

Ce document est la base de référence de l'univers graphique de la société Aegis Consulting. Il sert de ligne de conduite en interne comme en externe pour représenter la marque, en lui associant une image singulière, par exemple auprès des graphistes ou imprimeurs. Il permet de faire ressortir des documents deux valeurs essentielles : qualité et homogénéité.

Pour tout usage qui n'est pas étudié dans cette charte, il est de bon aloi de faire valider les documents par le département communication d'Aegis Consulting.

La charte n'est pas figée. Elle est amenée à évoluer de par les orientations et l'évolution de la structure d'Aegis Consulting, ainsi que le développement de sa communication.

## Table des matières

<b>1</b>	<b>Caractéristiques graphiques.....</b>	<b>3</b>
1.1	Logotype.....	3
1.1.1	L'original.....	3
1.1.1.1	Caractéristiques.....	3
1.1.1.2	Mode de composition.....	4
1.1.1.3	Règles d'utilisation.....	4
1.1.1.4	Contexte.....	5
1.1.2	Déclinaisons.....	9
1.1.2.1	Noir et blanc.....	9
1.1.2.2	Sur fond sombre.....	10
1.2	Colorimétrie.....	11
1.2.1	Logotype.....	11
1.2.2	Typographie.....	11
1.2.3	Nuancier.....	12
1.3	Typographie.....	14
1.3.1	Jeu de polices.....	14
1.3.2	Média.....	15
1.3.2.1	HTML.....	15
<b>2</b>	<b>Univers créatif.....</b>	<b>16</b>
2.1	Aspects de la société.....	16
2.2	Public.....	16
2.3	Image de marque.....	17
<b>3</b>	<b>Univers iconographique.....</b>	<b>17</b>
3.1	Ligne directrice.....	17
3.2	Base iconographique.....	18
<b>4</b>	<b>Papeterie.....</b>	<b>22</b>
4.1	En-tête de lettre.....	22
4.1.1	Ancienne version.....	22
4.1.2	Nouvelle version.....	23
4.2	Carte de visite.....	24
4.2.1	Ancienne version.....	24
4.2.2	Nouvelle version.....	24
4.3	Carte de correspondance.....	26
4.3.1	Ancienne version.....	26
4.3.2	Nouvelle version.....	26
<b>5</b>	<b>Validation des documents.....</b>	<b>26</b>

### Légende



Valide



À éviter

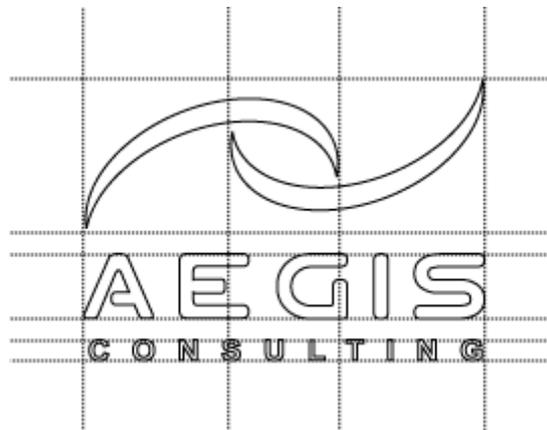
## 1 Caractéristiques graphiques

### 1.1 Logotype

#### 1.1.1 L'original

##### 1.1.1.1 Caractéristiques

Logo en couleur, largeur de 70 mm





**Réduction homothétique de l'original,  
avec 28 mm de largeur soit le minimum autorisé**



**Logo trop petit**



### 1.1.1.2 Mode de composition

*Avec les sources actuelles nous n'avons pu obtenir la typographie utilisée dans le logo.*

Le logo est formé de deux couleurs, bleu et noir bien délimitées : la première dans le graphique et la deuxième dans la typographie. Le bleu est une couleur qui participe à la sobriété et au caractère universel de l'entreprise.

On observe une symétrie sur les deux griffes, qui symbolisent la synergie des services d'intégration.

Ces griffes sont posées sur le texte « AEGIS » posé lui même sur « CONSULTING » lequel est écrit plus petit, avec approximativement un rapport de taille d'un tiers.

Les lettres MAJUSCULES sont donc utilisées, donnant un impact important.

Les deux mots ont malgré tout la même longueur, en jouant sur l'approche, renforçant l'idée de maîtrise et de stabilité de l'ensemble.

## 1.1.1.3 Règles d'utilisation

- Le rapport homothétique de taille entre le texte et le symbole doit être respecté, tout comme celui de la longueur/largeur du logo.



Logo écrasé



- Tout support doit afficher le logo d'Aegis Consulting, clairement visible, même s'il contient déjà un ou plusieurs logos.
- La signature doit toujours être associée au graphique.



logos incomplets



- La marque Aegis Consulting doit toujours être écrite de cette manière : pas de tiret entre « Aegis » et « Consulting », et une majuscule sur les capitales. De plus « Aegis » n'est pas un mot orphelin.

