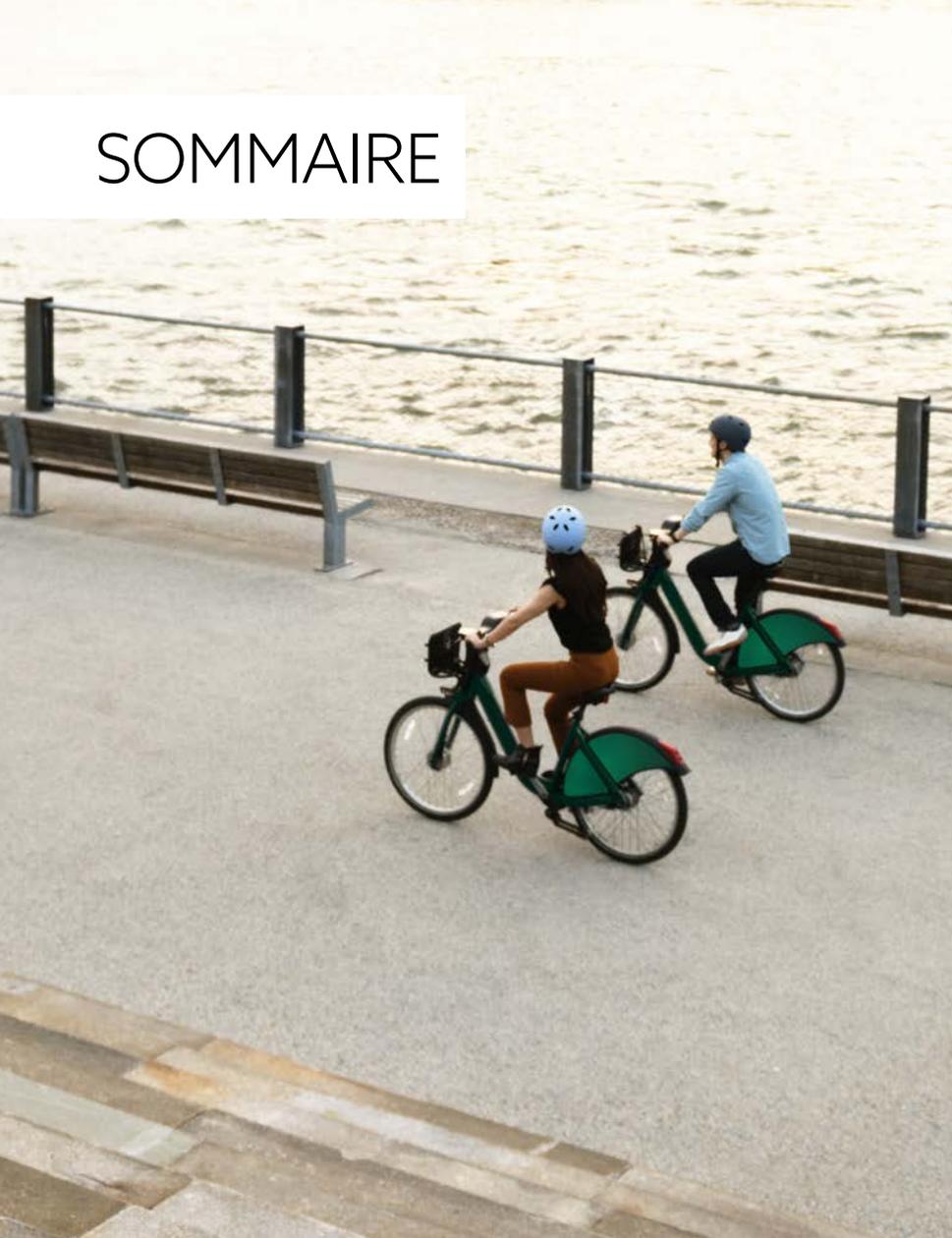


CHARTE
GRAPHIQUE 2019

ALTIMA



SOMMAIRE



Introduction 03

A. L'identité Altima

Le logotype

Version principale 05

Versions couleurs 06

Modularité 07

Interdits 08

Versions spécifiques 09

Le co-branding 10

Les typographies 11

Les couleurs 12

L'iconographie 13

Les principes graphiques

Le cercle 14

Le cartouche de couleur 15

B. Les applications

La papeterie

Carte de visite 17

L'édition

Plaquette institutionnelle 18

Invitation 19

Le digital

Home page du site BtoBtoC 20

Home page du site BtoC 21

Mode sombre 22

E-mailing et couverture Facebook 23

Introduction

Altima a su se diversifier pour devenir un acteur innovant du secteur assurantiel.

Forte de son agilité, la marque s'adresse conjointement à deux publics à travers des offres distinctes : les particuliers en proposant des offres assurantielles disruptives adaptées aux nouveaux usages et les grands comptes avec des solutions pensées sur mesure et intégrant leurs contraintes respectives.

Véritable laboratoire d'innovation de MAIF, Altima fait peau neuve et réinvente son identité visuelle à l'occasion de ses 20 ans. Un nouveau logo associé à un territoire graphique fort et singulier qui porte la promesse d'une marque en mouvement, innovante, fiable et experte. Et qui servira son ambition : consolider sa légitimité sur le marché des

assurtech et son image auprès d'un public de professionnels.

Aujourd'hui et demain, Altima, une marque unique qui s'exprime avec une seule et même identité visuelle. L'identification des deux publics se fait à présent grâce à certains ingrédients de marque distincts (couleurs, typographie, iconographie) afin de clarifier l'émetteur.

Cette charte vous présente l'ensemble des nouveaux codes à respecter afin d'avoir une identité de marque cohérente et reconnue par nos publics.

Devenons ensemble les ambassadeurs de notre marque !

