

**Concept visuel
et exemples**

Styleguide

**Pour celles et ceux
qui se lèvent tôt.**



Version 1.0
18 août 2026

PLR



Ce Styleguide définit les bases visuelles du PLR Suisse. Ce document vise à assurer une identité visuelle cohérente, reconnaissable et professionnelle sur tous les canaux et à tous les niveaux organisationnels.

Le Styleguide sert de référence. Il montre des principes, des utilisations et des exemples, sans toutefois remplacer la pensée créative dans le cas d'espèce.

La marque PLR évoluant en continuation, ce Styleguide est à prendre en tant que document vivant. Ses contenus seront élargis, précisé et revus selon les besoins. Le but est de disposer d'un document pratique qui évolue parallèlement aux exigences du parti.

Les logos, éléments graphiques et modèles pour Microsoft Office, InDesign et vidéo, tout comme le Styleguide lui-même sont librement accessibles et prêts pour le téléchargement.



Le code QR vers le *Kachelgenerator* suit.

Le design est en cours de réalisation jusqu'à mi-septembre environ.

Kachelgenerator

Produis gratuitement des images et produits dans le layout PLR sans besoin de connaissances graphiques (cf. aussi p. 15).

La nouvelle couleur principale du PLR est le cyan. Elle est utilisée comme couleur d'arrière-plan, couleur des barres arrière-titre ou encore pour les titres.

La couleur secondaire est le bleu foncé. Il est utilisé principalement pour les barres arrière-texte lorsque la couleur d'arrière-plan est le cyan.

Le magenta est la couleur d'accent, utilisé principalement pour les éléments « Call-to-Action », soit les éléments qui doivent se distinguer visuellement et attirer l'attention.

Pour les éléments textuels sont utilisés le blanc et le noir, tant pour les textes que pour les titres avec barre arrière-titre.



Cyan

HEX #00A0E2
RGB 0, 160, 226
CMYK 100, 0, 0, 0

Dunkelblau

HEX #074EA1
RGB 7, 78, 161
CMYK 96, 69, 0, 0

Magenta

HEX #E6007D
RGB 230, 0, 125
CMYK 0, 100, 0, 0

Pour les pros

Les données couleur sont disponibles en tant que fichier ase.

Pour la milice

Dans tous les documents Office et les applications en ligne est utilisé l'espace colorimétrique RGB.

Les prétendus défauts de couleur n'apparaissent que lorsque l'on utilise, par exemple dans PowerPoint, des supports créés par des professionnels. Ce ne sont pas des erreurs.

Pour les professionnels

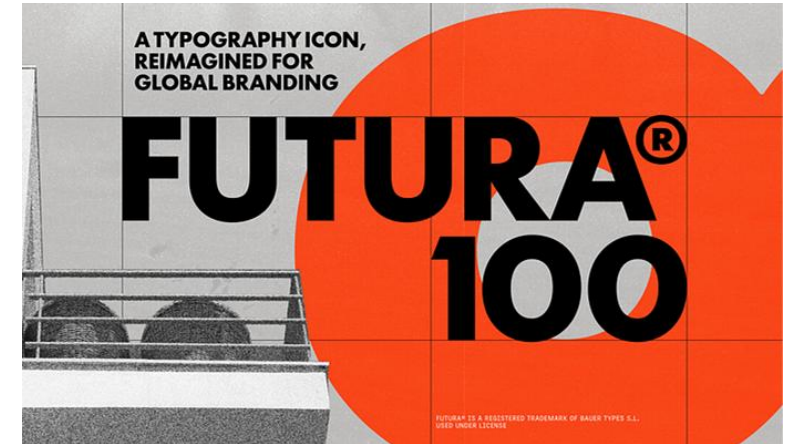
Pour nos supports de campagne professionnels nous utilisons **Futura 100**, une police issue d'Adobe Creative Cloud. Les modèles InDesign indiquent directement quelles variantes de police sont utilisées dans quel cadre.

Pour la milice

Lorsque la licence ou l'outil utilisé ne permet pas d'utiliser Futura 100, nous recourons à une police de remplacement appropriée. Nous utilisons la **police Google Fonts Jost, libre de droits**. Jost doit être installée sur chaque appareil.

Nous utilisons **Jost** dans les programmes Microsoft Office ainsi que sur les sites web ou dans des applications telles que Canva.

Sur le site web, **Source Sans Pro** est utilisée pour le corps du texte.



