

12 janvier 2017

# Marque «SuisseEnergie»

Règlement d'utilisation de la marque par les  
partenaires de projet

**Auteurs:**

Marianne Sorg, Office fédéral de l'énergie OFEN

**SuisseEnergie**

Office fédéral de l'énergie OFEN, Mühlestrasse 4, CH-3063 Ittigen · Adresse postale: CH-3003 Berne  
Tél. 058 462 56 11, fax 058 463 25 00 · [energieschweiz@bfe.admin.ch](mailto:energieschweiz@bfe.admin.ch) · [www.suisseenergie.ch](http://www.suisseenergie.ch)

# Table des matières

<b>1</b>	<b>Introduction .....</b>	<b>4</b>
1.1	But .....	4
1.2	Champ d'application .....	4
1.3	Assurance de la qualité .....	5
<b>2</b>	<b>Types de projet.....</b>	<b>6</b>
<b>3</b>	<b>Dispositions relatives au choix de l'identité visuelle (Corporate Design) .....</b>	<b>9</b>
<b>4</b>	<b>Utilisation de la marque dans le cadre d'autres identités visuelles .....</b>	<b>12</b>
4.1	Variante «logo» .....	12
4.2	Variante «label» .....	13
<b>5</b>	<b>Dispositions finales .....</b>	<b>14</b>

# 1 Introduction

## 1.1 But

Le présent règlement concerne l'utilisation de la marque «SuisseEnergie» par les partenaires de projet et les mandataires du programme SuisseEnergie. Une utilisation uniforme de la marque par l'ensemble des acteurs du programme soutient les efforts de SuisseEnergie visant à renforcer sa position sur les marchés de l'énergie et à mettre à profit la notoriété de cette marque pour ancrer durablement les contenus et le message du programme dans la conscience de la population et des principaux groupes d'intérêt.

Le présent règlement annule et remplace le règlement du même nom de janvier 2013.

## 1.2 Champ d'application

L'utilisation de la marque «SuisseEnergie» par les partenaires de projet et les mandataires se limite en règle générale à la communication de projets cofinancés, financés intégralement ou parrainés par SuisseEnergie (ci-après «projets SuisseEnergie»).

Les partenaires de projet sont toutefois autorisés à utiliser la marque dans la communication d'entreprise lorsque celle-ci fait également mention du projet SuisseEnergie auquel ils sont associés.

Les organisations à but non lucratif dont les objectifs correspondent entièrement à ceux de SuisseEnergie peuvent utiliser la marque dans leur communication d'entreprise sans être parties prenantes dans un projet SuisseEnergie. Ces organisations concluent un accord avec l'Office fédéral de l'énergie (OFEN).

Par conséquent, le présent règlement concerne les questions suivantes :

- Dans quel cadre l'identité visuelle de SuisseEnergie doit-elle être adoptée au niveau de la communication de projets SuisseEnergie et quand une autre identité visuelle intégrant la marque «SuisseEnergie» peut-elle être utilisée ?
- Comment la marque «SuisseEnergie» doit-elle être intégrée dans une autre identité visuelle ?

Le choix de l'identité visuelle dépend du type de projet. Les différents types de projet sont décrits au chapitre 2. Le chapitre 3 règle le choix de l'identité visuelle pour chaque type de projet (règle et exceptions). Enfin, le chapitre 4 propose un aperçu des variantes graphiques possibles de l'intégration de la marque «SuisseEnergie» dans une autre identité visuelle.

## 1.3 Assurance de la qualité

Les dispositions du présent règlement font partie intégrante des contrats que l'OFEN conclut avec les partenaires de projet et les mandataires dans le cadre du programme SuisseEnergie.

Les bons à tirer de tous les moyens de communication doivent être envoyés au service responsable de l'assurance de la qualité de la marque pour contrôle, et ce suffisamment tôt avant l'impression ou la mise en ligne : [marke-energieschweiz@bfe.admin.ch](mailto:marke-energieschweiz@bfe.admin.ch).

Les demandes concernant l'interprétation du présent règlement, l'utilisation de l'identité visuelle de SuisseEnergie ou l'intégration de la marque dans une autre identité visuelle doivent être adressées au même service : [marke-energieschweiz@bfe.admin.ch](mailto:marke-energieschweiz@bfe.admin.ch).

