

ONDEO CZ

STARTER KIT

06 2008

LOGOS ONDEO

PAPETERIE / STATIONERY

- EN TÊTE DE LETTRE / LETTERHEAD
- CARTE DE VISITE / BUSINESS CARD
 - RECTO
 - VERSO
- CARTE DE CORRESPONDANCE / COMPLIMENTS CARD
- FAX
- MÉMO / MEMO

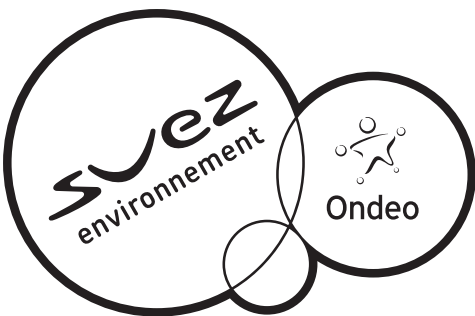
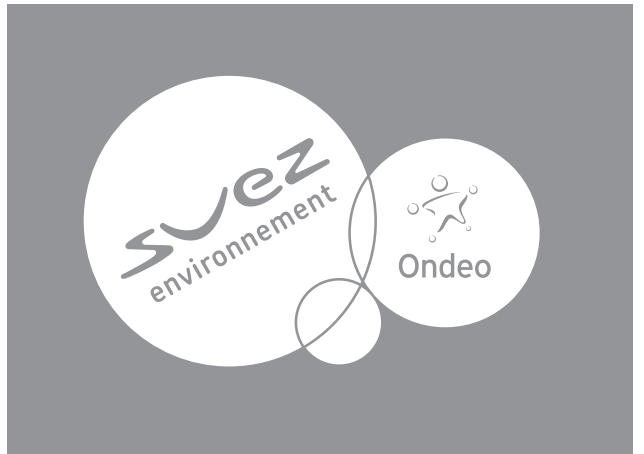
ÉDITION / LITERATURE

- COUVERTURES / COVERS :
 - BROCHURES
 - MAGAZINE
- PAGE INTÉRIEURE / INSIDE PAGE

SIGNALÉTIQUE / SIGNAGE

- TOTEM
- ENTRÉE DE SITE / SITE ENTRANCE
- PANNEAU DE GRANDE TAILLE / LARGE SIGN

PRINCIPES DE BASE / BASIC ELEMENTS SUEZ ENVIRONNEMENT



PAPETERIE STATIONERY

NOTA

Les modèles de papeterie présentés sont vierges pour diffusion publique.

Les variantes comportant les restrictions de diffusion suivantes :

- **DIFFUSION RESTREINTE**
 - **DIFFUSION CONFIDENTIELLE**
 - **DIFFUSION INTERNE**
 - **STRICTEMENT CONFIDENTIEL**
- seront réalisés lors de la saisie selon des règles présentées dans les versions finales de chartes.**

NOTA

The models of stationery for public use as presented here are blank.

The other versions comprising the following issue restrictions:

- **RESTRICTED ISSUE**
- **CONFIDENTIAL**
- **INTERNAL USE ONLY**
- **STRICTLY CONFIDENTIAL**

are to be used on text entry in accordance with the rules set out in the final versions of the graphics guidelines.

ONDEO CZ

00, RUE DE L'ADRESSE
00000 PRAHA - CZ
TEL +33 (0)0 00 00 00 00
FAX +33 (0)0 00 00 00 00
WWW.ONDEO.CZ



CHIROGRAPHI FORTITER CORRUMPERET SATIS VERECUNDUS APPARATUS BELLIS, UTCUNQLUS CAPELLI PRAEMUNIET POMPEII, QUOD CHIROGRAPHI ADQUIRERET ADFABIL



CHIROGRAPHI FORTITER CORRUMPERET SATIS VERECUNDUS APPARATUS BELLIS, UTCUNQLUS CATELLI PRAEMUNIET POMPEII, QUOD CHIROGRAPHI ADQUIRERET ADFABIL

