



fed.be

Systeme de marque fédérale

Une seule marque pour l'État fédéral — brandbook
v0.1.0



FOD Kanselarij van de Eerste Minister · Algemene directie Externe
Communicatie

2026-05-06
Brand-as-code PoC · DTCC
2025.10

Inhoud

IDENTITÉ

01	Identité
02	Mission
03	Valeurs

GOUVERNANCE

01	Rôles et responsabilités
02	Flux de validation

STANDARDS

01	Couleur
02	Typographie
03	Utilisation du logo
04	Accessibilité
05	Co-branding

INSTITUTIONS

01	Ministère de la Défense
02	SPF Justice

03

SPF Chancellerie du Premier ministre

04

SPF Santé publique

05

travaillerpour.be

Identité

Une seule marque fédérale, plusieurs visages

L'architecture de marque fédérale repose sur un principe simple : **lorsqu'un citoyen entre en contact avec une institution fédérale — par lettre, sur un site, sur une page de recrutement ou lors d'un événement — il doit immédiatement comprendre qu'il s'agit de l'État fédéral.**

Cette marque ne remplace pas l'institution. C'est une signature commune qui la renforce. Le SPF Justice reste le SPF Justice. La Défense reste la Défense. Mais les deux s'expriment dans un langage visuel partagé et reconnaissable, qui exprime la cohérence de l'administration fédérale.

Trois niveaux d'intégration

Toutes les institutions ne s'intègrent pas de la même manière. Le cahier des charges prévoit trois niveaux :

1. **Ambassadeurs de marque** — institutions qui adoptent intégralement l'identité et servent d'exemple aux autres.
2. **Intégration flexible** — institutions ayant des caractéristiques de marque déjà établies, intégrées de manière hybride.
3. **Kit d'affiliation** — institutions qui conservent leur propre identité, avec uniquement une signature fédérale signalant l'affiliation.

Dans ce système, ce n'est pas qu'une décision politique : chaque niveau a sa propre implémentation technique sous forme d'overlay sur la source de tokens. Une institution n'écrase que ce dont elle a besoin et hérite automatiquement de toutes les règles communes.

Une source, plusieurs sorties

Chaque règle que vous lisez dans cette charte — un code hex, une échelle typographique, un espace de garde de logo — vit sous forme de données dans un dépôt Git. Les mêmes données génèrent ce site, le brandbook PDF, les modèles Word et PowerPoint, et les tokens CSS du système de design numérique. Une seule modification se propage automatiquement à tous les supports.

Cette approche présente trois avantages à l'échelle fédérale :

- **Traçabilité** — chaque modification est un commit, chaque release un tag. Pour une communication gouvernementale auditable, c'est un avantage de gouvernance fondamental.
- **Vitesse** — l'intégration d'une nouvelle institution ne nécessite pas un exercice complet de rebranding, mais une simple configuration d'overlay.
- **Cohérence** — la dérive entre canaux devient structurellement impossible ; le système est la vérité.

IDENTITÉ

Mission

Mission

L'architecture de marque fédérale poursuit cinq objectifs stratégiques qui découlent directement des engagements gouvernementaux pour une meilleure expérience citoyenne avec l'administration.

Une identité fédérale reconnaissable

Les citoyens ne distinguent pas toujours le fédéral du régional ou du local. Une identité visuelle partagée rend l'État fédéral immédiatement reconnaissable — sur une lettre, sur un site, dans une campagne. Cela renforce à la fois la lisibilité et la crédibilité.

Visibilité à l'ère de la désinformation

Une signature fédérale cohérente est un **ancrage de confiance**. Dans un paysage numérique où la désinformation se propage rapidement, une identité visuelle partagée et vérifiée permet de distinguer la communication officielle des imitations.

Meilleure expérience utilisateur

Typographie accessible, contraste suffisant (WCAG 2.1 AA), hiérarchie claire. Le système de marque est conçu dès la base pour l'inclusivité — non pas comme un ajout, mais comme une contrainte technique imposée au niveau des tokens eux-mêmes.

Efficacité par la collaboration

Une seule source de modèles, une seule source de directives, une seule source d'assets. Les équipes de communication des petites et grandes institutions y gagnent du temps, et peuvent l'investir dans le contenu plutôt que la mise en forme.

Durabilité et adaptabilité

Le système repose sur des standards ouverts (DTCG 2025.10, licences EUPL où possible) et est ainsi pérenne. Une nouvelle institution, un nouveau canal, une nouvelle langue — le système peut grandir sans qu'il faille remplacer les fondations.