Télécharger la famille
typographique «Jost»

Le logo du parti est le principal ambassadeur de la « marque » PLR. Il garantit au parti une image claire et forte et occupe une place centrale dans sa communication. C'est pourquoi le logo PLR est en principe utilisé sans ajout (pour les exceptions, cf. page 7).

Le logo est utilisé en blanc ou en cyan, selon l'arrière-plan. Les deux variantes ont la même valeur et sont choisies de manière à garantir à tout moment une lisibilité optimale.

La variante blanche du logo est utilisée sur des images ainsi que sur des fonds entièrement cyan – par exemple sur des affiches typographiques.

La variante cyan du logo convient aux arrière-plans blancs ou très clairs ainsi qu'aux zones d'image sur lesquelles une lisibilité et un impact optimaux sont garantis.

Si cela s'avère impossible pour des raisons techniques, il est possible, à titre exceptionnel, de recourir à la variante noire du logo.

PLR

Couleur standard du logo pour tous les programmes Microsoft Office



Couleurs standard du logo pour tous les supports de campagne imprimés (affiches, *give-aways*, etc.)

Logo

Le lettrage comme complément au logo

Les ajouts au logo des partis cantonaux, des districts, des sections locales, des groupes thématiques ou des associations servent à leur identification organisationnelle. Si cette affiliation locale est nécessaire, elle est indiquée par une simple mention (par exemple « PLR Ville de Genève » ou « PLR Femmes du district d’Affoltern »).

La mention de la section apparaît comme un élément de texte distinct et permet une identification claire, sans entrer en concurrence avec la marque principale ni nécessiter de logo supplémentaire.

Cette option est utilisée pour les applications organisationnelles du parti (correspondance, modèles Office, signature d’e-mail, documents associatifs, etc.). Elle sert également à identifier les campagnes locales.

PLR



Affiche de campagne communale

Entête d’une section dans Office

PLR Sektion gross, kurz

Pour celles et ceux qui se lèvent tôt. 

Titre

Sous-titre

1 Titre 1

1.1 Sous-titre 2

Titre 1 sans numérotations

Sous-titre 2 sans numérotations

Texte standard : Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

- Puce texte standard niveau 1 (Bulletpoint Standardtext Ebene 1)

Logo

Le lettrage comme complément au logo

Le nom de la section désigne une unité organisationnelle au sein du PLR. Le lettrage simple permet une identification sans ambiguïté.

Les combinaisons de couleurs sont interdites. Soit le logo et le lettrage sont tous deux en cyan, soit les deux éléments sont en blanc.

Le lettrage du nom de la section peut varier en termes de composition et de taille. Le choix entre la variante horizontale et la variante verticale dépend de la mise en page. En principe, il convient d'opter pour la taille standard. Si la taille de police du nom de la section est inférieure à 7 pt, il faut utiliser la version réduite.

PLR

FDP Frauen
Bezirk Affoltern

Taille standard

Placement alternatif

FDP Frauen
Bezirk Affoltern

FDP Frauen
Bezirk Affoltern

FDP
Frauen
Bezirk Affoltern

FDP
Frauen
Bezirk Affoltern



Logo PLR



Logo PLR + ajout textuel de la section



Logo PLR de la section

Logo*
Don'ts

The FDP logo is shown in blue, but the letters are significantly wider and shorter than the official version, making it look like a stylized or compressed font.

Modifier les proportions du logo.

autem viti ulligenit destrum
quam undam, autendit, even-
des tiberiae consequ

The FDP logo is shown in blue, but it is placed inside a pink rectangular box labeled 'Schutzzone' (protection zone). Above the logo, there is a line of Latin text: 'autem viti ulligenit destrum quam undam, autendit, even-des tiberiae consequ'.

Ignorer les zones de protection

The FDP logo is shown in blue, but it is followed by the text 'Die Liberalen' in pink, which is not part of the official logo.

Ajouts non-autorisés

The FDP logo is shown in green, which is not the official blue color.

Coloriage

The FDP logo is shown in blue, but it has a dark shadow effect behind the letters, which is not part of the official logo.

Effets de tout genre

The FDP logo is shown with a flame or fire texture fill, which is not the official solid blue color.