## 1.1.1.4 Contexte

- Position : en haut à gauche ou à droite, ou en bas à droite.



- Toujours sur fond blanc ou très clair pour faire contraste : avec un arrière-plan gris chaque composante RVB a une valeur d'au minimum 242,25 et en CMJN respectivement 4-2-2-0.



**Fonds trop sombres**



- Zone d'exclusion : plus importante que la hauteur du texte « CONSULTING » concernant aussi bien la marge horizontale que la marge verticale.



## Marge gauche trop petite



- Le logo ne doit pas être posé sur une photographie. Dans ce cas, utiliser un bandeau vertical ou horizontal.



**Logo sur photo**



## 1.1.2 Déclinaisons

### 1.1.2.1 Noir et blanc

#### Variante du logo en niveaux de gris



#### Variante en noir



## 1.1.2.2 Sur fond sombre

Si l'arrière-plan du logo est foncé, le logo doit être blanc. L'arrière-plan doit être assez foncé pour un bon contraste, et doit remplir son support, de façon verticale ou horizontale, donc en impression doit toucher le bord perdu (bord du papier) et pour un autre support le bord du document : le bandeau traverse tout le support sur un axe.



**L'arrière-plan du logo ne couvre pas le bord gauche**



**Fond trop clair**



## 1.2 Colorimétrie

### 1.2.1 Logotype



- **Pantone 2935 U + 10% de noir ;**
- CMJN : 92-76-5-0 ;
- RVB : 45-82-156 ;
- Web hexadécimale : #2D529c.



- **Pantone Black 100% ;**
- CMJN : 0-0-0-100 ;
- RVB : 0-0-0 ;
- Web hexadécimale : #000.

### 1.2.2 Typographie

Mêmes couleurs pour le titrage que les couleurs du logo : bleu Aegis Consulting ou noir.

Si la couleur bleu est utilisée dans les titrages, cette couleur doit être la couleur du premier niveau et éventuellement celle d'autres sous-titres.

Nous veillerons à ne pas utiliser une trop forte présence de bleu dans l'équilibre des couleurs d'un texte dans son ensemble.

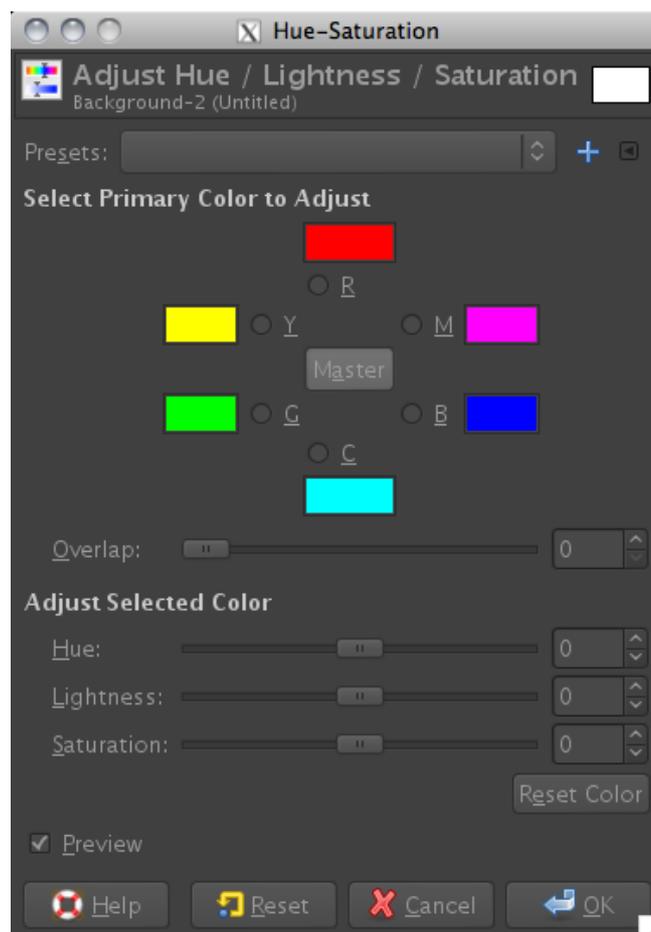
## 1.2.3 Nuancier

Il est possible de décliner le noir d'Aegis Consulting en niveaux de gris, et le bleu par différentes techniques dont la désaturation (évolution vers le noir & blanc), l'éclaircissement ou assombrissement.

### Désaturation



Dans [GIMP](#) pour la désaturation cliquer sur « Colors » / « Hue-Saturation » puis régler le curseur « Saturation ».