Valeurs

Trois valeurs, quatre supports

Sobre

La communication fédérale n'est pas bruyante. Le blanc est un choix actif. La hiérarchie naît de la typographie, pas des accents de couleur. L'accent tricolore belge est rarement utilisé — et lorsqu'il l'est, c'est avec intention.

Accessible

Accessible au sens strict — WCAG 2.1 AA comme minimum, AAA si possible. Accessible aussi au sens large — langage simple, mise en page prévisible, motifs reconnaissables.

Ouvert

Le code source du système de marque est public. Les tokens sont lisibles par machine. Les assistants IA peuvent lire et appliquer les règles. La dépendance à un fournisseur est explicitement évitée en privilégiant des formats ouverts là où ils suffisent techniquement.

Rôles et responsabilités

Qui décide quoi

Le système de marque ne fonctionne que si les décisions tombent au bon niveau. Le schéma ci-dessous (modèle de tokens à trois couches) règle la propriété.

Niveau fédéral (Chancellerie)

- **Tokens communs** (rôles sémantiques, échelles d'espacement, minima de contraste)
- **Tokens de composants** (système de design numérique)
- **Procédures de gouvernance** (validation, exceptions, résolution de conflits)
- **Versionnement** du noyau fédéral (semantic versioning)

Les modifications de cette couche nécessitent une revue par au moins deux personnes de l'équipe Chancellerie (CODEOWNERS).

Niveau institution

- **Tokens de marque** (palette primaire propre, polices dans l'échelle autorisée)
- `_brand.yml` propre pour la sortie Quarto
- Kit de communication et applications propres

Une institution peut modifier sa couche Brand sans revue fédérale, tant que la CI WCAG reste verte et qu'aucun token Common n'est écrasé.

Résolution de conflits

Quand une institution souhaite une exception en dehors des règles (par ex. conserver une typographie propre, position de lockup déviante), elle suit la **procédure d'exception** :

1. Soumettre une demande via le portail de gouvernance avec motivation.
2. Avis de la Chancellerie sous 15 jours ouvrables.
3. En cas d'approbation : documentation de l'exception dans `institutions/{nom}/exceptions.md`, avec date de fin.
4. Revue semestrielle de la pertinence continue de l'exception.

L'objectif n'est *pas* d'éviter les exceptions, mais de **rendre les exceptions traçables**. Une exception non documentée est une future source de dérive.

Flux de validation

De la modification à la publication

Chaque modification du système de marque suit le flux ci-dessous. Rien n'arrive en production sans validation.

1. Proposition

Un responsable de communication ou un designer soumet une modification via :

- **Pull request** dans le dépôt Git (pour les utilisateurs techniques)
- **Theme Wizard** pour les utilisateurs non-techniques (génère automatiquement une PR)
- **Portail Frontify** (pour le contenu de catalogue large)

2. Vérifications automatisées

À chaque PR, la CI exécute :

- Vérification de contraste WCAG 2.1 AA sur tous les tokens modifiés
- Validation de schéma contre DTCG 2025.10
- Règles de lint (pas de couleurs hardcodées, pas de noms de polices non autorisés)
- Test de build (toutes les sorties se rendent sans erreur)

Une vérification qui échoue bloque la fusion.

3. Revue humaine

Un relecteur de l'équipe Chancellerie évalue :

- Cohérence stratégique avec le système
- Limites d'application (cette modification touche-t-elle plusieurs institutions ?)
- Qualité de la documentation

4. Publication

À la fusion, toutes les sorties sont automatiquement reconstruites et publiées :

- Packages npm tagués et publiés
- Brand portal rafraîchi
- Notification email aux abonnés (« nouveaux modèles disponibles »)
- Modification logguée dans le changelog public

5. Audit semestriel

Deux fois par an, l'équipe Chancellerie réalise un audit :

- Les tokens sont-ils réellement utilisés ? (télémétrie via Brand portal)
- Quelles exceptions sont encore en vigueur et restent-elles justifiées ?
- Quelles institutions sont en retard d'adoption et nécessitent un accompagnement supplémentaire ?

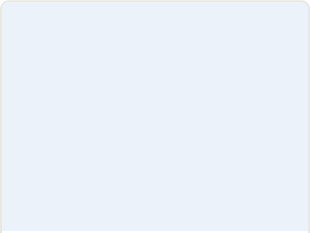
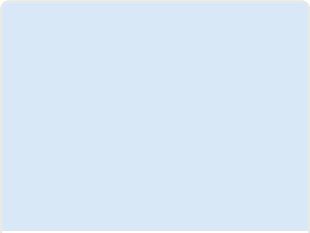








L'audit est publié comme rapport annuel public.

