

---

# Logo Secours populaire français

## Charte graphique d'utilisation

Lignes directrices pour l'utilisation autorisée





Imaginée et réalisée par l'atelier Grapus, la main ailée identifie depuis 1981 le Secours populaire français. Dans un geste dynamisé par la présence des ailes, cette main ouverte et tendue représente à la fois l'appel aux autres et l'élan solidaire qui porte à secourir son semblable. Signe traditionnel de paix, la main est ainsi devenue le symbole d'une réconciliation et d'une réciprocité, chacun pouvant y reconnaître sa propre main et celle des autres. Placée au-dessus du nom de l'association dont le clair intitulé dit fortement, en trois mots, la raison d'être, elle est l'emblème de la solidarité. Depuis trente ans, apposée sur les affiches et tous les imprimés du Secours populaire, associée à ses actions sur le terrain, cette main signale que l'association est physiquement présente aux côtés de la population et affirme son importance à l'échelle du pays.

Texte de Pierre Bernard avec la participation de Nadia Monteggia.

**Pendant longtemps**, le Secours populaire a signé ses supports de communication de son nom complet, sans unité de couleur ni de polices de caractères **fig.01**. Parfois, une image (par exemple un dessin de Cocteau était ajouté à côté de la signature). **fig.02**. Puis, un « logo maison » constitué des lettres SPF en capitales a été utilisé. **fig.03**. L'identification de l'association était évidemment loin d'être claire.

C'est en 1980 que le Secours populaire a demandé à Grapus de réaliser un dessin pour témoigner de l'action internationale de l'association. C'est ainsi que « l'ancêtre du logo » a vu le jour : un avion dont le cockpit est une main qui porte la solidarité à travers le monde. L'on reconnaît le trait généreux et énergique de Pierre Bernard dans cette création. **fig.04**

Ce signe fort, accompagné d'une écriture manuscrite a été décliné en affiche au printemps 1981. Et, dans

la foulée, l'idée d'un logo digne de l'association, de ses actions et de sa riche histoire se fait sentir et la commande est passée à Grapus.

Par ailleurs, dans un esprit d'ouverture et avec la volonté de mettre encore plus en pratique la devise « tout ce qui est humain est nôtre », le Secours réfléchit à changer le nom de son journal, La Défense qui devient Convergence. Le premier numéro de Convergence sort en novembre 81 et est inauguré au Congrès de Tarbes. **fig.05**. Le logo, lui, est présenté, un mois avant, en octobre, dans le dernier numéro de La Défense. **fig.06**.

Grapus était l'élite du graphisme français dont ils étaient également les principaux fondateurs avant de faire école dans le monde entier. En plus de leur immense talent, ils avaient un engagement fort dans la construction d'un monde meilleur, ce qui était extrêmement important dans la sensibilité de leur collaboration avec le Secours

populaire. Après plusieurs recherches, une image s'est imposée par son évidence : un logo constitué par une main ailée au-dessus du nom manuscrit du Secours populaire. La main, symbole universel de fraternité et de paix, a été souvent utilisée par le Secours populaire. Mais là, ce n'est plus la main qui se tend à travers les barreaux d'une prison, c'est une main libre qui voit le jour.

C'est une main ouverte et tendue qui vient à la rencontre de l'autre. Son dessin est tendre, au contraire d'une gravure incisive. Elle est chaleureuse et son mouvement ascensionnel évoque la réciprocité. Dans un geste dynamisé par les ailes, elle représente l'élan solidaire et énergique qui porte à secourir son semblable. Les ailes lui

apportent grâce et magie. Il est important de respecter ce logo dans son intégrité car il est fédérateur et reconnaissable partout. Dans l'océan de signes qui nous entoure, il est singulier et doté d'une grande puissance symbolique et évocatrice. Une amputation de l'une de ses composantes ou une adaptation maladroite l'affaiblit dans son esthétique mais surtout dans son sens et sa force.

Ce logo est signé, comme la colombe de Picasso, et comme elle, il est intemporel.

Texte de Sophie Lotte



fig.06

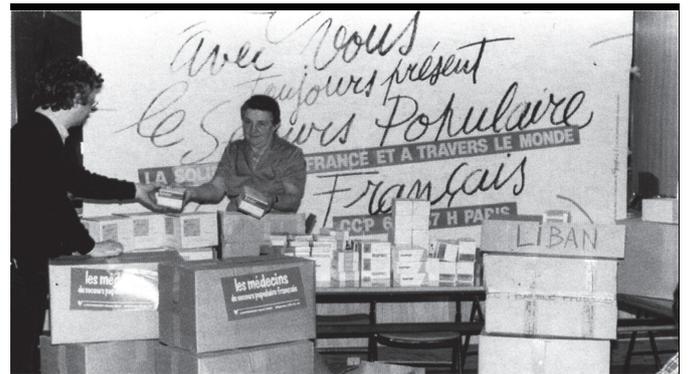


fig.05

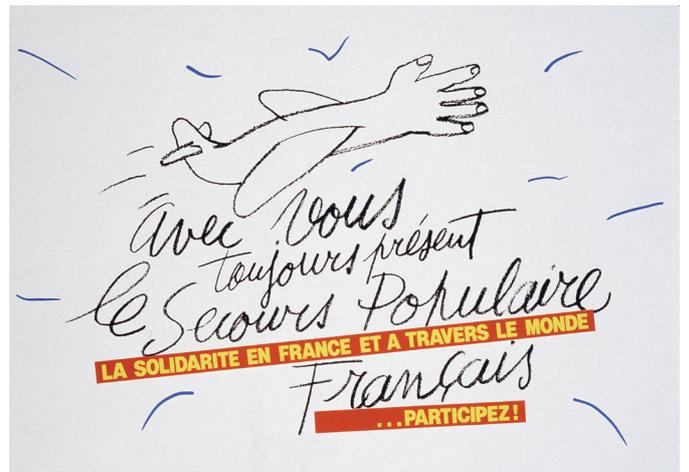


fig.04

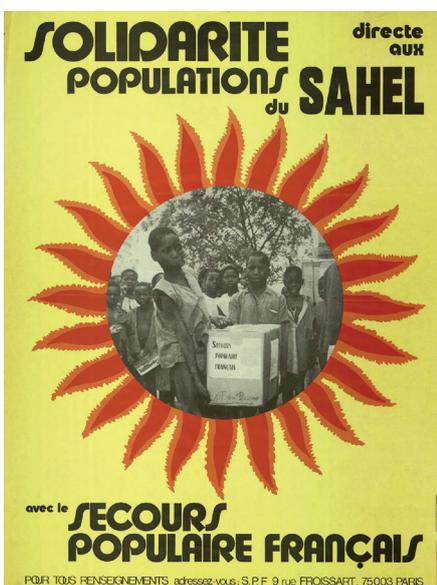


fig.01.