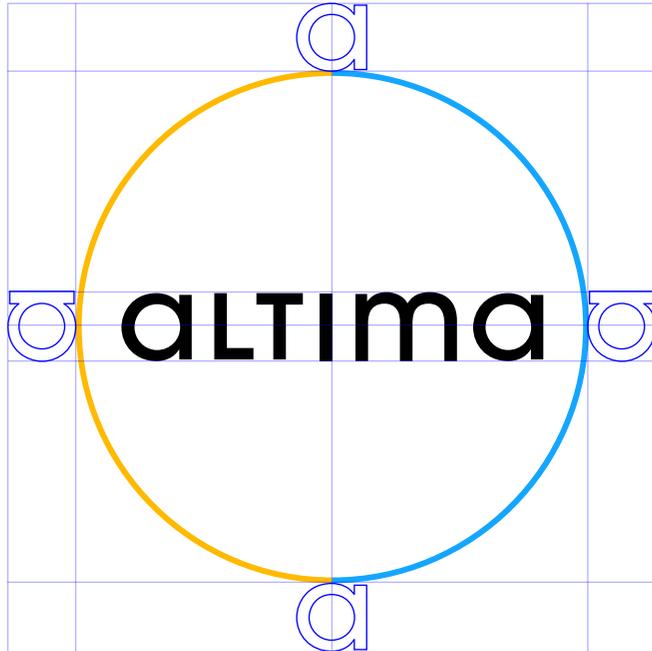
La Direction de la Communication

A. L'IDENTITÉ ALTIMA

Le logotype	
Version principale	05
Versions couleurs	06
Modularité	07
Interdits	08
Versions spécifiques	09
Le co-branding	10
Les typographies	11
Les couleurs	12
L'iconographie	13
Les principes graphiques	
Le cercle	14
Le cartouche de couleur	15



Le logotype | Version principale



PRÉSENTATION

Le logotype se compose d'un cercle bicolore et du mot Altima. Le cercle représente l'agilité, l'innovation et la notion de collaboration. Sa finesse évoque la précision et l'expertise de la marque Altima. L'alliance des deux couleurs souligne le dynamisme et le sérieux prodigués auprès des deux publics-cibles. La combinaison des capitales et bas de casse dans le mot Altima renforce cette idée.

ESPACE PROTÉGÉ

Afin d'assurer la visibilité de la marque, on veillera à respecter l'espace protégé défini autour du logotype. Cet espace équivaut à la hauteur du « a » du logotype Altima.

TAILLE MINIMUM

Dans un souci de lisibilité il est important de ne pas imprimer ou afficher le logotype Altima en dessous de sa taille minimum.

Les cercles de chacune des versions du logotype Altima devront être réduits ou agrandis proportionnellement aux fichiers d'exécution fournis.

Le logotype | Versions couleurs

1.



2.



3.



La version principale du logotype Altima s'applique exclusivement sur fond blanc. Exceptionnellement, on appliquera le logo sur un fond noir pour le mode sombre (cf. page 22).

1. Version principale en jaune et bleu.

Jaune vitalité

RVB : 255 / 186 / 0

HEX : #FFBA00

CMJN : 0 / 20 / 90 / 0

Pantone : 123 C

Bleu franc

RVB : 20 / 166 / 255

HEX : #14A6FF

CMJN : 85 / 0 / 0 / 0

Pantone : 2995 C

Quand il n'est pas possible d'utiliser la couleur (ex. : document imprimé en noir et blanc), deux versions du logotype sont disponibles :

2. Version noire.

Noir

RVB : 0 / 0 / 0

CMJN : 0 / 0 / 0 / 100

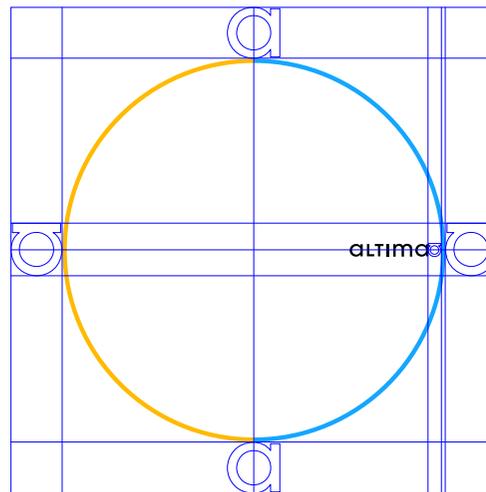
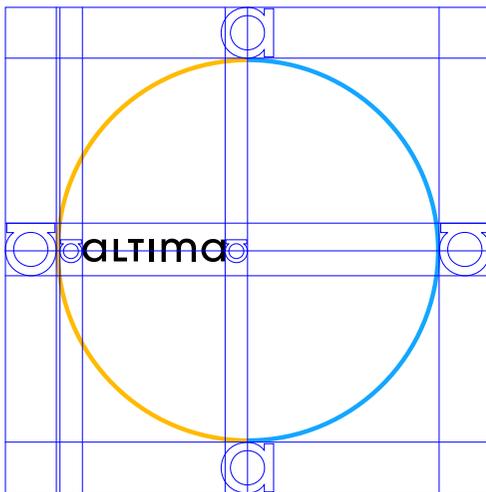
Gris

RVB : Noir tramé 40%

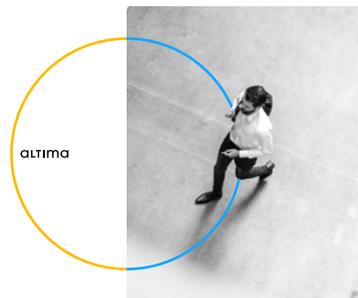
CMJN : 0 / 0 / 0 / 40

3. Version blanche.

Le logotype | Modularité



1.
Logotype à environ 1/2
de la largeur du cercle



2.
Logotype à environ 1/4
de la largeur du cercle

PRINCIPE ET CONSTRUCTION

Le logotype Altim est modulable de deux manières différentes, en jouant sur la proportion entre le cercle et le mot Altim. L'espace protégé autour du logotype ne change pas. Le contour des deux versions devra être réduit ou agrandi proportionnellement aux fichiers d'exécution fournis.

1. La version un demi

Le mot Altim fait environ la moitié de sa taille originale et peut être placé à droite ou à gauche. Il est toujours centré dans la hauteur, calé à gauche ou à droite du cercle dans sa largeur.

2. La version un quart

Le mot Altim fait environ le quart de sa taille originale et peut être placé à droite ou à gauche, mais est toujours centré dans la hauteur, calé à gauche ou à droite du cercle dans sa largeur.

