



IP PARIS

# Télécom Paris Executive Education

## CHARTRE 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

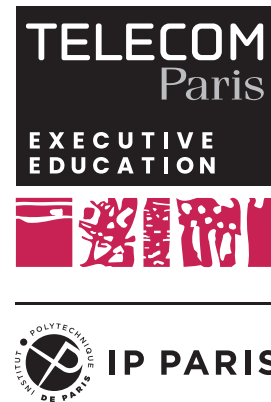
Une zone de protection doit être ménagée autour du logo pour en accroître la lisibilité sur des fonds complexes. Aucun élément graphique ne peut y pénétrer. La zone de protection est égale à la hauteur du M.

## 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



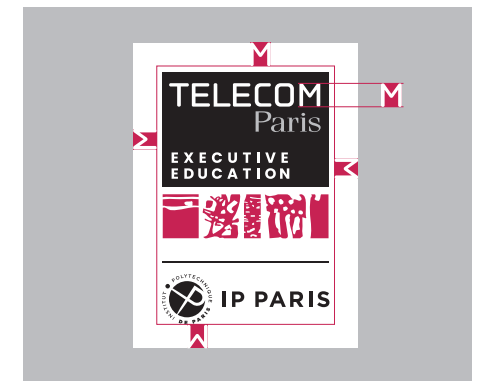
Couleurs fond foncé



Taille minimale et logo simplifié



Zone de protection



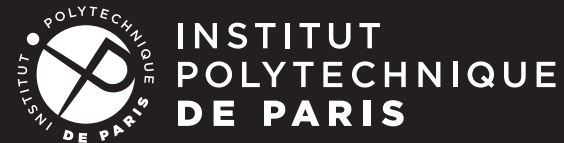
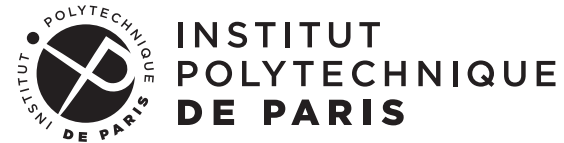
**LOGOTYPE SUR FONDS**

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.

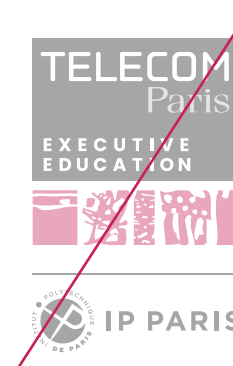
Toutes ces règles sont à observer tant pour le logotype vertical qu'horizontal.



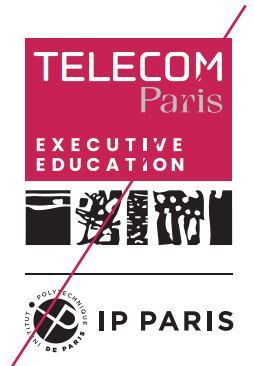
Ne pas modifier la disposition des éléments



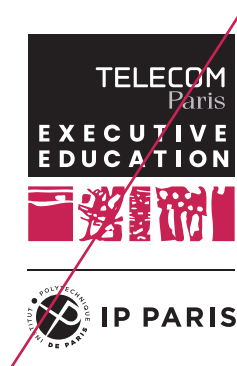
Ne pas supprimer un élément du logotype



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

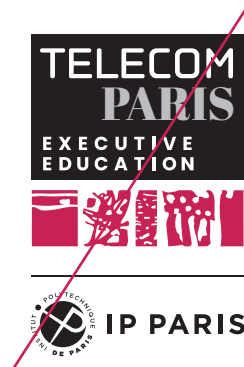
**INTERDITS**

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

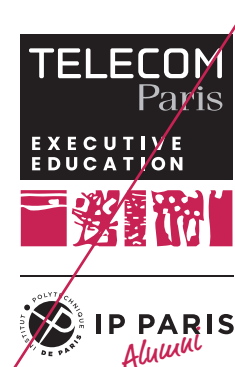
Le logo Télécom Paris Executive Education ne peut être utilisé sans l'endossement IP Paris.

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.



<b>Pantone</b>	Pantone 193C
<b>Quadri</b>	C20 M100 J60 N0
<b>RVB</b>	R191 V18 B56
<b>WEB</b>	#C71748



<b>Pantone</b>	NA
<b>Quadri</b>	C0 M0 J0 N100
<b>RVB</b>	R0 V0 B0
<b>WEB</b>	#C00000



<b>Pantone</b>	NA
<b>Quadri</b>	C0 M0 J0 N30
<b>RVB</b>	R198 V198 B198
<b>WEB</b>	#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 sérif, 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 préférons 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>?!.,:@&+

### Poppins Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789>?!.,:@&+

### Poppins Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789>?!.,:@&+

### Poppins Italic

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 expere omnimposam ium volorep  
udipienis sanis mos eiuscimil exa.

**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&gt;?!.,:@&amp;+

***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 reprenons les mêmes codes visuels que l'école pour nos signatures emails.



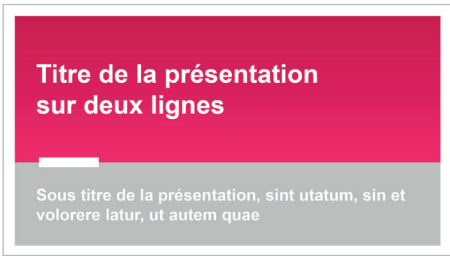
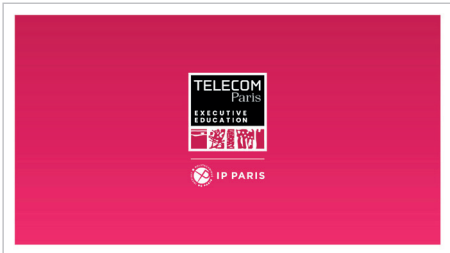
**Dominique B. MATZUTAT**  
Chief Marketing Officer (CMO)  
01 75 31 96 04  
06 01 85 67 53

19 place Margueritte Perey  
CS 20031  
91123 Palaiseau Cedex



MASQUE POWERPOINT

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



**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 professionnalisante

**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 titraillles.

### 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](mailto:dominique.matzutat@telecom-paris.fr)