

**Notre identité
en un clin d'oeil**



Notre promesse

**Toujours là pour vous connecter à
l'essentiel.**

- 1** Rester proche de nos clients grâce à nos équipes, notre réseau et notre marque.
- 2** Se concentrer sur ce qui est essentiel aux yeux de nos clients et le proposer avec simplicité.
- 3** Être pertinent pour la vie de nos clients et en phase avec leurs besoins.

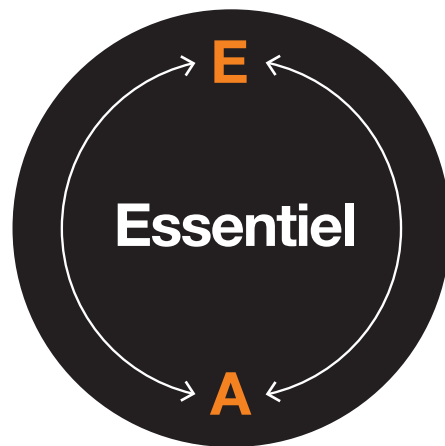
Notre posture

Écouter et agir.

Nous sommes à l'écoute pour anticiper les attentes de nos clients afin qu'ils sachent que nous les avons entendus.

Nous agissons rapidement et efficacement pour satisfaire nos clients de sorte qu'ils savent que nous répondons toujours à leurs attentes.

Nous simplifions nos actions pour nous concentrer sur ce qui compte vraiment pour nos clients afin qu'ils sachent que nous restons centrés sur ce qui est essentiel pour eux.



Notre personnalité

Nos traits de personnalité permettent de construire une marque cohérente et forte et guident notre ton de marque, notre style pour les photos et les illustrations et notre style musical.

Proche

Nous sommes aux côtés de nos clients pour comprendre et anticiper leurs besoins et y apporter une réponse personnalisée et juste. Nous construisons une relation de confiance, respectueuse, unique.

Simple

Nous parlons de manière claire et directe, nous évitons le jargon. Nous simplifions ce qui est complexe et nous facilitons l'accès au digital.

Positif

Nous sommes bienveillants et nous avons confiance en l'avenir. Nous sommes sûrs de notre expertise pour simplifier et enrichir le quotidien. Notre enthousiasme est communicatif.

Audacieux

Nous sommes ouverts au monde et à ses opportunités. Nous osons penser et agir différemment. Nous nous appuyons sur nos forces pour innover, remettre en cause les conventions et améliorer la manière dont nous agissons.

Il n'est pas nécessaire d'appliquer tous les traits de personnalité en même temps. Avant tout, restez simple et proche. Puis cherchez des opportunités pour être positif et audacieux quand cela est approprié. Un peu d'humour, sans trop en faire, peut rendre vos supports de communication plus chaleureux et nous aider à être plus humain.

Notre identité

**Tous les éléments d'identité
soutiennent notre stratégie. Les voici
en un coup d'œil.**

orangeTM

Couleurs



Typographie

Aa

Illustrations



Photographies



Language

Hello



Ícônes



Pastilles



Logo

Le logo Orange est l'élément le plus important et le plus reconnaissable de notre identité. Il signe tout ce que nous faisons.

Notre logo se positionne toujours dans un coin avec une zone de sécurité autour égale à la moitié de sa taille.

orangeTM

Small logo

Le small logo répond à deux objectifs, être visible sur les petits formats et optimiser notre visibilité sur le digital.

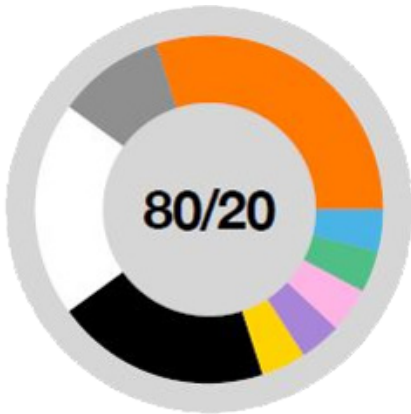
Il s'utilise en dessous des tailles suivantes :

- **50 px sur les desktop et tablettes**
- **30 px sur les écrans mobiles**
- **10 mm sur les supports imprimés et pour marquer les produits.**



Couleurs

Nous sommes une marque qui s'appuie sur le noir, le blanc et l'orange, notre palette de couleurs principales. Notre palette de couleurs secondaires rend notre marque plus rayonnante avec du bleu, de jaune, du vert, du violet et du rose.



