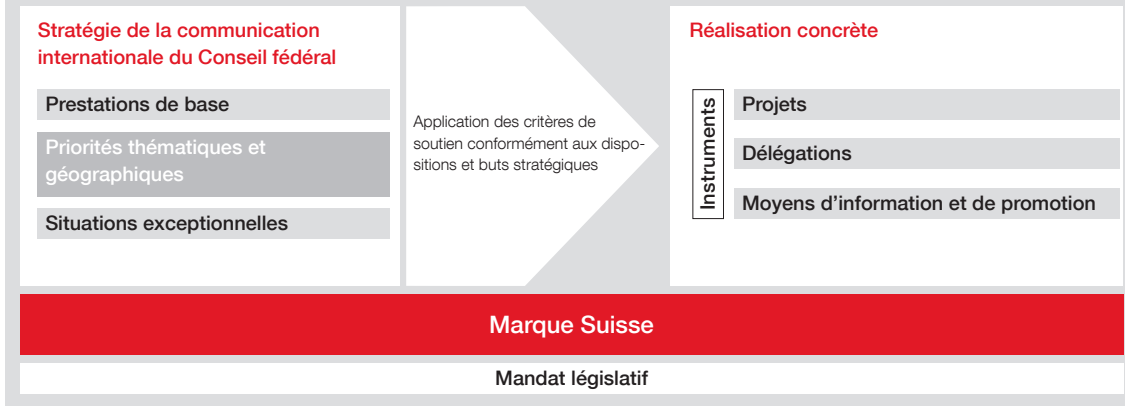
Une marque se compose de trois éléments essentiels :

- les atouts
- les valeurs et le caractère
- l'apparence visuelle





## La marque Suisse en tant que fondement stratégique et opérationnel



### Du concept de marque à la stratégie de mise en œuvre

La marque Suisse est le fondement durable de la communication internationale, à partir duquel le Conseil fédéral définit sa stratégie concrète, c'est-à-dire les priorités thématiques, les priorités géographiques et les publics cibles. Cette stratégie constitue le cadre concret qui régit toutes les activités de communication internationale.

Les instruments suivants sont mis en œuvre :

- Projets à l'étranger
- Invitations de délégations étrangères
- Production et diffusion de matériel d'information et de promotion

---

Téléchargement de la stratégie de communication internationale de la Suisse : [www.image-suisse.ch](http://www.image-suisse.ch)  
 → Communication internationale

Téléchargement des formulaires de requête et d'évaluation du : [www.image-suisse.ch](http://www.image-suisse.ch)  
 → Formulaires et documents

---

## 1.4 Définition de la marque Suisse

---

Les profils des forces de la Suisse  
peuvent être consultés  
sur [www.image-suisse.ch](http://www.image-suisse.ch)  
→ Marque Suisse

---

La définition de la marque Suisse résulte d'une analyse approfondie des forces et des faiblesses de la Suisse, ainsi que de son image endogène et exogène. Pour l'établir, de nombreux experts et expertes ont été entendus sur les questions de communication internationale et diverses études sectorielles ont été prises en compte.

L'ensemble des données ainsi récoltées a ensuite été regroupé selon plusieurs critères : « attractivité », « pertinence », « caractère distinctif » et « potentiel de développement ultérieur ». Ce processus de « cristallisation progressive » a permis de dégager les atouts, les valeurs et le caractère ainsi que l'apparence visuelle de la Suisse.

## Autodétermination

### Dans la relation entre individus et Etat, autoresponsabilité citoyenne



## Sécurité de l'avenir

### Qualité de vie et perspectives positives



## Atouts de la Suisse → Contenu de la communication internationale

L'autodétermination et la sécurité de l'avenir expriment le contenu de la marque Suisse. En effet, ces deux notions sont représentatives de la nature fondamentale d'une Suisse crédible, active et

orientée vers l'avenir et sont illustrées par des histoires concrètes et vivantes. Les activités de communication internationale servent à faire connaître les atouts dont la Suisse est porteuse.

---

Histoires représentatives de la Suisse à lire sur :  
[www.image-suisse.ch](http://www.image-suisse.ch)  
 → Marque Suisse  
 → Histoires de la Suisse

---

### Fiabilité



### Qualité exceptionnelle



### Authenticité



### Croix suisse, rouge et blanc



### Etres humains



### Espace alpin



Téléchargement du manuel  
(Corporate Design Manual) destiné  
aux graphistes :  
[www.image-suisse.ch](http://www.image-suisse.ch)  
→ Marque Suisse