Remplissage de tout genre



Utilisation avec une transparence



Logo blanc sur des images très claires



Logo cyan sur des images foncées

* Cela vaut pour le logo PLR et le lettrage des sections

Le PLR fait de la politique pour celles et ceux qui se lèvent tôt. Les personnes qui travaillent, s'occupent de leur famille ou font du bénévolat méritent davantage de reconnaissance, un meilleur cadre de vie et devraient avoir davantage d'argent dans leur porte-monnaie à la fin du mois. En bref, notre message est le suivant : «pour celles et ceux qui se lèvent tôt. »

À côté du logo PLR, ce narratif est utilisé comme « Call-to-Action » partout où cela est possible et pertinent. Il est exclusivement utilisé en magenta (couleur d'accent) sur fond blanc.

Dans les supports de campagne ou les courriers multilingues, le réveil doit être utilisé sans texte.



Office

**Pour celles et ceux
qui se lèvent tôt.**



PLR

Le nombre de modèles a été réduit.

Les nouveaux modèles intègrent la police Jost, la double gestion de deux polices différentes a été supprimée ; il n’y a plus qu’un seul type de modèle par type d’utilisation.

Les modèles sont structurés et classés comme suit :

- Lettre
- Concept
- Facture (suit)
- PowerPoint

PLR

Sektion gross, kurz

Pour celles et ceux qui se lèvent tôt.

PLR Section

Adresse

CH-NPA Lieu

Politesse

Prénom Nom

Adresse

Complément d'adresse

NPA Lieu

Objet

Mesdames, Messieurs,

Texte

Mes meilleures salutations.

PLR.Les Libéraux-Radicaux

Prénom Nom

Fonction

Pièces jointes

Lieu, 20 août 2026

Prénom Nom

N° tél

e-mail

PLR

Sektion gross, kurz

Pour celles et ceux qui se lèvent tôt.

Titre

Sous-titre

1 Titre 1

1.1 Sous-titre 2

Titre 1 sans numérotations

Sous-titre 2 sans numérotations

Texte standard : Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

- Puce texte standard niveau 1 (Bulletpoint Standardtext Ebene 1)

- Puce texte standard niveau 2 (Bulletpoint Standardtext Ebene 2)

Texte concis : Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed do eiusmod tempor incididunt labore et dolore magna aliqua.

- Puce texte concis niveau 1 (Bulletpoint Kompakt-Text Ebene 1)

- Puce texte concis niveau 2 (Bulletpoint Kompakt-Text Ebene 2)

Sélectionner « FDP Standardtabelle » via Insertion → Tableau → Tableaux rapides :

Colonne	Colonne	Colonne	Colonne
Cellule	Cellule	Cellule	Cellule
Cellule	Cellule	Cellule	Cellule

Aperçu des styles définis :

Titel	Untertitel	Überschrift	1.1 Überschrift	Überschrift	Überschrift 2
Standard	Standard	KompaktText	KompaktText		

PLR Section

Adresse

CH - NPA Lieu

e-mail

+41

Tél

Traitement de texte

Modèles PowerPoint

Les modèles PowerPoint sont disponibles avec la police Jost et avec la police Arial.

Vous avez le choix entre différentes mises en page pour la page de garde et les pages de texte.

Le modèle inclut également la vidéo de campagne (intégrée depuis YouTube ; connexion Internet requise).

