



GUIDE D'EXPRESSION **BANQUE POPULAIRE**

DÉCEMBRE 2014

ADDITIONNER LES FORCES
MULTIPLIER LES CHANCES



3 L'EDITO

4 LE POSITIONNEMENT DE NOTRE MARQUE

25 NOTRE MARQUE EN QUELQUES MOTS

28 UN NOUVEAU TERRITOIRE D'EXPRESSION

- 29 • Une nouvelle écriture pour une nouvelle histoire
- 32 • Exemples d'application

35 LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

- 36 • Le bloc marque
- 39 • La typographie

40 LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

- 41 • Le Plus, Multiplié
- 43 • L'iconographie
- 46 • Les couleurs
- 48 • Les pictos

50 LES APPLICATIONS

51 LE PRINT

- 52 • L'affiche
- 53 • Le dépliant
- 55 • L'annonce presse

56 LE MARKETING DIRECT

- 57 • Le mailing
- 60 • L'e-mailing

61 LE DIGITAL

- 62 • La bannière autopromo / média
- 64 • Les médias sociaux

Edito

Dans un marché en forte mutation, redéfini par l'arrivée de nouveaux acteurs digitaux et l'autonomie croissante des consommateurs, nous devons plus que jamais bâtir une marque forte.

La bonne nouvelle, c'est que nous avons tous les ingrédients dans notre ADN pour répondre à cet enjeu. Notre modèle mutualiste, notre ancrage régional et nos valeurs humaines, n'ont jamais été aussi porteurs et partagés dans la société.

Pour autant, pour créer les conditions de la préférence de marque alors même que toutes les banques semblent se ressembler, il faut aller au-delà. C'est pourquoi nous nous sommes interrogés sur notre rôle et ce que nous apportons de spécifique aux gens dans leur vie de tous les jours.

Une question simple en apparence, mais qui a nécessité de s'accorder sur notre vision du monde, notre mission en tant que banque afin de mettre en évidence ce qui nous rend unique : notre culture entrepreneuriale et notre approche collaborative dans la pratique de notre métier.

Résolument moderne, cet art de la mise en réseau au service de la réussite des projets de nos clients est véritablement notre « marque de fabrique ».

Le rôle de la communication est de concrétiser ce bénéfice, sur le fond comme sur la forme. Sur ce plan, le « plus, multiplié », élément identitaire de Banque Populaire issu de notre logo depuis 1972 et souvent méconnu, constitue un véritable raccourci de sens sur lequel s'appuie le nouveau territoire d'expression publicitaire.

C'est de la cohérence globale autour de ce projet commun que naîtra la force de la marque dont nous avons tant besoin.

Le présent document est l'aboutissement de cette réflexion, mais ce n'est que le début du projet. Il présente les premières réalisations et les recommandations pour vous permettre de faire vivre au quotidien notre marque.

Chantal Petrachi

DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION

DIRECTION DU DÉVELOPPEMENT BANQUES POPULAIRES

GUIDE D'EXPRESSION

LE POSITIONNEMENT DE NOTRE MARQUE

AUJOURD'HUI
QUELLE EST LA VALEUR AJOUTÉE
DES BANQUES ?

NOUS ASSISTONS À UNE SURENCHÈRE DE SERVICES FINANCIERS.

Au-delà des acteurs traditionnels, la sphère concurrentielle s'élargit considérablement :

On assiste à une démultiplication des solutions de financement communautaire : Peer to Peer lending, crowdfunding...

Des moyens de paiement alternatifs émergent portés par de nouveaux acteurs digitaux : Paypal, Apple Pay, Google Wallet, Square...

À cause de cela, certains estiment jusqu'à un tiers le risque de perte de revenus des banques « historiques » au profit d'acteurs digitaux plus rapides, innovants et agiles comme Google, Amazon et Apple en tête.

(Accenture Banking 2020. 2014)



Pourtant, au-delà des services financiers purement fonctionnels,
**NOUS PENSONS QUE LES BANQUES
ONT UN RÔLE PLUS GRAND À JOUER,**



SURTOUT QUAND ON EST LA BANQUE
DE CEUX QUI ENTREPRENNENT.

NOUS PENSONS QUE
NOTRE RÔLE EST D'AIDER
À LA RÉALISATION DES PROJETS.

CAR CE SONT CES PROJETS QUI FONT AVANCER LES CHOSES.

Alors qu'une défiance envers les institutions perdure, ces projets entrepreneuriaux sont facteurs d'image positive auprès de deux tiers des français.

87%

des citoyens considèrent que les entrepreneurs créent des emplois.

(Baromètre 2013 de l'entrepreneuriat dans les pays du G20)



À L'ÈRE DU DIGITAL
ON PENSE POUVOIR AVANCER
SEUL DANS SON PROJET.

Car nous sommes ultra-mobiles, hyper-connectés,
sur-informés et nous avons accès aux avis et
commentaires de nos pairs.



MAIS DANS CE MONDE
DE PLUS EN PLUS COMPLEXE ...



LA CLÉ DE LA RÉUSSITE
D'UN PROJET,
**C'EST D'ÊTRE
BIEN CONSEILLÉ.**



AVOIR ACCÈS À LA
BONNE PERSONNE,
**À LA BONNE
RESSOURCE
AU BON MOMENT.**

C'est ce qui permet de tout déclencher.



CHEZ BANQUE
POPULAIRE,
**C'EST NOTRE
APPROCHE DU MÉTIER,
DEPUIS TOUJOURS.**



NOS CONSEILLERS SONT
DES TIERS DE CONFIANCE
AU SAVOIR-FAIRE UNIQUE.

Ce savoir-faire unique s'illustre à travers
notre nouvelle signature :

ADDITIONNER LES FORCES
MULTIPLIER LES CHANCES



ADDITIONNER LES FORCES, C'EST SAVOIR CONNECTER NOS CLIENTS AVEC LA BONNE PERSONNE OU LA BONNE RESSOURCE, AU SEIN DE NOTRE RÉSEAU DE COMPÉTENCES.

Une approche à l'origine de notre modèle

Une banque créée par et pour les entrepreneurs
Un mutualisme agile et tourné vers l'action
La confiance en l'humain (conseiller et porteur de projet).

Les différents cercles de compétences actionnés par le conseiller Banque Populaire

Nos 4 millions de sociétaires
La proximité relationnelle avec le tissu économique local
Les expertises locales et nationales.




MULTIPLIER LES CHANCES

C'EST FAVORISER LA RÉUSSITE
DES PROJETS DE NOS CLIENTS.

Que l'on soit particulier ou professionnel.

Quelles que soient l'ampleur et la spécificité du projet.



POUR EXPRIMER TOUT CELA
IL NOUS FALLAIT UN SYMBOLE FORT,

IMMÉDIATEMENT RECONNAISSABLE
PROPRIÉTAIRE ET APPROPRIABLE
SIMPLE ET ICONIQUE



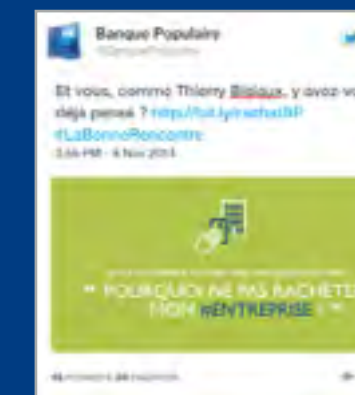
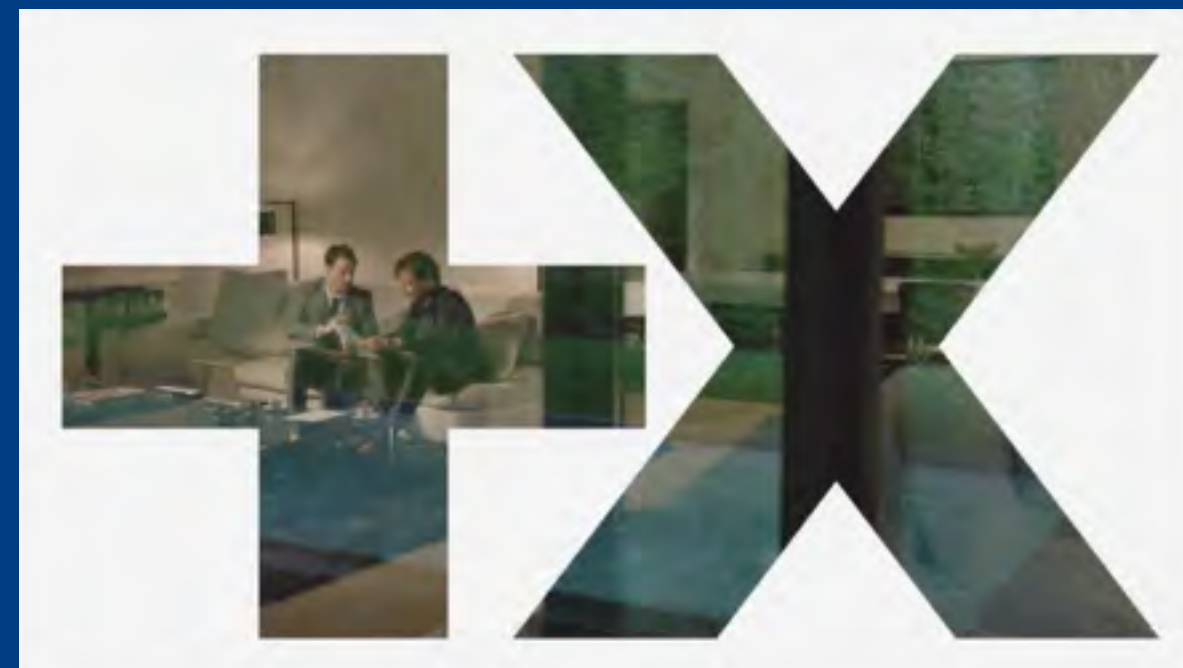
C'EST LE « PLUS, MULTIPLIÉ ».