## Valeurs et caractère de la Suisse

### → Tonalité de la communication internationale

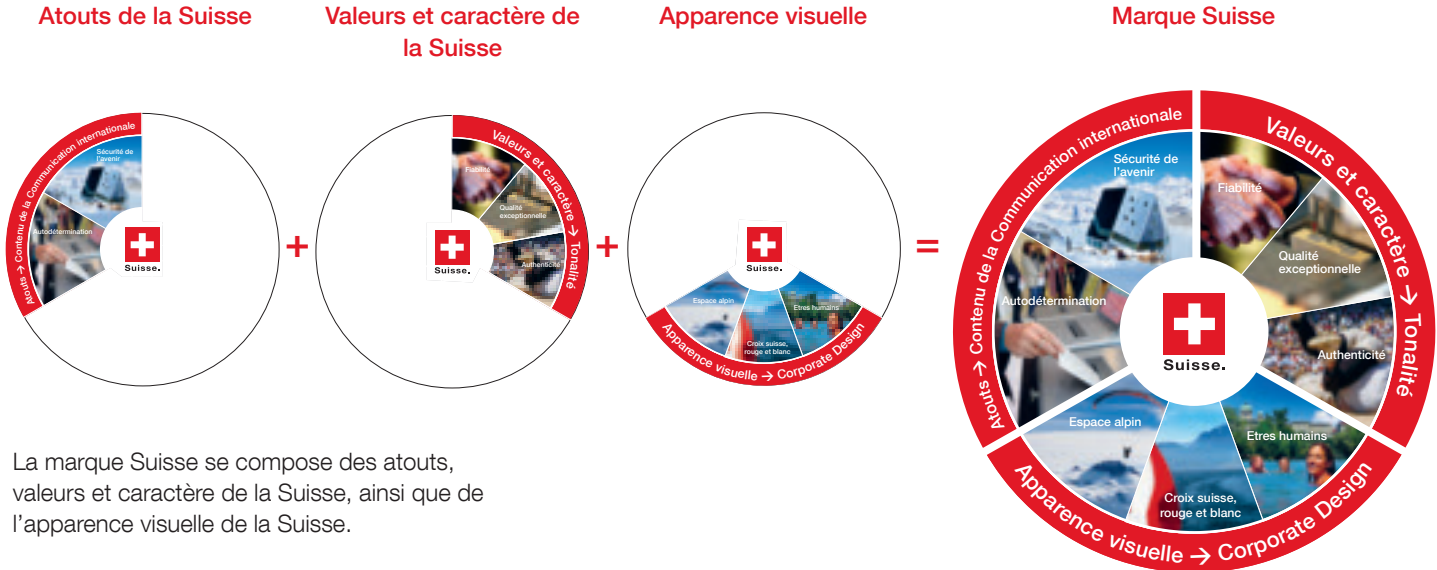
La tonalité est l'expression des valeurs et du caractère fondamental de la Suisse. La Suisse doit communiquer de manière crédible et authentique. Les textes et les éléments graphiques utilisés à cet effet doivent être de la plus haute qualité.

## Apparence visuelle de la Suisse

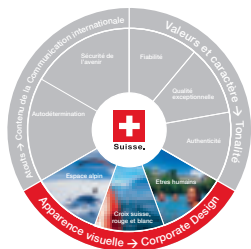
### → Corporate Design de la communication internationale

La source, respectivement l'expéditeur, des communications doit être clairement indiquée, de même qu'elle doit être aisément identifiable sur le plan optique. L'apparence visuelle garantit ces deux aspects. Les règles essentielles du CD Suisse sont décrites aux pages 16 et suivantes.

# 1.5 Le « cercle de la marque »



## 1.6 Avantages d'une apparence visuelle unifiée



L'apparence visuelle unifiée, autrement dit le CD Suisse, constitue un élément déterminant de la marque Suisse.

### Quels sont les bénéfices d'une apparence visuelle unifiée ?

- Elle renforce l'impact des activités de communication de la Suisse.
- Elle garantit la « reconnaissabilité » des communications.
- Elle favorise l'identification, aussi bien à l'intérieur du pays que vis-à-vis de l'étranger.
- Elle permet de se différencier des autres.
- Elle crée un sentiment de confiance et de sécurité.

### En quoi le CD Suisse facilite-t-il mon travail quotidien ?

- Il respecte et intègre les règles du CD Confédération.
- Il se traduit par des structures et des règles claires et simplifie ainsi les processus et les procédures.
- Il est source d'économies au niveau de la mise en page – grâce aux directives visuelles précises et aux modèles graphiques (templates) fournis – et décharge donc les budgets de projet.
- Il facilite la coopération avec les sponsors et les partenaires.



### Quels sont les avantages du CD Suisse pour nos partenaires?

- Co-Branding avec la «Suisse», l'une des marques les plus fortes sur le plan mondial
- Suisse comme expéditeur
- Caractère officiel à travers le DFAE, en particulier à l'étranger
- Solution pour les partenariats public-privé
- Plus d'impact grâce au label commun «Suisse», présentation commune
- Visibilité de l'intégration à un programme officiel/une campagne officielle de la Suisse

---

Le Corporate Design (CD) est l'une des composantes de la marque. Il englobe toutes les facettes de l'apparence visuelle d'une entreprise/d'une organisation/d'un pays. Le CD porte sur la forme et n'est pas un contenu en soi. La forme découle du fond.

---







## 2 Corporate Design Suisse

### 2.1 Principe fondamental



Switzerland.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Embassy of Switzerland in Host Country



URL

Helvetica



#### Usage de tous les éléments du CD

Appliquer le CD Suisse ou celui d'une organisation partenaire est affaire de négociation. Toutefois, lorsque le DFAE détient une participation financière majoritaire dans un projet de communication internationale ou que ce dernier est réalisé sous l'égide du DFAE, le CD Suisse s'applique d'office.

Le CD se compose des éléments suivants :

- Logo Suisse
- Logo de la Confédération
- Surface rouge
- Bord blanc
- URL
- Typographie
- Couleurs corporatives
- Images

Ces composants, ainsi que leurs règles d'utilisation, sont précisés aux pages 18 à 26.



Switzerland.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Embassy of Switzerland in Host Country

## Usage du logo Suisse comme unique élément de CD

– Variante A: Le logo Suisse sert de label commun à l'ensemble des partenaires suisses impliqués. Le logo de la Confédération doit alors impérativement apparaître comme l'expéditeur, en bonne place parmi ceux des partenaires.