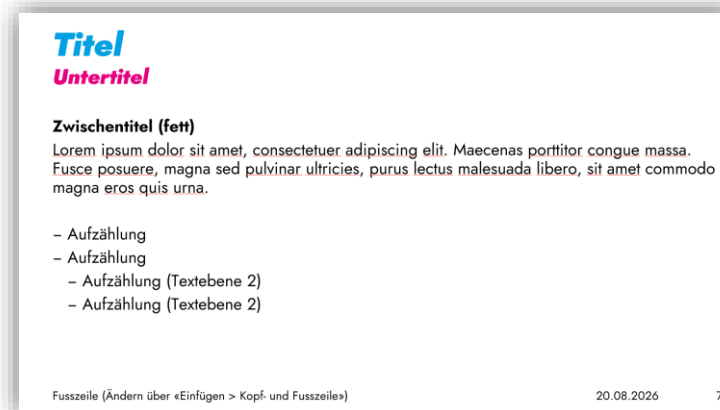
PLR



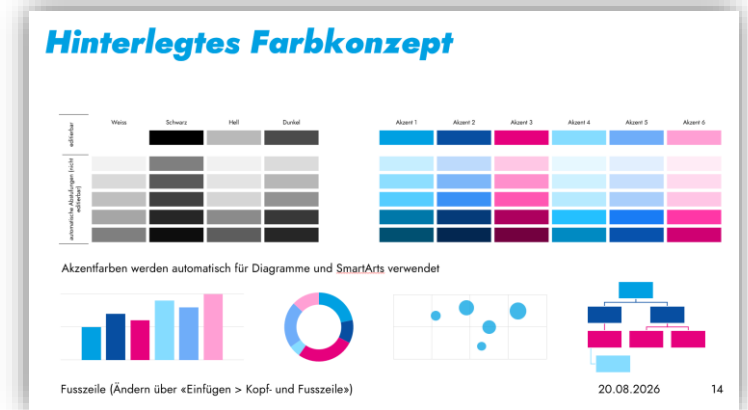
Page de garde avec logo double FDP / PLR



Page de garde équivalente au style des affiches



Page standard



Plusieurs éléments de mise en page sont inclus ou disponibles sous forme de page type à copier

Kachelgenerator

Pour celles et ceux
qui se lèvent tôt.



PLR

Grâce au *Kachelgenerator* PLR chacun peut simplement créer soi-même, chez soi, des images, des affiches et des flyers. Les avantages :

- ✓ aucune connaissance graphique requise
- ✓ aucun logiciel coûteux nécessaire : application web
- ✓ utilisation entièrement gratuite : tous les droits d'utilisation sont inclus
- ✓ chacun peut créer son propre compte

Des modèles sont disponibles pour les contenus réseaux sociaux, les affiches de candidat (format F4) et les flyers (format A5).

Le code QR vers le
Kachelgenerator suit.

Le design est en cours de
réalisation jusqu'à mi-
septembre environ.

Les modèles actuels
restent disponibles
jusqu'au 31 décembre.

Canva

**Pour celles et ceux
qui se lèvent tôt.**



PLR

Canva

Modèles réseaux sociaux et pour la milice

La plateforme en ligne Canva permet de créer des produits digitaux sans recourir à un logiciel de graphisme. Différents modèles pensés pour une utilisation de milice sont mis à disposition via Canva.

Ceux-ci vous permettent de créer facilement des contenus digitaux. Merci de toujours d'abord créer une copie du modèle avant de procéder avec la création de vos contenus.

Toutes les spécifications techniques sont disponibles directement dans les différents fichiers. Aussi, ils sont facilement adaptables à d'autres formats directement dans Canva.

Nous proposons notamment :

- Différents modèles réseaux sociaux (carrousel d'images 4:5 avec image de couverture ; post 4:5 avec citation)
- Des versions milice des affiches de candidats / affiches typographiques (4:5, cf. pages 20-21 pour exemples)
- Des versions de milice des flyers avec variantes d'éléments (4:5, cf. page 22 pour exemples)

PLR



Pour les pros

InDesign

**Pour celles et ceux
qui se lèvent tôt.**



PLR

Les modèles sont fournis sous forme de matrice lithographique et peuvent être utilisés par une agence de production aux échelles correspondantes (voir à droite) pour les formats F12, F4 et F200. Cette adaptation ne doit pas nécessairement être effectuée par un graphiste, mais peut être prise en charge par une agence de production.



Boîte à outils PLR
avec Corporate Design
et modèles

F12 > 47 x 22,4 cm (tel que le modèle)

- ***Format final : 268,5 x 128 cm***
- ***Facteur d'agrandissement : 5,714 (571,4 %)***

F200 L/LR > 24,5 x 35 cm (tel que le modèle)

- ***F200 format final : 119 x 170 cm***
- ***Facteur d'agrandissement : 4,857 (485,7 %)***

Adaptable à partir du F200 :

F4 > 24,5 x 35 cm (tel que le modèle F200)

- ***F4 format final : 89,5 x 128***
- ***Facteur d'agrandissement : 3,657 (365,7 %)***

Dimensionnement de la mise en page :

- La taille du logo PLR est fixe ; le dimensionnement du document en découle.
- La hauteur du logo PLR correspond à un « X ».
- La marge de tous les éléments (zone de composition) est de 1 « X ».
- L'espacement entre le nom et le « réveil » est de 1/2 X et est placé, dans la mesure du possible, à l'extrémité de chaque élément. Alternativement, le « réveil » peut également être centré (pour les slogans ou les noms longs). Dans ce cas, l'espacement de 2/3 X s'applique.