fig.02



fig.03

## Ne pas faire

Ne pas incliner le logo vers le bas. **fig.01**

Ne pas séparer la main du titre et vice-versa. Le titre sert de base à la forme il s'en trouverait déséquilibré. **fig.02a - fig.02b**

On ne peut pas changer la bichromie, il doit uniquement être dans ses couleurs d'origine. **fig.03.** (Voir la section Le logo et les couleurs)

La main est uniquement définie par son contour et en aucun cas elle n'affiche un fond. **fig.04.** (Pour les problèmes de lisibilité Voir la section Le logo et les couleurs)

Quand le logo est en bichromie la couleur du contour ne doit être que de couleur noire. **fig.05.** (Pour les problèmes de lisibilité Voir la section Le logo et les couleurs)

La position des doigts doit rester la même et ne peut pas être modifiée. **fig.06.**

Le logo doit avoir la signature de l'auteur (ndrl. Grapus). **fig.07**

Ne pas créer de halo autour du logo **fig.08.** (Pour les problèmes de lisibilité Voir la section Le logo et les couleurs)

Le logo ne doit pas accueillir de motif. **fig.09.**

Ne pas rompre l'homothétie du logo. **fig.10.**

Ne pas modifier la typographie du logo. **fig.11.**



fig.01



fig.02a



fig.02b



fig.03



fig.04



fig.05



fig.06



fig.07



fig.08



fig.09



fig.10

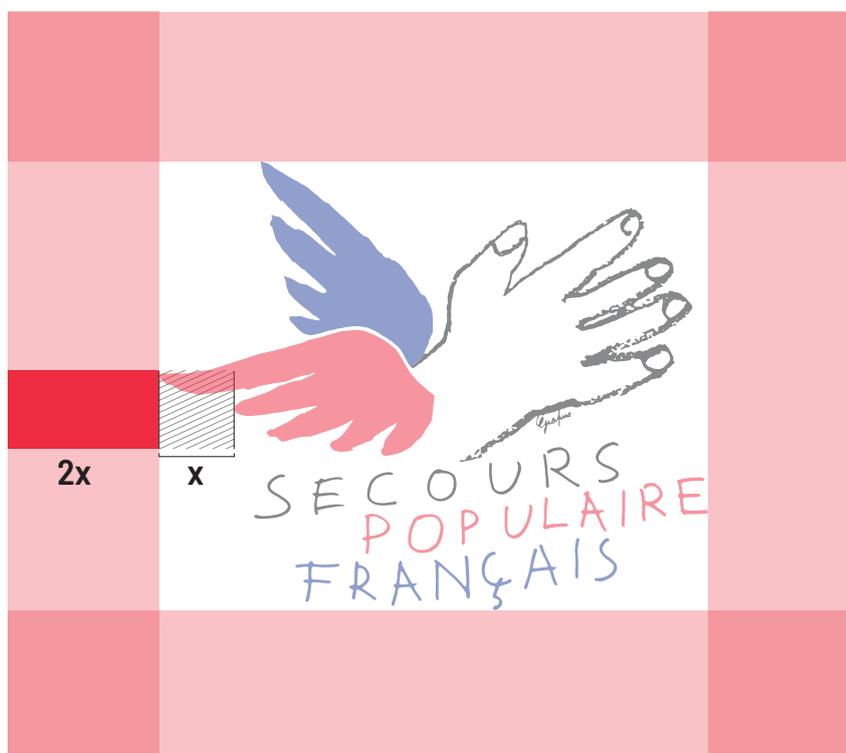


fig.11

## Créer une zone de sécurité minimum

La zone de sécurité minimum permet d'éviter que le logo rentre en conflit visuellement avec d'autres éléments. Cette zone lui assure d'avoir un espace clair et dégagé afin d'exister et d'être visible.

Pour créer la zone de sécurité, il suffit de prendre la distance entre l'extrémité de l'aile rouge et le bout de la deuxième plume, comme expliqué dans l'exemple ci-dessous. La largeur mesurée est la distance requise tout au tour du logo.



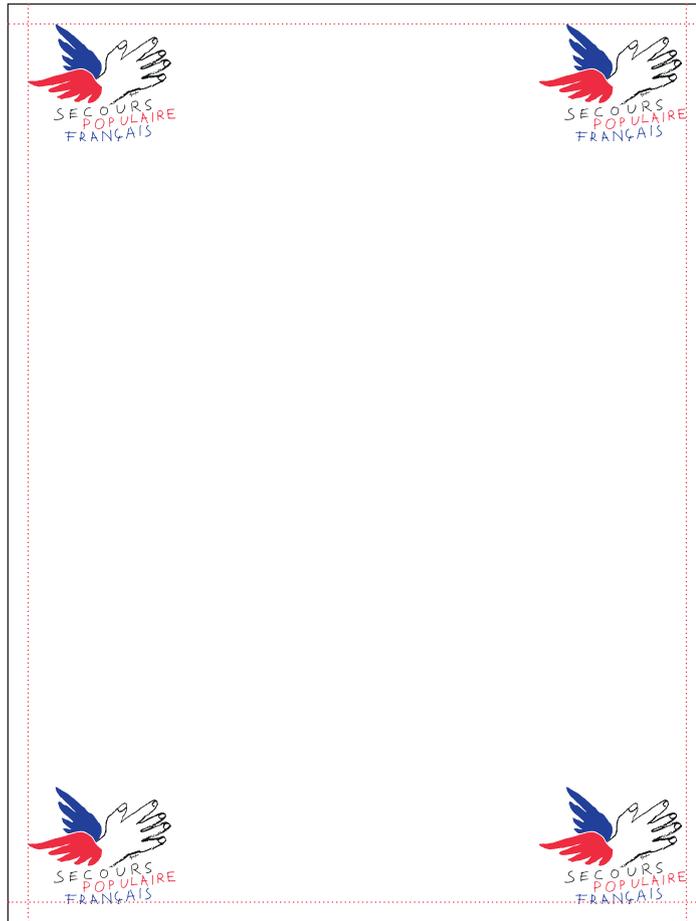
### Orientation du logo

La bonne orientation du logo est trouvée grâce à son axe horizontal : il passe au dessus de l'aile rouge et sous le petit doigt.

