



Télécom Paris Executive Education

CHARTE GRAPHIQUE 2022

Version 1.0 - Octobre 2021

1. LOGOTYPE

Généralités	3
Logotype sur fonds	4
Version horizontale	5
Interdits	6

2. UNIVERS CHROMATIQUE

La gamme chromatique	8
----------------------	---

3. UNIVERS TYPOGRAPHIQUE

Typographie dédiée	9
Typographie bureautique	10

4. UNIVERS ICONOGRAPHIQUE

Les photographies	11
-------------------	----

5. ÉLÉMENTS BUREAUTIQUE

Signatures e-mails	12
Masque Powerpoint	13

6. ÉLÉMENTS DE LANGAGE

Comment se raconter	14
---------------------	----

7. ÉLÉMENTS D'ACCESSIBILITÉ

Comment se raconter	15
---------------------	----



LOGOTYPE EN COULEURS

Les couleurs du logotype ne doivent pas être modifiées. Elles contribuent à la reconnaissance de la marque, il est donc important de les respecter en n'utilisant que les logotypes fournis.

LOGOTYPE MONOCHROME NOIR OU BLANC

Le logotype noir est utilisé uniquement sur les fax. Le logotype blanc pourra faire l'objet d'utilisations particulières (marquage, sérigraphie) à valider avec le service communication.

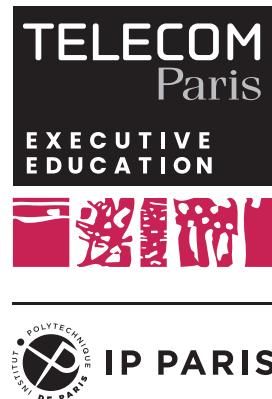
ZONE DE PROTECTION

Une zone de protection doit être ménagée autour du logo pour en accroître la lisibilité sur des fonds complexes. Aucun élément graphique ne peut y pénétrer. La zone de protection est égale à la hauteur du M.

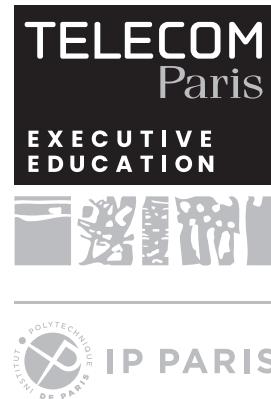
TAILLE MINIMALE

Le logotype ne doit jamais apparaître à une taille inférieure à 15 mm. En dessous de cette taille, il faut utiliser le logo simplifié.

Couleurs fond clair



Monochrome tramé



Monochromes noir / blanc



Couleurs fond foncé



Taille minimale et logo simplifié



Zone de protection



LOGOTYPE SUR FONDS

Le logotype peut être reproduit sur différents fonds de couleurs ou photographiques qu'ils soient clairs ou foncés. Il convient d'utiliser la version avec un contour blanc (disponible dans la valise de logotypes) dans tous les cas, voir ci-contre.



VERSION HORIZONTALE

Dans les cas où le logotype vertical ne peut être utilisé, merci d'utiliser la version horizontale ci-contre. Dans ce cas, il sera nécessaire de faire valider son utilisation par le service communication.



INTERDITS

La forme du logotype, ses proportions, sa typographie, ses couleurs sont immuables.

Le logo Télécom Paris Executive Education ne peut être utilisé sans l'endossement IP Paris.

L'endossement IP Paris ne peut être modifié.

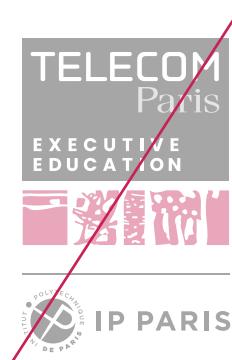
Toutes ces règles sont à observer tant pour le logotype vertical qu'horizontal.



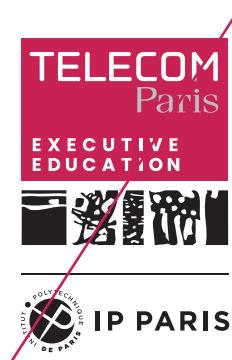
Ne pas modifier la disposition des éléments



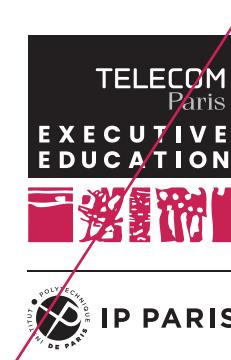
Ne pas supprimer un élément du logotype



Ne pas tramer le logotype



Ne pas modifier les couleurs du logo



Ne pas modifier la taille ou l'emplacement de la typographie



Ne pas déformer le logotype



Ne pas faire effectuer une rotation au logotype



Ne pas ajouter d'ombre portée

INTERDITS

La forme du logotype, ses proportions, sa typographie, ses couleurs sont immuables.