STANDARDS

Couleur

Het federale palet leeft als DTCCG-tokens. Hieronder de gegenereerde swatches en hun WCAG-contrast t.o.v. wit.

Primair palet

 <p>color.federal-blue.50 #EBF2FA</p> <p>vs wit · 1.13:1 · fail</p>	 <p>color.federal-blue.100 #D9E8F7</p> <p>vs wit · 1.25:1 · fail</p>	 <p>color.federal-blue.200 #B0CCEB</p> <p>vs wit · 1.66:1 · fail</p>	 <p>color.federal-blue.300 #739ED4</p> <p>vs wit · 2.77:1 · fail</p>
 <p>color.federal-blue.400 #3669B0</p> <p>vs wit · 5.52:1 · AA</p>	 <p>color.federal-blue.500 #0F458F</p> <p>vs wit · 9.26:1 · AAA</p>	 <p>color.federal-blue.600 #0A3878</p> <p>vs wit · 11.35:1 · AAA</p>	 <p>color.federal-blue.700 #052B5E</p> <p>vs wit · 13.87:1 · AAA</p>
			

**color.federal-
blue.800**

#031F45

vs wit · 16.33:1 ·
AAA

**color.federal-
blue.900**

#03122E

vs wit · 18.59:1 ·
AAA

Semantische rollen



color.feedback.

500

#1A8C52



color.feedback.

500

#DB9C12



color.feedback.

500

#C70F2E



color.feedback.

500

#0F458F



color.feedback.

#1A8C52



color.feedback.

#DB9C12



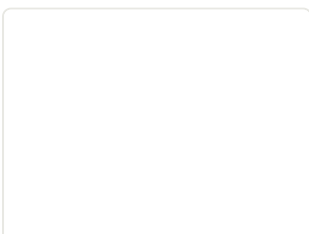
color.feedback.

#C70F2E



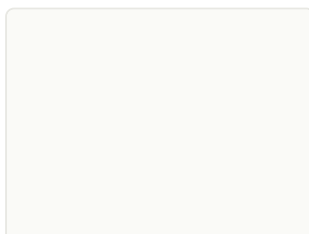
color.feedback.