L'OFEN se réserve le droit d'effectuer des contrôles par sondage pour vérifier le respect du présent règlement et d'adresser un avertissement aux partenaires de projet ou aux mandataires en cas de violation des dispositions.

## 2 Types de projet

L'utilisation de la marque «SuisseEnergie» dans la communication de projet dépend du type du projet. Le présent règlement distingue cinq types de projet différents en fonction de la participation financière de l'OFEN (programme SuisseEnergie) et du nombre de partenaires. Ces types de projet sont les suivants :

- Projets de l'OFEN
- Projets partenaires
- Projets associés
- Sponsoring
- Partenariat

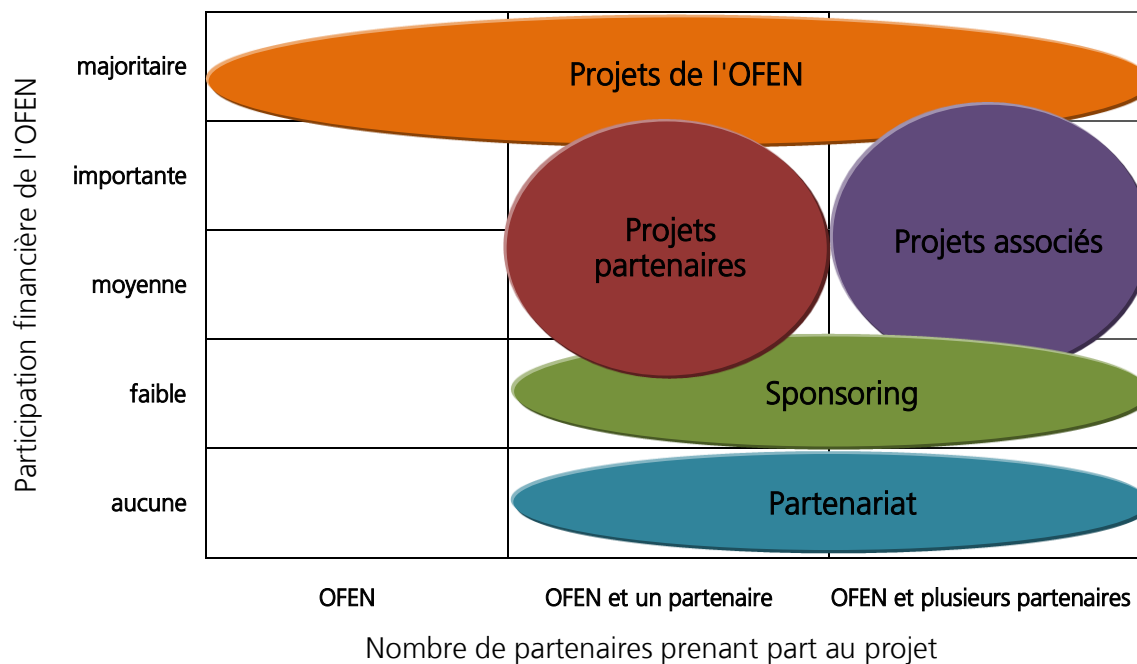


Fig. 1 : Représentation des types de projet sur la base de la participation financière de l'OFEN et du nombre de partenaires

Les cinq types de projet représentent différentes répartitions des rôles et formes de collaboration entre l'OFEN et les partenaires de projet et peuvent être décrits comme suit :