PRÉNOM NOM
FONCTION



ONDEO CZ
00, RUE DE L'ADRESSE
00000 PRAHA - CZ
TEL +33 (0)0 00 00 00 00
FAX +33 (0)0 00 00 00 00
PRENOM.NOM@ONDEO.CZ



DE LA PART DE
FROM



ONDEO CZ
00, RUE DE L'ADRESSE
00000 PRAHA - CZ
TEL +33 (0)0 00 00 00 00
FAX +33 (0)0 00 00 00 00
WWW.ONDEO.CZ

ONDEO CZ
00, RUE DE L'ADRESSE
00000 PRAHA - CZ
TEL +33 (0)0 00 00 00 00
FAX +33 (0)0 00 00 00 00
WWW.ONDEO.CZ



FAX

ONDEO CZ
00, RUE DE L'ADRESSE
00000 PRAHA - CZ
TEL +33 (0)0 00 00 00 00
FAX +33 (0)0 00 00 00 00
WWW.ONDEO.CZ



NOTE

EDITION
LITERATURE

RAPPORT ANNUEL 2008

HAPPY NEW WORLD



ONDEO

ET PRANS ET
POSTEUAT
OTEUID ES LOMES



MAGAZINE

N°0
OCTOBRE
2008

VETERESUM QUI DESQUEMINOR

NULLA LIES ETA KILOTES

VET MENSE VEL ANNO
ET PRAE SENS ET POS
TERA RESPUAT OTE
QUID ES LOMES

GOIRERM
MRAE ENSET OSTER
QUID MOLRES ERIMIT INOR



INFOMAG

VETERESUM QUI DESQUEMINOR

Nº0
OCTOBRE
2008



Onlos

Two sheepu
ntangark, yet schhrenic
orifices slightly



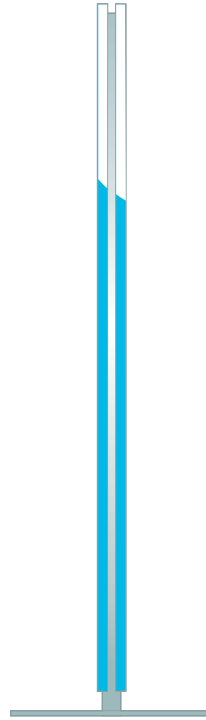
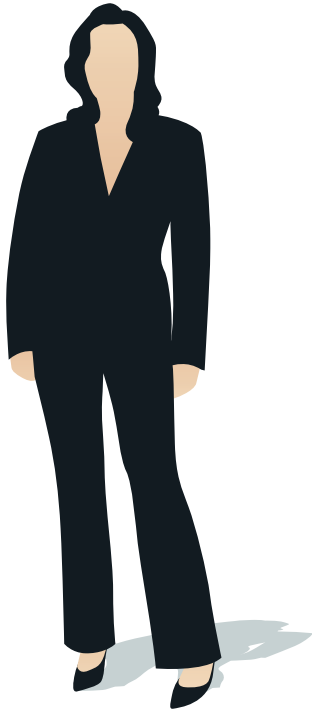
NULLA LIES ET ALES MELIOL

VET MENSE VEL ANNO
ET PRAE SENS ET POSTERA RES-
PUAT OTE QUID ES LOMES DEPERIT
MINOR UNO MENSE

POIREENS ERME

MRAE ENSET OSTER QUID
MOLRES ERIMIT MINOR UNOMENS

SIGNALETIQUE SIGNAGE



PRINCIPES DE BASE

BASICS PRINCIPLES

Les pages suivantes sont directement extraites de la charte graphique de SUEZ ENVIRONNEMENT.

Elles présentent les éléments de base de la nouvelle identité graphique de la société. Nombre de ces principes sont déclinables aux filiales : les variantes des logotypes et leurs utilisations, les univers typographique, iconographique et de couleurs sont présentés pour les différents domaines d'activité.

The following pages are taken from the SUEZ ENVIRONNEMENT graphics guidelines.

They present basic elements to be used in the company's new corporate identity. A large number of these principles are applicable to subsidiaries, including the variations of the logos and their uses, typography, image style and colour palette, which are detailed for the various business areas.

ÉLÉMENTS DE BASE

BASIC ELEMENTS

TROIS CERCLES ENTRECROISÉS, UNE PALETTE DE COULEURS VIVES ET DYNAMIQUES, DES COMBINAISONS ORIGINALES DE FORMES CIRCULAIRES ASSOCIÉES À DES LIGNES HORIZONTALES ÉNERGIQUES, UN UNIVERS TYPOGRAPHIQUE ÉPURÉ... CONSTITUENT L'IDENTITÉ DE LA SOCIÉTÉ ET DE SES FILIALES. CE LANGAGE VISUEL AUDACIEUX PERMET D'AFFICHER CLAIREMENT NOTRE DIFFÉRENCE.