– Variante B: Les partenaires du DFAE sont autorisés à faire figurer le logo Suisse sur leurs propres supports de communication pour signaler leur participation à la campagne ou au projet mené selon les principes du CD Suisse.

Une description détaillée de ces deux variantes est donnée en page 27.

---

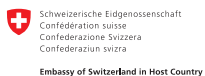
Le CD Suisse est également mis à la disposition des organisations partenaires pour des projets menés sans le DFAE, pour autant que ses directives soient respectées. Le logo de la Confédération est alors remplacé par celui du partenaire.

Lorsque le DFAE participe à un projet comme partenaire minoritaire et que, de ce fait, un seul logo est admis, c'est celui de la Confédération qui doit y figurer.

---

## 2.2 Les éléments du CD

### Logo Suisse



Switzerland.



Switzerland.



Svájc.



Suiza.



瑞士



سوئسرا.

Les diverses variantes  
du logo Suisse peuvent être  
téléchargées sur

[www.image-suisse.ch](http://www.image-suisse.ch)

→ Formulaires et documents

Les professionnels et profession-  
nelles du graphisme trouveront  
sur [www.image-suisse.ch](http://www.image-suisse.ch)  
un guide pratique très complet  
(Corporate Design Manual),  
ainsi que des modèles graphiques  
(templates) pour les supports de  
communication les plus courants

Le logo Suisse sert d'élément identifiant commun  
aux activités de la Suisse dans le monde entier.

Le logo Suisse a pour fonction

- d'assurer la visibilité de la Suisse dans le monde;
- de renforcer la position des partenaires de la Suisse;
- de servir de repère visuel commun pour les activités déployées par diverses organisations suisses à l'étranger;
- d'augmenter l'impact de la marque Suisse, aisément reconnue et mémorisée par les destinataires;
- de souligner la qualité et l'importance de l'activité en question.

Le logo Suisse est composé de deux éléments :  
la croix blanche sur fond rouge et le texte «Suisse»  
dans la langue du pays dans lequel il est utilisé.  
Le mot «Suisse» est toujours suivi d'un point\*.  
Ces deux éléments ne doivent pas être dissociés.

Le logo Suisse est utilisé sous deux formes : en  
positif sur fond blanc, en négatif sur fond rouge.

\*Hormis dans les langues sans signes de ponctuation, par exemple le chinois, le japonais ou le thaïlandais.

# Logo Suisse combiné



Le logo combiné constitue une alternative au logo Suisse. Il est utilisé pour des projets caractérisés par une forte relation de bilatéralité entre la Suisse et un pays partenaire, une région partenaire ou une ville partenaire.

On a recours au logo combiné dans le cadre de campagnes bilatérales. Il est composé du logo Suisse associé, sur sa droite, au nom du pays, de la région ou de la ville concernée. Le nom du partenaire est suivi d'un point.



Le logo utilisé pour les Maisons de la Suisse (Houses of Switzerland) et pour les pavillons suisses des expositions universelles est également un logo combiné. Il se compose du logo Suisse, accompagné du texte « House of Switzerland » ou « Swiss Pavilion » et des principales informations concernant l'événement.

Le logo combiné existe en deux versions : en anglais et / ou dans la langue officielle du pays partenaire.

Le logo combiné remplace le logo Suisse sur tous les types de supports de communication.


---


Différents logos combinés peuvent être téléchargés sur [www.image-suisse.ch](http://www.image-suisse.ch)  
→ Formulaires, documents, images

---

# Logo de la Confédération




 Schweizerische Eidgenossenschaft  
 Confédération suisse  
 Confederazione Svizzera  
 Confederaziun svizra  
 Embassy of Switzerland in Host Country


 Schweizerische Eidgenossenschaft  
 Confédération suisse  
 Confederazione Svizzera  
 Confederaziun svizra  
 Consulate General of Switzerland in Shanghai  
 瑞士驻上海总领事馆  
 Presence Switzerland  
 瑞士国家形象委员会


 Schweizerische Eidgenossenschaft  
 Confédération suisse  
 Confederazione Svizzera  
 Confederaziun svizra  
 Consulate General of Switzerland in Vancouver  
 Federal Department of Foreign Affairs FDFA  
 General Secretariat GS-DFEA  
 Presence Switzerland

L'Administration fédérale suisse dispose également d'une apparence visuelle unifiée, promue essentiellement à l'intérieur du pays. Les directives relatives à son application pratique et à ses différentes déclinaisons sont contenues et commentées dans le Corporate Design de la Confédération (CD Confédération).

Le CD Suisse est subordonné au CD Confédération. C'est pourquoi le logo fédéral doit apparaître comme expéditeur sur tous les supports de communication réalisés dans le cadre de la marque Suisse, au verso sur les publications de plusieurs pages, au recto à gauche sur celles qui n'en comportent qu'une.

Le manuel du CD Confédération et les directives interdépartementales publiés sur [www.bk.admin.ch](http://www.bk.admin.ch) sont de précieuses sources d'information complémentaire.

A l'intérieur du DFAE, la responsabilité du CD Confédération incombe au service Communication visuelle qui est rattaché à l'équipe Communication du service Information DFAE.



En principe, seule la police d'écriture Helvetica (dans toutes les fontes non-condensées) est employée. Lorsque des contingences techniques rendent impossible l'usage d'Helvetica, les caractères Arial sont autorisés. Arial est aussi le caractère à utiliser dans toutes les applications d'Office. Les communications électroniques sont rédigées en Verdana.

La famille de police Helvetica est disponible en différentes langues non-romanes, comme le cyrillique, le grec, l'arabe ou l'hébreu. Pour le chinois, on utilise les caractères de la police Hei.