C'EST **NOTRE EMBLÈME HISTORIQUE** DEPUIS 1972.



IL EST LE LIEN ENTRE **TOUT CE QUE NOUS FAISONS.**



GUIDE D'EXPRESSION

NOTRE MARQUE EN QUELQUES MOTS

NOTRE AMBITION

Devenir l'interlocuteur de référence de tous ceux qui entreprennent, professionnels et particuliers, quelles que soient la nature et l'ampleur de leur projet.

NOTRE VISION

Dans un monde de plus en plus complexe, la clé de la réussite d'un projet c'est d'être bien conseillé.

NOTRE MISSION

Permettre à nos clients d'aller jusqu'au bout de leurs projets en leur offrant les meilleures solutions et en les connectant à la bonne personne ou à la bonne compétence, au bon moment.

NOTRE PROMESSE

Les conseillers Banque Populaire sont le contact privilégié qui favorise la bonne rencontre et qui permet de tout déclencher.

L'ART DE LA MISE EN RÉSEAU.

UN SAVOIR-FAIRE UNIQUE AU
SERVICE DE LA RÉUSSITE DES PROJETS
DE NOS CLIENTS.

INCARNÉ PAR NOS CONSEILLERS.

#LABONNERENCONTRE

QUELQUES
ÉLÉMENTS
DE PREUVE

PRIX NATIONAL DE LA DYNAMIQUE AGRICOLE
OUVREZ VOS PORTES.FR
CLUB SOCIÉTAIRES
LES RENCONTRES D'AVENIR
STARS ET MÉTIERS PRIX
SOCAMA INITIATIVE
PETITS-DÉJEUNERS CLIENTS RÉGION
NELACHERIEN.COM

GUIDE D'EXPRESSION

UN NOUVEAU TERRITOIRE D'EXPRESSION

UN NOUVEAU TERRITOIRE D'EXPRESSION

UNE NOUVELLE ÉCRITURE
POUR UNE NOUVELLE HISTOIRE
**METTRE EN LUMIÈRE NOTRE
APPROCHE SPÉCIFIQUE DU MÉTIER.**

EXPRIMER L'EFFET MULTIPLICATEUR SUR LES PROJETS DE NOS CLIENTS

Le plus, multiplié est iconisé au sein d'une mise en page sobre, simple et épurée qui traduit notre ambition de montée en gamme.

Banque Populaire est le catalyseur de la réussite des projets :



La bonne solution,
le projet, la bonne
compétence ou
ressource.

La bonne rencontre,
l'aboutissement,
l'évolution ou la
transformation.

EXPRIMER

LA DIMENSION HUMAINE.

Notre modèle repose sur la proximité relationnelle de nos conseillers avec leurs clients.

Chaque prise de parole doit donc représenter la présence humaine.

UN NOUVEAU TERRITOIRE D'EXPRESSION

LES EXEMPLES D'APPLICATION

LES EXEMPLES D'APPLICATION UN SYSTÈME SOUPLE ET DURABLE



Exemple Campagne Commerciale



Exemple Campagne Image / Lancement



Exemple intérieur de dépliant

LE VISUEL →

L'OFFRE OU LA CIBLE →

L'ACCROCHE →

LE LABEL BANQUE ASSURANCE →

LIVRET A
DISPONIBLE, SOUPLE, SÛR...
LE LIVRET QUI SUIT
VOS BESOINS À LA LETTRE.

Prenez rendez-vous dès maintenant sur banquepopulaire.fr
f t #LaBonneRencontre

BANQUE & ASSURANCE

ADDITIONNER LES FORCES
MULTIPLIER LES CHANCES

4X
BANQUE POPULAIRE

← LES CONTENUS
ADDITIONNELS

← LE BLOC MARQUE

GUIDE D'EXPRESSION

LES ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

ADDITIONNER LES FORCES
MULTIPLIER LES CHANCES



BLOC MARQUE VERSION NATIONALE

Les blocs marques sont déclinés également en niveaux de gris, en monochrome noir, en monochrome bleu et en réserve.



BLOC MARQUE VERSION RÉGIONALE AVEC SIGNATURE À GAUCHE

Les blocs marques sont déclinés également en niveaux de gris, en monochrome noir, en monochrome bleu et en réserve.



BANQUE POPULAIRE
BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ
ADDITIONNER LES FORCES, **MULTIPLIER LES CHANCES**

BLOC MARQUE VERSION RÉGIONALE AVEC SIGNATURE À DROITE

Les blocs marques sont déclinés également en niveaux de gris, en monochrome noir, en monochrome bleu et en réserve.

ADDITIONNER LES FORCES
MULTIPLIER LES CHANCES



FONDS CLAIRS

Sur les fonds clairs, il est recommandé d'utiliser la version en couleur avec la signature en bleu.

ADDITIONNER LES FORCES
MULTIPLIER LES CHANCES



FONDS FONCÉS ET PERTURBÉS

Afin d'assurer la lisibilité du logo et de la signature, il est recommandé d'utiliser la version avec filet et la signature en blanc.

ADDITIONNER LES FORCES
MULTIPLIER LES CHANCES



L'utilisation du logo sur fond perturbé doit être évitée.

LE BLOC MARQUE

COTES, ZONES DE PROTECTION ET TAILLE MINIMALE



COTES, ZONES DE PROTECTION ET TAILLE MINIMALE

- Rapports de taille entre le logo et la signature
- Zone de protection pour garantir la lisibilité de la marque
- Taille minimale du logo pour assurer sa visibilité

Gill Sans STD Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gill Sans STD Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gill Sans STD Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gill Sans STD Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

La typographie Gill Sans est la police historique de la marque depuis plus de vingt ans. Elle traduit la proximité et la dimension humaine de la marque. L'utilisation des différentes graisses permet de renforcer l'impact de nos messages.

À noter :
Cette police existe désormais au format .OTF garantissant le dessin de cette typographie sur les deux systèmes d'exploitation (mac et pc).

GUIDE D'EXPRESSION

LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

LE PLUS, MULTIPLIÉ

LE PLUS, MULTIPLIÉ



LE PLUS, MULTIPLIÉ SÉPARÉ

- Se compose de deux visuels
- Usage à privilégier en affiche et annonce presse



LE PLUS, MULTIPLIÉ FUSIONNÉ

- Se compose de deux visuels
- Usage à privilégier pour les couvertures de dépliant



LE PLUS, MULTIPLIÉ EN DÉFONCE SUR DES VISUELS

- Est à utiliser en défonce blanche sur 2 visuels
- Cette utilisation est à privilégier en intérieur de document

RAPPEL

Le plus représente la bonne solution, compétence, ressource, le projet ou le point de départ.
Le multiplié représente d'aboutissement, l'évolution ou la transformation.

LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES
L'ICONOGRAPHIE

Il existe quatre grandes familles de photographies.

LES PORTRAITS

Des plans serrés sur les visages des personnes avec une expression chaleureuse, centrés sur le regard pour capter l'attention.

LES PAYSAGES / INTÉRIEURS

Lieux de vie ou de passage.

LES SCÈNES DE VIE

Mise en situation de l'humain, privilégier les scènes de vie réalistes, dynamiques, non posées.

LES OBJETS / NATURES MORTES

Objets de la vie courante, avec un cadre serré pour avoir un focus clair sur le sujet. Les compositions sont préférablement réalistes pour permettre une meilleure appropriation du sujet.