## Le logo / Positionnement du logo

### Positionnement dans des documents

Il convient de lui donner une taille suffisamment grande afin que notre nom soit lisible. Le logo doit apparaître dans un coin, tout en respectant la zone de sécurité minimum.



### Positionnement sur des images

Le logo peut-être directement positionné sur des images sans l'utilisation de son cartouche mais il est important de bien respecter les règles de contraste lui permettant de rester lisible et visible.



Placez le logo en blanc uniquement sur des zones permettant de conserver un contraste élevé. L'image doit être simple et ne pas contenir trop d'élément.



Ne pas placer le logo sur des zones qui risquent de le rendre illisible.

### Utilisation du cartouche autorisé

Dans une situation où le logo doit exister avec un fond et ne peut pas être mis en blanc ni en bichromie alors il conviendra d'utiliser le cartouche mis à disposition.

Dans ce cas-là, le logo doit être utilisé en bichromie.



### Positionnement du logo dans son cartouche

Le logo ne doit pas être à l'étroit ou à l'inverse flotter dans le cartouche.

Sa forme est un cercle.



## Les couleurs du logo

Le logo est composé de trois couleurs, elles représentent les couleurs du drapeau français. Vous pouvez trouver ci-dessous les valeurs pour chaque couleur dans les espaces colorimétriques correspondant à vos besoins. Les valeurs RVB et CMJN sont interprétées à partir des espaces sRVB et Fogra39. Le Pantone fait office de référence en ce qui concerne les couleurs d'origine. Privilégier les couleurs Pantone dans la mesure du possible. Le Noir peut-être obtenu par le mélange du bleu et du rouge afin d'optimiser les coûts.

C 100    R 0    PANTONE    RAL5002  
M 90    V 15    072C  
J 0    B 159  
N 0  
#000F9F

C 0    R 241  
M 95    V 23  
J 75    B 49  
N 0  
#F11731

PANTONE    RAL3028  
032C    RAL3024

C 0    R 35  
M 0    V 30  
J 0    B 30  
N 100  
#1D1D1B

PANTONE  
BLACK 6C

## Le logo et les couleurs

Vous devez toujours faire attention au contraste que vous allez créer.

**Attention : il ne faut en aucun cas lui attribuer une autre bichromie que celle d'origine.**

Si vous utilisez le logo en bichromie privilégiez son utilisation sur fond blanc. Il existe un cartouche approprié pour son utilisation sur fond plus foncé (**voir la section Logo et cartouches**) Il peut être en plusieurs couleurs mais seulement dans sa version monochrome.



✗ Contraste insuffisant essayez en ajoutant un peu de rouge ou bien du bleu



✗ Ne pas changer la bichromie du logo



✗ Ici le contraste entre les couleurs du logo et le fond n'est pas suffisant pour permettre une bonne lisibilité



✓ Afin d'optimiser sa lisibilité vous pouvez l'utiliser dans une couleur plus claire que le fond.



✓ Ou bien utiliser son cartouche en veillant à respecter l'espace du logo (Voir la section Le Cartouche)

# Gravur Condensed / 5 graisses

La **Gravur condensed** est une typographie créée par la fonderie Suisse Lineto. Son inspiration vient des numéros gravés sur les boîtes aux lettres suisses. Souvent présente dans les travaux de l'Atelier de Création Graphique elle s'est, au fil du temps et de son utilisation, imposée comme étant la typographie du Secours populaire. Elle doit être utilisée pour les titres, les chiffres et les dates. Pour le texte courant, on privilégiera l'utilisation de la **Barlow semi-condensed** dont le dessin se prête mieux à la lecture.

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789  
.,;!?:/=+&éèçà()  
-^`\*€%#

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789  
.,;!?:/=+&éèçà()  
-^`\*€%#

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789  
.,;!?:/=+&éèçà()  
-^`\*€%#

Black

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
0123456789  
.,;!?:/=+&ÉÈÇÀ()  
-^`\*€%#

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
0123456789  
.,;!?:/=+&ÉÈÇÀ()  
-^`\*€%#

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
0123456789  
.,;!?:/=+&ÉÈÇÀ()  
-^`\*€%#

Bold

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789  
.,;!?:/=+&éèçà()  
-^`\*€%#

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789  
.,;!?:/=+&éèçà()  
-^`\*€%#

**Disponibilité**  
Tous systèmes • Web font •  
5 graisses • Sous licence  
Lineto.

**Où me trouver**  
Sur l'intranet, dans l'espace  
documentaire :  
Communication - Identité  
graphique du SPF -  
Typographie

Regular

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
0123456789  
.,;!?:/=+&ÉÈÇÀ()  
-^`\*€%#

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
0123456789  
.,;!?:/=+&ÉÈÇÀ()  
-^`\*€%#

En demandant au service  
communication du Secours  
populaire français

À l'achat sur le site de  
lineto.com

Light

Thin

# Barlow semi-condensed / 5 graisses

La **Barlow semi-condensed** a été créée par Jeremy Tribby, elle emprunte son nom au poète et parolier John Perry Barlow. Cette typographie s'inspire du dessin des plaques d'immatriculation californienne, elle y puise le meilleur en ce qui concerne la lisibilité, une belle hauteur de x et comme pour la **Gravur condensed** un faible contraste. Elle vient cependant se démarquer de cette dernière en affichant à ses extrémités une coupe franche permettant de créer une ligne de base plus marquée et un meilleur confort de lecture. La **Barlow semi-condensed** fait partie d'une famille de 54 styles (Barlow / Barlow Semi-condensed / Barlow Condensed) différents incluant les italiques. Nous favoriserons l'utilisation des 5 graisses sélectionnées ci-dessous.

**abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789  
.,;!?:/=+&éèçà()  
-^\*\*€%#**

**abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789  
.,;!?:/=+&éèçà()  
-^\*\*€%#**

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789  
.,;!?:/=+&éèçà()  
-^\*\*€%#

Black

**ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
0123456789  
.,;!?:/=+&ÉÈÇÀ()  
-^\*\*€%#**

**ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
0123456789  
.,;!?:/=+&ÉÈÇÀ()  
-^\*\*€%#**

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
0123456789  
.,;!?:/=+&ÉÈÇÀ()  
-^\*\*€%#

Bold

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789  
.,;!?:/=+&éèçà()  
-^\*\*€%#

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789  
.,;!?:/=+&éèçà()  
-^\*\*€%#

**Disponibilité**  
Tous systèmes • Web font •  
Variable font • 9 graisses •  
SIL Open Font License

**Où me trouver**  
Sur l'intranet, dans l'espace  
documentaire :  
Communication - Identité  
graphique du SPF -  
Typographie

Regular

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
0123456789  
.,;!?:/=+&ÉÈÇÀ()  
-^\*\*€%#

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
0123456789  
.,;!?:/=+&ÉÈÇÀ()  
-^\*\*€%#

En demandant au service  
communication du Secours  
populaire français

En téléchargement sur  
[tribby.com/fonts/barlow/](http://tribby.com/fonts/barlow/) ou  
sur google font.

Light

Thin

# Association des polices / Principes

Les principes évoqués ci-dessous ne sont présent que dans un but informatif, ils n'ont pas pour but de contraindre votre créativité, au contraire ils vous aideront à simplifier votre enrichissement et la hiérachisation de vos textes.

## Uptaes

**Neque conet ommoluptat.  
Liquaspis excerchit, nam  
quaspe ius experessimin,**

sit quasinum cus rernam ut rendissum  
nusciam aute labore pellupta dolore, quis qui  
ium re, sumquis eos ipient alitaqu oditae sunt  
as mintiatem ulpa consecto ipsunt est quid  
mincto cone ius et et alit ad quae demque ni  
re ea site veriati aspersp iendun. Quame sant  
pre conserum elent.

Te expla dunt laborro ipsa dolum ad quid es  
inverae ex explisimi, odi ressunt, officatur  
a volesci reptam volupta simeniet que  
dolecum. Re, ut hiliam idit ilici blam dentis  
miliae venis as eum.

**« inum fugiatur? Upidellate con conem  
quo es et hiliquid eossunt »**

Aommolor ad et a iligendit dolest et hil mos  
et verepre sitaqui ducil eost, consecto.  
Eossinciene id que et rehenimus sunt  
ea quas et et endi occum quam quatur  
sumquatibus iur, ipsust, sed quo con  
experem alit quid molum fuga. Ibea voluptiis  
os modipiet, et estiam ut ea ne vel moluptae  
velisinci am fugiam si optur.

2. Mint quis sende corum illende lesequis mossi  
quidit, omni quo consequae.

### Titrage

Gravur Condensed bold  
40 pt / auto  
¶ + 4  
V/A = opt.

### Chapô

Gravur Condensed bold  
titrage div 2 / auto  
¶ + 4  
V/A = opt.

### Texte Courant

Barlow Semi-Condensed  
Regular  
Chapô -6pt / auto  
¶ + 4  
V/A = opt.

### Exergue

Barlow Semi-Condensed  
Semibold  
Chapô -6pt / auto  
¶ + 4  
V/A = opt.

### Notes

Barlow Semi-Condensed  
regular  
Texte courant -4pt / auto  
¶ + 5  
V/A = opt.

## Autres exemples d'association des polices

En jouant avec ces principes, une multitude d'association est possible. La typographie principale, Gravur, peut-être associée avec d'autres typographies, choisies selon les besoins.

### Témoignage

Hanen, Charente

Avec un vieil ordinateur pour quatre, il y avait des plages horaires pour chacun. L'ordinateur

## Intro

Les Villages d'enfants Copain du Monde se développent en France et à l'étranger depuis 20 ans, mais quelle est leur originalité ? Qu'apportent-ils aux enfants et aux adultes ? Initiés par le Secours populaire français, ces séjours d'apprentissage de la solidarité font grandir l'humanité des enfants comme des adultes.

Au total, **86** entretiens ont été menés, dont **67** auprès de personnes aidées, parmi lesquelles **16** étaient également bénévoles.

## Synthèse de l'étude

- L'aide alimentaire, un soutien indispensable et une réponse à un besoin vital**

#### Note de synthèse

L'utilité sociétale  
des Villages  
d'enfants  
Copain du Monde  
du Secours  
populaire français

« Ce réseau engagé, amical, professionnel, agit comme une spirale de solidarité et d'engagement : un vrai sentiment d'appartenance émerge. On a vécu un village, on est Copain du Monde ! On fait partie d'une même Famille du Monde ! »