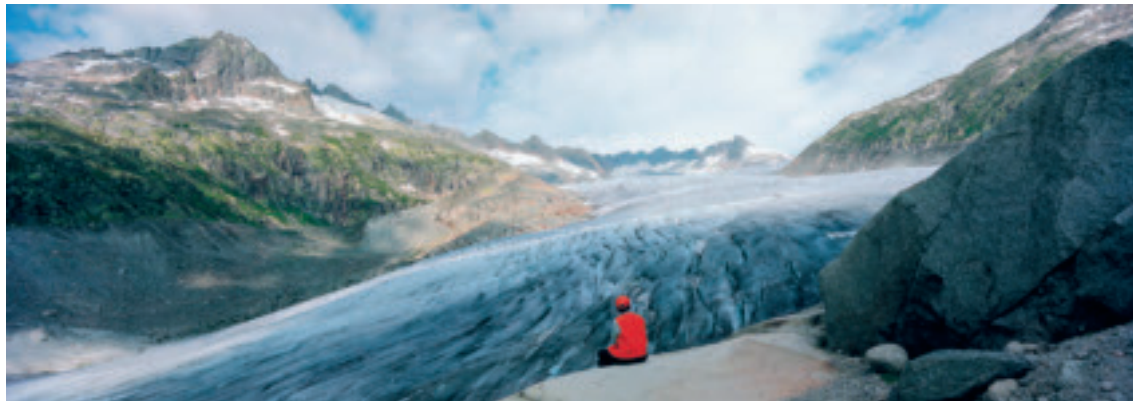
En ce qui concerne la mise en page (espaces autour des signes de ponctuation, guillemets, etc.), on applique les conventions typographiques du pays concerné.

Helvetica 55 Normal  
**Helvetica 75 Bold**  
**Helvetica 95 Black**

Arial Regular  
**Arial Bold**

Verdana Regular  
**Verdana Bold**  
(uniquement pour les moyens de communication électroniques)

# Couleurs



Pour la production de supports d'information plus complets, des couleurs supplémentaires sont présentées dans le  
→ Corporate Design Manual

Les couleurs jouent un rôle important dans le CD Suisse. Le rouge précis qui a été choisi, en particulier, en est un élément déterminant. En complément au rouge, le noir, le blanc et différentes nuances de gris sont également admis (voir ci-dessous).

Ces couleurs sont utilisées pour tous les types de supports de communication, par exemple les textes ou les illustrations.

Il est recommandé de vérifier les couleurs auprès de l'imprimerie, en particulier le rouge.



**Rouge**  
CMYK 0/100/95/5



**Blanc**  
CMYK 0/0/0/0



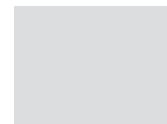
**Noir**  
CMYK 0/0/0/100



**Gris 60**  
CMYK 0/0/0/60



**Gris 30**  
CMYK 0/0/0/30



**Gris 15**  
CMYK 0/0/0/15



# Images



Les images attirent le regard et éveillent des émotions. C'est pourquoi les illustrations occupent une place essentielle dans le CD Suisse. A l'instar des autres éléments graphiques, elles sont le reflet de ce qui fait la substance de la marque Suisse. Choisir judicieusement les illustrations contribue donc de façon déterminante à une communication efficace de la Suisse à l'étranger.

L'espace alpin et les rapports qu'entretiennent les personnes vivant en Suisse avec ce cadre de vie particulier constituent un élément central de l'image de notre pays. Il convient donc d'associer les paysages avec des éléments architecturaux et infrastructurels ou des produits et services en lien direct avec les Alpes. Ces illustrations se veulent

naturelles. Les représentations de paysages ou de situations issues de la vie quotidienne helvétique véhiculent l'image d'une Suisse authentique et crédible, à la qualité de vie et de produits exceptionnelle.

Les photos utilisées ne doivent donc pas être retouchées, manipulées ou de mauvaise qualité. Dans toute la mesure du possible, les illustrations font allusion aux couleurs nationales (rouge et blanc), par exemple en arrière-fond, ou comme touches colorées dans l'habillement ou dans les accessoires.

---

Une banque d'images  
représentatives de la marque  
Suisse est contenue dans le  
domaine protégé du site :  
[www.image-suisse.ch](http://www.image-suisse.ch)

---

## 2.3 Directives de mise en page et principes de base du CD Suisse

---

Un manuel de Corporate Design détaillé est à disposition des graphistes sur:  
[www.image-suisse.ch](http://www.image-suisse.ch)  
→ Marque Suisse

---

L'application pratique du CD Suisse obéit aux lignes directrices suivantes:

- Le **logo Suisse** doit être mis en évidence sur tous les supports de communication. Il apparaît en bas à droite sur les pages de couverture des publications ou en haut à droite s'il s'agit d'un média électronique. Le logo peut être utilisé en négatif (sur fond rouge) ou en positif (sur fond blanc), mais jamais sur d'autres couleurs d'arrière-fond.