Cette version s'appliquera de préférence sur des supports de grande dimension comme les affiches, les 4x3 et les brochures de format supérieur ou égal au format A4 afin que le mot Altim soit toujours lisible. Il aura pour espace protégé minimum l'espace entre le mot Altim et le centre du cercle.

NB: pour les règles d'usage du principe graphique du cercle, cf. page 14.

Le logotype | Les interdits

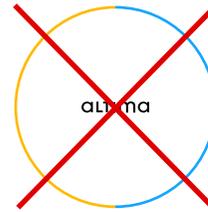
1.



2.



3.



4.



5.



6.



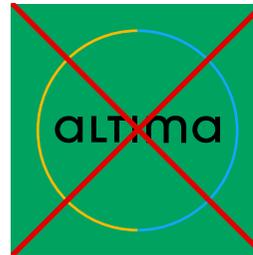
7.



8.



9.



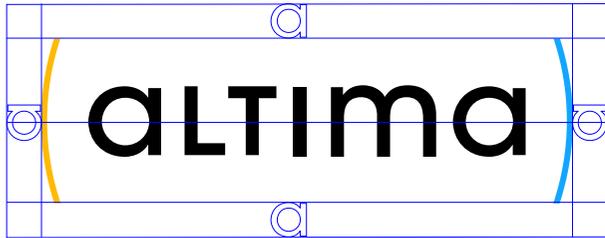
Pour assurer une cohérence sur l'ensemble des supports de communication, le logotype est soumis à des règles strictes.

Il est interdit de (liste non-exhaustive) :

1. Modifier la couleur du cercle et/ou du mot Altima.
2. Modifier le placement horizontal et/ou vertical du mot Altima dans le cercle en dehors des placements autorisés par les règles de modularité (cf. page 7).
3. Modifier la taille du mot Altima en dehors des tailles autorisées par les règles de modularité (cf. page 7).
4. Modifier la graisse du cercle et/ou du mot Altima.
5. Déformer le cercle et/ou le mot Altima.
6. Faire pivoter le logotype.
7. Sortir le mot Altima du cercle.
8. Placer le logotype en entier sur un visuel.
Seuls les logotypes « un quart » ou « un demi » peuvent être appliqués sur un visuel selon les règles définies page 7.
9. Placer le logotype principal sur un fond de couleur autre que le gris clair de la charte (cf. page 12).

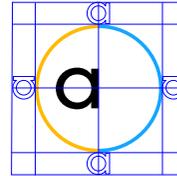
Le logotype | Versions spécifiques

OVERZOOM



10 mm de H
ou 28,35 px de H

ICONE



USAGES SPÉCIFIQUES

Le logotype overzoom

Il permet de maximiser la visibilité du mot Altima lorsque la surface d'expression est limitée ou réduite en hauteur (ex. : site version mobile).

Le logotype overzoom existe également en version noir et blanc.

Les espaces protégés correspondent à la moitié des « a » des logotypes.

L'icône

Il a été conçu spécifiquement pour les applications mobiles. Il permet d'identifier rapidement la marque. Les marges doivent respecter la hauteur de la moitié de la taille du « a » de l'icône Altima.

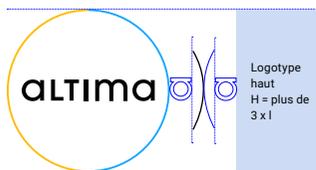
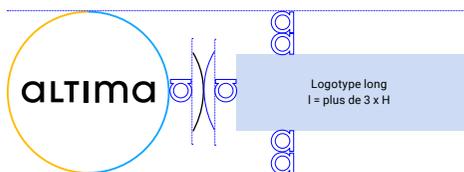
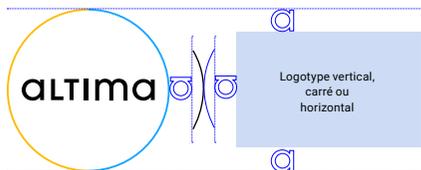
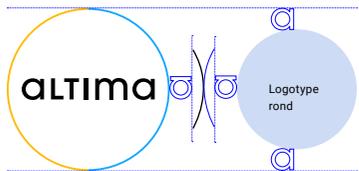
On veillera à le placer systématiquement sur un fond blanc.

TAILLES MINIMALES

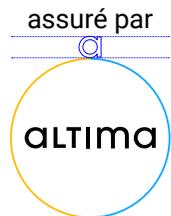
Dans un souci de lisibilité, il est important de ne pas imprimer ou afficher le logotype overzoom Altima en dessous de sa taille minimum.

Le co-branding

CONSTRUCTION



LOGOTYPE SEUL



ENDOSSEMENT

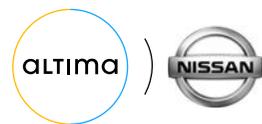
1.



2.



EXEMPLES



Co-branding à privilégier

Co-branding si souhait
de la caution MAIFCo-branding si souhait
de la caution MAIF

PRÉSENTATION

Pour le co-branding, on veillera à respecter le principe de construction du bloc-marque associant le logotype Altima et celui de la marque partenaire. Le logotype Altima sera toujours positionné à gauche du logotype partenaire par un filet courbe noir (ou blanc sur fond sombre) tiré du cercle (épaisseur égale à 0,5 pt).

Si le document est émis par le partenaire, le logotype seul est utilisé. Il est accompagné d'une mention centrée au-dessus du logotype. La typographie appliquée est la Roboto Regular en bas de casse. La marge entre la mention et le logotype correspond à la hauteur du « a » de Altima.

En cas de souhait de la caution MAIF, une mention sera ajoutée sous le logotype Altima. Elle est proposée en deux versions :

1. L'endossement est en Roboto Regular tout en capitales et justifié sur la largeur du logotype Altima.
2. L'endossement est en MAIF Regular tout en capitales et dans la même composition utilisée pour l'endossement à distance.

Les typographies

AZO SANS

ABC
ABC

abcdefghijklmnopq
rstuvwxyz

0123456789

Thin Italic
Light Italic
Regular Italic
Medium Italic
Bold Italic
Black Italic

ROBOTO

ABC
ABC

abcdefghijklmnopq
rstuvwxyz

0123456789

Thin Italic
Light Italic
Regular Italic
Medium Italic
Bold Italic
Black Italic

AZO SANS

Disponible sur Adobe Fonts, cette typographie est utilisée uniquement pour les textes des supports print.