# 57 %

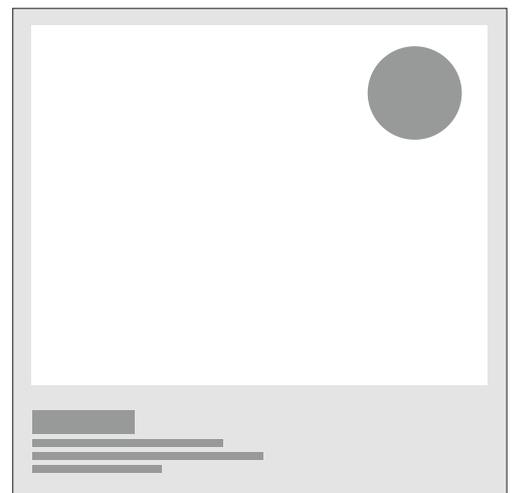
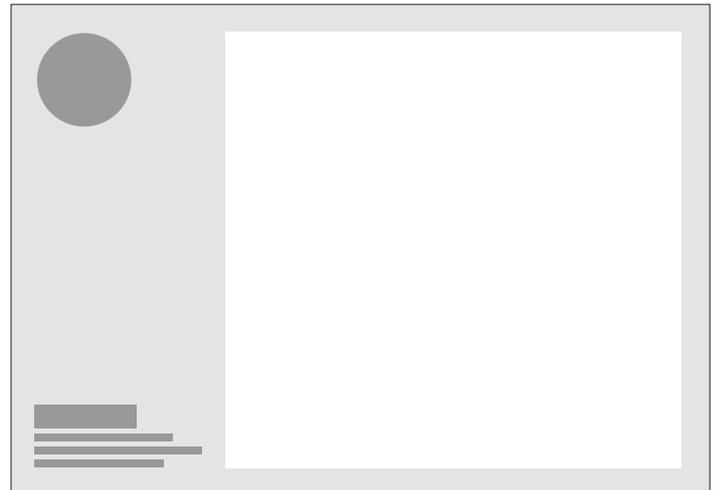
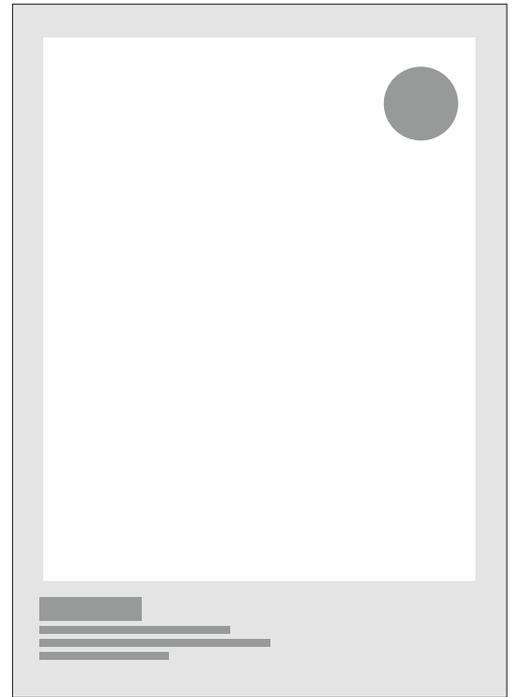
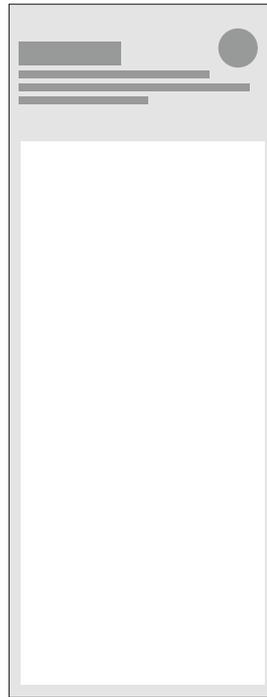
des enfants ont indiqué être restés en contact avec des enfants étrangers

Grandir notre *humanité* ensemble

**PORTRAIT.** Sur la Côte d'Opale l'ONF et le Conservatoire du littoral fondent une alliance afin de prévenir les

**Principes de composition**

Concernant la composition des visuels, on veillera à respecter les principes de base de la composition d'images. – Optimiser les contrastes et la hiérarchisation des formes – ne pas oublier de laisser des espaces suffisants conséquents pour les respirations – privilégier une dominance de l'image par rapport au texte afin d'instaurer d'abord une sensibilité puis ensuite une réflexion avec le texte.



### Utilisation des blocs

Pour créer des espaces de lectures bien distincts vous pouvez utiliser cette règle qui permet de diviser votre page en zone. Pour cela il suffit de diviser la hauteur ou la largeur de votre document par 2,75. Vous pouvez intervertir les zones entres elles.



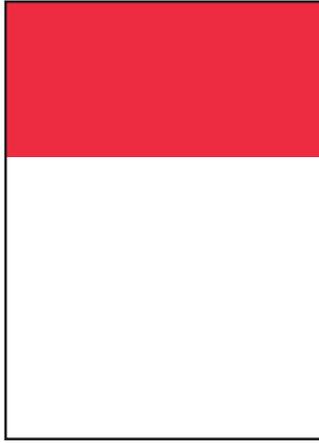
Veillez à placer le logo en version monochrome blanche sur les blocs couleurs.



Quand le bloc est blanc le logo est toujours en bicromie, sauf cas exceptionnel

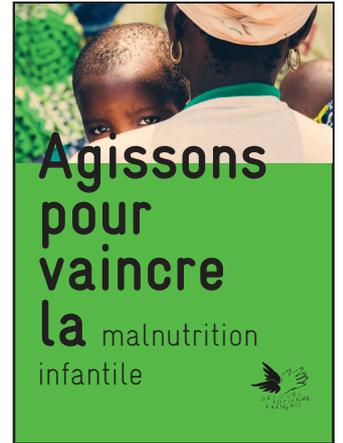
1

**Rapport :** h/2,75  
(voir la section  
Utilisation des  
blocs)



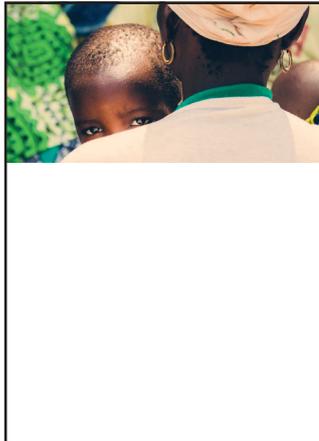
5

**Logo :** Toujours en  
bas à droite.  
Avec ou sans  
cartouche.



2

**Image :**  
De préférence dont  
le/les sujet(s) ne  
pose(nt) pas.



6

Possibilité d'ajouter  
de l'information  
à l'aide d'un  
cartouche.



3

**Couleur :**  
Complémentaire  
ou présente dans  
l'image.



**Cas particuliers**

Dans le cas où  
la couleur est  
sombre, le texte  
doit être blanc  
pour maintenir un  
contraste suffisant.

Optimiser l'espace  
de composition avec  
la taille du texte.



4

**Texte :** Titre à cheval  
sur la photo, pour  
créer du lien entre  
les deux parties.

**Gravur Condensed  
Bold**

Gravur Condensed  
Light



Attention à veiller à  
la visibilité du texte  
superposé à l'image.



## Couleurs

Il existe trois codes couleur de marquage de véhicule, afin de s'adapter aux multiples peintures existantes.

1

### Pour les véhicules blancs (à privilégier) :

Les logos sont tricolore. Les textes sont bleus.

(voir les couleurs du logo)



2

### Pour les véhicules sombres :

Les logos sont blancs. Les textes sont blancs.



3

### Pour les véhicules clairs :

Les logos sont noirs. Les textes sont noirs.



Pour les véhicules de couleurs moyennes, référez-vous à ce nuancier pour déterminer le code couleur à utiliser.



Blanc

Noir

# Textes

## L'intitulé

Il se place sur les côtés du véhicule. Si il est sur deux lignes, il doit être aligné à gauche du côté gauche du véhicule et aligné à droite du côté droit, de sorte à être toujours dans le sens de la marche.