Typographie :

- Chaque élément de texte dispose d'un format de paragraphe défini.
- Seules les variations « Bold Oblique » et « Bold » sont utilisés. Les caractères spéciaux, tels que l'apostrophe ou les ligatures, se trouvent dans la palette de glyphes, (POLICE > GLYPHES).
- Le nom de la personne reste si possible sur deux lignes ; selon la longueur du nom, on utilise le format de paragraphe « 01 | Personne H1 » ou « 01 | Personne H2 ».
- Dans des cas exceptionnels, la taille du nom peut être ajustée individuellement ; dans ce cas, l'ensemble du champ de texte est redimensionné proportionnellement. Voir page 18, dédiée les ajustements individuels.
- La même règle s'applique de manière générale aux titres : les hausses et les basses ne doivent pas se chevaucher. Dans la mesure du possible, cela doit être résolu par un saut de ligne adapté, et uniquement si cela s'avère impossible, par un interligne plus important.



Dimensionnement de la mise en page :

- La taille du logo PLR est fixe ; le dimensionnement du document en découle.
- La hauteur du logo PLR correspond à un « X ».
- La marge de tous les éléments (zone de composition) est de 1 x « X ».
- L'espacement entre le titre et le « réveil » est de 3/4 X et est placé, dans la mesure du possible, à l'extrémité de chaque élément.
- Le titre et le « réveil » sont centrés verticalement.
- Le logo PLR est systématiquement placé en bas, au centre horizontalement.

Typographie :

- Chaque élément de texte dispose d'un format de paragraphe défini.
- Seule la variation « Bold Oblique » est utilisée. Les caractères spéciaux, tels que l'apostrophe ou les ligatures, se trouvent dans la palette de glyphes (POLICE > GLYPHES).
- Selon la longueur du titre, on utilise le format de paragraphe « 01 | Slogan H1 », « 01 | Slogan H2 » ou « 01 | Slogan H3 ».
- Dans des cas exceptionnels, la taille du titre peut être ajustée individuellement ; dans ce cas, l'ensemble du champ de texte est redimensionné proportionnellement. Voir page 18, dédiée aux ajustements individuels.
- La même règle s'applique de manière générale aux titres : les hausses et les basses ne doivent pas se chevaucher. Dans la mesure du possible, cela doit être résolu par un saut de ligne adapté, et uniquement si cela s'avère impossible, par un interligne plus important.



Les modèles de flyer prévoient différentes variantes d'éléments.

Sont disponibles les formats A5 portrait et A5 paysage.



Professionnels / Graphistes

Pour les productions vidéo, il existe des modèles multilingues en format portrait et paysage (9:16 et 16:9) sous forme de modèles de Motion Graphics (MOGRT pour Premiere Pro) ou de projets After Effects. Ces modèles comprennent des bandeaux (candidats) et des génériques de fin. Tous les modèles sont téléchargeables dans la boîte à outils, sous la rubrique Vidéos Motion Graphics.



Principe :

La mise en page s'articule à partir de la zone de protection du logo, en partant du bas.

En règle générale, les espacements définis au niveau de la « grille » s'appliquent.

Dans certains cas particuliers, il convient d'opter pour un alignement harmonieux et de tenir compte de la zone de protection du logo.

En cas de noms ou de slogans très longs, la taille de la police peut être ajustée. Les espacements horizontaux et verticaux doivent être adaptés en fonction des facteurs suivants :

- Interligne : 95 % de la taille de police choisie
- *Overline* : 85 % de la taille de police choisie

Style photo

**Pour celles et ceux
qui se lèvent tôt.**



PLR

« Morgenstund »

Les portraits capturent l'ambiance matinale et transposent visuellement le narratif « réveil », leitmotiv de la campagne. « Pour celles et ceux qui se lèvent tôt » se traduit ainsi aussi en une dimension atmosphérique.

Une lumière douce, des couleurs apaisantes et un contact visuel direct créent une impression de proximité et d'authenticité. Les candidats ne semblent pas mis en scène, mais apparaissent comme des individus en pleine vie quotidienne – là où les décisions politiques produisent des résultats.



Mise en œuvre technique

Les portraits sont, de préférence, réalisés face au soleil levant et exploitent la lumière naturelle du matin comme élément d'ambiance. Une grande ouverture permet d'obtenir une profondeur de champ douce et de détacher subtilement le sujet de l'arrière-plan. Le contre-jour est complété par une lumière d'appoint douce, réfléchie depuis l'avant, afin de garantir des tons de peau naturels et un contact visuel direct. La prise de vue s'effectue avec une focale plutôt courte, d'environ 35 mm, afin de créer une impression de proximité et de montrer les candidats de manière authentique dans leur environnement, sans comprimer l'effet de l'image.