Type de projet	Descriptif
<b>Projets de l'OFEN</b>	<p>Sont réputés projets de l'OFEN les projets qui sont financés intégralement ou majoritairement par l'OFEN (en règle générale à plus de 60 %) et auxquels s'associent un ou plusieurs partenaires en participant au financement à titre accessoire. La contribution des partenaires peut se faire sous forme de prestations propres.</p> <p>Les projets de l'OFEN sont généralement lancés et suivis sur le plan technique par l'OFEN. Leur planification et leur réalisation sont habituellement confiées à des tiers (mandataires), éventuellement à des partenaires de projet.</p> <p>Dans le cas où un partenaire de projet prend la responsabilité de la conception du projet et/ou assume le suivi technique en vertu de ses compétences, le projet est néanmoins considéré comme un projet de l'OFEN si le financement est intégralement ou majoritairement assuré par ce dernier.</p>
<b>Projets partenaires</b>	<p>Les projets partenaires sont des projets communs de l'OFEN menés avec un seul partenaire. Les deux partenaires s'engagent dans un cadre comparable et agissent en partenaires égaux dans leur présentation extérieure et la teneur du projet. «Egaux» signifie que c'est ensemble qu'ils définissent l'objectif du projet, clarifient les rôles, divulguent leurs intérêts, déterminent les activités, fixent le calendrier et assurent le financement. Les deux partenaires ne doivent pas impérativement pourvoir pour moitié chacun à l'engagement financier. Un partenaire peut participer au financement à titre accessoire si, en contrepartie, il met à disposition son savoir-faire, ses plates-formes de communication ou ses canaux de distribution pour la communication de projet.</p> <p>Font partie des partenaires possibles les grandes entreprises (p. ex. Coop, IKEA), les grandes associations de défense d'intérêts (p. ex. TCS, WWF) et les agences de l'énergie (p. ex. AEnEC, MINERGIE).</p> <p>En règle générale, la réalisation des projets partenaires est confiée à des tiers. Ce sont des mandataires ordinaires qui n'apparaissent pas dans la communication externe. En fonction du type et de la teneur du projet, il peut s'avérer utile que le partenaire réalise lui-même tout ou partie du projet.</p>
<b>Projets associés</b>	<p>Les projets associés sont des projets communs de l'OFEN menés avec plusieurs partenaires (partenaires associés). Dans les projets associés, tous les partenaires fournissent un apport essentiel au projet sous la forme de contributions financières, de prestations</p>

	<p>propres et/ou de mise à disposition de savoir-faire, de canaux de distribution ou de plates-formes de communication.</p> <p>Les partenaires associés peuvent être des entreprises, des associations professionnelles, des groupes d'intérêt (ONG) ou d'autres offices fédéraux. L'OFEN ou l'un des partenaires associés prend la responsabilité du projet.</p> <p>En règle générale, la réalisation des projets associés est confiée à des tiers. Ce sont des mandataires ordinaires qui n'apparaissent pas dans la communication externe. En fonction du type et de la teneur du projet associé, il peut s'avérer utile que certains partenaires associés réalisent eux-mêmes des parties du projet.</p>
<b>Sponsoring</b>	<p>Dans le cadre du sponsoring, l'OFEN soutient un projet mené par des tiers au moyen d'une contribution financière sans participer à sa teneur (de manière déterminante). La contribution de l'OFEN est accessoire (en règle générale moins de 20% du budget global), le projet est majoritairement financé par d'autres sources. Cette contribution peut néanmoins faciliter l'accès des bénéficiaires et des initiateurs du projet aux autres sources de financement et dès lors s'avérer décisive pour le financement et la réalisation du projet.</p> <p>SuisseEnergie parraine souvent des projets de tiers dans le cadre du sponsoring. Cet appui n'est généralement pas lié à une contribution financière plus importante accordée au projet, mais sert uniquement à renforcer l'effet promotionnel.</p>
<b>Partenariat</b>	<p>On entend par partenariat le parrainage apporté par SuisseEnergie. L'utilisation de la marque «SuisseEnergie» vise à conférer aux organisations une crédibilité accrue (réputation). Le partenariat entend donner aux organisations à but non lucratif la possibilité d'utiliser la marque «SuisseEnergie» dans leur communication indépendamment de projets.</p> <p>Seules les organisations qui n'ont aucun but lucratif et dont les activités soutiennent les objectifs de SuisseEnergie (promotion de l'efficacité énergétique et des énergies renouvelables) entrent en ligne de compte pour le partenariat.</p> <p>Le partenariat est régi par un accord écrit conclu entre l'OFEN et le partenaire.</p>

Tableau 1 : Descriptif des cinq types de projet déterminants pour l'utilisation de la marque



### 3 Dispositions relatives au choix de l'identité visuelle (Corporate Design)

La communication de projets SuisseEnergie adopte soit l'identité visuelle de SuisseEnergie, soit une autre identité visuelle. Cette dernière peut correspondre à l'identité visuelle du partenaire de projet ou du partenaire responsable (en cas de projets associés), mais il peut également s'agir d'un design propre au projet (p. ex. lors de campagnes).