Gravur Condensed  
Regular

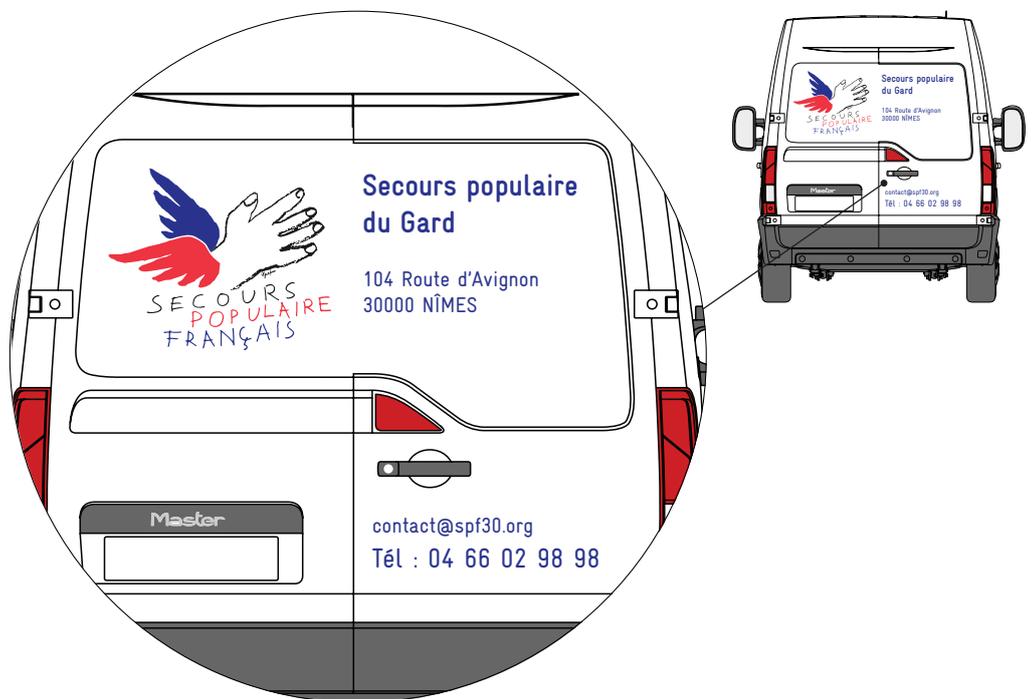
## Les informations

Elles se placent à l'arrière du véhicule. Aligné à gauche, elles donnent le département du Secours populaire, son adresse ainsi que ses coordonnées (si l'espace le permet).

Gravur Condensed Bold  
Gravur Condensed Light

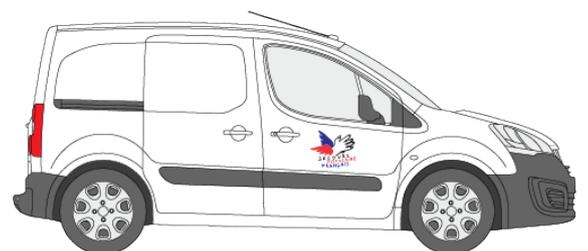
Grâce à vos dons  
la solidarité avance.

Grâce à vos dons la solidarité avance.



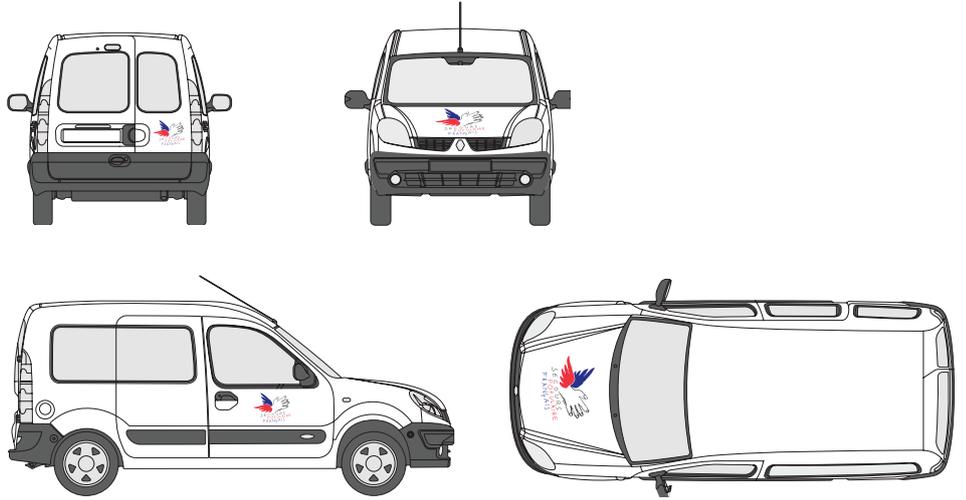
## Reliefs et ouvertures

Pour maintenir une bonne lisibilité des éléments, éviter de les superposer avec le relief et les ouvertures des véhicules.



## Logos

Le logo, si possible, doit être visible sur tous les côtés du véhicule. Sur l'avant du véhicule, il doit être centré.



## Disposition

Selon la surface disponible sur le véhicule, les textes et logos peuvent changer de place.



Voici quelques exemples :

Le logo peut prendre de l'espace.