La société betterportrait est spécialisée dans la création de photos portrait standardisées à partir de photos prises individuellement avec un téléphone portable.

betterportrait développe actuellement une extension de ce logiciel pour le PLR. Les candidats pourront créer de manière simple et automatisée l'effet de lumière « Morgenstund » souhaité pour leurs photos et choisir parmi différents arrière-plans.

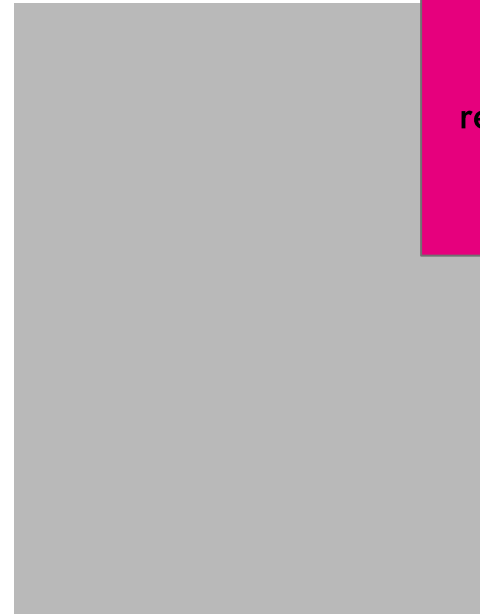
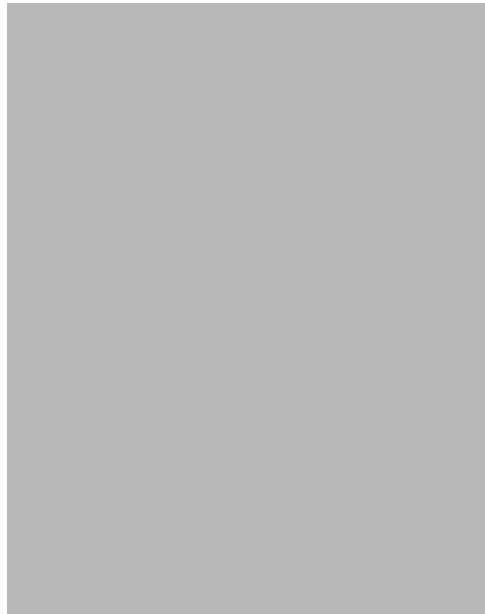
Processus esquissé

1. Téléchargement par les candidats d'environ 15 photos prises avec un téléphone
2. Sélection d'un arrière-plan
3. Le logiciel génère automatiquement une sélection de photos parmi lesquelles le candidat peut choisir celle qu'il souhaite
4. Le candidat peut télécharger le portrait en qualité d'impression

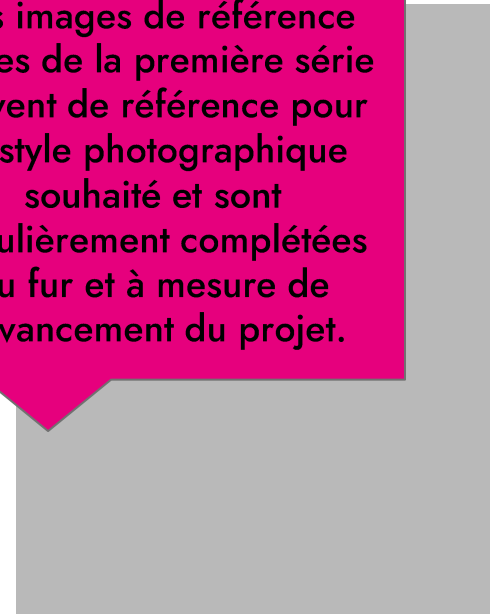
Une mise à jour suivra vers la fin août environ.

L'extension logicielle est en cours de développement.

Références



Les images de référence issues de la première série servent de référence pour le style photographique souhaité et sont régulièrement complétées au fur et à mesure de l'avancement du projet.