Que vous créiez une illustration simple, utilisez toujours un mélange de couleurs principales et couleurs secondaires en respectant l'équilibre suivant :

- **Un minimum de 80% pour les couleurs principales dont 30% d'orange comme couleur emblématique**
- **20% maximum pour les couleurs secondaires**



Les couleurs secondaires doivent être utilisées avec parcimonie pour rajouter de la fraîcheur à nos supports de communication (illustrations, graphiques, infographies).

Elles ne doivent pas être associées à un sujet (par exemple le bleu pour le business ou le jaune pour Fun).

Codes couleurs

Nos couleurs principales sont l'orange, le noir et le blanc. Celles-ci sont accompagnées du gris et de cinq couleurs secondaires.

Orange

PMS® 151

CMJN 0/60/100/0

RVB 255/121/0

HEX #FF7900

Noir

CMJN 0/0/0/100

RVB 0/0/0

HEX #000000

Blanc

CMJN 0/0/0/100

RVB 255/255/255

HEX #FFFFFF

Gris clair

CMJN 18/12/13/0

RVB 216/217/219

HEX #d8d9db

Bleu

PMS® 298

CMJN 57/3/0/0

RVB 75/180/230

HEX #4BB4E6

Vert

PMS® 3255

CMJN 70/0/50/0

RVB 80/190/135

HEX #50BE87

Rose

PMS® 2036

CMJN 0/40/0/0

RVB 255/180/230

HEX #FFB4E6

Violet

PMS® 2087

CMJN 55/60/0/0

RVB 168/133/216

HEX #A885D8

Jaune

PMS® 114

CMJN 0/3/100/0

RVB 255/210/0

HEX #FFD200

Typographie

**Notre typographie est l'Helvetica
Neue. Elle est simple et claire et
permet de se concentrer sur ce qui
est essentiel.**

Notre typographie est l'Helvetica Neue. Elle est simple et claire et permet de se concentrer sur ce qui est essentiel.

Les phrases suivent les règles de grammaire et de ponctuation usuelles, commencent par une majuscule et se terminent par un point. N'écrivez jamais tout en majuscule.

75

Utilisez la version 75 Bold partout où cela est possible et si nécessaire l'Helvetica Neue 55 Roman pour les corps de textes plus petits, et les textes courants.

N'utilisez jamais l'italique ou le gras.

Blanc
Noir
Orange

Utilisez le blanc, le noir ou l'orange pour tous les textes. N'écrivez jamais avec les couleurs secondaires ni en orange sur fond de couleur secondaire.

Illustrations

Notre style d'illustration est flexible, à plat, épuré, graphique et coloré. Il nous permet de donner vie à nos supports de communication et notre personnalité.

À minima 60% pour les couleurs principales dont 15% minimum pour l'orange, et 40% de couleurs secondaires maximum.



Photographies

Nous utilisons les photos pour toutes sortes de messages et supports de communication.

Elles nous aident à construire des histoires autour des essentiels et donner vie à notre personnalité de marque.



Les photos doivent toujours renforcer l'idée de la communication et notre personnalité : proche, simple, positif et audacieux.

La lumière, la couleur et la saturation doivent être naturelles. Nous n'ajoutons désormais plus de couleurs secondaires à nos photos.



Nos photos sont prises à une distance telle qu'une conversation pourrait être engagée.

Language de marque

Le langage de notre marque est basé sur ce que nous disons (le contenu de nos messages) et notre façon de le dire (notre ton). Il exprime notre personnalité, notre assurance et notre expertise de façon crédible et unique, quelle que soit la langue utilisée.

Notre ton donne vie à notre discours en s'appuyant sur notre personnalité (proche, simple, positif, audacieux). Nous ne gardons que l'essentiel dans ce que nous disons.

Notre ton est dépourvu de jargon technique ou commercial alambiqué, ou de langage branché et nous permet de nous adresser à notre audience comme le ferait une personne réelle.

Évitez les points d'exclamation.



Icônes

Les icônes sont utilisées pour représenter nos produits, nos services ou des fonctions. Elles peuvent être utilisées comme illustrations sur les supports de communication ou de manière fonctionnelle sur les supports interactifs.



La création d'icônes est centralisée et complète la bibliothèque 'Solaris'. Elles sont toujours plates, sans ombre ni effet 3D.

Une icône est monochrome, noire, blanche ou orange, excepté dans les découpes et sur fond de couleur secondaire où elle est noire ou blanche.

En digital, l'orange est utilisé pour les éléments fonctionnels (roll-over, clic ou animation).

Pastilles

Les pastilles servent à mettre en avant une promotion, une offre, un produit. Elles sont toujours orange et de la taille que vous souhaitez sur le support de communication.

[illegible][illegible]

Merci