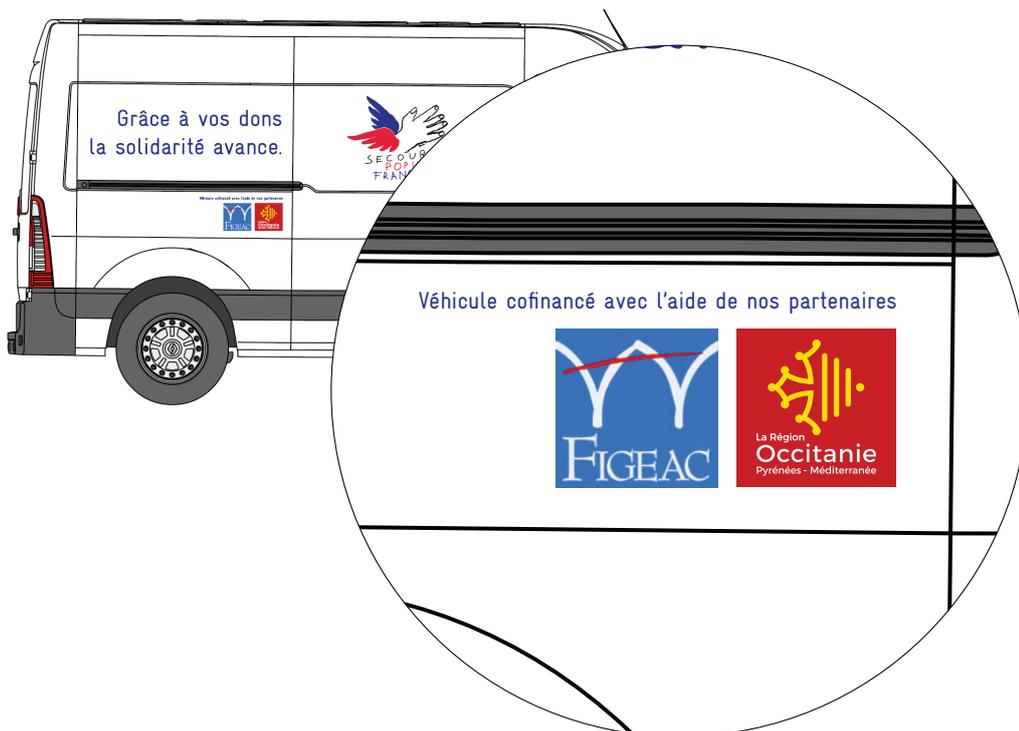
À l'avant de ce type de véhicule, le logo se place au dessus du pare-brise.





## Visibilité

Des bandes réfléchissantes peuvent être ajoutées. Cela peut être utile afin de garantir la sécurité, lors des maraudes de nuit.



## Partenariat

Les logos des partenaires peuvent être ajoutés sur les côtés.



Soyez vigilant avec les dimensions des logos partenaires afin qu'ils ne soient pas plus grands que celui du Secours populaire

### Gilet visibilité

Voici un exemple de positionnement du logo sur le gilet bleu haute visibilité. Utile lors des maraudes et des actions de collecte.



Face

Dos

### Gilet reporter

Voici le positionnement pour le gilet reporter. Pratique et robuste il est utile lors des actions d'urgence. Le porter permet d'être facilement identifiable au près des partenaires et des autorités.



Face

Dos

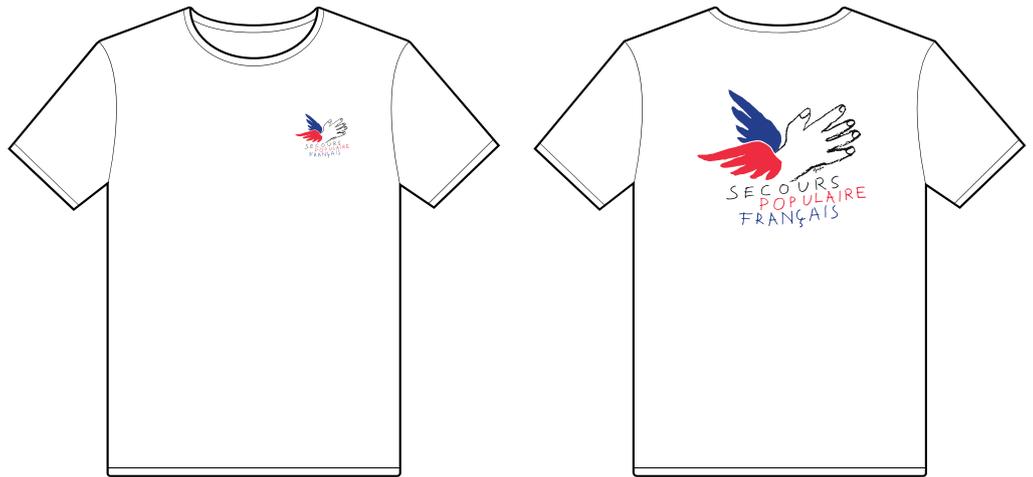
### Casquette

Utile comme objet de visibilité mais aussi comme objet évènementiel. Voici un exemple pour le positionnement du logo du Spf et d'un logo de partenaire.



### T-shirt blanc

Un petit logo couleur côté cœur. Un grand logo couleur au dos.

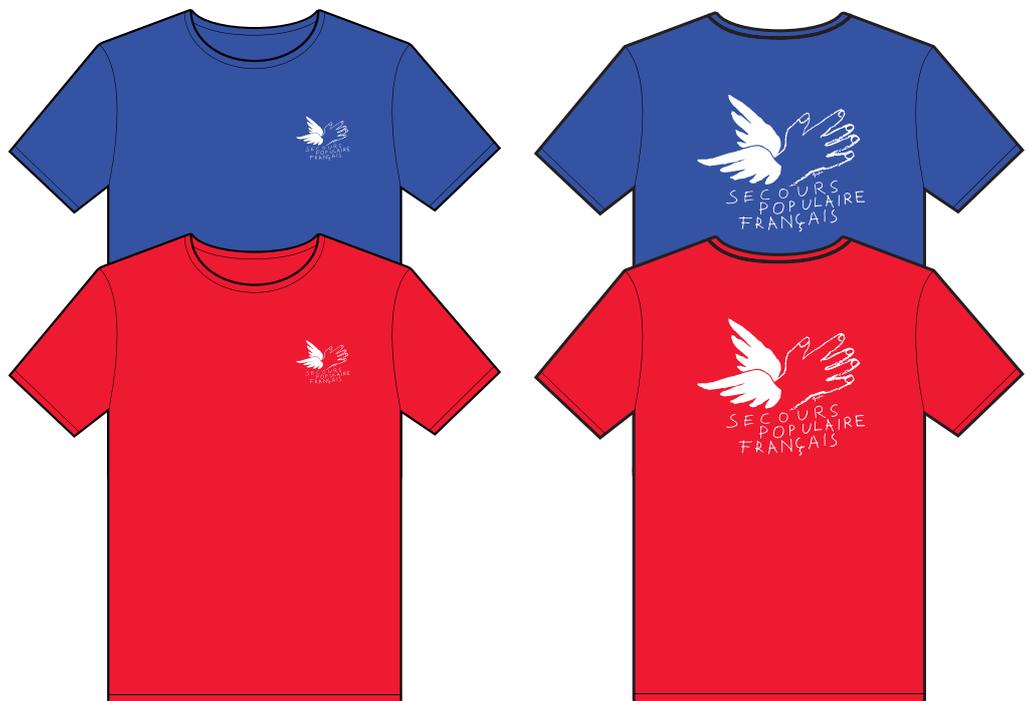


Face

Dos

### T-shirt de couleurs

Si le t-shirt est sombre on privilégiera un logo blanc monochrome. Si le t-shirt est plus clair alors il peut-être utile de mettre le logo en noir monochrome. L'important est de veiller au contraste.