## Éclaircissement



Dans [GIMP](#) pour l'éclaircissement cliquer sur « Colors » / « Brightness-Contrast » puis « Hue/Saturation... » comme dans la capture d'écran précédente, puis régler « Lightness ».

## Assombrissement



Dans [GIMP](#) la propriété à régler est la même que pour l'éclaircissement.

Ces déclinaisons forment une composition monochromatique gage d'une harmonie simple et facile. Ces techniques peuvent être associées pour un effet plus marqué : par exemple en couplant un éclaircissement avec une désaturation.

Pour élaborer une composition polychromique harmonieuse, nous pouvons nous aider de l'outil [Sphere](#) qui permet, par exemple, des compositions accords isocèles (Split-complements) et en 4 tons en rectangle (Tetradic).

Pour tout support de communication, il faut éviter l'assemblage de plus de quatre couleurs. Les couleurs supplémentaires apportent une surcharge et une association disgracieuse.

## 1.3 Typographie

### 1.3.1 Jeu de polices

Il faut utiliser un minimum de polices de caractères, en harmonie avec le jeu de polices choisies représentant l'esprit d'Aegis Consulting.

Polices de caractères préconisées :

- Texte courant

#### **Tahoma regular (11 pt minimum)**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

- Titres ou textes courts, avec pour les titres une graisse plus importante et 13 pt minimum

#### **Verdana regular**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

- Facultatif pour les accroches et les titrages par exemple

## Arial Rounded MT Bold regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

Il peut être intéressant de jouer sur la casse avec des MAJUSCULES, comme le texte du logo, pour renforcer un texte.

Un filet de 1px d'épaisseur peut être ajouté pour souligner une accroche, un slogan; celui-ci est éventuellement suivi d'un dégradé léger bleu comme sur la newsletter, qui démarre juste en dessous du trait.

### 1.3.2 Média

#### 1.3.2.1 HTML

Au regard des singularités et de la diversité des supports d'internet, la taille de la police doit être définie en utilisant les identifiants relatifs, par exemple avec l'unité « em ».

Propriétés CSS du texte courant :

- font-family: Tahoma, Verdana, Helvetica, Sans-Serif.

Si la première police de caractères n'est pas présente, c'est la police suivante qui est utilisée et ainsi de suite. De gauche à droite des polices qui ressemblent de moins en moins à la première; à la fin la famille de police utilisée.

## 2 Univers créatif

### 2.1 Aspects de la société

Voici les valeurs principales d'Aegis Consulting :

- à la pointe de la technologie ;
- polyvalence ;
- innovation ;
- pérennité : plus de 10 ans d'expérience, 100 % SAP, développement continu.

### 2.2 Public

Aegis Consulting cible d'abord ses prospects :

- DSI ;
- décideurs dans le choix d'un ERP : DG, DAF...

Ensuite elle vise aussi ses clients ou des clients SAP susceptibles de décider d'un projet :

- chefs de projets ;
- DSI ;
- Comptables...

### 2.3 Image de marque

Aegis Consulting doit afficher un esprit d'innovation, de convivialité et d'expertise.

## 3 Univers iconographique

### 3.1 Ligne directrice

Entrer dans un univers de travail « reposant », convivial, moderne, tout en maintenant la couleur dominante de l'univers informatique et du logiciel SAP® : le bleu.

Nous partons alors sur un certain nombre de métaphores et nous nous éloignons des clichés classiques des métiers. Les images associées à la société Aegis Consulting doivent suivre une certaine direction pour reconnaître l'esprit d'entreprise qui la caractérise :

- une photographie de bonne qualité, nette ;
- une part assez importante de bleu dans l'ensemble ;
- une gamme de couleurs modérée ;
- peu d'éléments dans l'image pour une impression de pureté.

Une base iconographique est en développement. Ses images peuvent être utilisées sur les présentations ([LibreOffice® Impress](#) par exemple) ou pour des démos. Elles sont libres de droit mais doivent indiquer un copyright avec le nom du photographe pour toute publication externe.

## 3.2 Base iconographique

Veille concurrentielle avec 2 camps : les très classiques et les créatifs, qui défendent un esprit d'innovation et de défi.

### Fonds d'écran général



L'utilisateur entre dans un univers de travail pour être guidé vers ses applications : métaphore de l'entrée de bureaux, de l'horizon, du début de la route...