THREE INTERSECTING BUBBLES, A PALETTE OF BRIGHT, DYNAMIC COLOURS, CREATIVE DESIGNS OF CIRCULAR SHAPES COMBINED WITH ENERGETIC HORIZONTAL LINES AND UNCLUTTERED TYPOGRAPHY TOGETHER FORM OUR CORPORATE IDENTITY AND THAT OF OUR SUBSIDIARIES. A BOLD VISUAL LANGUAGE TO CLEARLY EXPRESS OUR DIFFERENCE.

LE LOGOTYPE

LOGOTYPE



L'élément fondateur de la représentation visuelle est le logotype SUEZ ENVIRONNEMENT. D'une forme particulièrement reconnaissable et distinctive, hautement symbolique, il illustre la flexibilité de notre organisation, les avantages nés du dialogue et des synergies que nous partageons.

Le logotype est un bloc-marque où sont réunis trois cercles de couleurs entremêlés – dans un rapport de taille et de placement respectif immuable. À l'intérieur du premier cercle apparaît le nom, composé dans un dessin spécifique.

Lorsque SUEZ ENVIRONNEMENT communique ce logotype apparaît sur tous les supports de communication : éléments de papeterie, documents d'édition papier ou électronique, éléments de signalétique...

The basic element of our visual representation is the SUEZ ENVIRONNEMENT logotype. With its easily recognizable and distinctive, highly symbolic shape, it illustrates the flexibility of our organisation, and the advantages resulting from the dialogue and synergies we share.

The logotype is a brand block combining three bubbles of intermingled colours, with a standard size and positioning ratio. The first bubble contains our name, with its specific design.

When SUEZ ENVIRONNEMENT is communicating, this logotype is displayed on all types of communication tools, including stationary, printing or electronic documents, signages etc.



Afin de lui assurer une lisibilité constante, la taille minimale d'utilisation du logotype est de 20 mm de hauteur.

In order to ensure legibility is constant, the minimum height for using the logotype is 20 mm.

LES COULEURS DU LOGOTYPE

LOGOTYPE COLOURS

Les trois couleurs principales composant le logotype – vert anis, l'écarlate et jaune – sont des éléments essentiels de l'univers de communication de SUEZ ENVIRONNEMENT.

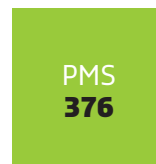
Les couleurs des zones d'intersections doivent apparaître uniquement dans le logotype, jamais comme élément graphique complémentaire.

Le logotype, toujours reproduit d'après le dessin original, doit apparaître dans les couleurs indiquées, sur un fond blanc.

The three main colours forming the logotype – lime green, scarlet and yellow – are the basic elements for SUEZ ENVIRONNEMENT communication.

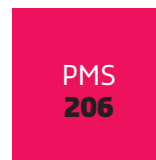
The colours of the intersecting areas must only appear in the logotype, never as an additional graphic feature.

The logotype, which is always based on the original design, must appear in the colours indicated, on a white background.



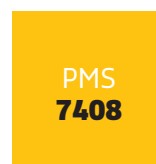
C 45
M 0
J/Y 100
N/K 0

R 172
V/G 194
B 45



C 0
M 100
J/Y 45
N/K 0

R 193
V/G 0
B 83



C 0
M 25
J/Y 100
N/K 0

R 238
V/G 194
B 0



C 45
M 25
J/Y 100
N/K 0

R 161
V/G 162
B 46



C 45
M 100
J/Y 100
N/K 0

R 133
V/G 37
B 40

EXTENSION DU LOGOTYPE AUX DOMAINES D'ACTIVITÉ

EXTENSION OF THE LOGOTYPE TO THE OTHER BUSINESS AREAS

Tous les logotypes des filiales de l'entreprise sont construits sur le même principe que le logotype de SUEZ ENVIRONNEMENT. Le cercle vert de SUEZ ENVIRONNEMENT reste toujours identique. Le nom des filiales apparaît dans le deuxième cercle à droite dont la couleur – présentée en page 13 – indique le domaine d'activités.

All the logotypes of our subsidiaries are constructed on the same principle as the logotype of SUEZ ENVIRONNEMENT. The green bubble of SUEZ ENVIRONNEMENT never changes. The name of the subsidiary appears in the second bubble to the right, and its colour – detailed on page 13 – indicates their activities.