Les visuels mis dans le plus et le multiplié doivent respecter une harmonie au niveau des couleurs.



PORTRAITS



SCÈNES DE VIE



PAYSAGES / INTÉRIEURS



OBJETS / NATURE MORTE



LES PRINCIPAUX CRITÈRES DE SÉLECTION

Les personnes doivent évoquer le réel et représenter des scènes du quotidien.

À PROSCRIRE

Les poses exagérées, les photomontages, les flous, les déformations.

LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES
LES COULEURS

COULEURS DE BASE



BLEU 072

CMJN : 100.80.0.0

RVB : 0.60.130



BLEU CYAN

CMJN : 100.0.0.0

RVB : 22.177.230

Tramé à 75, 50 et 25%


EXEMPLES DE COULEURS VIVES



BLEU PÉTROLE

CMJN : 90.44.16.0


RVB : 0.114.164



OR

CMJN : 10.30.80.0

RVB : 222.175.67



VIOLET

CMJN : 96.100.0.0

RVB : 64.42.121



VERT

CMJN : 35.0.75.0

RVB : 187.208.96



ROUGE VIN

CMJN : 20.100.50.30

RVB : 139.0.51



VERT ÉMERAUDE

CMJN : 76.13.20

RVB : 26.168.192

Tramé à 75, 50 et 25%



CORAIL

CMJN : 0.60.80.0

RVB : 255.143.71

Tramé à 75, 50 et 25%

EXEMPLES DE COULEURS PÂLES



BLEU VERT

CMJN : 40.13.20.0

RVB : 155.191.196



BLEU GRIS

CMJN : 51.26.3.0

RVB : 127.166.207



BISTRE

CMJN : 18.23.25.0

RVB : 208.190.182



VIOLET PÂLE

CMJN : 31.31.1.0

RVB : 174.170.208



GRIS CLAIR

CMJN : 62.35.7.0

RVB : 104.147.191

Tramé à 75, 50 et 25%

EXEMPLES DE COULEURS SOMBRES



BLEU VERT

CMJN : 76.13.20.56

RVB : 0.92.108



BLEU GRIS

CMJN : 91.71.30.14

RVB : 44.79.120



BISTRE

CMJN : 59.61.48.24

RVB : 101.88.96



VIOLET FONCÉ

CMJN : 71/70.40.24

RVB : 82.76.101

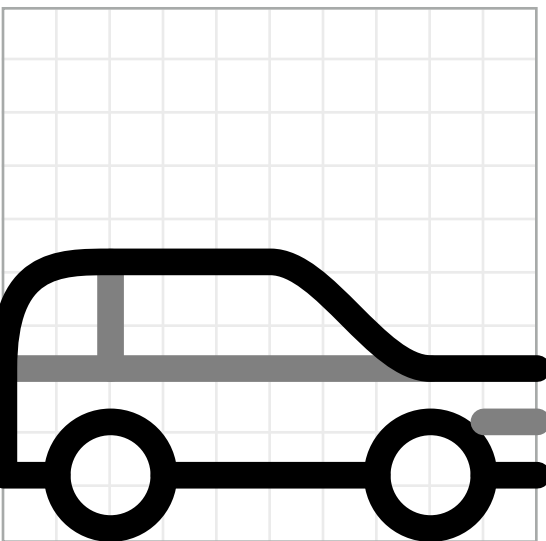
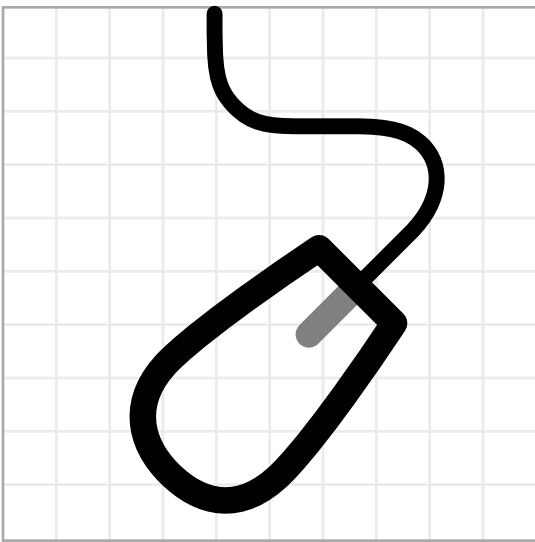
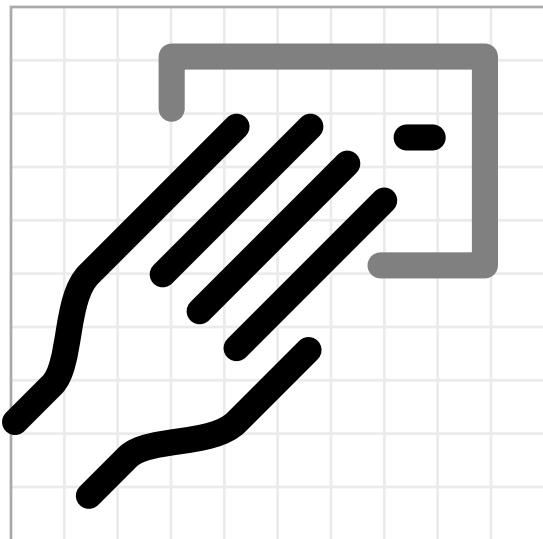
Tramé à 75, 50 et 25%

LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES
LES PICTOS

LES PICTOS

Pour compléter le système de communication global un ensemble de pictos est mis à votre disposition :

- Les pictos peuvent être utilisés en monochromie ou en bichromie,
- Les extrémités sont arrondies,
- L'épaisseur principale du trait est similaire d'un picto à un autre.



 Devenir client	 Carte de France	 +	 X	 Compte sur livret
 assurance	 famille	 tirelire	 Travaux	 Investir (immo)
 Véhicule (utilitaire)	 Taxi	 Ampoule (idée)	 Repas d'affaires	 Smartphone
 Internet	 Tablette	 Appli mobile	 Valise (déplacement professionnel)	 Agenda
 Verrou ouvert	 Verrou fermé	 contrat	 lettre	 mail
 Paiement sans contact	 Euro	 %	 Carte de crédit	 Souris
 Chèque	 Paiement mobile	 Distributeur	 Autobus	 Voiture
 Maison	 Immeuble	 Usine	 Forêt	 Véhicule agricole

GUIDE D'EXPRESSION

LES APPLICATIONS

LES APPLICATIONS
LE PRINT

L’AFFICHE
600x800mm



Exemple de déclinaison régionale

- 1. Gill Sans STD Bold / Corps : 65pt / Interligne : 65pt
Approche : 10 / Utiliser la couleur dominante du visuel (couleur tramée)
- 2. Gill Sans STD Regular / Corps : 65pt / Interligne : 65pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
- 3. Gill Sans STD Bold / Corps : 65pt / Interligne : 65pt
Approche : 15 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
- 4. Gill Sans STD Regular / Corps : 34pt / Interligne : 34pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
- 5. Gill Sans STD Italic / Corps : 43,4pt / Approche : 10
Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
- 6. Gill Sans STD Light / Corps : 25,9pt / Approche : 20
Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
- 7. Gill Sans STD Regular / Corps : 10,812pt
Interligne : 12,974pt / Gris CMJN : 10.10.10.85

LE DÉPLIANT
100x210mm

Côtes sur la première
et quatrième de couv



Exemple de déclinaison régionale

1. Gill Sans STD Light / Corps : 10pt / Interligne : 9,5pt
Approche : 20 / Gris CMJN : 10.10.10.85
2. Gill Sans STD Bold / Corps : 10pt
Approche : 10 / Utiliser la couleur dominante du visuel (couleur tramée)
3. Gill Sans STD Italic / Corps : 11,7pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
4. Gill Sans STD Light / Corps : 7pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
5. Gill Sans STD Italic / Corps : 7pt / Interligne : 8pt
Gris CMJN : 10.10.10.85 à 50%
6. Gill Sans STD Bold / Corps : 12pt / Interligne : 12pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
7. Gill Sans STD Light / Corps : 12pt / Interligne : 12pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
8. Gill Sans STD Regular / Corps : 12pt / Interligne : 12pt
/ Approche : 15 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0

LE DÉPLIANT

Exemples de mise en page

METTEZ LE CAP SUR HORIZÉO

LE CONTRAT D'ASSURANCE VIE NOUVELLE GÉNÉRATION PROPOSÉ PAR LA BANQUE POPULAIRE :

- ACCESSIBLE
- MODULABLE
- TOUTES OPTIONS COMPRISES

AU LONG DE VOTRE VIE

Prenez rendez-vous avec votre conseiller Banque Populaire.

www.banquepopulaire.fr

#LaBonneRencontre

HORIZÉO

LE CONTRAT D'ASSURANCE VIE MULTISUPPORT QUI S'ADAPTE À VOTRE MODE DE VIE

ADDITIONNER LES FORCES

MULTIPLIER LES CHANCES

PRÉPAREZ VOTRE AVENIR EN DÉCOUVRANT DE NOUVEAUX HORIZONS

VOUS SOUHAITEZ :

- VOUS CONSTITUER UN CAPITAL
- PRÉPARER VOTRE RETRAITE
- TRANSMETTRE VOTRE PATRIMOINE

POUR VOUS ACCOMPAGNER TOUT

AVEC HORIZÉO L'ASSURANCE VIE C'EST ACCESSIBLE

Vous constituez un capital à votre rythme, dès 10€ par mois ou à partir de 100€ en un seul versement. Vous choisissez la répartition financière qui vous convient, selon votre profil investisseur, en effectuant des versements par :

- Vos fonds de placement sélectionnés
- Une sélection de support de placement
- Des unités de compte

Vous pouvez également bénéficier de la possibilité de souscrire des unités de compte de placement à l'étranger.