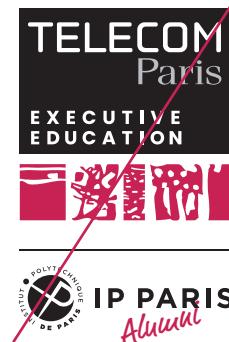
Le logo Télécom Paris Executive Education ne peut être utilisé sans l'endossement IP Paris.

L'endossement IP Paris ne peut être modifié.

Toutes ces règles sont à observer tant pour le logotype vertical qu'horizontal.



Ne pas modifier les typographies



Ne pas ajouter du contenu dans le logotype

LA GAMME CHROMATIQUE DE L'ÉCOLE

Il est impératif de respecter l'univers chromatique de Télécom Paris. Ainsi, le rouge, le noir et le gris sont les couleurs identitaires de Télécom Paris Executive Education.



Pantone Pantone 193C
Quadri C20 M100 J60 N0
RVB R191 V18 B56
WEB #C71748

Pantone NA
Quadri C0 M0 J0 N100
RVB R0 V0 B0
WEB #C00000

Pantone NA
Quadri C0 M0 J0 N30
RVB R198 V198 B198
WEB #C6C6C6

UN UNIVERS TYPOGRAPHIQUE DÉDIÉ

Afin de supporter nos valeurs, nous utilisons la Poppins pour l'intégralité de nos communications, tant print que digitales. Cette typographie géométrique sans serif, créée par l'Indian Type Foundry en 2014 est disponible en Open Source sur Google Fonts. Disponible en neuf graisses différentes, elle offre une palette d'expressions typographiques dense tout en assurant une parfaite lisibilité, quels que soient les supports.

Pour les différentes valeurs de titres, nous utilisons la version Bold et préférions les versions Regular voir Medium pour les textes courants. Pour les titres courts (notamment les surtitres), nous utilisons la version Bold, en capitales, avec une approche de 50pts.

Poppins Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789>?!,:@&+

Poppins Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789>?!,:@&+

Poppins Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789>?!,:@&+

CECI EST UN TITRE COURT

Ceci est un titre long sur plusieurs lignes

Ceci est un texte courant um eat quatis ereium
quamet omnia dolupis dolora dernat ut qui aut
dolorem quo expero omnimposam ium volorep
udipienis sanis mos eiuscimil exa.

Poppins Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789>?!,:@&+

Poppins Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789>?!,:@&+

Poppins Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789>?!,:@&+

TYPOGRAPHIES BUREAUTIQUE

Dans les cas où il est impossible d'utiliser la Poppins, nous utilisons l'Arial. C'est essentiellement le cas lors de l'utilisation des suites bureautiques Microsoft (Word, Powerpoint et Excel), mais également dans nos signatures d'emails.

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789>?!,:@&+

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789>?!,:@&+

Arial Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789>?!,:@&+

Arial Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789>?!,:@&+

PHOTOGRAPHIES

Afin d'asseoir notre positionnement, nous avons opté pour des visuels photographiques représentant l'humain. Des humains naturels, décontractés, dans leurs espaces de travail, de formation et de vie, heureux. L'humain est au cœur de notre proposition de valeur, il se doit d'être au centre de notre communication.

Pour conserver une cohérence graphique entre nos différents supports, il est important de respecter certaines règles dans le choix des photographies :

- Éviter les photographies trop connotées banques images (fond blanc, mains tenant une jeune pousse...)
- Ne pas utiliser de photographies retouchées graphiquement
- Ne pas utiliser de photographies montrant un produit technologique obsolète (vieux laptop, téléphone mobile...)
- Ne pas utiliser de photographies peu réalistes
- Utiliser des photographies profitant d'une belle profondeur de champ
- Les personnages doivent être souriants



NOTRE SIGNATURE E-MAIL

Afin de marquer notre relation de proximité avec Télécom Paris, nous reprennons les mêmes codes visuels que l'école pour nos signatures emails.



MASQUE POWERPOINT

Notre masque Powerpoint permet de supporter toutes typologies de présentations. Il se veut simple et facile à utiliser.



6

6

TÉLÉCOM PARIS EXECUTIVE EDUCATION

La grande école d'ingénieurs n°1 du numérique au service des entreprises et des professionnels

COMMENT L'ÉCOLE PREND LA PAROLE ?

Dans toutes les communications internes et externes :

Télécom Paris Executive Education

Synonymes dans la documentation officielle et le langage commun :

- L'organisme de formation continue de Télécom Paris
- Le département formation continue de Télécom Paris
- L'organisme de formation continue

Utilisation d'un pronom :

Télécom Paris Executive Education pourra prendre la parole en utilisant également le pronom personnel "Nous" sur certaines communications pour donner une dimension incarnée à ses messages.