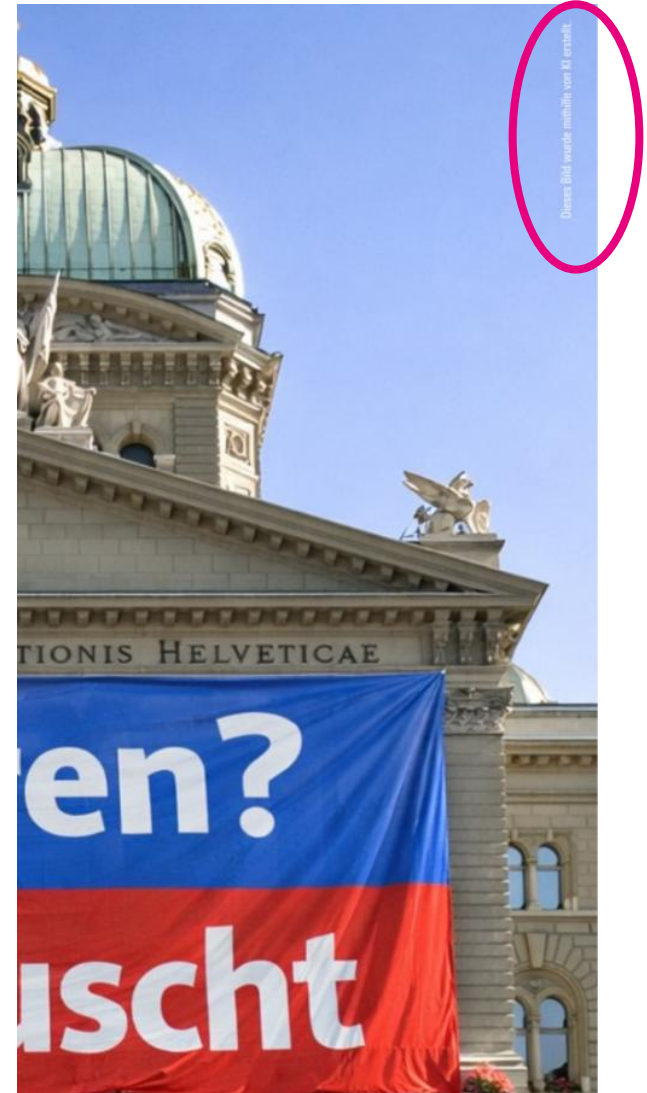
L'AI est une chance, mais elle comporte aussi des dangers. Il existe par exemple le risque que des contenus générés par l'AI, tels que des deepfakes ou de faux posts sur les médias sociaux, soient utilisés abusivement pour des campagnes, en insinuant des faits ou des déclarations à des acteurs de partis politiques.

En l'absence de règles sur le traitement des contenus générés par l'AI, nous nous engageons à empêcher toute tromperie délibérée du public à l'aide de l'AI, afin de ne pas saper la confiance dans la démocratie.

A cette fin, le PLR Suisse respecte les deux principes suivants dans sa communication politique :

- Nous déclarons l'utilisation de l'AI lors de la création d'éléments de campagne auditifs et / ou visuels.
- Nous n'utilisons pas de contenus audiovisuels générés par l'AI dans l'intention de tromper le public en attribuant des faits ou des déclarations erronés à des acteurs politiques.

Cet engagement volontaire s'applique au parti fédéral. Le comité directeur du PLR Suisse invite toutefois toutes les sections à appliquer également ces principes.



Le PLR.Les Libéraux-Radicaux Suisse (Secrétariat général) détient l'intégralité des droits d'utilisation de l'identité visuelle. Tous les utilisateurs (sections, agences) peuvent utiliser les modèles sans aucune restriction.

Les éléments graphiques (par ex. le « réveil ») et les produits créés par le Secrétariat général ou les agences via Adobe Creative Cloud peuvent être utilisés librement par tous les utilisateurs et utilisatrices*. Pour reprendre notre exemple avec le « réveil » : il ne s'agit pas d'une police de caractères, mais d'une image finie. Les partis locaux ou prestataires de services qui ne disposent pas d'Adobe Creative Cloud n'utilisent donc pas, en ce sens, la police soumise à licence, mais uniquement une image dans laquelle les formes des lettres sont « figées ».

Attention : veuillez toujours à respecter les droits d'utilisation lorsque vous utilisez vos propres photos de personnes ou de paysages. L'intelligence artificielle offre une alternative économique pour créer des images libres de droits.