AVEC HORIZÉO L'ASSURANCE VIE C'EST MODULABLE

Grâce aux différentes options proposées, vous pouvez adapter votre assurance à vos besoins.

- Des fonds de placement sélectionnés
- Une sélection de support de placement
- Des unités de compte

3 OPTIONS D'ARBITRAGES AUTOMATIQUES AU CHOIX :

- **Sécurisation des placements :** Pour sécuriser vos placements, vous pouvez choisir de placer vos unités de compte dans des fonds de placement à court terme, à moyen terme ou à long terme.
- **Diversification des placements :** Pour diversifier vos placements, vous pouvez choisir de placer vos unités de compte dans des fonds de placement à court terme, à moyen terme ou à long terme.
- **Revue des placements :** Pour revoir vos placements, vous pouvez choisir de placer vos unités de compte dans des fonds de placement à court terme, à moyen terme ou à long terme.

ADDITIONNER LES FORCES

MULTIPLIER LES CHANCES

AVEC HORIZÉO L'ASSURANCE VIE C'EST TOUTES OPTIONS COMPRISES

Tous les services et options proposés sur le contrat d'assurance vie HORIZÉO sont inclus :

- Des fonds de placement sélectionnés
- Une sélection de support de placement
- Des unités de compte

UNE GARANTIE DE PRÉVOYANCE

Un contrat d'assurance vie HORIZÉO vous garantit une somme d'argent en cas de décès.

HORIZÉO

LE CONTRAT D'ASSURANCE VIE NOUVELLE GÉNÉRATION PROPOSÉ PAR LA BANQUE POPULAIRE :

- ACCESSIBLE
- MODULABLE
- TOUTES OPTIONS COMPRISES

ADDITIONNER LES FORCES

MULTIPLIER LES CHANCES

Prenez rendez-vous avec votre conseiller Banque Populaire.

www.banquepopulaire.fr

#LaBonneRencontre

SÉLECTIO

CONSTRUISEZ DÈS MAINTENANT UNE ÉPARGNE À VOTRE RYTHME POUR DONNER VIE À VOS PROJETS.

ADDITIONNER LES FORCES

MULTIPLIER LES CHANCES

Prenez rendez-vous avec votre conseiller Banque Populaire.

www.banquepopulaire.fr

#LaBonneRencontre

SÉLECTIO

CONSTRUISEZ DÈS MAINTENANT UNE ÉPARGNE À VOTRE RYTHME POUR DONNER VIE À VOS PROJETS.

ADDITIONNER LES FORCES

MULTIPLIER LES CHANCES

OPTÉZ POUR LA SÉCURITÉ

Quand on choisit de préparer son avenir, il faut le faire de façon sûre.

SÉLECTIO est une épargne à long terme, à capital garanti, qui vous permet de constituer un capital à votre rythme, dès 10€ par mois ou à partir de 100€ en un seul versement.

Vous pouvez choisir de placer vos unités de compte dans des fonds de placement à court terme, à moyen terme ou à long terme.

PRORÉTEZ DE LA SÉCURITÉ

Pour que nul ne veuille en que l'avenir lui réserve, il est essentiel d'être prévoyant, en se constituant un capital qui permettra d'assurer son avenir. Mais pour autant, en cas d'imprévu, il est important de bénéficier de la liquidité de son argent.

ADDITIONNER LES FORCES

MULTIPLIER LES CHANCES

Prenez rendez-vous avec votre conseiller Banque Populaire.

www.banquepopulaire.fr

#LaBonneRencontre

LIVRET A

DISPONIBLE, SÛR, SÛR, LE LIVRET QUI SUIT VOS BESOINS À LA LETTRE.

ADDITIONNER LES FORCES

MULTIPLIER LES CHANCES

LE LIVRET A

UNE ÉPARGNE POUR TOUS...

Chaque membre de la famille peut détenir un Livret A, y compris les enfants.

Disponible à tout moment...

Vous avez une totale liberté de versement.

Vous pouvez retirer tout ou partie de votre épargne quand vous le souhaitez.

Vous ne payez rien.

Votre Livret A ne supporte aucun frais de gestion.

un livret A vous offre d'importantes avantages :

- de sécurité
- de rendement
- de liquidité

VOUS SOUHAITEZ

VOUS CONSTITUER UNE ÉPARGNE À VOTRE RYTHME, DÈS 10€ PAR MOIS OU À PARTIR DE 100€ EN UN SEUL VERSEMENT.

AVEC LE LIVRET A, VOUS AVEZ LA SOLUTION :

- VOUS CONSTITUEZ UN CAPITAL
- VOUS PRÉPAREZ VOTRE RETRAITE
- VOUS TRANSMETTEZ VOTRE PATRIMOINE

ADDITIONNER LES FORCES

MULTIPLIER LES CHANCES

L'ANNONCE PRESSE
210x297mm



Exemple de déclinaison régionale

1. Gill Sans STD Bold / Corps : 26,25pt / Interligne : 26,25pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
2. Gill Sans STD Light / Corps : 26,25pt / Interligne : 26,25pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
3. Gill Sans STD Regular / Corps : 26,25pt / Interligne : 26,25pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
4. Gill Sans STD Regular / Corps : 11,9pt / Interligne : 11,9pt
Approche : 20 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
5. Gill Sans STD Italic / Corps : 15,215pt /
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
6. Gill Sans STD Light / Corps : 3,784pt / Interligne : 4,541pt
Gris CMJN : 10.10.10.85
7. Gill Sans STD Light / Corps : 9,0095pt
Approche : 20 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0

LES APPLICATIONS
LE MARKETING DIRECT



1. Gill Sans STD Bold / Corps : 11 pt / Interligne : 12 pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
2. Gill Sans STD Light / Corps : 11 pt / Interligne : 12 pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
3. Gill Sans STD Regular / Corps : 11 pt / Interligne : 12 pt
Approche : 15 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
4. Gill Sans STD Light / Corps : 9 pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
5. Gill Sans STD Italic / Corps : 7 pt / Interligne : 8 pt
Approche : 10 / Gris CMJN : 10.10.10.85
6. Gill Sans STD Regular / Corps : 12 pt / Interligne : 17 pt
Approche : 10 / Noir CMJN : 0.0.0.100
7. Gill Sans STD Light / Corps : 10 pt / Interligne : 10,5 pt
Approche : 10 / Noir CMJN : 0.0.0.100
8. Gill Sans STD Regular / Corps : 10 pt / Interligne : 10,5 pt
Approche : 10 / Noir CMJN : 0.0.0.100
9. Gill Sans STD Italic / Corps : 10 pt / Interligne : 10,5 pt
Approche : 10 / Noir CMJN : 0.0.0.100
10. Gill Sans STD Italic / Corps : 13,8 pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0

210x297mm

BANQUE POPULAIRE
AQUITAINE CENTRE ATLANTIQUE

**ADDITIONNER
LES VERSEMENTS**
DES MAINTENANT
C'EST MULTIPLIER LES REVENUS
QUAND ON EST À LA RETRAITE.

Monsieur Pierre LAVILLE (LINP)
Adresse 2 (LICOMP)
Adresse 3 (LICOAD)
Adresse 4 (LIVOIE)
Adresse 5 LILIEU

Paris, le 00/00/0000

Chère cliente, cher client,

Avez-vous déjà réfléchi à la préparation de vos projets tels que votre retraite ? Savez-vous comment épargner votre argent pour les réaliser ?