En ce qui concerne les supports imprimés dont la mise en page est entièrement soumise au CD Suisse outre du logo Suisse, les éléments graphiques suivants sont incontournables:

- **Logo de la Confédération** (avec la désignation adéquate)
- Indication d'une adresse URL avec des informations complémentaires, [www.swissword.org](http://www.swissword.org) peut toujours être utilisé
- **Image parlante**
- **Surface rouge** (dont la dimension peut varier).  
Exception: en cas de publication en partenariat sur une seule page, la surface rouge n'est généralement pas présente.
- **Bord blanc**

**Publication sans partenaire,  
1 page**

**Bord blanc**  
3X

**Police**  
Helvetica, toutes les fontes,  
exceptionnellement Arial

**Image**  
d'espace alpin, êtres  
humains, rouge et blanc

**Headline**  
Subheadline

*Cu parlo omnium antipam vis, mel erant mandata te. Vidit ludas necessitatibus ea vis, eu enim agavima cum et ma-  
rum maussat. Virtute debilis ven ex. Ut duo idque rationibus, ut eam porconcludaturquet mess eloquentiam eam, ut cum  
aligens molestiae clicr at his, novum legendas dignam temere intelliga modo.*

CONFÉDÉRATION SUISSE  
Confédération suisse  
CONFEDERAZIONE SVIZZERA Embassy of Switzerland in New Zealand

[www.swissworld.org](http://www.swissworld.org)

**Logo Suisse**  
en bas à droite, négatif

**URL page de**  
couverture en  
bas à gauche

**Surface rouge**  
obligatoire, hauteur variable,  
couleur exacte selon directives

**Expéditeur:**  
logo de la Confédé-  
ration suisse en bas  
à gauche

**1X**  
= hauteur de  
l'écriture  
«Switzerland»

**Publication sans partenaires,  
2 pages**

**Bord blanc**  
3X

**Surface rouge**  
obligatoire,  
hauteur variable

**Image d'espace**  
alpin, êtres humains,  
rouge et blanc

**Headline**  
Subheadline

*In eos porro aperiri, ut mel habeo mandari constituam.  
te molestiae elaboraret sea, offendit salutandi patriquo no  
eum. Re sit illi tempor molestiae.*

CONFÉDÉRATION SUISSE  
Confédération suisse  
CONFEDERAZIONE SVIZZERA Embassy of Switzerland in New Zealand

[www.swissworld.org](http://www.swissworld.org)

**Logo Suisse**  
en bas à droite,  
négatif

**Expéditeur:**  
logo de la Confédé-  
ration au verso

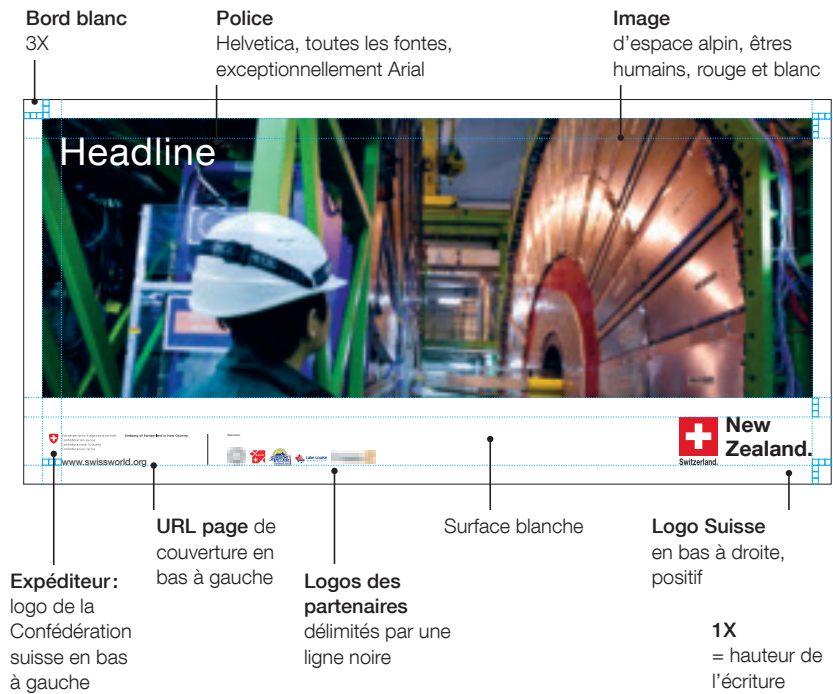
**Police**  
Helvetica, toutes  
les fontes,  
exceptionnelle-  
ment Arial, Texte  
sur l'illustration  
ou sur la surface  
rouge

**Logo Suisse**  
en bas à droite,  
négatif

**URL au**  
recto, en bas  
à gauche

**Verso rouge**  
obligatoire,  
couleur exacte  
selon directives

## Publication avec partenaire, 1 page



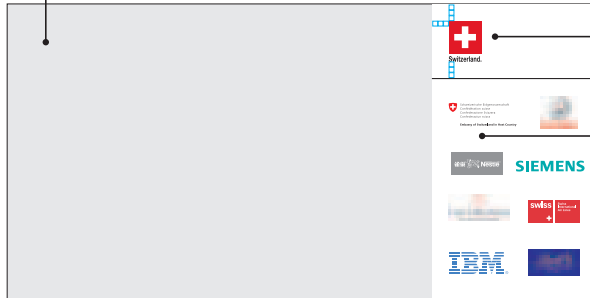
## Publication avec partenaires, 2 pages