ROBOTO

Disponible sur Google Fonts, cette typographie a été développée pour Google. Elle est optimisée pour le web et permet une lecture facile. Son utilisation est préconisée pour les supports digitaux et bureautiques d'Altima, mais aussi pour les textes de labeur des supports print.

SPÉCIFICITÉS D'UTILISATION POUR LES CIBLES

BtoBtoC: titres, sous-titres, boutons ou CTA sont composés en Light tout capitales.

BtoC: titres, sous-titres, boutons ou CTA sont composés en capitales et bas de casse en Light lorsqu'ils sont sur fond jaune.

Cible non identifiée: titres, sous-titres, boutons ou CTA sont composés en Light tout capitales.

Les couleurs

COULEURS PRINCIPALES



BTOC

COULEURS SECONDAIRES



Les couleurs principales (jaune vitalité, bleu franc, gris foncé, noir) associées à une sélection de couleurs secondaires forment deux gammes distinctes. Chacune est associée à une cible.

CIBLE BTOC

Les couleurs principales du BtoC sont le jaune vitalité et le gris foncé. Le jaune vitalité est principalement utilisé en fond ou pour certains éléments graphiques. Le gris foncé s'applique à tous les textes mais peut l'être également pour des éléments graphiques et des fonds si besoin.

CIBLE BTOBTOC



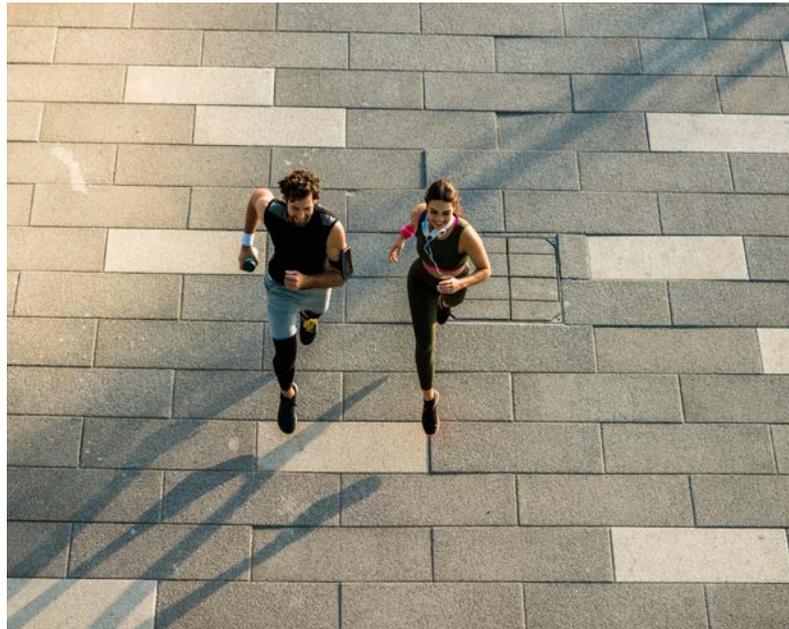
BTOBTOC



Les couleurs principales du BtoBtoC sont le bleu franc et le noir. Le bleu franc est utilisé en fond ou pour certains éléments graphiques dans le digital mais peut l'être également pour de la titraille dans les supports print. Le noir est appliqué pour tous les textes mais peut l'être également pour des éléments graphiques ou des fonds si besoin.

NB: on veillera pour les deux cibles à faire attention à l'accessibilité des combinaisons de couleurs dans les supports digitaux.

L'iconographie



1. ICONOGRAPHIE BTOBTOC

Les photographies en plongée, toujours en noir et blanc, traduisent la hauteur et le sérieux que doit avoir Altima lorsqu'elle s'adresse à ce large public. Ce point de vue est l'expression de l'expertise Altima : une assurance rigoureuse et stable.

Noir et blanc
Vue en plongée
Milieu professionnel

Environnement épuré
Image contrastée

2. ICONOGRAPHIE BTOC

Comme pour le BtoBtoC, le point de vue est en plongée. L'iconographie se différencie par ses photographies en couleurs, la tonalité chaude et les sujets qu'elle présente. Les personnages sont de jeunes actifs ou étudiants, toujours à deux ou à plusieurs, dynamiques et mobiles. Ils sont représentés majoritairement connectés (nouvelles technologies, smartphones, etc.), dans des scènes urbaines.

Couleur
Vue en plongée
Duo / Groupe

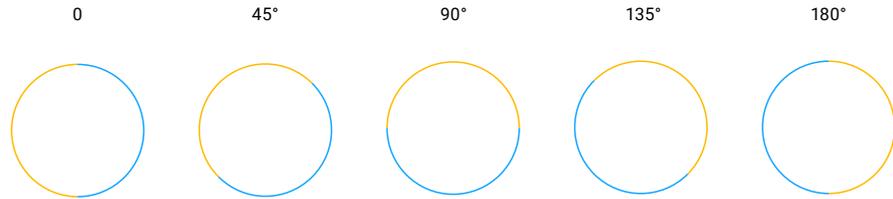
Mobilité
Connecté / Urbain
Lumière du jour

1.

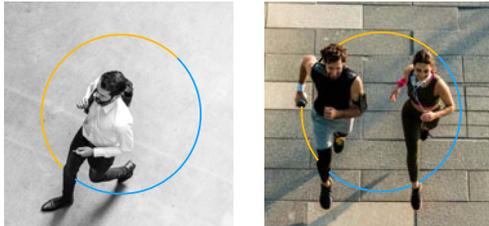
2.

Les principes graphiques | Le cercle

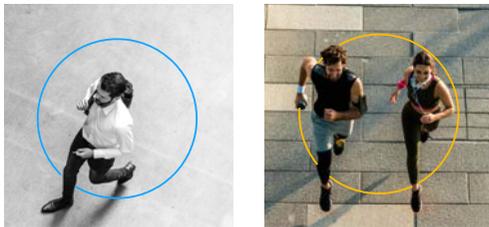
ANGLES DE ROTATION



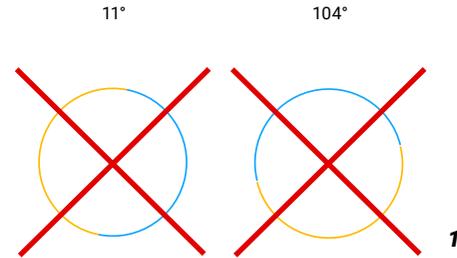
CERCLE BICOLORE TOUTES CIBLES CONFONDUES



CERCLE MONOCHROME CIBLE IDENTIFIÉE



INTERDITS



1.