Le type de projet «Partenariat» constitue un cas particulier dans la mesure où il s'agit de la communication d'entreprise du partenaire et non de la communication de projet. Une communication d'entreprise adopte toujours l'identité visuelle du partenaire concerné.

Les règles et les exceptions suivantes s'appliquent aux différents types de projet en ce qui concerne le choix de l'identité visuelle :

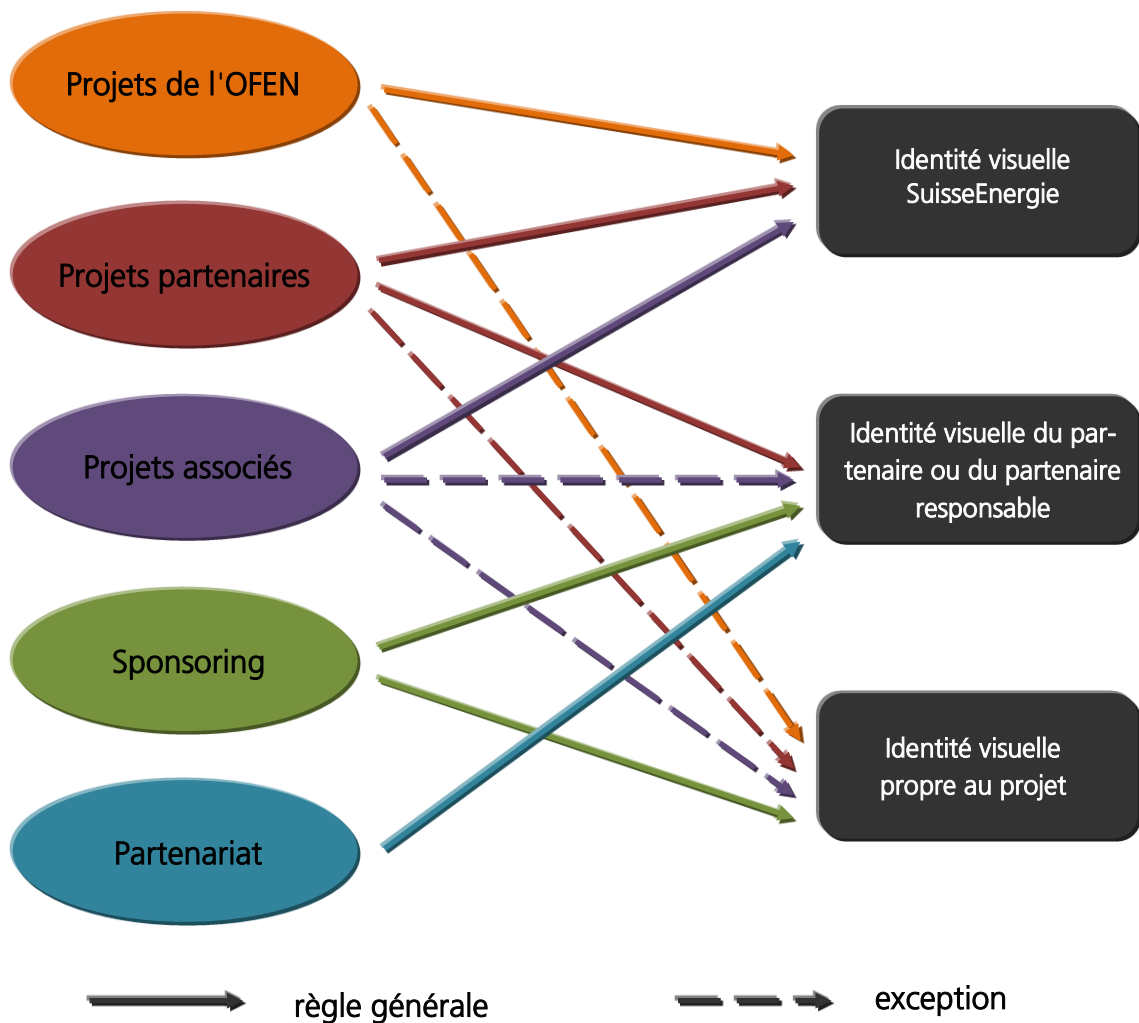


Fig. 2 : Règles et exceptions relatives au choix de l'identité visuelle par type de projet