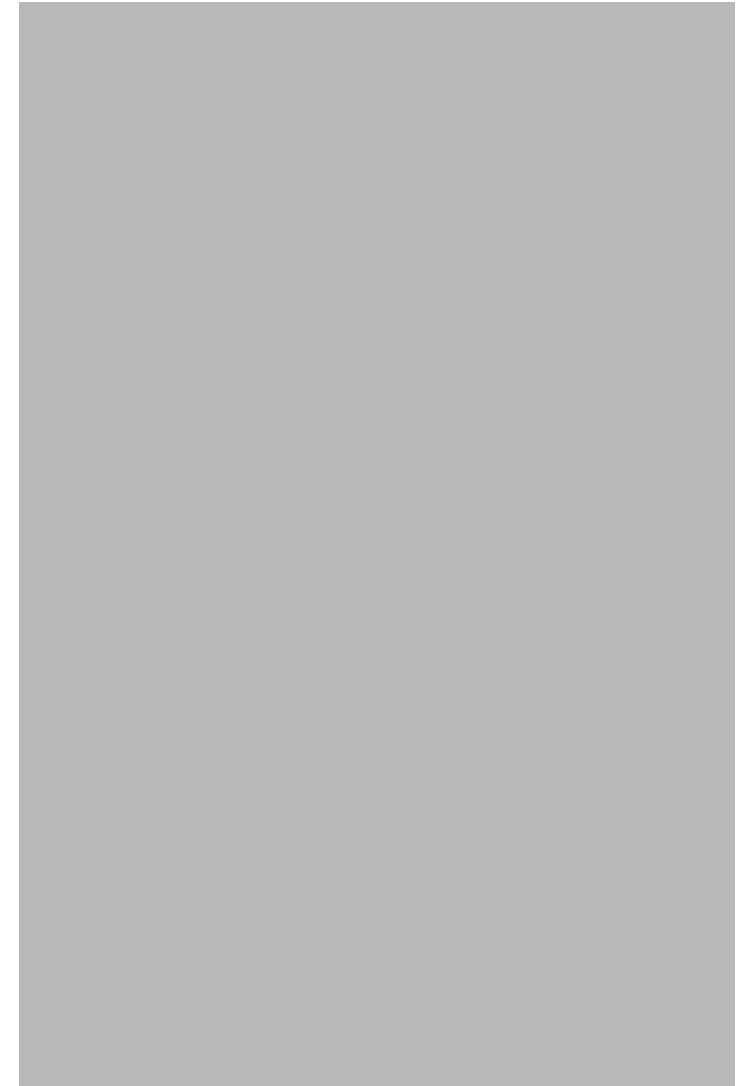
**Adobe le précise explicitement dans sa FAQ officielle sur les licences de polices : Si vous transmettez à quelqu'un un graphique ou un document contenant des données de police pixellisées ou intégrées (par exemple au format PDF, JPEG ou PNG), cette personne n'a pas besoin de sa propre licence de police. Ce n'est que si elle doit modifier le design et avoir elle-même accès à la police (ou au fichier de police) qu'elle a besoin d'une licence propre.*

Exemples

Pour celles et ceux
qui se lèvent tôt.

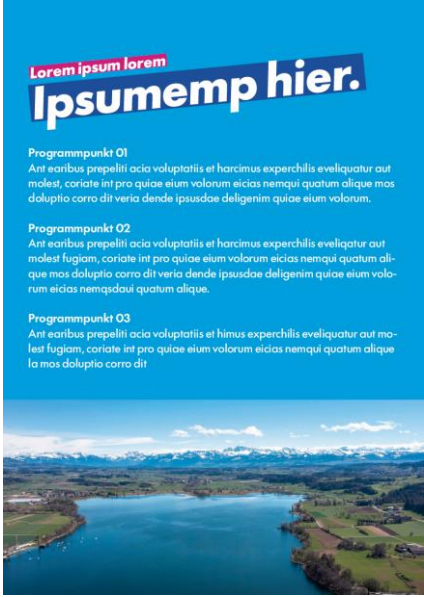


PLR



Best Practices
Flyer A5 portrait

PLR



Post 4:5 dans le fil d'actualités



Story 9:16



Remarque :

Dans la mesure du possible, utiliser une photo avec effet « Morgenstund ».







In den Kantonsrat
Martin Keller



**Ruth Gassmann,
Gemeinderätin
Opfikon**

«Martin packt an, hört zu und findet Lösungen. Genau solche Stimmen braucht der Kantonsrat.»