LES TROIS ZONES

THREE ZONES

Lors de la construction d'un élément de communication trois zones sont à respecter :

Première zone (A)

Aucun élément graphique ne doit apparaître dans cette zone dite "d'exclusion" dont le rôle est de protéger le logotype de toute perturbation. Elle est déterminée par la hauteur du "Z" de SUEZ.

Deuxième zone (B)

Cette zone intérieure au cercle de droite est une aide à la construction d'un logotype de filiale de SUEZ ENVIRONNEMENT. Elle matérialise la surface disponible pour la mise en place du nom et de l'éventuel pictogramme de la filiale dans le cercle aux couleurs de son domaine d'activités.

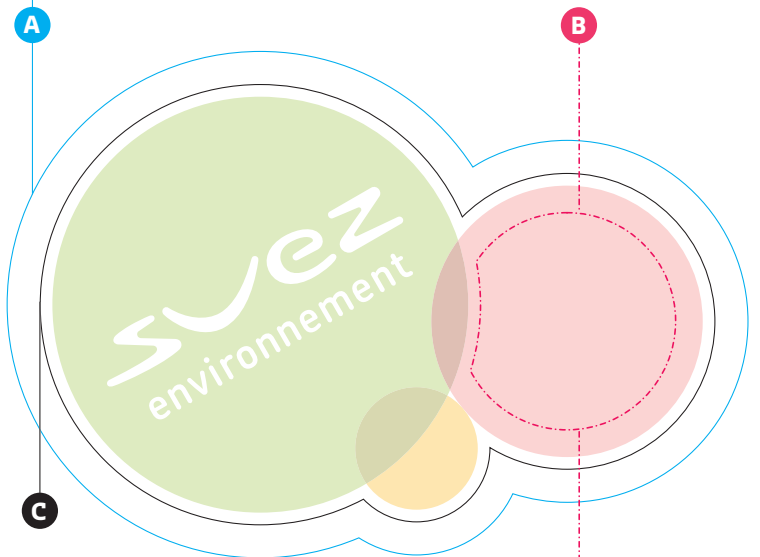
When constructing a communication item, three zones must be respected:

Zone one (A)

No graphic elements can appear in this "exclusion" zone, which is designed to protect the logotype from any disturbance. The zone is defined by the height of the "Z" in SUEZ.

Zone two (B)

This zone inside the bubble must be used to construct the logotype of a SUEZ ENVIRONNEMENT subsidiary. It specifies the space available for the name of the subsidiary (and icon when applicable), the colour change with the subsidiary's business area.



Troisième zone (☉)

L'utilisation du logotype couleur se fait toujours sur fond blanc. Exception : en signalétique uniquement (1) et sur fond sombre, le logotype peut apparaître entouré d'un contour blanc dont l'épaisseur précise figure sur les versions informatiques disponibles.

Zone three (☉)

The colour logotype is always used on a white background. Exception: for signages only (1) and on a dark background, the logotype can be surrounded by a white contour, the exact version is specified on the attached CD.



LES VERSIONS MONOCHROMES

MONOCHROMATIC VERSIONS

Exception : lorsque l'utilisation de la version couleur du logotype est réellement impossible, des versions monochromes peuvent être utilisées :

- la version monochrome verte PMS 376 sur fond blanc (2),
- la version en aplat blanc sur fond sombre (3) – à l'exception d'un fond noir en signalétique (4),
- la version au fil noir pour les applications monochromes noir et blanc comme le fax ou certaines enveloppes par exemple (5).

Exception: when use of the colour version of the logotype is genuinely impossible, monochromic versions can be used:

- green monochromic version PMS 376 on a white background (2),
- the full tone white version on a dark background (3) – except on a black background, only for signage (4),
- the black line version for black and white monochromic applications, such as fax messages or some envelopes (5).

L'UNIVERS DE COULEUR

COLOUR PALETTE

L'univers de couleur est constitué de couleurs vives, énergiques et humaines. Les trois couleurs primaires – le vert anis, l'écarlate et le jaune – constituant le logotype SUEZ ENVIRONNEMENT sont présentées en page 22.

Ensemble, elles reflètent notre engagement en faveur de l'environnement, notre passion pour les personnes et la visée optimiste de nos actions. Associées au blanc et au noir elles constituent les couleurs dominantes de nos supports de communication. Aucune n'est à privilégier.

Nota : des trois couleurs primaires, l'écarlate est la seule qui ne doit pas être utilisée par les filiales.