# Logo Suisse comme unique élément de CD

Variante A: Label commun Suisse

Zone neutre ou conforme au CD du partenaire

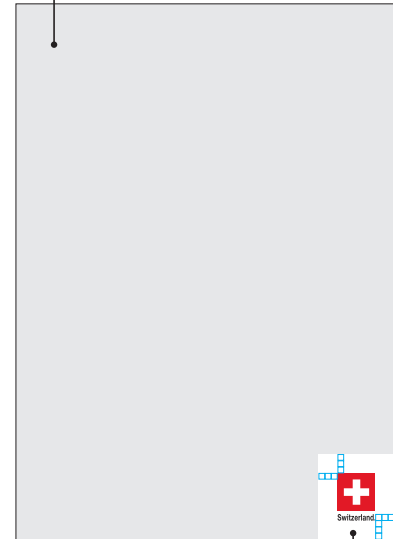


**Logo Suisse** servant de label commun, graphiquement séparé par une ligne

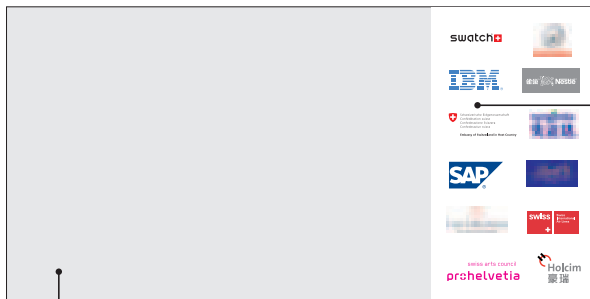
**Logo de la Confédération** inclus dans le bloc réservé aux logos des partenaires

Variante B: Le partenaire utilise le logo Suisse pour signaler sa participation à une campagne

Zone neutre ou conforme au CD du partenaire

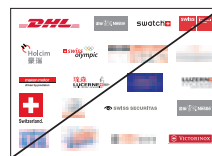


**Logo Suisse avec zone de protection**, placé à droite en haut ou en bas, sur fond blanc



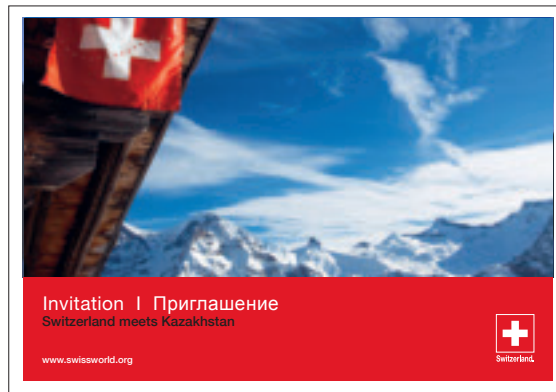
Zone neutre ou conforme au CD du partenaire

**Exception**  
Si un seul logo est admis: logo de la **Confédération** parmi ceux des partenaires



# 2.4 Exemples d'application

## Supports imprimés



**ThinkSwiss: Let's Brainstorm the Future Together!**

The creativity of Swiss designers is world renowned, culminating in the Swiss Design Award presented on a biannual basis from the Design Center Langenthal.

As part of a worldwide tour with stops in Geneva, Shanghai, and Tokyo, Switzerland proudly presents the Swiss Design Award to North America. Featuring works by talented Swiss designers, the exhibit showcases the best pieces from this prestigious award.

These events are part of ThinkSwiss, your opportunity to get involved with Switzerland.

**Design Quiz**

- When you think of Swiss design, what comes to mind?  
.....
- Who presents this biannual award?  
.....
- What is your favorite piece in the exhibit?  
.....

Carton d'invitation sur 2 pages, avec partenaires

On the occasion of the official opening celebration of the Embassy of Switzerland in the Republic of Kazakhstan

Federal Councillor Mrs. Micheline Calmy-Rey,  
Head of Federal Department of Foreign Affairs  
and  
Ambassador Mr. Stephan Nellen and Mrs. Daniela Erb

invite you to a concert by the Swiss Group "Mylife" and the Singer Betty Lugin, playing on traditional instruments in a modern interpretation.

On Wednesday, October 7, 2009, at 18:30

The concert is followed by a reception.

Almau Hall  
The Pyramid of Peace and Reconciliation

Ticket de ville  
Invitation valid for 2 persons  
R.S.V.P. - 8 777 533 00 92

По случаю празднования официального открытия Посольства Швейцарии в Республике Казахстан

Федеральный Советник Министр иностранных дел Швейцарии,  
Г-жа Мишель Кальми-Рей,  
и  
Посол Стефан Неллен и г-жа Даниэла Эрб

приглашают Вас на концерт швейцарской группы "Mylife", играющей на традиционных инструментах в современной интерпретации, с участием певицы Бетти Лугин.

Среда, 7 октября 2009 в 18:30

По окончании концерта состоится прием.

Зал Алмау  
Пирамиды Мира и Согласия

Выходные билеты доступны  
Приглашение на 2 персоны  
R.S.V.P. - 8 777 533 00 92

Carton d'invitation sur 4 pages, avec partenaires

**Partner im Dialog**  
Persönliche Einladung

[www.partnerimdialog.de](http://www.partnerimdialog.de)

Der Schweizerische Botschafter, Dr. Christian Blikkenstorfer, lädt Sie herzlich ein zur Diskussionsrunde

**Partner im Dialog**  
„Geologische Tiefenlager in der Schweiz: Welche Mitwirkungsmöglichkeiten am Auswahlverfahren hat Deutschland?“

**Mittwoch, 24. Februar 2010, 18:00 Uhr**  
Schweizerische Botschaft, Chloé-von-Dänemark-Allee 4, 10567 Berlin

Vor der sechs möglichen Standorte für geologische Tiefenlager für radioaktive Abfälle in der Schweiz befinden sich in unmittelbarer Gemarkung zu Deutschland. Aus diesem Grund räumt die Schweiz der deutschen Seite verschiedene Mitwirkungsmöglichkeiten am Standortauswahlverfahren ein. I.B. durch den „Ausweiss der Karte“ oder im Rahmen der regionalen Partizipation. Folgende Fragen sollen zur Sprache kommen: Wie können sich angrenzende Länder wie Deutschland und die Schweiz in das Verfahren einbringen? Wie werden die deutschen Mitwirkungsmöglichkeiten beim Auswahlverfahren von deutscher Seite aus beurteilt? Welche Rolle spielt die vom Bundesumweltministerium ins Leben gerufene „Energiegruppe Schweizer Tiefenlager“?