#0F458F



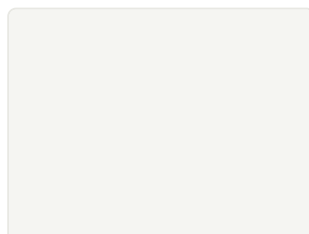
color.backgrou

#FFFFFF



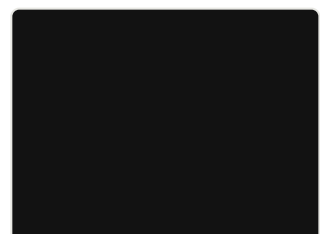
color.backgrou

#FAFAF7



color.backgrou

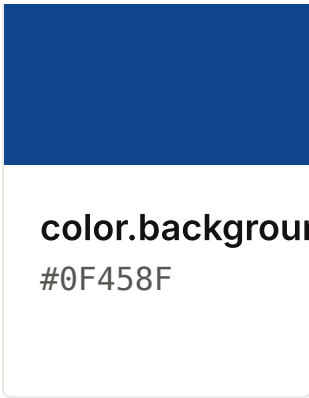
#F5F5F2



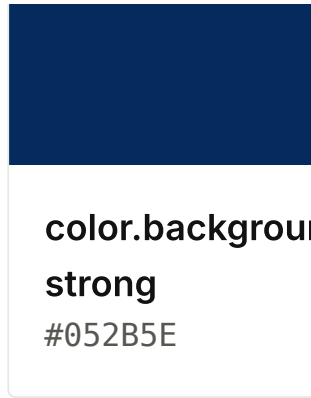
color.backgrou

#121212

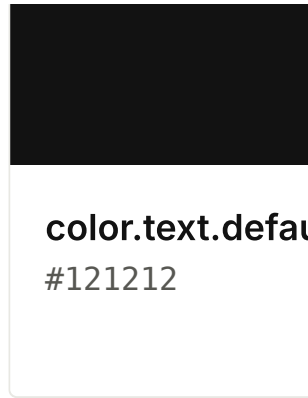




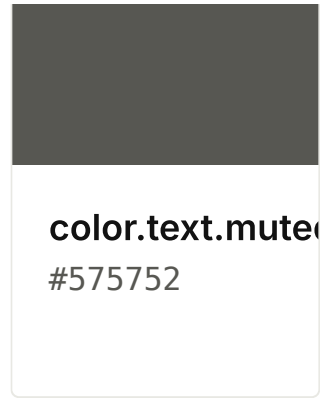
color.background
#0F458F



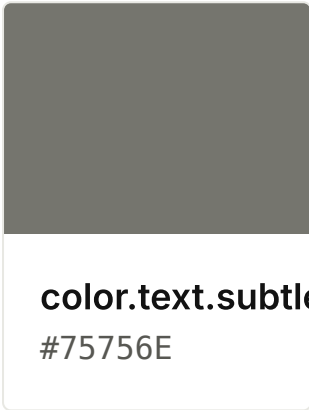
**color.background
strong**
#052B5E



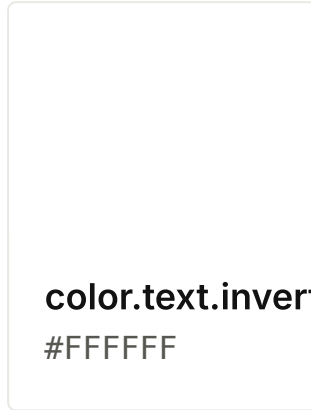
color.text.default
#121212



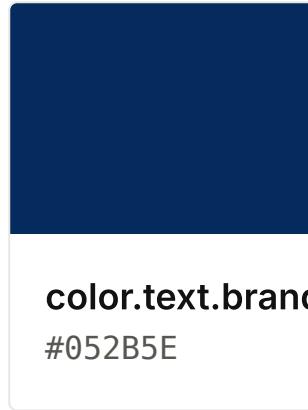
color.text.muted
#575752



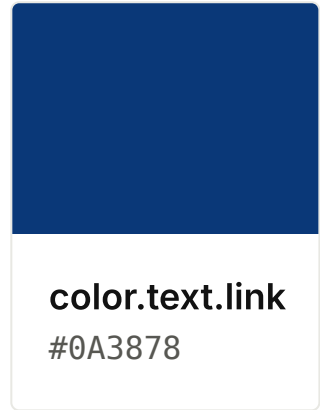
color.text.subtle
#75756E



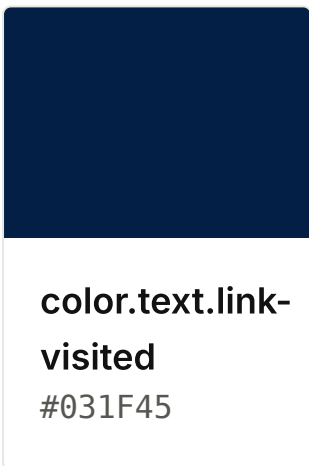
color.text.invert
#FFFFFF



color.text.brand
#052B5E



color.text.link
#0A3878



**color.text.link-
visited**
#031F45

STANDARDS

Typographie

Typografie wordt gedefinieerd als roles in de alias-laag. Elke role kan per script (Latijns, Cyrillisch, Arabisch, CJK) een fallback-stack hebben.

Type-specimens

`typography.display`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

`typography.heading-1`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

`typography.heading-2`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

`typography.heading-3`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

`typography.heading-4`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

`typography.body`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

`typography.body-sm`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

`typography.caption`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

`typography.eyebrow`

Federaal Belgische merkarchitectuur — AaBbCc 0123 ξφψ Москва

STANDARDS

Utilisation du logo

Utilisation du logo

Le logo fédéral comporte trois composants : la **marque** (le symbole), le **wordmark** (le logotype) et le **lockup** (l'assemblage marque + wordmark + nom d'institution éventuel).

Espace de garde

Autour du logo s'applique une zone libre au moins égale à la hauteur de la marque (X). Aucun autre texte, image ou élément graphique ne peut figurer dans cette zone.

Taille minimale

Support	Largeur minimale
Écran numérique	96 px
Impression A4	18 mm
Carte de visite	12 mm
Favicon	32 × 32 px

En deçà de ces tailles, seule la **marque** est utilisée, sans le lockup complet.

Co-branding

Lorsque le logo fédéral apparaît à côté d'un autre logo (institution, partenaire de campagne, coopération internationale), les règles suivantes s'appliquent :

- le logo fédéral se place **à gauche** ou **au-dessus** dans les compositions verticales ;
- la séparation entre les deux logos est une fine ligne verticale (1 px à l'écran, 0,5 pt en impression) ;

- les deux logos ont la même **hauteur optique** (pas nécessairement la même hauteur physique — la marque est équilibrée visuellement).