2.



3.

ROTATION DU CERCLE

Le cercle peut pivoter de 45°, 90° ou 135°.

Seuls les cercles pivotés de 0° et de 180° peuvent contenir le mot « Altima », on veillera à respecter les règles de modularité (cf. page 7).

APPLICATION SUR UNE PHOTOGRAPHIE

Il est possible d'utiliser le cercle seul sur une photographie. Il doit être systématiquement coupé à certains endroits afin de s'intégrer dans le visuel (cf. page 7). Il peut garder ses deux couleurs ou prendre celle de l'une des cibles : pour l'iconographie BtoBtoC, il doit être bleu franc, et pour le BtoC, jaune.

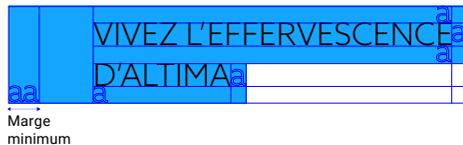
INTERDITS

1. Pivoter le cercle dans des angles différents de ceux définis dans la charte.
2. Changer la couleur du cercle.
3. Utiliser la couleur d'une cible sur le visuel d'une autre cible, comme il est interdit de ne pas faire interagir le cercle avec l'image.

Les principes graphiques | Le cartouche de couleur

PRINCIPES

BtoBtoC

**AZO SANS / ROBOTO**

LIGHT

Capitales

Le cartouche vient s'appliquer sur les photographies. Il surligne le texte en prenant la couleur de la cible choisie: le bleu franc pour le BtoBtoC, le jaune vitalité pour le BtoC et du blanc lorsque la cible n'est pas définie. Concernant la typographie, il faudra se référer à la page 11.

BtoC

**AZO SANS / ROBOTO**

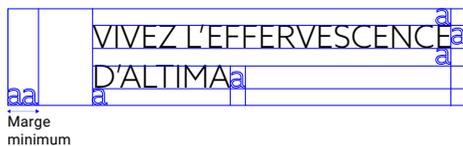
LIGHT

Bas de casse

LES MARGES

On veillera à laisser en bas de chaque ligne de texte, ainsi qu'en haut et à droite du cartouche, un espace égal à la taille du « a » en bas de casse du texte qu'il contient.