Aujourd'hui, nous mettons à votre disposition des solutions de placement pour anticiper au mieux votre avenir, tout en préservant votre niveau de vie actuel :

- Pour vous constituer un capital à votre rythme, profitez, en ce moment, de l'offre promotionnelle (1)(2) sur le contrat multisupport Horizès de la Banque Populaire ;
- Pour réaliser vos projets de vie dans les meilleures conditions, bénéficiez des avantages du compte d'épargne Dépôt Solidarité CASDEN.

Parlez-en à votre conseiller au XX XX XX XX XX(3)
ou rendez-vous sur www.XXXXXXXXXXXXXXXXXX.banquepopulaire.fr !

À très bientôt !

Jean Dupont
Votre conseiller

BANQUE & ASSURANCE

#LaBonneRencontre

(1) Offre valable uniquement entre le 02/01/2015 et le 31/03/2015 sur tous les versements mensuels à l'issue d'un contrat DCE à durée déterminée souscrit en vertu d'un contrat d'assurance-vie auprès d'un agent. (2) Un euro des capitaux Horizès est versé de chaque part versée à la fin de la durée de l'assurance-vie souscrite. Les modalités des versements Horizès sont indiquées dans le prospectus de l'assurance-vie. (3) XX XX XX XX XX(3) est l'adresse de la Banque Populaire. (4) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (5) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (6) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (7) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (8) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (9) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (10) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (11) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (12) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (13) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (14) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (15) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (16) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (17) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (18) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (19) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (20) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (21) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (22) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (23) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (24) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (25) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (26) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (27) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (28) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (29) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (30) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (31) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (32) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (33) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (34) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (35) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (36) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (37) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (38) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (39) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (40) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (41) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (42) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (43) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (44) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (45) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (46) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (47) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (48) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (49) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (50) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (51) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (52) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (53) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (54) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (55) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (56) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (57) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (58) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (59) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (60) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (61) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (62) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (63) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (64) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (65) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (66) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (67) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (68) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (69) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (70) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (71) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (72) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (73) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (74) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (75) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (76) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (77) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (78) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (79) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (80) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (81) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (82) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (83) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (84) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (85) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (86) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (87) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (88) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (89) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (90) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (91) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (92) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (93) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (94) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (95) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (96) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (97) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (98) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (99) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (100) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (101) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (102) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (103) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (104) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (105) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (106) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (107) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (108) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (109) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (110) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (111) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (112) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (113) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (114) L'adresse de la Banque Populaire est indiquée dans le prospectus de l'assurance-vie. (115) L

BANQUE POPULAIRE
AQUITAINE CENTRE ATLANTIQUE

**ADDITIONNER
LES VERSEMENTS
DES MAINTENANT
C'EST MULTIPLIER LES REVENUS
QUAND ON EST À LA RETRAITE.**

Monsieur Pierre LAVILLE (LIINP)
Adresse 2 (LICOMP)
Adresse 3 (LICOAD)
Adresse 4 (LIVOIE)
Adresse 5 LILIEU

Paris, le 00/00/0000

Chère cliente, cher client ACEF,

Vous aimeriez mettre de l'argent de côté en vue de votre retraite mais vous pensez ne pas avoir les moyens de mener à bien ce projet ?

Sachez que vous pouvez dès à présent verser de l'argent régulièrement tout en maintenant votre train de vie. Pour cela, la Banque Populaire XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX vous propose plusieurs solutions afin de vous aider à anticiper au mieux cette étape selon **vos besoins, votre budget et votre profil investisseur.**

En ce moment, profitez de notre offre promotionnelle(1)(2) sur le contrat multisupport Horizéo pour vous constituer un capital à votre rythme!

Parlez-en à votre conseiller au XX XX XX XX XX(3)
ou rendez-vous sur www.XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX.banquepopulaire.fr !

À très bientôt !

Jean Dupont
Votre conseiller

BANQUE & ASSURANCE

#LaBonneRencontre

(1) Offre valable uniquement entre le 01/01/2015 et le 31/03/2015 sur tous les engagements directs et immédiats de l'adhésion à la retraite 2015 au sein d'un régime de retraite au titre de droits réservés ouverts ou en cours de constitution au titre de la retraite. (2) La valeur des supports d'investissement au moment de la souscription sera la dernière avant la fin de la période de souscription des cotisations. (3) Les cotisations de retraite sont versées par la Banque Populaire.

PRODIGES À CARACTÈRE PUBLICITAIRE ET PROMOTIONNEL

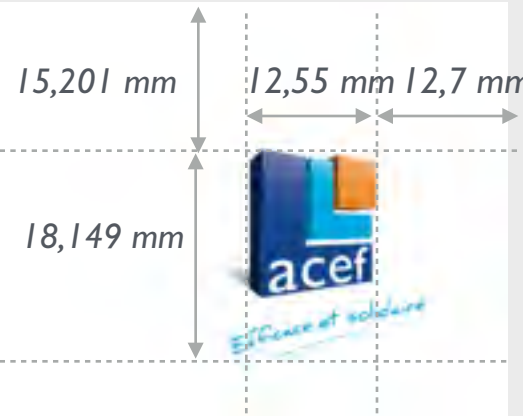
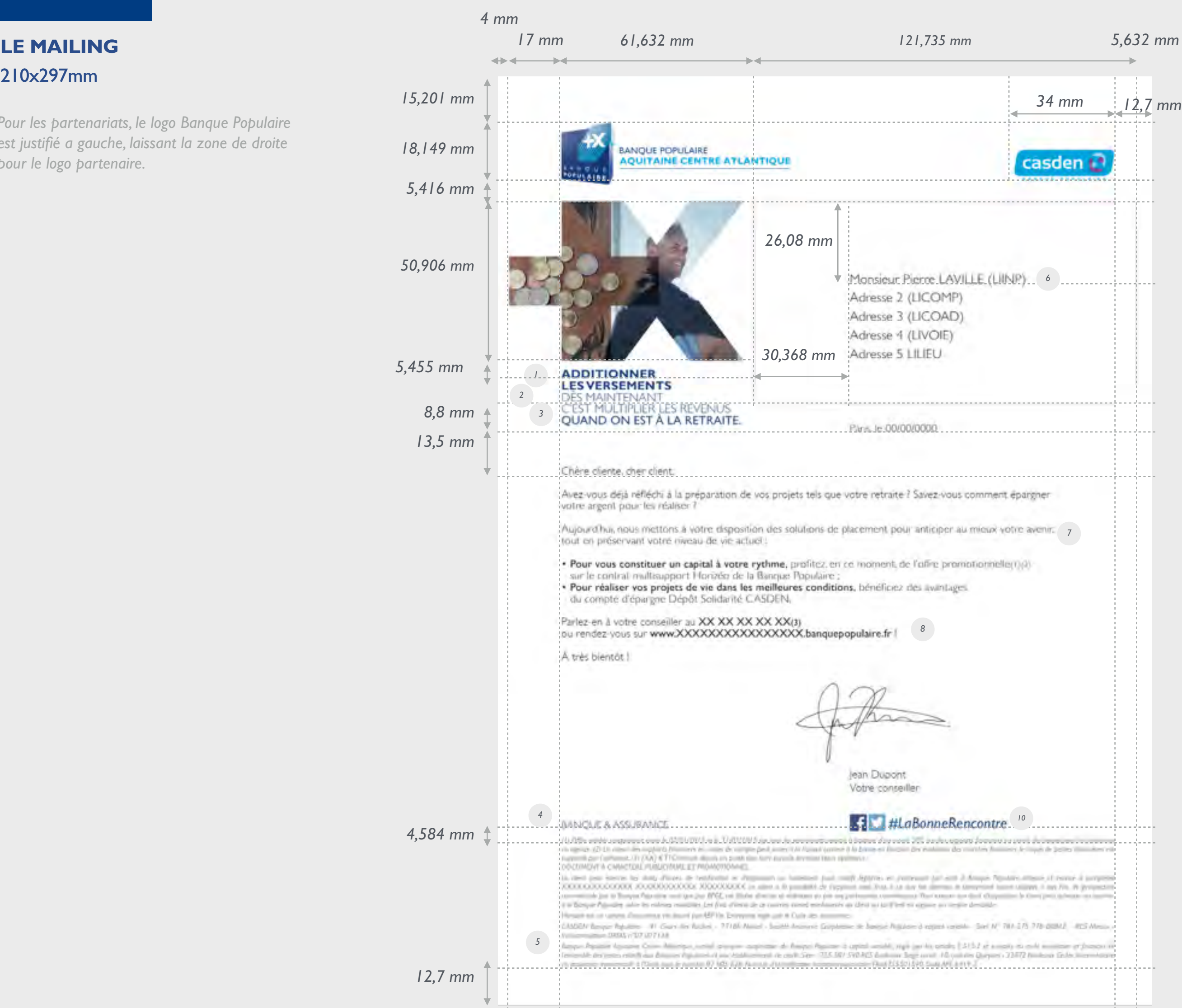
Je vous invite pour assurer vos droits sociaux, de constituer ou d'augmenter vos engagements directs et immédiats de l'adhésion à la retraite 2015 au sein d'un régime de retraite au titre de droits réservés ouverts ou en cours de constitution au titre de la retraite. Pour cela, la Banque Populaire vous propose plusieurs solutions afin de vous aider à anticiper au mieux cette étape selon vos besoins, votre budget et votre profil investisseur. Pour savoir tout ce que la Banque Populaire peut vous offrir, rendez-vous sur www.XXXXXXXXXXXXXXXX.banquepopulaire.fr !