Face

Dos

### Partenariat

Les logos des partenaires peuvent être ajoutés sur le devant côté droit.



Soyez vigilant avec les dimensions des logos partenaires afin qu'ils ne soient pas plus grands que celui du Secours populaire

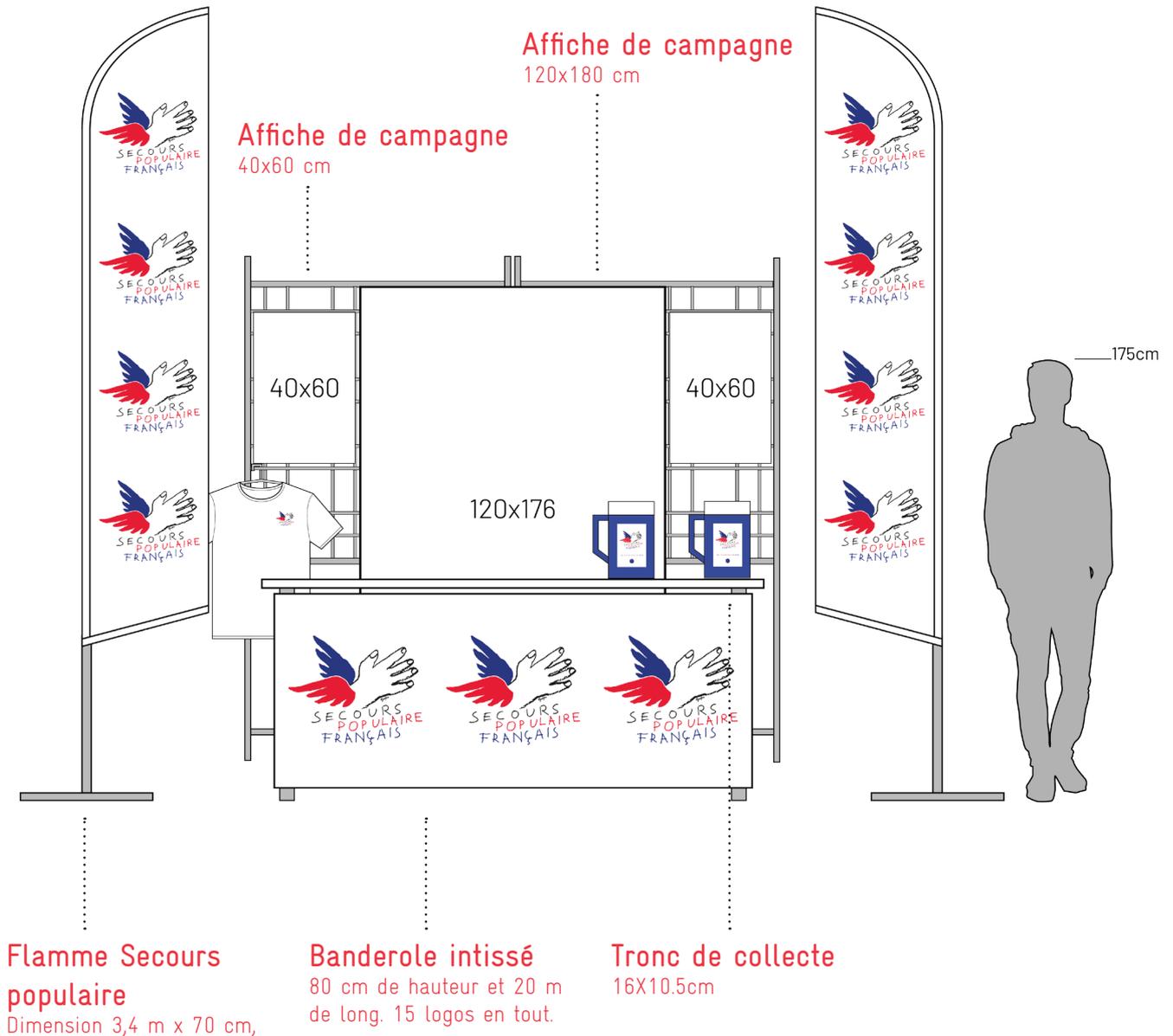


Face

Dos

### Visibilité lors de vos évènements

Lors de vos évènements, rendez-vous visible de loin en utilisant les bons outils pour la bonne distance. Ci-dessous un exemple de disposition sur deux grilles cadies 1m x 2m (Exemple forum des associations). Le tout peut-être commandé au service économat du national.





Accès à la culture



Accès aux droits



Accès aux logements



Accès aux soins



Accès aux sports



Accès à l'eau potable



Accès à l'énergie



Accompagnement  
scolaire



Activités génératrice  
de revenus



Administration



Aide alimentaire



Aide aux migrants  
réfugiés



Aide aux sans-abri



Aide vestimentaire  
matérielle



Antennes



Association nationale



Bénévolat



Chasse aux œufs



Collecte au tronc



Comité



Contributions  
volontaires en nature



Copain du monde



Déclaration



Distribution d'eau  
potable



Don de matériel



Dons dématérialisés



Dons matérialisés



Dons



Échanges  
interculturels



Emplois des  
ressources



Espace collaboratif



Espace de travail



Espace documentaire



Espace DSI



Fédération



Fonds privés



Formation



Frais de  
fonctionnement



Frais de recherche de  
fonds



Gestion de dossier  
juridique



Insertion sociale et  
professionnelle



Legs



Médecin du Secours  
populaire



Mise à l'abri



Missions sociales  
dans le monde



Missions sociales en  
France



Mon agenda



Noël

Collection / Pictogrammes



Pauvreté précarité



Personnes aidées



Photographe



Pop action



Pop médiathèque



Pop transfert



Prestation en nature



Programme de  
développement  
agricole



Programme de  
développement



Recette d'initiatives  
populaire



Région Secours  
populaire



Scolarisation



Sécurité alimentaire



Séminaire populaire



Subventions



Urgence



Vacances d'été



Vacances d'hiver



Visio



Webchat



Wiki du Secours  
populaire français