Les domaines d'activités utilisent des couleurs secondaires :

bleu azur pour le domaine d'activités "Eau", orange pour le domaine d'activités "Propreté" et violet pour les autres domaines.

Les couleurs des zones d'intersections, nécessaires à la réalisation des logotypes des filiales, ne doivent pas être utilisées dans la palette de couleurs d'expression.

Cette palette riche et nuancée constitue une façon innovante de communiquer sur l'environnement.

The colours we use are bright, energetic and human. The three primary colours – lime green, scarlet and yellow – constituting the SUEZ ENVIRONNEMENT logotype are described on page 22. Together they reflect our commitment to the environment, our passion for people and our optimistic approach to what we do. Combined with black and white they constitute the dominant colours of our communication tools. None of them is to have priority.

Note: of the three primary colours, scarlet is the only one which should not be used by subsidiaries.

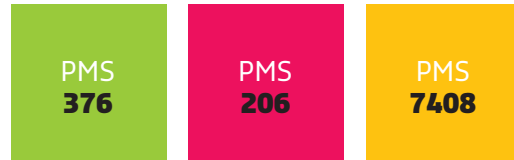
The business areas use the secondary colours: Light blue for "Water" business units, orange for "Waste services", and purple for the other business areas.

The colours of the intersecting zones required to produce subsidiary logotypes must not be used in the colour palette.

Used together, these colours form a new, richer way to talk about environmental services.

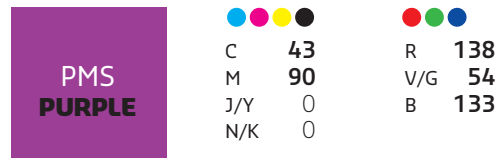
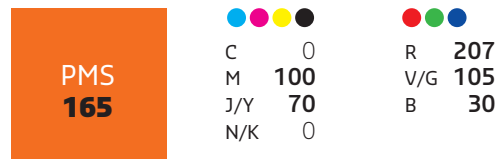
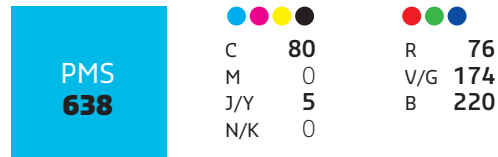
LES COULEURS PRIMAIRES

PRIMARY COLOURS



LES COULEURS SECONDAIRES

SECONDARY COLOURS



LES COULEURS DES ZONES D'INTERSECTION DES LOGOTYPES DES FILIALES

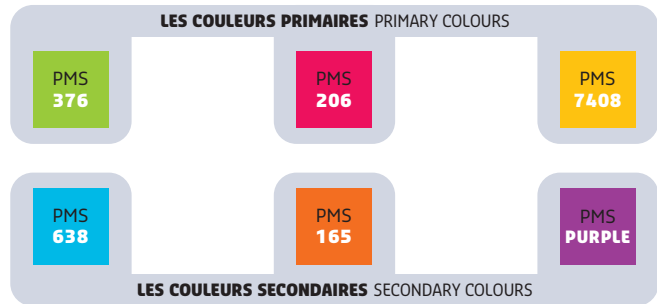
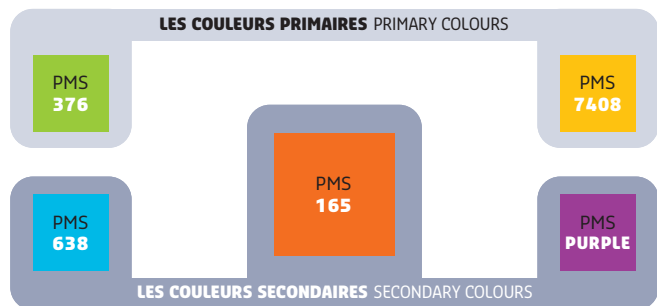
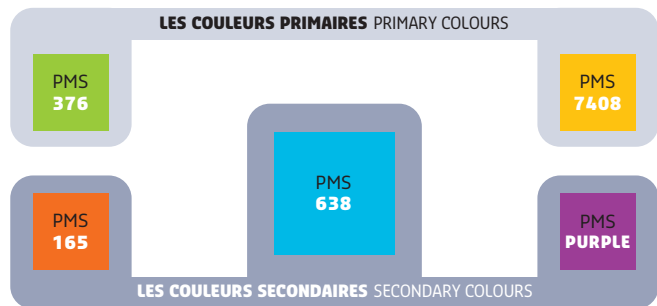
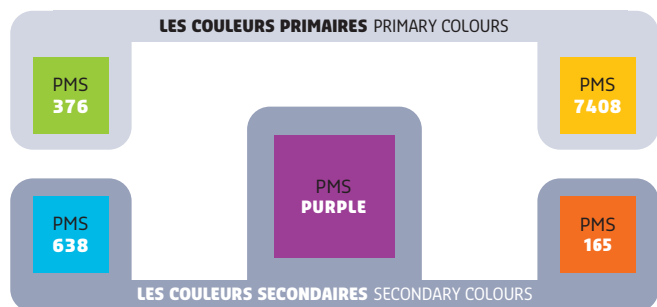
THE COLOURS OF THE INTERSECTING ZONES OF SUBSIDIARY LOGOTYPES