Type de projet	Règle 	Exception(s) 
<b>Projet de l'OFEN</b>	La communication de projets de l'OFEN adopte en règle générale l'identité visuelle de SuisseEnergie définie dans le manuel « <b>SuisseEnergie – Corporate Design</b> » <sup>1</sup> (janvier 2017).	Si un projet (p. ex. une campagne spéciale) est susceptible de déployer un impact plus important auprès du public-cible grâce à un design spécial, l'utilisation d'une identité visuelle propre à ce projet est autorisée.
<b>Projet partenaire</b>	<p>Dans les projets partenaires, les deux partenaires assument la communication ensemble ou indépendamment l'un de l'autre. En fonction du type et de la teneur du projet, il convient de privilégier une communication séparée, mais coordonnée. C'est notamment le cas quand les deux partenaires disposent de leurs propres canaux et plates-formes pour atteindre les différents groupes-cibles.</p> <p>Lorsque les partenaires s'accordent sur une communication commune, ils décident d'adopter soit l'identité visuelle de SuisseEnergie, soit celle du partenaire. Le choix de l'identité visuelle dépend du niveau de l'impact qu'un annonceur obtient auprès du public-cible grâce à la notoriété et à la crédibilité de sa marque.</p>	Si un projet (p. ex. une campagne spéciale) est susceptible de déployer un impact plus important auprès du public-cible grâce à un design spécial, l'utilisation d'une identité visuelle propre à ce projet est autorisée.
<b>Projet associé</b>	La communication de projets associés adopte en règle générale l'identité visuelle de SuisseEnergie définie dans le manuel « <b>SuisseEnergie – Corporate Design</b> » (janvier 2017).	A titre exceptionnel, la communication de projet peut être conçue selon une autre identité visuelle ou l'identité visuelle du partenaire responsable du projet associé, notamment si le projet est susceptible de déployer un impact plus important auprès du public-cible grâce à une

<sup>1</sup> Le manuel «SuisseEnergie – Corporate Design» de janvier 2017, disponible sur le site Internet de SuisseEnergie, contient les directives graphiques pour la communication imprimée et en ligne conformément à l'identité visuelle de SuisseEnergie : [www.suisseenergie.ch/marque](http://www.suisseenergie.ch/marque).

		présentation autonome marquée ou si le partenaire responsable se forge une plus grande crédibilité auprès du public par sa notoriété comparativement importante.
<b>Sponsoring</b>	En cas de sponsoring, il appartient au bénéficiaire de la contribution de décider s'il utilise sa propre identité visuelle ou une identité visuelle propre au projet.	
<b>Partenariat</b>	Etant donné qu'il s'agit de l'utilisation de la marque «SuisseEnergie» dans la communication d'entreprise du partenaire, il va de soi que l'identité visuelle de ce dernier est toujours adoptée.	

Tableau 2 : Descriptif des règles et des exceptions relatives au choix de l'identité visuelle par type de projet

### Exemples d'utilisation de l'identité visuelle de SuisseEnergie

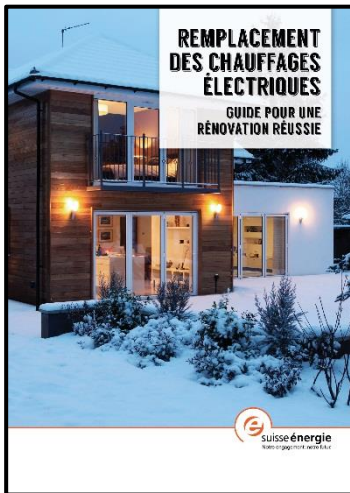


Fig. 3 : Brochure conforme à l'identité visuelle de SuisseEnergie

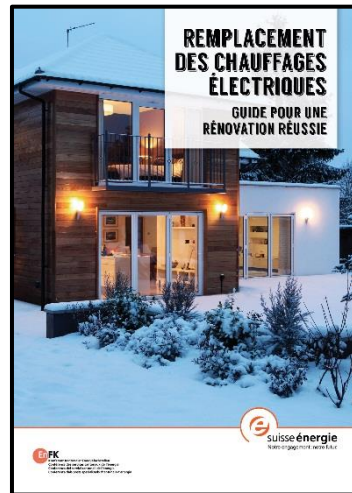


Fig. 4 : Brochure conforme à l'identité visuelle de SuisseEnergie avec logo du partenaire