Diese und andere Fragen möchten wir mit Ihnen im Rahmen der Veranstaltungreihe „Deutschland – Schweiz: Partner im Dialog“ diskutieren.

Programme	18:00 Uhr	Apéro
	18:30 Uhr	Eröffnung
		Konferenz
		Konferenzabschluss
	20:00 Uhr	Erkundung

**Dr. Christian Blikkenstorfer**, Schweizerischer Botschafter in der Bundesrepublik Deutschland

**Dr. Walter Steinmann**, Direktor des Bundesamtes für Energie, Bern  
„Der Schweizer Weg bei der Standortsuche für geologische Tiefenlager“

**Ulrich Helber-Egger** (Zürich), Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesamt für Umwelt, Naturschutz und Landschaftsplanung  
„Zielvorgaben/Entscheidungen im Wandel der Zeit – gesellschaftliche Entwicklungen und ihre Auswirkungen“

**Peter Blasi** (Zürich), Schweizer Zug

**Peter Friedrich** (Zürich), IAGI-Weltweit Koordinator

**Elisavir von Kaufungen**

Diese Einladung ist persönlich und gilt nur für die eingeladenen Gäste. Sie ist nicht übertragbar und kann nicht weitergegeben werden.

Sie können sich bei Herrn **Friedrich** oder bei **Hildegard** melden:  
 Hildegard: [hildegard@swissinfo.ch](mailto:hildegard@swissinfo.ch), 0041 76 300 10 10  
 Friedrich: [peter.friedrich@swissinfo.ch](mailto:peter.friedrich@swissinfo.ch), 0041 76 300 10 10

Information des Schweizerischen Partnerimdialog über die bei den eingeladenen Gästen zu erhaltende Eintrittskarte, die Teilnahme des eingeladenen Schweizerischen Partnerimdialog und die Teilnahme des eingeladenen deutschen Partnerimdialog.

Carton d'invitation sur 4 pages, avec partenaires, sans image

**Be a climate hero!**

**Re-Energize Your Home**

- Get your house insulated!
- Buy new energy star appliances!
- Use compact fluorescent bulbs!

**BYOB: Bring your Own Bag**

- Stop using plastic bags!
- Plastic bags severely harm the environment!

**Be a Homebody**

- Fry less!
- Drive a fuel efficient car!
- Use public transportation!

**Recycle**

- Separate glass, aluminum cans, PET, batteries and paper!
- Domestic waste can be reused!

**Be Politically Active**

- Vote for „green“ policies!
- Volunteer!

**Watch What You Eat**

- Buy local food!
- Eat less meat!

**Climate Trail:**  
The Pathfinder Toward Global Solutions

November 24 - December 11, 2009  
Vancouver, BC Canada

[www.swissinfo.ch](http://www.swissinfo.ch)

**SINCE 1993, GLOBAL AVERAGE SEA LEVEL HAS RISEN BY 3.1 MM/YEAR**

**GLOBALLY, 11 OF THE HOTTEST 12 YEARS ON RECORD HAVE OCCURRED SINCE 1995**

By 2012 Switzerland is committed to reducing its greenhouse gas emissions by 8% below 1990 levels. The use of hydropower already meets 60% of Switzerland's electricity needs, while public transportation and energy-efficient vehicles provide alternative modes of travel. The Swiss railroad system ranks among the best in the world: more than 50% of Switzerland's adults are regular train travellers. Switzerland has also increased its construction of energy-efficient buildings by 10 times since 2000. Buildings are responsible for 40% of energy use in most countries. In addition, Swiss scientific institutes conduct excellent climate research and produce state-of-the-art technology.

Global warming will remain a primary concern on the international agenda in the coming years. As one of its top priorities, Switzerland is strongly committed to finding and implementing solutions in collaboration with other countries. We can all become climate heroes by using new technology and adopting a more sustainable way of living.

You can view the Climate Trail exhibition online by visiting <http://www.swissinfo.ch>

Feuillet d'information, 4 pages, avec partenaires

**Heja Sverige – Hopp Schwiz!**  
Tre Kronor möter Schweiz i Malmö ikväll:  
Nedräkningen har börjat

Schweiz heißt Sie herzlich willkommen zum Hockey-WM in Bern und Zürich-Kloten  
24. April - 10. Mai, 2009

**Announce**  
avec partenaires

**Come Play in Our Research Park**  
ThinkSwiss – Brainstorm the Future!

Switzerland is a hub for education and science. Through Translational Research, Scholarships and Thesis Grants, U.S. students can study at top Swiss universities. As a leader in science, research and technology, Switzerland is working with American counterparts to exchange knowledge for global solutions.

www.thinkswiss.org

Affiche, sans partenaires

Albert Gallatin was born in January 1761 and raised in Geneva.

