

## Bonnes pratiques en matière de communication à l'attention des partenaires de la DREAL

*Novembre 2023*

---

*La DREAL Bretagne est partenaire d'une démarche que vous portez et vous souhaitez la mettre en avant dans vos démarches de communication ?*

*Nous vous en remercions et vous invitons à prendre connaissance des bonnes pratiques présentées dans ce document en vue de faire gagner en visibilité les publications réalisées.*

*Ces bonnes pratiques visent à assurer la synergie entre la stratégie de communication de votre structure et celle de la DREAL.*

---

### *Comment donner plus de visibilité à vos contenus ?*

Toutes les publications en lien avec cette démarche partenariale peuvent être valorisées dans les canaux de communication numérique de la DREAL (site internet, intranet, newsletter, compte LinkedIn...).

Pour des sujets d'intérêt majeur, il est également possible de diffuser l'information via un communiqué de presse, voire d'organiser une conférence de presse.

Le cas échéant, le porteur de la démarche est invité à prendre contact suffisamment en amont avec ses partenaires à la DREAL et avec notre service communication.

- Pour un communiqué de presse : prendre contact avec la com. au moins deux semaines avant.
- Pour une conférence de presse : prendre contact avec la com. au moins un mois avant.

Enfin, en cas d'événement organisé autour de la démarche partenariale (par ex. inauguration, conférence...), le porteur de projet est invité à en informer en amont le service communication de la DREAL ou ses contacts à la DREAL sur le projet. Il est également invité à transmettre au service communication de la DREAL en amont et en aval les supports de communication liés à ces événements (articles internet, posts sur les réseaux sociaux, photos...) qui pourront également être relayés par la DREAL.

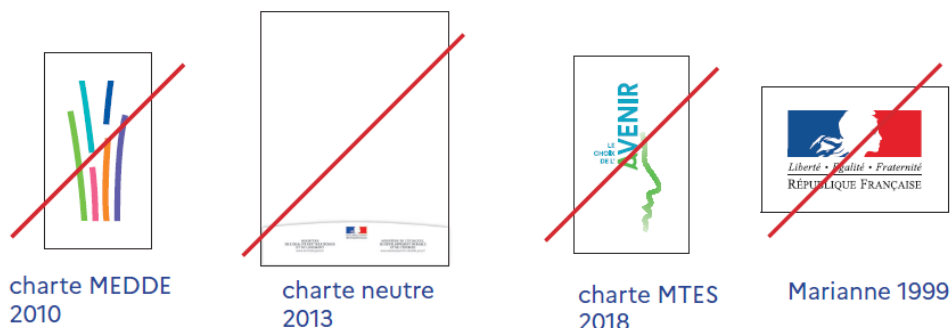
---

### *Quel logo utiliser pour la DREAL ?*

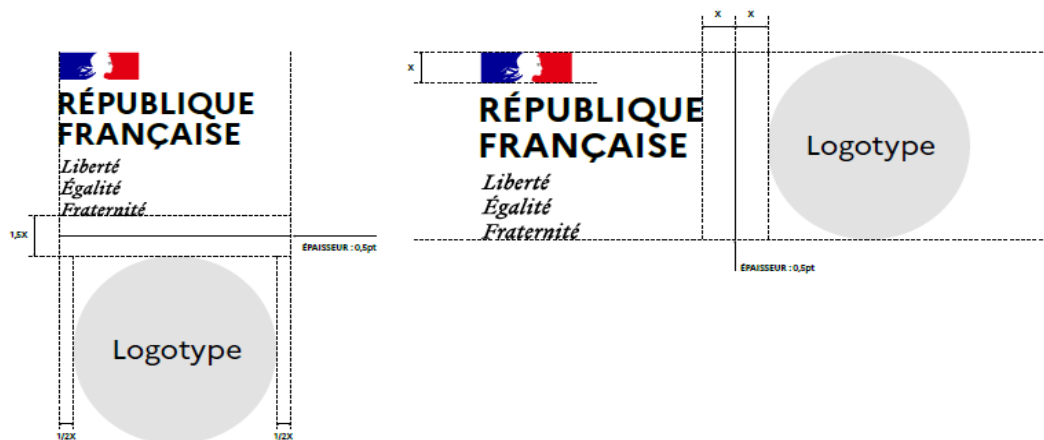
La communication de l'État en région et dans les départements se fait systématiquement sous **le logo du Préfet de région ou de département concerné**. En effet, la communication de l'État est gérée à une échelle interministérielle, afin notamment d'en assurer la cohérence et la lisibilité de la « marque État » pour les citoyens.

- En particulier pour les impressions, **merci d'utiliser le logo en pièce-jointe et non un copier-coller de celui présent dans ce document** afin d'assurer la qualité du rendu final.

- Les éléments issus des chartes antérieures à 2020 sont exclus :



- Le logo avec la Marianne ne peut apparaître qu'une seule fois dans une liste de logos. Aussi, si en plus du logo du préfet, d'autres logos avec une Marianne (ADEME ou ARS par exemple) doivent être disposés sur le document, vous êtes invités à prendre contact avec le service communication de la DREAL afin de voir ce qu'il convient de faire.
- Concernant les proportions et l'alignement des logos, la charte Marianne nous invite à suivre les recommandations suivantes :



- L'ordre d'apparition des logos est régie par le protocole républicain : le logo de l'État (ministère, préfet de région, de département, sous-préfecture...) est toujours situé en premier (tout à gauche pour un alignement des logos sur une ligne horizontale), viennent ensuite les opérateurs de l'État, puis les collectivités par « échelle géographique » (région, département, collectivités locales...). Tous les autres partenaires sont placés à la fin par ordre alphabétique.

Ces consignes sont à mettre en application dès lors que vous utilisez les logos de vos partenaires ou financeurs : rapport, synthèse, communiqué de presse, plaquette, invitation, plaque inaugurale ou autres affichages. Cela est également valable sur votre site internet et autres communications numériques.

---

## Quels circuits de validation respecter ?

Les supports de communication (communiqué de presse, rapport, synthèse, plaquette...) portant le logo du Préfet de région doivent faire l'objet d'une validation par son service communication. C'est le service communication de la DREAL qui se charge de la prise de contact avec les services du préfet après réception des supports. Ne sont pas concernés les articles internet, post sur les réseaux sociaux sur lesquels le porteur de projet garde toute son indépendance et son autonomie.

S'il s'agit de publications récurrentes, une première validation est nécessaire. Le rythme des validations est ensuite à adapter selon la nature de la publication et le public cible.

Les délais de validation qui sont à prendre en compte dans les calendriers de diffusion sont de l'ordre de deux semaines.

---

## Vos contacts à la communication de la DREAL Bretagne

<https://www.bretagne.developpement-durable.gouv.fr/nous-contacter-a3005.html>

> Thème « contact presse et étudiants en journalisme, communication »



Julie SCHWAGER  
Responsable de la mission Stratégie régionale et Communication  
02 99 33 42 10



Marion TURBIEZ-MIQUEL  
Chargée de la fonction communication  
02 99 33 42 11