Visitez en ce moment le site www.XXXXXXXXXXXXXXXX.banquepopulaire.fr pour en savoir plus.

Banque Populaire Aquitaine Centre Atlantique, membre du groupe bancaire de la Banque Populaire, est une banque à but non lucratif. Elle est soumise à la loi de 1966 sur les sociétés à but non lucratif. Elle est soumise à la loi de 1966 sur les sociétés à but non lucratif. Elle est soumise à la loi de 1966 sur les sociétés à but non lucratif. Elle est soumise à la loi de 1966 sur les sociétés à but non lucratif.

LE MAILING
210x297mm

Pour les partenariats, le logo Banque Populaire est justifié à gauche, laissant la zone de droite pour le logo partenaire.



1. Gill Sans STD Bold / Corps : 11 pt / Interligne : 12 pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
2. Gill Sans STD Light / Corps : 11 pt / Interligne : 12 pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
3. Gill Sans STD Regular / Corps : 11 pt / Interligne : 12 pt
Approche : 15 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
4. Gill Sans STD Light / Corps : 9 pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0
5. Gill Sans STD Italic / Corps : 7 pt / Interligne : 8 pt
Approche : 10 / Gris CMJN : 10.10.10.85
6. Gill Sans STD Regular / Corps : 12 pt / Interligne : 17 pt
Approche : 10 / Noir CMJN : 0.0.0.100
7. Gill Sans STD Light / Corps : 10 pt / Interligne : 10,5 pt
Approche : 10 / Noir CMJN : 0.0.0.100
8. Gill Sans STD Regular / Corps : 10 pt / Interligne : 10,5 pt
Approche : 10 / Noir CMJN : 0.0.0.100
9. Gill Sans STD Italic / Corps : 13,8 pt
Approche : 10 / Bleu 072 CMJN : 100.80.0.0

Les éléments identitaires doivent toujours être positionnés comme le montrent les exemples ci-contre.

Le label Banque&Assurance, les contenus additionnels ainsi que les mentions légales doivent se retrouver en partie basse.

L'agencement des textes et des visuels pourra varier selon les actions.

[illegible]