Cible non définie

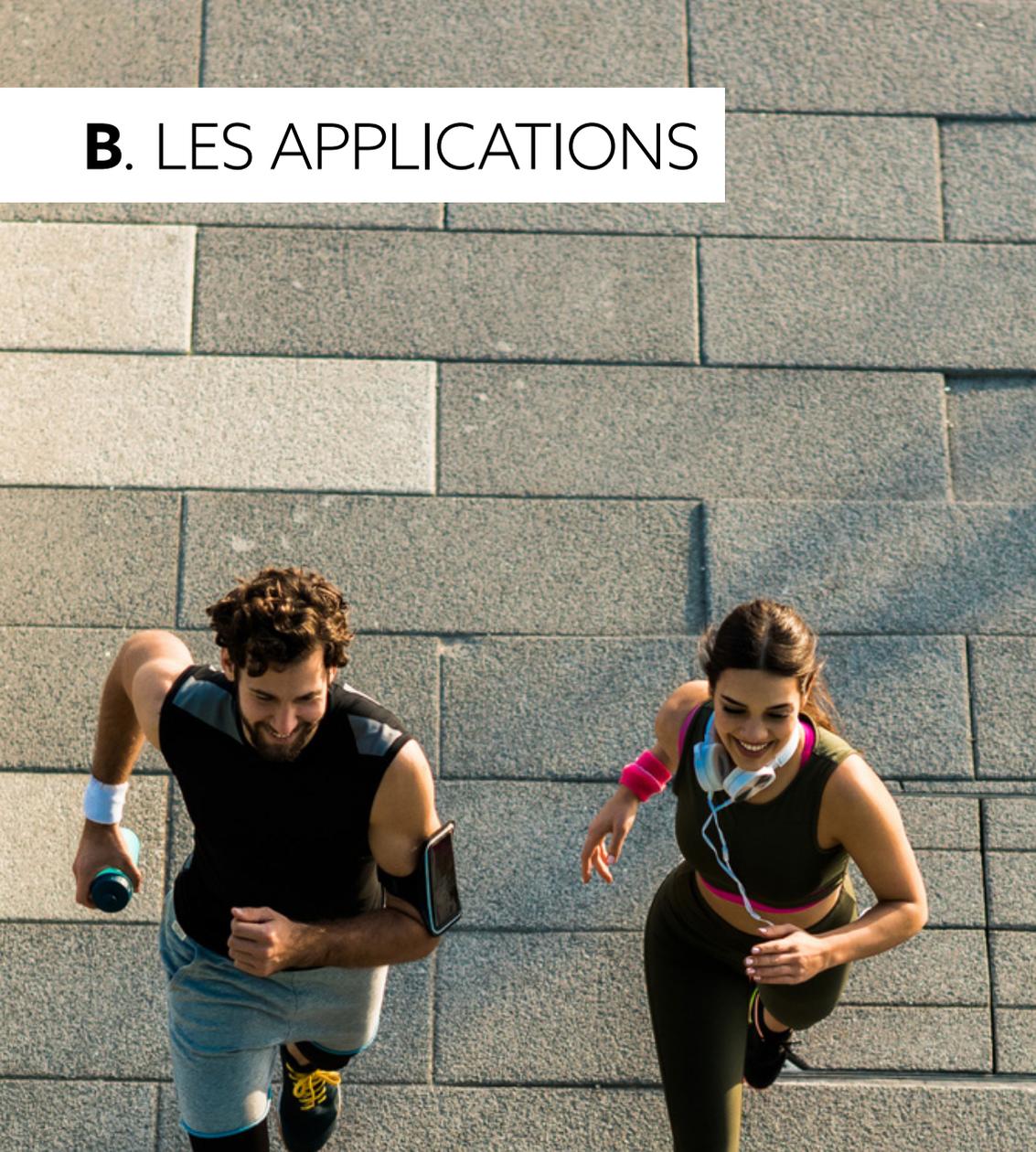
**AZO SANS / ROBOTO**

LIGHT

Capitales

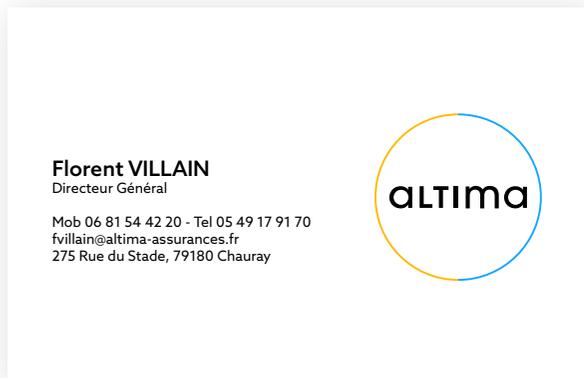
La marge gauche correspond, quant à elle, aux marges du support et sera toujours à fonds perdu. Lorsque le support n'a pas de marges définies, on veillera à laisser au minimum deux fois la taille de « a » en bas de casse du texte du cartouche.

B. LES APPLICATIONS

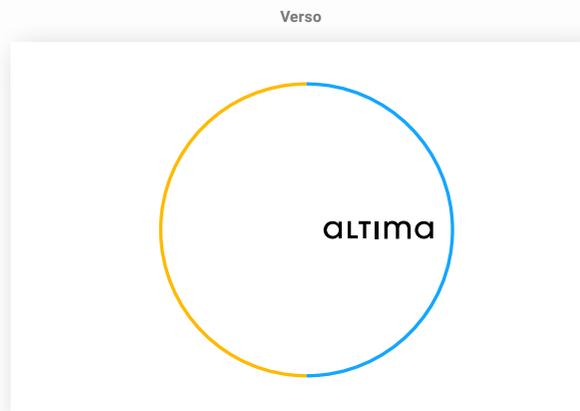


La papeterie	
Carte de visite	17
L'édition	
Plaquette institutionnelle	18
Invitation	19
Le digital	
Home page du site BtoBtoC	20
Home page du site BtoC	21
Mode sombre.....	22
E-mailing et couverture Facebook	23

La papeterie | Carte de visite

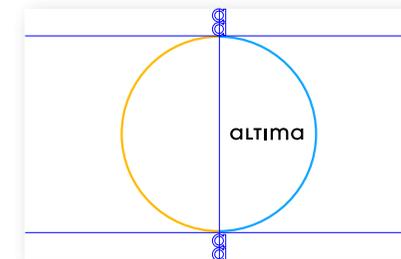
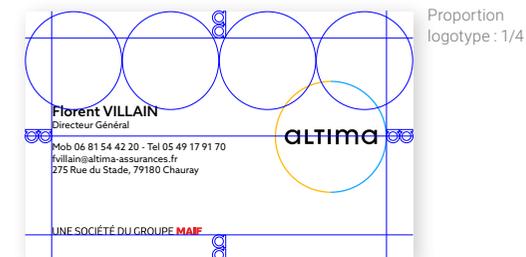


↑ Recto 1



Il existe deux versions de la carte de visite Altima dont seuls les rectos diffèrent : L'une des deux cartes porte la mention « Une société du groupe MAIF » pour rassurer la cible BtoBtoC lorsque cela est nécessaire (utiliser le fichier exécuté de cette mention).

Les rectos de la carte de visite utilisent la version principale du logotype et le verso utilise la version modulaire un demi.



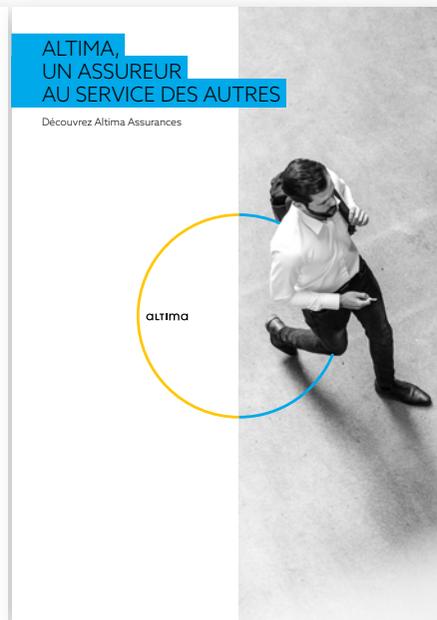
L'édition | Plaquette institutionnelle



COUVERTURE

4° de couverture

INTÉRIEUR

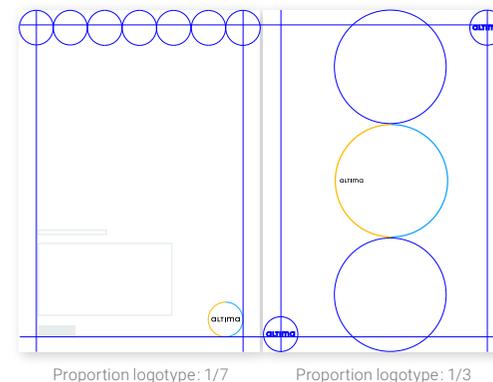


altima



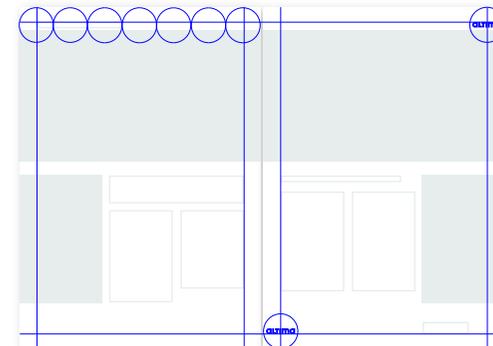
1° de couverture

La couverture de la plaquette utilise la version modulaire un quart du logotype. Le mot Altima est placé à gauche et la partie bleue du cercle interagit avec la photographie du public-cible.