### Gestionnaire de projets



un gestionnaire de projets construit plusieurs projets = maisons

## Acheteur



## Administrateur des ventes



## Production

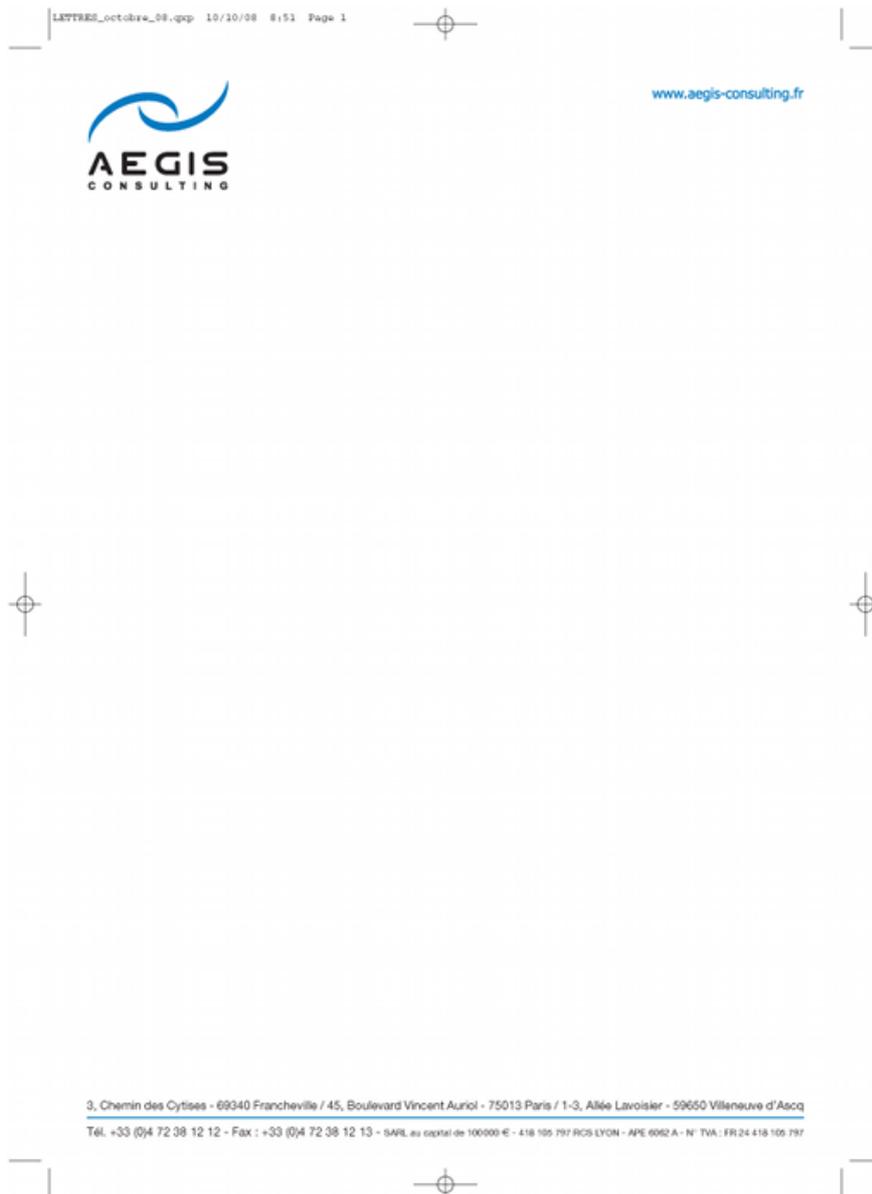


## 4 Papeterie

### 4.1 En-tête de lettre

Au format A4 l'en-tête de lettre d'Aegis-Consulting, vecteur de communication très utilisé.

#### 4.1.1 Ancienne version



## 4.1.2 Nouvelle version



## 4.2 Carte de visite

### 4.2.1 Ancienne version



### 4.2.2 Nouvelle version



## 4.3 Carte de correspondance

### 4.3.1 Ancienne version



Bât A2 Leaders Park  
3 chemin des Cytises  
69340 FRANCHEVILLE  
Tél. : +33 (0)4 72 38 12 12  
Fax : +33 (0)4 72 38 12 13  
[www.aegis-consulting.fr](http://www.aegis-consulting.fr)

### 4.3.2 Nouvelle version



## 5 Validation des documents

Le service communication a pour missions de veiller au respect de l'image de l'entreprise, à l'application de la charte graphique et à l'harmonisation des documents.

Aussi les documents externes suivants doivent-ils être soumis à validation avant leur première sortie, pour s'assurer du respect de la mise en forme des templates et de la qualité des images :

- présentations ([LibreOffice Impress...](#)) ;
- documents de formation : guide de formation, fiche pratique...

En ce qui concerne les documents de projets, tels que les cahiers des spécifications, ou les documents commerciaux, tels que les contrats et réponses au cahier des charges, les templates mis à disposition doivent servir de base graphique.

Les documents de présentation de la société sont centralisés par la communication. Pour tout besoin de sortie d'information, merci de contacter le service ou d'utiliser uniquement les supports à disposition.

Voir responsable validation.

Copyright

SAP® est une marque déposée de SAP AG.