60

LES APPLICATIONS
LE DIGITAL

BANNIÈRES AUTOPROMO

Exemples de mise en page



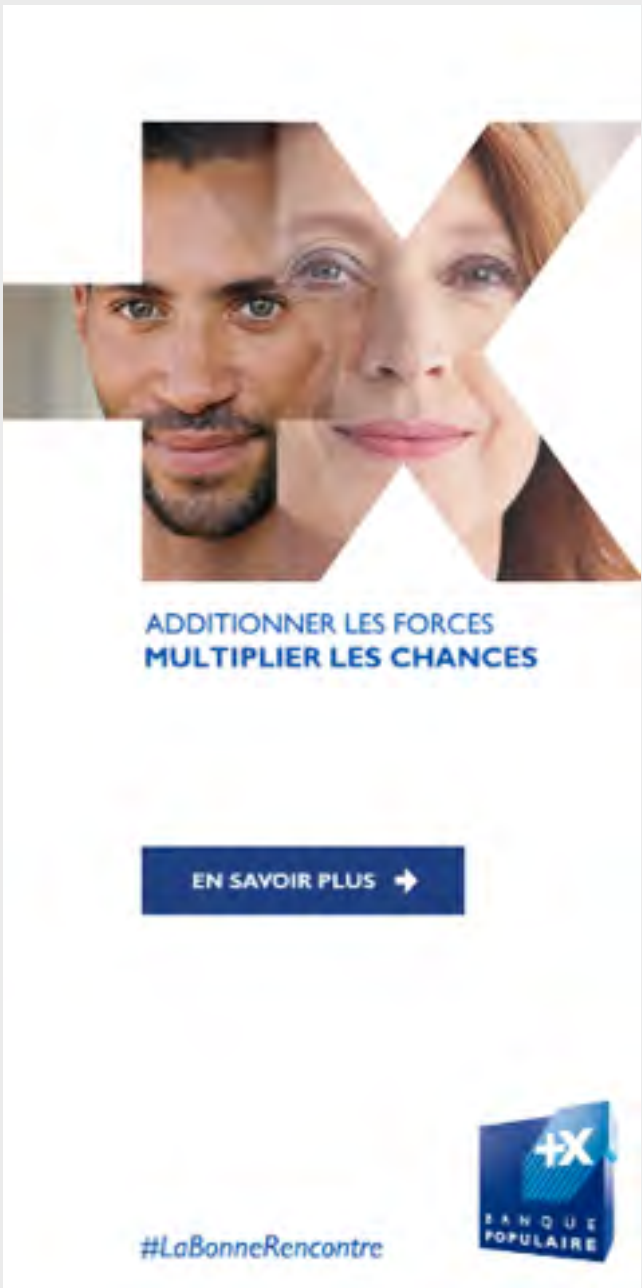
325x226px



325x226px

BANNIÈRES MÉDIA

Exemples de mise en page



300x600px



728x90px



300x250px





PHOTO SIMPLE



LIVE



2 PHOTOS LIÉES



PHOTO AVEC TEXTE COURT



ANNONCE D'ÉVÉNEMENT



TEXTE LONG

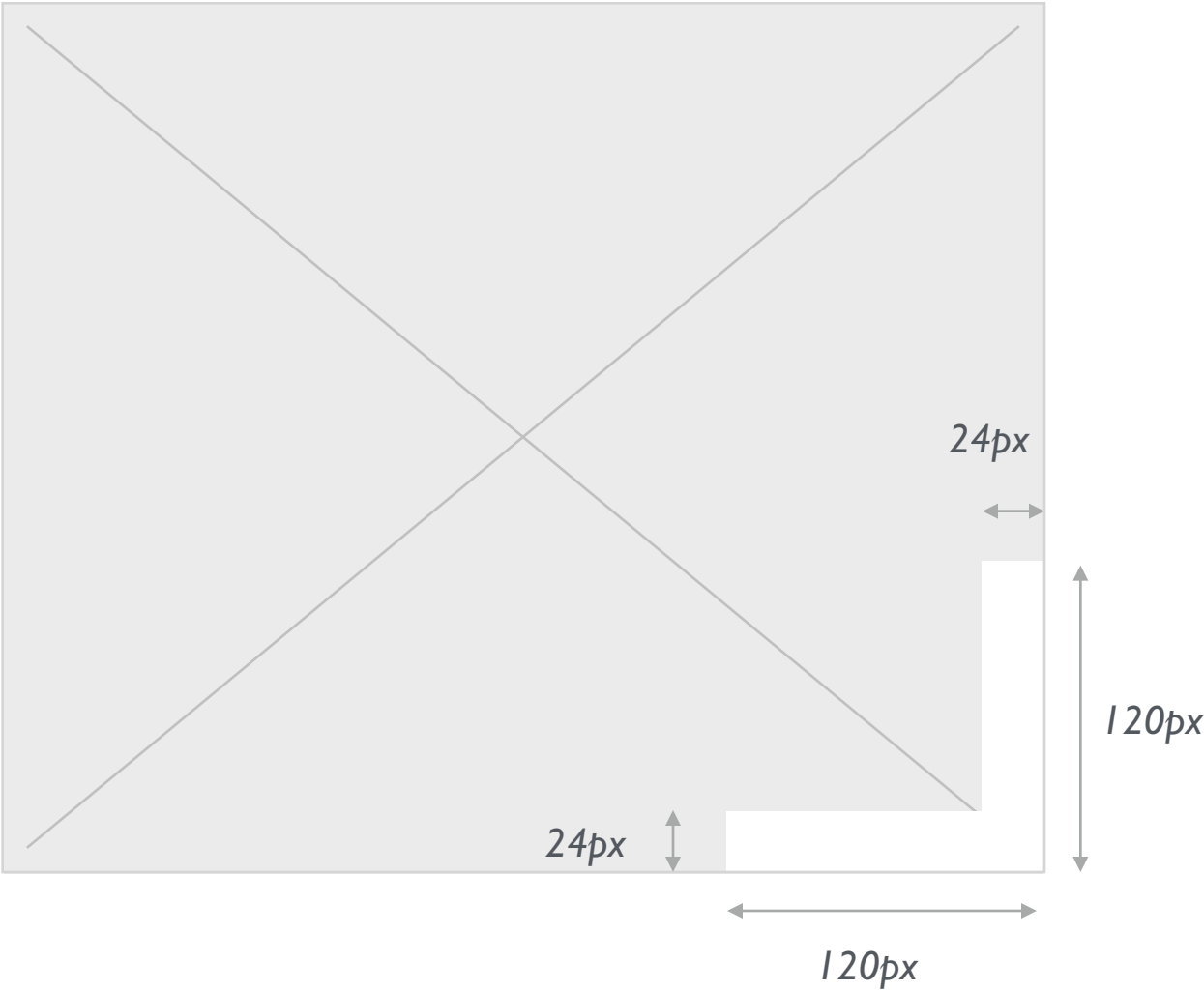
LE POST AVEC PHOTO SIMPLE

L'élément graphique utilisé pour charter les posts photographiques simples est un exergue du Plus.

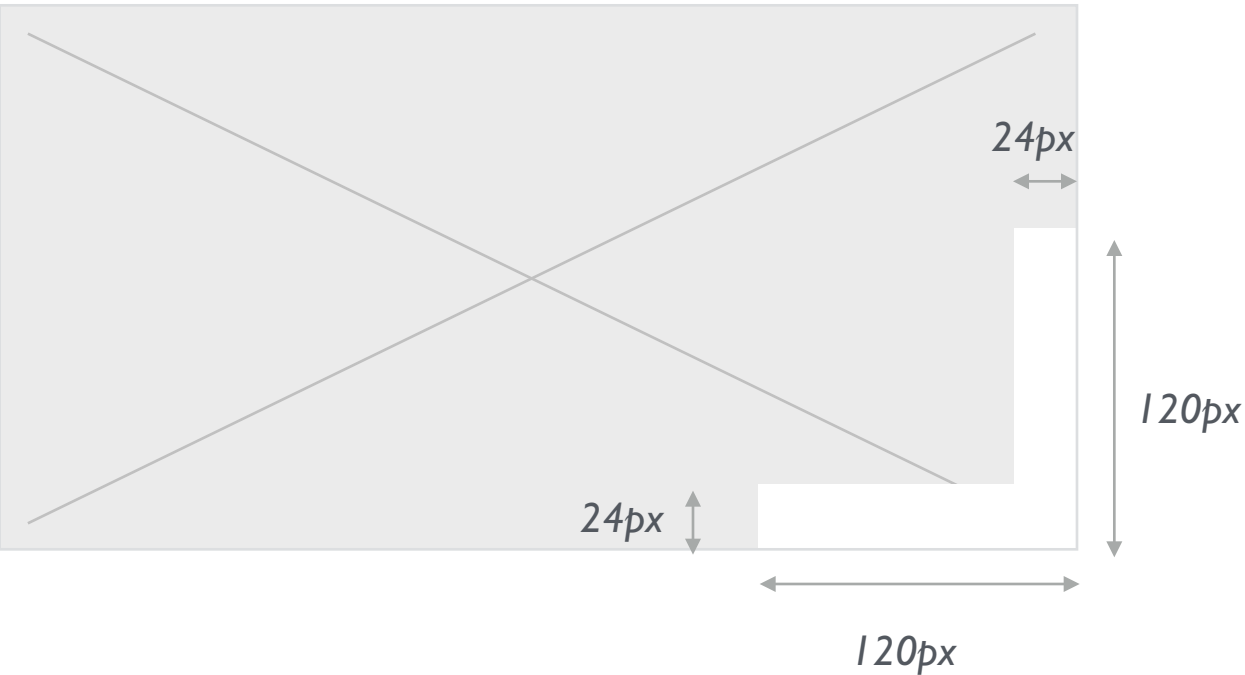
Il peut être présent dans n'importe lequel des 4 coins de la photographie.

Il est utilisé en blanc pour la majorité des photos, et il peut être bleu (RVB : 0.60.130) également.

FACEBOOK / LINKEDIN



TWITTER



Facebook



Linkedin



Twitter



LE POST AVEC PHOTO ET TEXTE COURT

L'élément graphique utilisé pour charter les posts photographiques avec texte court est un exergue du Plus.

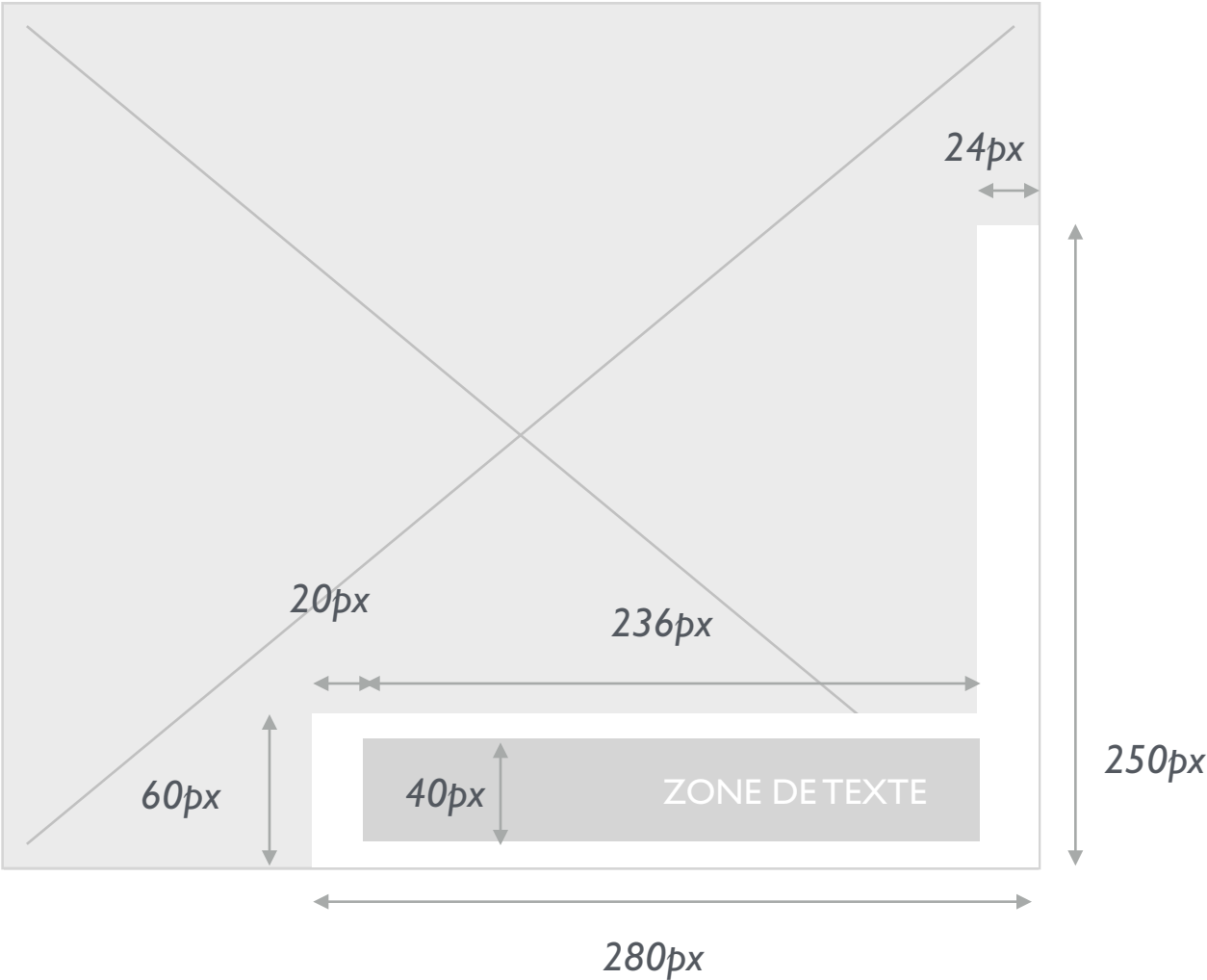
Formats carrés

Il peut être présent dans le coin inférieur gauche ou droite.
Il est utilisé en blanc avec un texte bleu (RVB : 0.60.130) sur la majorité des photos, et en bleu (RVB : 0.60.130) avec un texte blanc.
Cette zone peut contenir un texte de 3 lignes maximum.