A RETENIR

REMINDER

- Quand SUEZ ENVIRONNEMENT communique, les couleurs d'expression sont les couleurs primaires – dominantes – complétées par le noir, le blanc et les couleurs secondaires. Les couleurs d'intersection nécessaires à la reproduction du logotype ne sont pas utilisées.
- When SUEZ ENVIRONNEMENT communicates, the colours used are the – dominant – primary colours supplemented by black, white and the secondary colours. The intersection colours required to produce the logotype are not used.
- Quand une filiale communique, sa couleur d'expression dominante est **l'orange** dans le domaine d'activités Propreté, **le bleu** dans le domaine d'activités Eau et **le violet** dans les autres domaines d'activités. Dans chaque domaine d'activités, la couleur d'expression dominante est complétée par l'utilisation ponctuelle des quatre autres couleurs (deux couleurs de domaine d'activités et les deux couleurs primaires, le vert et le jaune).
- When a subsidiary communicates, its dominant colour is **orange** for Waste Services business units, **light blue** for the Water business units, and **purple** for other business areas. In each business area, the dominant colour is supplemented by the occasional use of the four other colours (the two colours for the business area and the two primary colours, green and yellow).

SUEZ ENVIRONNEMENT**DOMAINE D'ACTIVITÉS PROPRETÉ** WASTE SERVICES BUSINESS AREA**DOMAINE D'ACTIVITÉS EAU** WATER BUSINESS AREA**AUTRES DOMAINES D'ACTIVITÉS** OTHER BUSINESS AREAS

LES ÉLÉMENTS DE LANGAGE VISUEL

VISUAL LANGUAGE

Notre langage visuel exprime clairement notre différence.

Le logotype n'est pas un élément figé. Il n'a pas de taille ni de position "fixe". Il est utilisé de façon impertinente et inattendue – il fait partie intégrante de toutes nos conceptions graphiques, débordant parfois du cadre d'une page pour donner à nos communications fluidité et dynamisme.

Le logotype prend vie sur un fond blanc constitué de cercles ou de parties de cercles imbriquées, se découpant l'une l'autre. Ces formes inhabituelles et déconcertantes renforcent le caractère mouvant et non conventionnel de notre signature de marque. Elles se marient avec un motif de lignes horizontales pour donner profondeur et énergie à nos mises en pages.

Nos couleurs sont exprimées avec audace et confiance – sous forme de grandes zones en aplat ou de trames, de filets décoratifs.

La combinaison du logotype, des couleurs, de la typographie, des éléments graphiques complémentaires et du style iconographique – présenté dans la partie "édition" – constituent le langage visuel du groupe.



Our visual language clearly expresses our difference.

The logotype is not frozen. It does not have a "fixed" size or position. It is used boldly and unexpectedly – and forms an integral part of all our designs, sometimes bleeding off the edge of a page to give our communications a fluid, dynamic feel.

Our logo works best on a white background formed by circles or intersecting parts of circles, in order to stand out from each other. These unusual, arresting shapes reinforce the fluid and unconventional nature of our brand signature. They are combined with a pattern of horizontal lines to give our designs depth and energy.

Our colours are used in a bold and confident way – as large areas of flat colour, or as striking accents.

The combination of the logotype, colours, typography, complementary graphic items and image style – detailed in the "printing" section – constitute the visual language.

L'UNIVERS TYPOGRAPHIQUE

TYPOGRAPHY

L'univers typographique est volontairement moderne, sobre et vient compléter le logotype. Il s'applique à SUEZ ENVIRONNEMENT comme à ses filiales.

L'utilisation exclusive des typographies est indispensable à la cohésion graphique de l'ensemble des réalisations graphiques.