RAISON D'ÊTRE

Télécom Paris Executive Education s'inscrit pleinement dans la raison d'être de l'école sur la formation et l'accompagnement des professionnels et des entreprises

Former, imaginer et entreprendre pour concevoir des modèles, des technologies et des solutions numériques au service d'une société et d'une économie respectueuses de l'humain et de son environnement.

PROPOSITION DE VALEUR

Ce que fait Télécom Paris Executive Education (son métier)

De la formation continue professionnalisaante

Qu'est-ce qui fait la différence par rapport aux concurrents :

Télécom Paris Executive Education a la capacité d'accompagner une montée en compétences adaptée à l'entreprise et à l'individu sur le numérique et ses enjeux techniques, organisationnels et business.

Pour soutenir ses enjeux de business et ressembler au monde dans lequel il évolue, Télécom Paris Executive Education donne accès aux formations à tous les talents dans leur diversité.

Progresser en termes de maintien dans l'emploi de personnes en situation de handicap, c'est mettre en place toutes les conditions favorables qui permettent de les prendre en compte et de ne pas les exclure par nos processus et nos outils, en particulier au niveau de l'accessibilité de l'information. Grâce aux nouvelles technologies, l'information est accessible à tous, y compris aux personnes en situation de handicap, quel que soit celui-ci. Mais cela implique que lors de la phase de conception de documents, un certain nombre de règles d'accessibilité soient respectées.

Pour faciliter la personnalisation de l'affichage par les personnes malvoyantes (grossissement des caractères, changement des couleurs et des polices) et la navigation des personnes qui ne peuvent pas utiliser la souris.

Pour permettre de restituer correctement l'information aux synthèses vocales utilisées par les personnes aveugles et aux personnes qui ne distinguent pas correctement les couleurs.

Pour aider les personnes ayant un trouble de l'apprentissage (dyslexie, dyspraxie...) à mieux se repérer et à comprendre plus facilement un document.

Pour faciliter l'accès à tous nos documents par tous les utilisateurs finaux.

DONNER UN TITRE ET UN NOM SIGNIFICATIFS AUX DOCUMENTS

Dans Word et dans les versions PDF des documents d'édition, utiliser la fonction "Propriétés" du document. Dans un contenu Web, utiliser la balise prévue à cet effet.

INSÉRER UNE LÉGENDE TEXTUELLE AUX IMAGES QUI VÉHICULENT DE L'INFORMATION

Il faut impérativement insérer une légende lorsque l'image est porteuse d'information ou lorsque du texte est inscrit sur celle-ci. Lorsque l'image est décorative ou si l'information portée par l'image est reprise dans le texte présent sur la même page, insérer une légende n'est pas obligatoire.

STRUCTURER LES CONTENUS AVEC DES TITRES ET SOUS-TITRES

Dans Word, utiliser les styles de titres. Dans les versions PDF des documents d'édition et contenus Web, utiliser les balises de titrailles.

AJOUTER L'ÉQUIVALENT D'UN SOMMAIRE AUX DOCUMENTS

Dans Word, utiliser l'outil d'insertion d'une table des matières. Dans les versions PDF des documents d'édition, générer des signets.

UTILISER DES CONTRASTES GARANTISSANT UNE BONNE LISIBILITÉ DE L'INFORMATION

Un texte faiblement lisible, qui nécessite d'être grossi ou de se rapprocher de l'écran pour être lu, est généralement insuffisamment contrasté.

SUR LES TABLEAUX DE DONNÉES, IDENTIFIER LES EN-TÊTES DE LIGNES ET DE COLONNES ET ASSOCIER CHAQUE CELLULE À SON OU SES EN-TÊTES

Cela permet, lors d'une restitution vocale de l'information que les en-têtes soient rappelés à la lecture d'une cellule. Sans cela, les cellules sont lues les unes après les autres et il devient difficile de s'orienter dans un tableau.

ÉCRIRE DES LIENS HYPERTEXTES EXPLICITES

Pour identifier rapidement la destination d'un lien en utilisant une synthèse vocale ou pour des personnes atteintes d'un trouble de l'apprentissage.

Exemples : "Accéder à la formation XY" plutôt que "Cliquez ici pour accéder à la formation"

"Espace formation de Télécom Paris Executive Education" plutôt que "<http://www.executive-education.telecom-paris/servlet/formations-fr.html>"

EXPLICITER LES ACRONYMES ET ABRÉVIATIONS

Pour permettre une meilleure compréhension des contenus à tous les utilisateurs. Un acronyme ou une abréviation peuvent être explicités uniquement lors de leur première occurrence dans le document.

Exemple : écrire "CA (chiffre d'affaires)" à la première occurrence de l'abréviation dans le document.

VOTRE CONTACT

Dominique B. MATZUTAT

Chief Marketing Officer (CMO)

Phone +33 1 75 31 96 04

Mobile +33 6 01 85 67 53

Mail dominique.matzutat@telecom-paris.fr