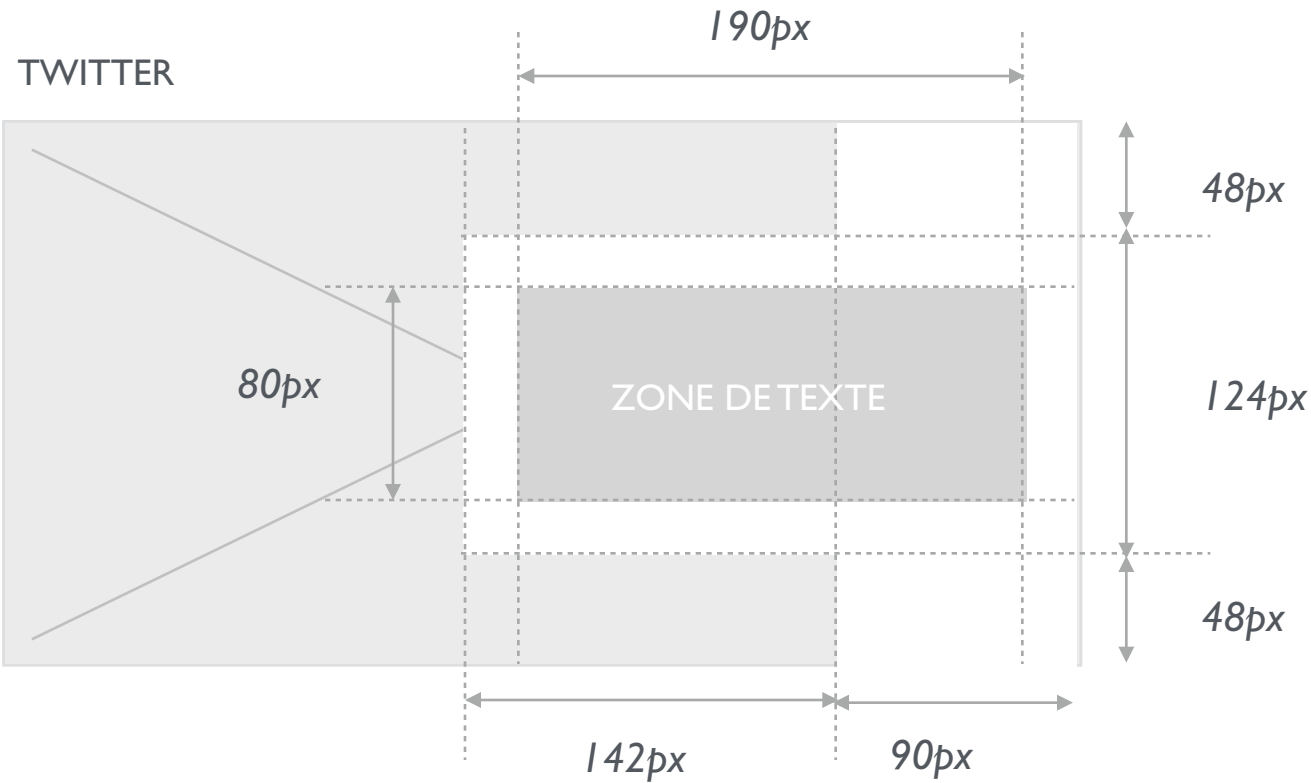
Formats horizontaux

Le Plus est centré sur le visuel.
Le bloc de texte permet une mise en page allant jusqu'à 3 lignes de texte et peut être accompagné de @ ou #.

FACEBOOK / LINKEDIN



TWITTER



Facebook



Twitter

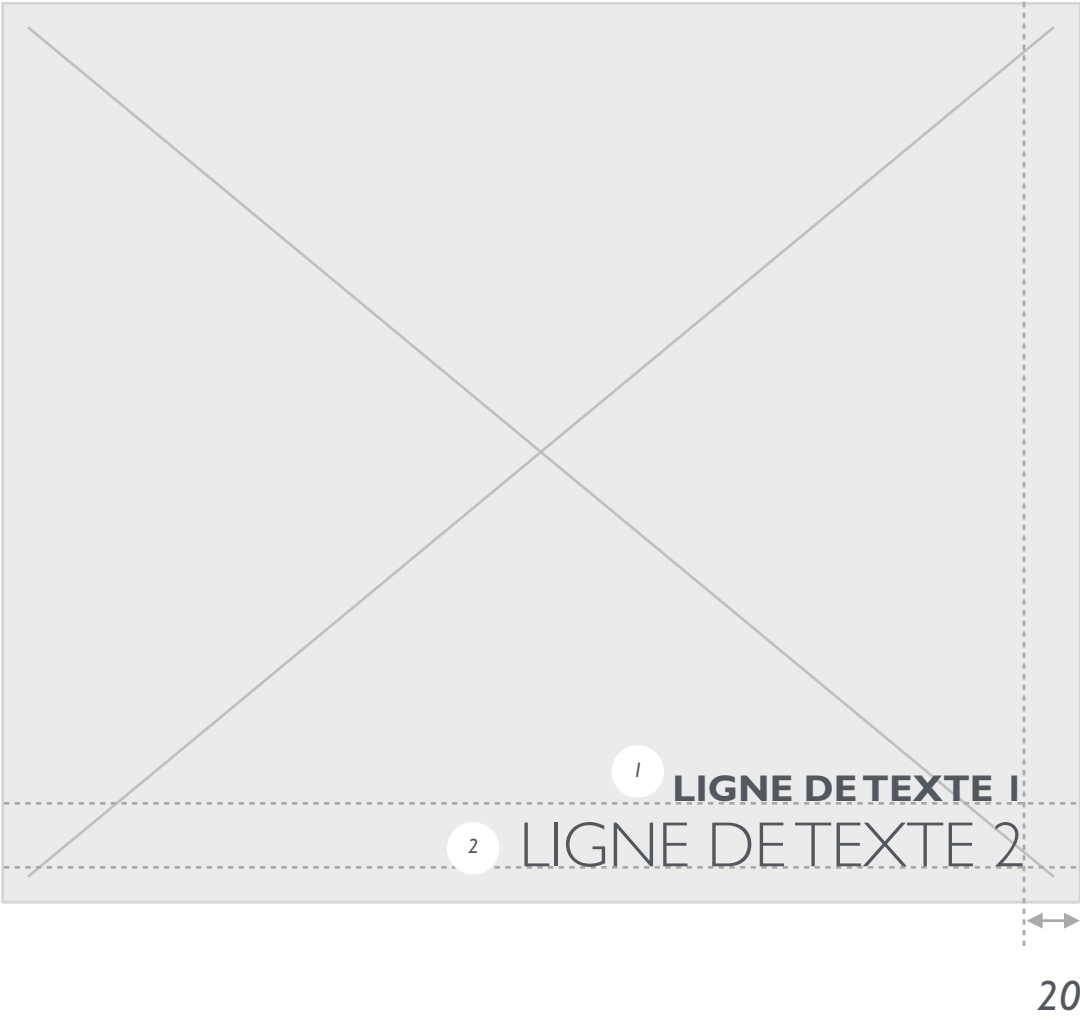


LE POST LIVE ET
ANNONCE D'ÉVÉNEMENT

Cette typologie de posts est faite pour le suivi en live d'événements.

Elle contient 2 lignes de texte pour donner les informations clés (lieu, date et heure par exemple).

FACEBOOK / LINKEDIN



TWITTER



- 1. Gill sans STD BOLD / Corps 14pt
- 2. Gill sans STD Light / Corps 24pt

Facebook



Pour les annonces d'événement à la place du lieu, date et heure, nous pouvons mettre le nom et heure de l'événement.

LE POST LA BONNE RENCONTRE

Cette typologie de post avec 2 photos liées doit illustrer la bonne rencontre.

Il est composé de 2 photos de format vertical côte à côte.
Au centre du post on retrouve le signe Plus, Multiplié pour unir les 2 photographies.

Le Plus, Multiplié doit être utilisé en blanc et centré quel que soit le type de photographies.

La largeur du Plus, Multiplié est égale au quart de la largeur du format de publication.

FACEBOOK / LINKEDIN



TWITTER



Facebook



LE POST AVEC TEXTE LONG

Cette typologie de posts peut contenir une quantité variable de texte.

Ils peuvent utiliser la palette de couleurs Banque Populaire, l'utilisation du Plus, Multiplié comme élément graphique et la présence éventuelle des pictos.