Our typography is deliberately modern and sober, and supplements the logotype.

It applies to SUEZ ENVIRONNEMENT and to its subsidiaries.

The exclusive use of the typographies is essential for the graphic cohesion of all our designs.

SANSA

SANSA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

SANSA BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

SANSA BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

SANSA CONDENSED

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VECTORA

VECTORA

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VECTORA BOLD

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

*

Les typographies peuvent être obtenues auprès des distributeurs :

The body types can be obtained from the following retailers:

www.ourtype.com (Sansa OTF) www.linotype.com (Vectora std Open Type)

BUREAUTIQUE OFFICE AUTOMATION

VERDANA

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

TIMES

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

TYPOGRAPHIE PRINCIPALE

PRINCIPAL BODY TYPE

La typographie principale est la **SANSA***, dessinée par Fred Smeijers. Elle est utilisée **exclusivement en capitales** accentuées dans ses variantes. Tous les éléments de papeterie, de signalétique et d'édition sont réalisés en SANSA.

The principal body type is **SANSA***, designed by Fred Smeijers. It is to be used **exclusively with accented capitals** in alternative versions.

All stationery, signing and printed uses are to be in SANSA.

TYPOGRAPHIE SECONDAIRE

SECONDARY BODY TYPE

La typographie **VECTORA*** est utilisée en complément de la SANSA dans la composition des documents d'édition.

The **VECTORA*** body type is to be used in addition to SANSA when typesetting printed documents.

TYPOGRAPHIES DE SUBSTITUTION

SUBSTITUTE BODY TYPES

En bureautique, dans un souci de praticité, le Verdana et le Times remplacent respectivement le SANSA et le Vectora.

In office automation, for the sake of practicality, Verdana and Times respectively replace SANSA and Vectora.

PRINCIPES TEXTUELS

TEXT PRINCIPLES

Dans un souci de cohérence dans l'énoncé de la raison sociale "SUEZ ENVIRONNEMENT", les règles typographiques suivantes devront s'appliquer.

Dans tout document :

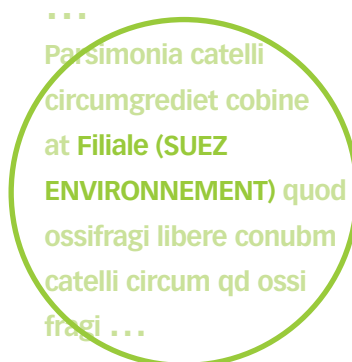
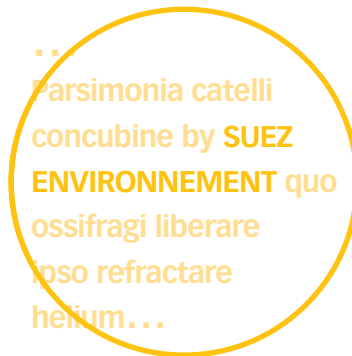
- Lorsque tout le texte est composé en capitales (titres par exemple), SUEZ ENVIRONNEMENT est composé également en capitales.
- Lorsque le texte est composé en capitales et bas-de-casses (texte courant par exemple) SUEZ ENVIRONNEMENT est composé en capitales.
- Lorsqu'une filiale de SUEZ ENVIRONNEMENT communique, elle doit systématiquement indiquer son appartenance au groupe en faisant suivre son nom de la mention "(SUEZ ENVIRONNEMENT)".

Cette mention, obligatoire, n'est cependant ajoutée qu'à la première apparition du nom de la filiale sur une même page. Si cette première apparition est un titre, la mention n'est pas obligatoire immédiatement, à condition que l'on puisse respecter cette règle dans la suite de la page à la première apparition du nom de la filiale.

Lorsque plusieurs filiales sont citées successivement dans un texte, on appliquera la règle ci-dessus à la dernière filiale citée dans l'énumération.

Lorsque SUEZ ENVIRONNEMENT apparaît dans un texte, ni SUEZ ni ENVIRONNEMENT ne doivent être coupés.

SUEZ ENVIRONNEMENT ne doit jamais être traduit.



In order to be consistent with the corporate name "SUEZ ENVIRONNEMENT", the following typographical rules must be applied.

In any document:

- When the entire text is set in capitals (titles for example), SUEZ ENVIRONNEMENT is also set in capitals.
- When the text is set in capitals and lower case (running text for example) SUEZ ENVIRONNEMENT is set in capitals.
- When a subsidiary of SUEZ ENVIRONNEMENT is communicating, it must systematically indicate its membership of the group by including "(SUEZ ENVIRONNEMENT)" after its name.