Proportion logotype: 1/7

Proportion logotype: 1/3



Proportion logotype: 1/7

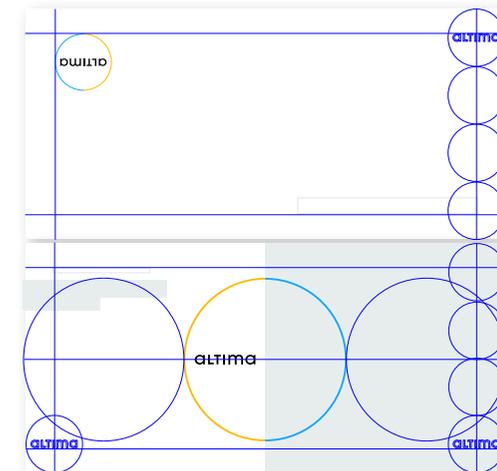
L'édition | Invitation



L'invitation utilise la version modulaire un demi du logotype.

Le mot Altima est placé à gauche et la partie bleue du cercle interagit avec la photographie du public-cible.

Proportion logotype: 1/8



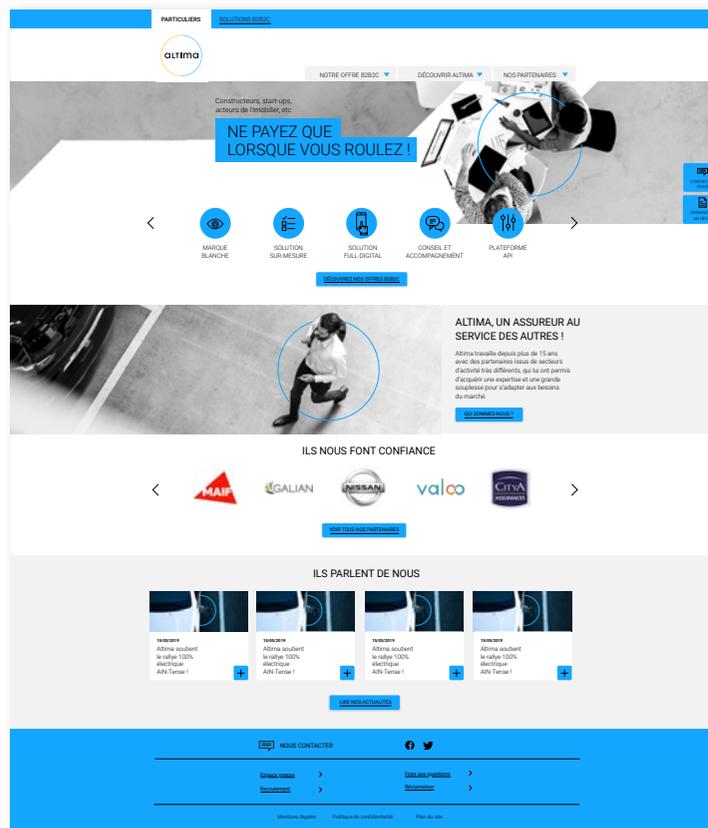
Proportion logotype: 1/3

Le digital | Home page du site BtoBtoC

VERSION MOBILE (format iPhone 8/7/6 Plus)



VERSION DESKTOP (format 1080 x 1920 px)



VERSION MOBILE

La home page mobile utilise la version overzoom du logotype Altima.

VERSION DESKTOP

La home page desktop utilise la version principale du logotype Altima.

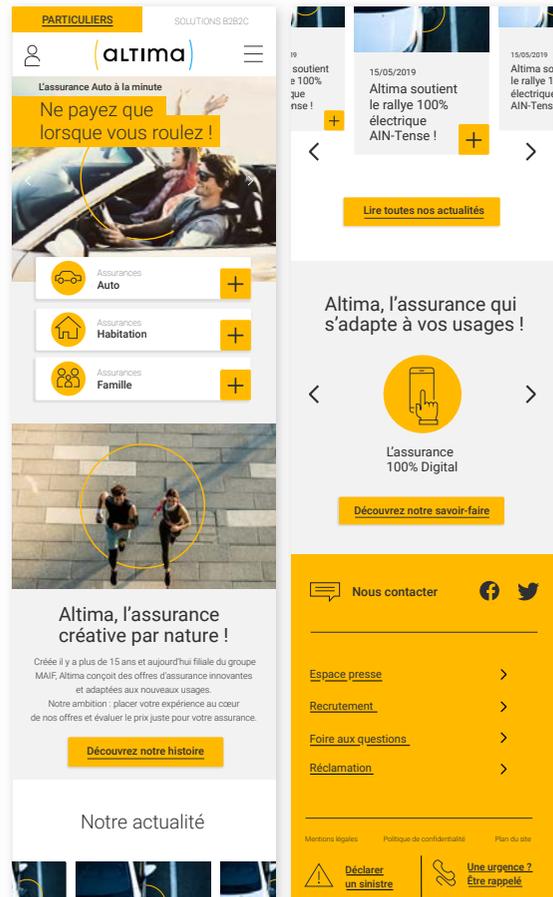
Pour les deux supports, il est possible d'utiliser les couleurs complémentaires définies (cf. page 12).