## 4 Utilisation de la marque dans le cadre d'autres identités visuelles

Le présent règlement prévoit deux variantes pour l'intégration de la marque «SuisseEnergie» dans une autre identité visuelle (identité visuelle du partenaire ou propre au projet) :

- Variante «logo»
- Variante «label»

### 4.1 Variante «logo»

Dans la variante «logo», un endroit bien visible est réservé au logo de SuisseEnergie (de préférence sur la page de titre pour les produits imprimés et sur la page d'accueil pour les sites Internet). Le logo est toujours précédé d'une mention du partenariat. Par exemple :

- Avec le soutien de [logo SuisseEnergie]
- En collaboration avec [logo SuisseEnergie]
- Avec l'engagement de [logo SuisseEnergie et logo du partenaire]
- Un engagement de [logo SuisseEnergie et logo du partenaire]
- Une campagne de [logo SuisseEnergie et logo du partenaire]
- Une action commune de [logo SuisseEnergie et logo du partenaire]
- Une prestation commune de [logo SuisseEnergie et logo du partenaire]

Lorsque la marque «SuisseEnergie» est utilisée dans le cadre de la communication d'entreprise d'un partenaire de projet, le projet commun doit toujours être mentionné. Par exemple :

- Nous sommes partenaires de la campagne [nom de la campagne] de [logo SuisseEnergie]
- Nous soutenons [nom du projet] de [logo SuisseEnergie]

Lorsque la marque «SuisseEnergie» est utilisée indépendamment de projets dans le cadre de la communication d'entreprise du partenaire (possible seulement en cas de partenariat), le partenariat doit être mentionné de préférence sous l'une des formes suivantes :

- Nous sommes partenaires de [logo SuisseEnergie]
- [Nom du partenaire] est partenaire de [logo SuisseEnergie]
- Nous soutenons les objectifs de [logo SuisseEnergie]

La mention du partenariat (de projet) doit figurer au-dessus ou à gauche du logo SuisseEnergie et le format de police utilisé doit correspondre à l'identité visuelle de la publication en question.

Exemple d'intégration de la marque dans une autre identité visuelle selon la variante «logo»



Fig. 5 : Catalogue consommation du TCS et de SuisseEnergie

## 4.2 Variante «label»

Dans la variante «label», un label comprenant le slogan du projet et le logo SuisseEnergie est placé à un endroit librement choisi en bordure de page de titre ou de page d'accueil du site Internet. Le slogan adopte le format de police de SuisseEnergie (pour les polices cf. manuel «SuisseEnergie – Corporate Design», janvier 2017). D'autres logos de partenaires peuvent être placés de la même manière à côté de celui de SuisseEnergie.

Exemples d'intégration de la marque dans une autre identité visuelle selon la variante «label»

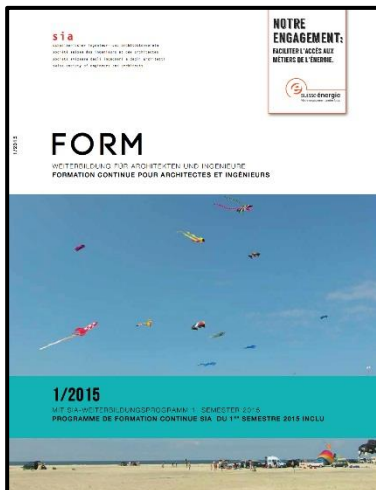


Fig. 6 : Intégration de la marque dans l'identité visuelle de VSSM (en haut en bordure de page)



Fig. 7 : Intégration de la marque dans l'identité visuelle de VSSM (en haut sur le côté)

## 5 Dispositions finales

L'OFEN se réserve le droit d'adapter le présent règlement en fonction de l'évolution des conditions-cadres. Les modifications se font sous forme écrite. Elles sont communiquées aux utilisateurs de manière appropriée. Si certaines dispositions du présent règlement deviennent caduques, cela n'affecte en rien la validité des autres dispositions.

L'OFEN décline toute responsabilité en cas de demande en dommages-intérêts par des clients ou d'autres groupes d'intérêt résultant d'une utilisation non conforme aux dispositions du présent règlement de la marque «SuisseEnergie» par les partenaires de projet ou d'autres organisations.