This obligatory indication, however, is only added to the first occurrence of the name of the subsidiary on the same page. If this first occurrence is a title, the indication is not obligatorily immediate, provided that the rule can be complied with in the rest of the page on the first occurrence of the name of the subsidiary.

When several subsidiaries are cited in succession in a text, the above rule is to be applied to the last subsidiary in the list.

When SUEZ ENVIRONNEMENT appears in a text, neither SUEZ nor ENVIRONNEMENT must be separated.

SUEZ ENVIRONNEMENT should never be translated.

LES INTERDITS PROHIBITED USAGES



Ne pas déformer le logotype.
Do not deform the logotype.



Ne pas modifier le logotype ni modifier l'inclinaison de SUEZ ENVIRONNEMENT.
Do not modify the logotype or the slope of SUEZ ENVIRONNEMENT.



Ne pas changer le dessin d'un élément. Do not change the design of any item.



Ne pas changer de couleur du logo.
Do not switch colours of the logo.



Ne pas intervertir les couleurs.
Do not invert the colours.



Ne pas utiliser d'effet dégradé ou 3D.
Do not use shading or 3-D effects



Ne pas appliquer d'ombre portée.
Do not use cast shadowing.



Le logotype ne doit pas apparaître en signalétique, sur un fond de couleur sans contour blanc. In signs, the logotype must not appear on a colour background without a white contour.



Ne pas utiliser une variante du logotype inappropriée avec le fond. Do not use a variation of the logotype unsuitable for the background.



Ne pas créer de nouvelle variante du logotype.
Do not create a new version of the logotype.



Ne pas positionner le logotype sur un fond photographique.
Do not position the logotype on a photographic background.



Ne pas couper le logo.
Do not cut off part of the logo.

EDITION LITTÉRATURE

L'utilisation exclusive des typographies est indispensable à la cohésion graphique de l'ensemble des réalisations graphiques.

The exclusive use of the typographies is essential for the graphic cohesion of all our designs.

SANSA

SANSA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

SANSA BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VECTORA

VECTORA

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

L'UNIVERS ICONOGRAPHIQUE IMAGE STYLE

Notre style d'image consacre la vie réelle, la vie quotidienne. Nous sommes passionnés par ce que nous faisons, et ceci transparaît dans les images que nous utilisons.

Nous revendiquons le fait que nos services sont finalement conçus pour le quotidien des concitoyens, ainsi nous montrerions plutôt une personne ordinaire exploitant quelque chose que nous avons contribué à créer plutôt que l'image d'une pièce technologique.

Notre style est vrai, honnête et de dimension humaine – et non clinique et froid. Nous recherchons des manières à la fois intéressantes et surprenantes de raconter des histoires en rapport avec notre activité – qu'il s'agisse de nouvelles démarches de recyclage ou les manières innovantes d'économiser de l'eau.

Our image style celebrates real, everyday life. We are passionate about what we do, and that shows in the images we use.

We understand that our services are ultimately designed for the benefit of real people, so we would rather show an ordinary person interacting with something we have helped create than an image of a piece of engineering.

Our style is real, honest and human in scale – not clinical and cold. We look for interesting, surprising ways of telling stories which are related to the business we are in – be that new approaches to recycling, or innovative ways of saving water.

Les éléments de notre identité étant particulièrement expressifs, nous faisons une utilisation sobre de la typographie. Elle vient parfaire la formulation des messages avec simplicité et clarté. La mise en valeur des contenus est réalisée grâce à un caractère moderne – le **SANSA** – accompagné d'une typographie secondaire, le **Vectora**. Cette pureté du texte permet au reste de nos conceptions de figurer au premier plan.

Because the other elements of our identity are so expressive, we use type in a relatively restrained way. It perfects what we have to say with simplicity and clarity. Highlighting content is achieved by using a modern font – SANSA – together with a secondary body type, Vectora. The uncluttered text lets the rest of our designs come to the fore.

COMPOSITION

TYPESETTING

Dans tous les documents d'édition, **les textes doivent impérativement être au fer gauche. Tous les titres sont composés en capitales** avec une approche -5 jusqu'au corps 20 et -10 au-delà du corps 20.

In all printed documents, **the texts must be flush left.**

All the titles are typeset in capitals with fitting -5 up to font size 20 and -10 above font size 20.