LES PICTOGRAMMES

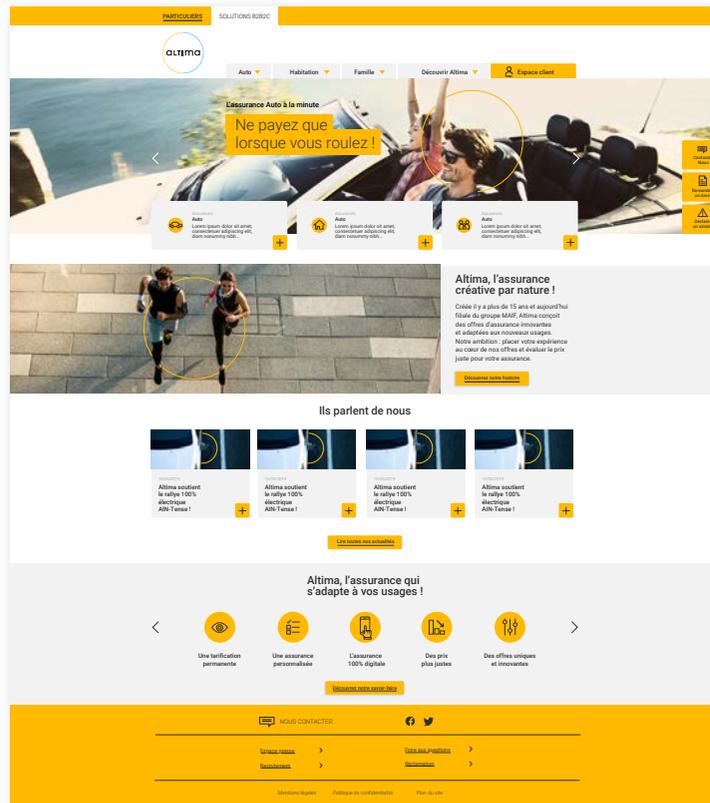
Pour chaque cible, les pictogrammes doivent être exécutés au fil et être fins pour rester cohérents avec le reste du territoire.

Le digital | Home page du site BtoC

VERSION MOBILE (format iPhone 8/7/6 Plus)



VERSION DESKTOP (format 1080 x 1920 px)



VERSION MOBILE

La home page mobile utilise la version overzoom du logotype Altimia.

VERSION DESKTOP

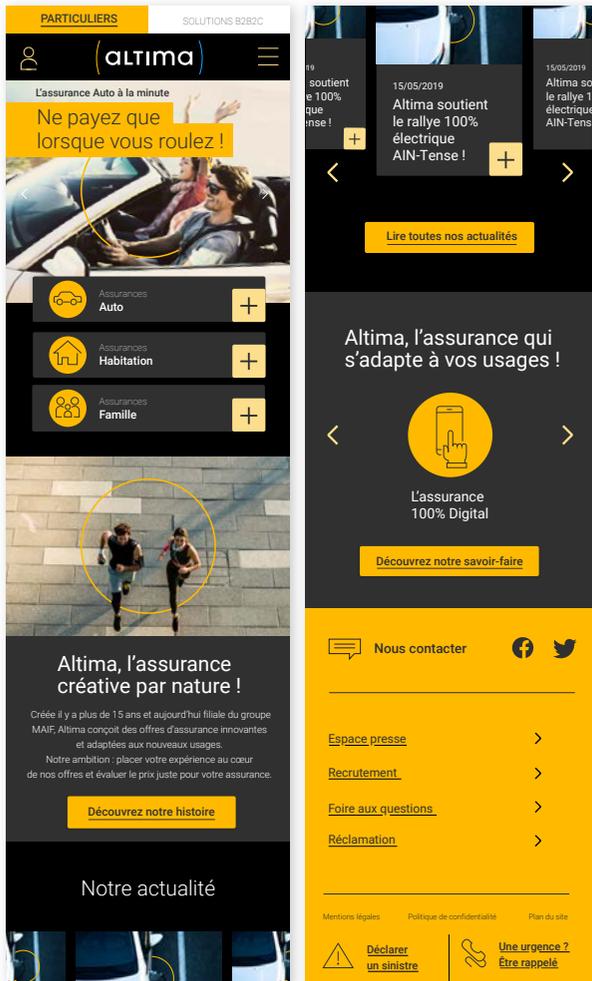
La home page desktop utilise la version principale du logotype Altimia.

Pour les deux supports, il est possible d'utiliser les couleurs complémentaires définies (cf. page 12).

LES PICTOGRAMMES

Pour chaque cible, les pictogrammes doivent être exécutés au fil et être fins pour rester cohérents avec le reste du territoire.

Le digital | Mode sombre



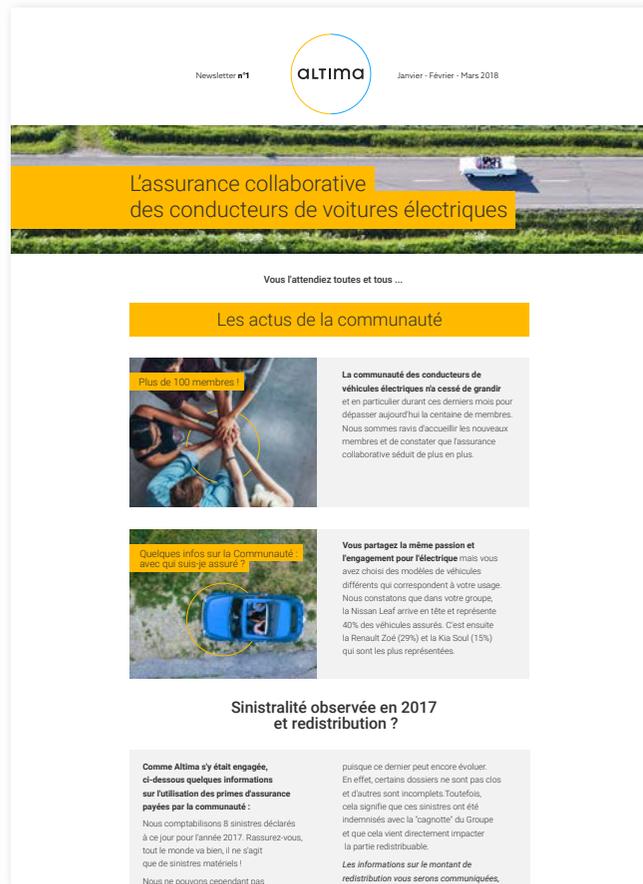
Lorsque le mode sombre est activé, on veillera à utiliser le logotype avec le mot Altimia en blanc et le cercle en couleur.

Il s'agit d'un cas particulier. Cette version du logotype est réservée à cette application.



Le digital | E-mailing et couverture Facebook

E-MAILING



COUVERTURE FACEBOOK



E-MAILING

L'e-mailing utilise la version principale du logotype Altima.

COUVERTURE FACEBOOK

La couverture utilise la version principale du logotype Altima en tant que photo de profil.



ALTIMA

Pour toute question, veuillez vous adresser à la Direction de la Communication.

e-mail : xxxxx.xxxxx@xxxx.xxx