À faire / À éviter

À faire	À éviter
Placer le logo sur fond uni	Logo sur photo agitée
Utiliser la version officielle (bleu ou blanc)	Fabriquer ses propres versions
Utiliser le lockup intégral	Déplacer la marque et le wordmark séparément
Respecter la taille minimale	Réduire le logo jusqu'à l'illisibilité
Préserver l'espace de garde	Placer du texte dans la zone X

Accessibilité

L'accessibilité n'est pas une option

Le système de marque fédéral satisfait au minimum à **WCAG 2.1 niveau AA**, conformément à l'arrêté belge sur l'accessibilité et à la directive UE 2016/2102. Quand c'est possible, nous visons AAA.

Contraste

Le contraste entre texte et arrière-plan est imposé au niveau des tokens, pas au niveau des composants. Concrètement :

- Texte courant (`color.text.default` sur `color.background.default`) : ratio de contraste \geq 7:1 (AAA).
- Texte secondaire (`color.text.muted`) : \geq 4,5:1 (AA).
- Texte sur fond coloré (boutons, bannières) : la pipeline refuse les combinaisons qui ne respectent pas AA — c'est un blocker en CI.

Navigation au clavier et focus

Chaque élément interactif a un indicateur de focus visible (`color.border.focus` avec une bordure d'au moins 2 px). L'ordre de tabulation suit l'ordre de lecture.

Multilinguisme et support des scripts

Le cahier des charges exige explicitement le support du latin, du cyrillique, de l'arabe, du grec, du japonais et du chinois. Les tokens typographiques définissent une pile de fallback par script :

- `font.family.primary` pour latin, cyrillique et grec (Inter)
- `font.family.arabic` pour l'arabe (Noto Sans Arabic)
- `font.family.cjk` pour le japonais et le chinois (Noto Sans CJK)

La pipeline de rendu choisit automatiquement la bonne pile selon l'attribut `lang`.

Validation

Les vérifications WCAG s'exécutent automatiquement en CI. Un token nouveau ou modifié qui rompt la règle de contraste bloque la fusion jusqu'à correction ou marquage explicite comme exception par la Chancellerie.

STANDARDS

Co-branding

Co-branding

Lorsque la marque fédérale apparaît à côté d'une autre marque — partenaire flamand ou wallon, institution européenne, partenaire privé de campagne — les règles ci-dessous s'appliquent.

Hiérarchie

La marque fédérale est **toujours à gauche ou au-dessus** dans un lockup. Le système confirme ainsi que la responsabilité fédérale porte la communication, même lorsqu'elle est exécutée avec un partenaire.

Séparation visuelle

Entre les deux marques court une fine **ligne de séparation** :

- numérique : 1 px en `color.border.default`
- impression : 0,5 pt
- audiovisuel : 2 px en frame final

La ligne empêche la fusion visuelle des deux marques.

Hauteur optique

Les deux logos ne sont pas alignés sur la même hauteur physique, mais sur leur **hauteur optique**. La marque dominée par une forme ronde (cercle) paraît visuellement plus petite qu'un wordmark rectangulaire de même hauteur. La couche de gouvernance fournit un outil de templating visuel pour cela.

Interférence chromatique

Lorsque le partenaire a une palette forte, la marque fédérale s'affiche **en noir ou blanc** pour éviter le conflit. L'accent tricolore disparaît dans les compositions co-marquées — sinon une cacophonie de marques apparaît.

Cas spécifiques

Certaines institutions opèrent dans des **secteurs sensibles** (justice, finances, sécurité) ou ont une longue tradition visuelle (défense). Pour elles, la règle complète de co-branding n'est pas imposée, mais un **kit d'affiliation** est prévu (voir Défense). La cellule de gouvernance décide au cas par cas — toujours motivé, toujours documenté.

INSTITUTIONS

Institutions

Drie integratieniveaus, drie technische overlays. Elk niveau is een keuze, geen oordeel — instellingen kiezen wat past bij hun maturiteit, opdracht en visuele traditie.

Ministère de la Défense

Kit d'affiliation

ministerie · mil.be

Affiliatiekit dekt enkel externe communicatie (campagnes, persberichten, employer branding). Operationeel materieel (voertuigen, uniformen, insignes) valt buiten scope — zoals expliciet vermeld in bestek deel 3 tabel.

SPF Justice

Ambassadeur de marque

FOD · justitie.belgium.be

SPF Chancellerie du Premier ministre

Ambassadeur de marque

FOD · kanselarij.belgium.be

SPF Santé publique

Ambassadeur de marque

FOD · volksgezondheid.belgium.be

travaillerpour.be

Intégration flexible

platform · werkenvoor.be

Strategie: hybridiseren