Let's celebrate Albert Gallatin's 250th birthday year

**Gallatin250**  
U.S.-Swiss Dialogue

Switzerland invites you to commemorate the 250th anniversary of Albert Gallatin.

www.usa.ch/swiss

The Swiss Confederation invites you to commemorate the upcoming 250th anniversary of the birth of Albert Gallatin, the most prominent Swiss-American in U.S. history

Albert Gallatin, born in January 1761 and raised in Geneva, immigrated to the United States and became a U.S. Senator, a Congressman, the longest-serving U.S. Secretary of Treasury, U.S. negotiator of the Treaty of Ghent, U.S. Minister to France and Britain, and the first president of the Council of New York University, among other distinctions

In honor of Albert Gallatin's 250th birthday year, the Swiss Confederation is sponsoring the **Gallatin250** Project, including the **Gallatin250 Roundtables**.

The **Gallatin250 Roundtables** will be organized as a series of events throughout the U.S. to address the topic of public debt and fiscal responsibility. The story of Albert Gallatin provides an excellent example of how Swiss and American politics and economics have nourished each other for centuries through the exchange of ideas and people. Moreover, Albert Gallatin's legacy provides some valuable lessons which remain relevant in the present time.

The Gallatin250 Project will also introduce a new biography of Gallatin by Nicholas Dungen available in September 2010.

The launch of the biography, titled **Gallatin: America's Swiss Founding Father** and published by New York University Press, will offer the opportunity to rediscover Gallatin's remarkable life and service to America and will be followed by a nationwide book tour.

"The whole of the Bill is a declaration of the rights of the people at large or considered as individuals... It establishes some rights of the individual as unalienable and which, consequently, no majority has a right to deprive them of." (Albert Gallatin)

Feuille d'information, 6 pages, sans partenaires



# Exemples d'application des partenaires



**Invitation** (Corporate Design du partenaire avec Logo Suisse en haut à droite)



**Brochure, recto et verso**  
(Corporate Design du partenaire avec logo Suisse en bas à droite)

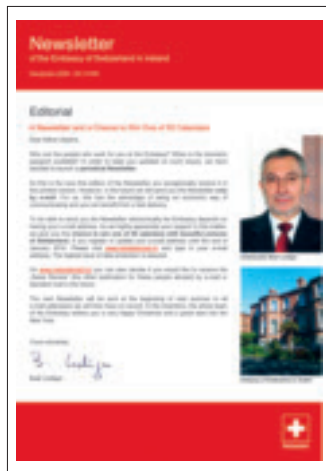
# Exemples d'application Internet/ supports électroniques



Bannière  
sur site Internet dans  
le CD Suisse



Site Internet : [www.swissworld.org](http://www.swissworld.org)



Circulaire électronique en PDF (texte initial en Word)

# Exemples d'application Produits promotionnels et 3-D



Clé USB



Toblerone



Inscription sur auto



Conférence



House of Switzerland, Canada 2010



Exposition Climate Trail

## 2.5 Où se procurer les bons outils ?

### Plateforme de travail [www.image-suisse.ch](http://www.image-suisse.ch)

Plate-forme de travail pour l'usage de la marque Suisse

La plateforme de travail [www.image-suisse.ch](http://www.image-suisse.ch) constitue la principale source d'informations pour la mise en pratique de la marque Suisse. Proposée en quatre langues, elle contient des informations sur la communication internationale de la Suisse, l'image de la Suisse, la marque Suisse, les



Login vers le domaine protégé contenant les instruments et modèles graphiques.

instruments à disposition, etc. On y trouve aussi des exemples de *Best Practice*, divers documents à télécharger (modèles graphiques/templates, manuel, formulaires de demandes etc.) ainsi qu'une banque d'images.

## « Corporate Design Manual »

destiné aux graphistes



CD Manual, page de couverture

## Modèles graphiques / Templates

Brochures, invitations, flyers, etc. (domaine protégé)



Modèle d'affiche InDesign, avec partenaires



Modèle de carton d'invitation en format InDesign, sans partenaires

## Logo Suisse, ou logo Suisse combiné

en de nombreuses langues (positif et négatif, eps et jpg)



Logo Suisse avec l'Allemagne, positif, en allemand



Logo Suisse négatif, en hongrois

## Banque de données d'images

Images conformes à la marque Suisse



Exemple d'illustration associant espace alpin, technologies environnementales, êtres humains, rouge et blanc

Logo des représentations suisses dans le CD de la Confédération  
Mail à : [cdbund@eda.admin.ch](mailto:cdbund@eda.admin.ch)

## 2.6 Contact et soutien

Le «Desk étranger» de Présence Suisse se tient volontiers à disposition pour vous informer, vous conseiller et vous soutenir. Veuillez toutefois à déposer votre proposition de mise en pratique de la marque Suisse suffisamment à l'avance :

**[prs-projects@eda.admin.ch](mailto:prs-projects@eda.admin.ch)**

Pour les projets des Maisons de la Suisse (Houses of Switzerland) dans le cadre des jeux olympiques et des Pavillons de la Suisse dans le cadre des expositions universelles veuillez contacter l'équipe marketing et communication, grandes manifestations internationales.

---

Département fédéral des affaires étrangères DFAE  
Secrétariat général SG-DFAE  
Présence Suisse  
Bundesgasse 32  
CH-3003 Berne

Téléphone +41 31 322 01 83  
Fax +41 31 324 10 60

[prs@eda.admin.ch](mailto:prs@eda.admin.ch)  
[www.dfae.admin.ch](http://www.dfae.admin.ch)

La plateforme pour la communication internationale de la Suisse :  
[www.image-suisse.ch](http://www.image-suisse.ch)  
Le portail d'informations sur la Suisse :  
[www.swissworld.org](http://www.swissworld.org)

---





Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Département fédéral des affaires étrangères DFAE  
**Secrétariat général SG-DFAE**  
Présence Suisse