janvier 2021

# Papeterie

Papeterie | Cartes de visites

La carte de visite est un support vertical composé de deux faces.
Au recto, le logotype en couleur est positionné en haut à gauche puis, les informations liées au titulaire de la carte sont indiquées en-dessous. Au verso, le bloc-marque est apposé sur un fond KV bleu.

(Voir règles de construction ci-contre)





X = 1/18 de la largeur

Papeterie | Lettres

#### Il existe deux versions de papier à entête. Une version classique imprimée sur fond blanc et une version plus évènementielle imprimée sur fond KV gris.

Dans les deux cas, le logotype est placé en haut à gauche du support, dans le tiers supérieur.

#### CLASSIQUE

#### ÉVÈNEMENTIELLE



M. DOE John 123 rue de la République Appartement 16F 78000 VERSAILLES FRANCE

Meudon la Forêt, le 20 janvier 2020

#### Chère collaboratrice, Cher collaborateur,

En ce début d'année, je tenais à partager avec vous le fruit de la réflexion menée sur notre marque depuis un an. Nous avons pris le temps de forger notre conviction car l'enjeu est stratégique : affirmer la singularité de Bouygues Telecom sur le marché, en définissant notre identité profonde.

Pourquoi voulons-nous affirmer clairement qui nous sommes?

Face à des concurrents ambitieux, nous devons donner aux clients et aux prospects les raisons de nous préférer, c'est le coeur de cette démarche. C'est aussi le moyen de renforcer les liens avec nos partenaires, d'oser des engagements sociétaux qui nous ressemblent, d'exprimer ce qui nous anime et nous rend fiers d'être ensemble chez Bouygues Telecom ou encore d'inciter de nouveaux talents à nous rejoindre... Une marque, c'est tout cela.

Beaucoup d'entre vous, représentant tous les métiers de l'entreprise, ont participé à cette réflexion. Votre contribution a été déterminante. Elle est le reflet d'une culture interne à la fois engagée et bienveil-

Au cours de ce travail collectif, nous avons acquis la conviction que, depuis sa création, ce qui anime profondément Bouygues Telecom, c'est : « Faire grandir les relations humaines ». Nous jouons un rôle dans la vie des gens, en leur permettant de rester en lien avec leurs proches que ce soit au quotidien ou dans les moments importants de la vie. Nous le faisons en étant convaincus que c'est la qualité de nos relations avec les autres qui est la clé de notre bonheur.

Ce credo se traduira désormais dans toutes nos prises de parole, avec une nouvelle signature : « On est

C'est un moment important car cette raison d'être nous engage pour de nombreuses années. Ce n'est pas un exercice de communication, c'est une volonté qui va guider Bouygues Telecom et orienter nos engagements envers nos clients, en interne, dans nos innovations ou dans nos initiatives sociétales.

Je tenais à m'adresser à vous personnellement, avant la révélation publique de cette nouvelle signature de marque à travers une campagne media, qui débutera le 26 janvier, à la télévision notamment.

Nous avons tous un rôle à jouer pour faire vivre cette nouvelle ambition de marque en faisant grandir les relations humaines. Nous le ferons ensemble et je sais que je peux compter sur vous.

Richard Viel, directeur général de Bouygues Telecom





M. DOE John 123 rue de la République Appartement 16F 78000 VERSAILLES FRANCE

Meudon la Forêt, le 20 janvier 2020

#### Chère collaboratrice, Cher collaborateur,

En ce début d'année, je tenais à partager avec vous le fruit de la réflexion menée sur notre marque depuis un an. Nous avons pris le temps de forger notre conviction car l'enjeu est stratégique : affirmer la singularité de Bouygues Telecom sur le marché, en définissant notre identité profonde.

Pourquoi voulons-nous affirmer clairement qui nous sommes?

Face à des concurrents ambitieux, nous devons donner aux clients et aux prospects les raisons de nous préférer, c'est le coeur de cette démarche. C'est aussi le moyen de renforcer les liens avec nos partenaires, d'oser des engagements sociétaux qui nous ressemblent, d'exprimer ce qui nous anime et nous rend fiers d'être ensemble chez Bouygues Telecom ou encore d'inciter de nouveaux talents à nous rejoindre... Une marque, c'est tout cela.

Beaucoup d'entre vous, représentant tous les métiers de l'entreprise, ont participé à cette réflexion. Votre contribution a été déterminante. Elle est le reflet d'une culture interne à la fois engagée et bienveil-

Au cours de ce travail collectif, nous avons acquis la conviction que, depuis sa création, ce qui anime profondément Bouygues Telecom, c'est : « Faire grandir les relations humaines ». Nous jouons un rôle dans la vie des gens, en leur permettant de rester en lien avec leurs proches que ce soit au quotidien ou dans les moments importants de la vie. Nous le faisons en étant convaincus que c'est la qualité de nos relations avec les autres qui est la clé de notre bonheur.

Ce credo se traduira désormais dans toutes nos prises de parole, avec une nouvelle signature : « On est fait pour être ensemble »

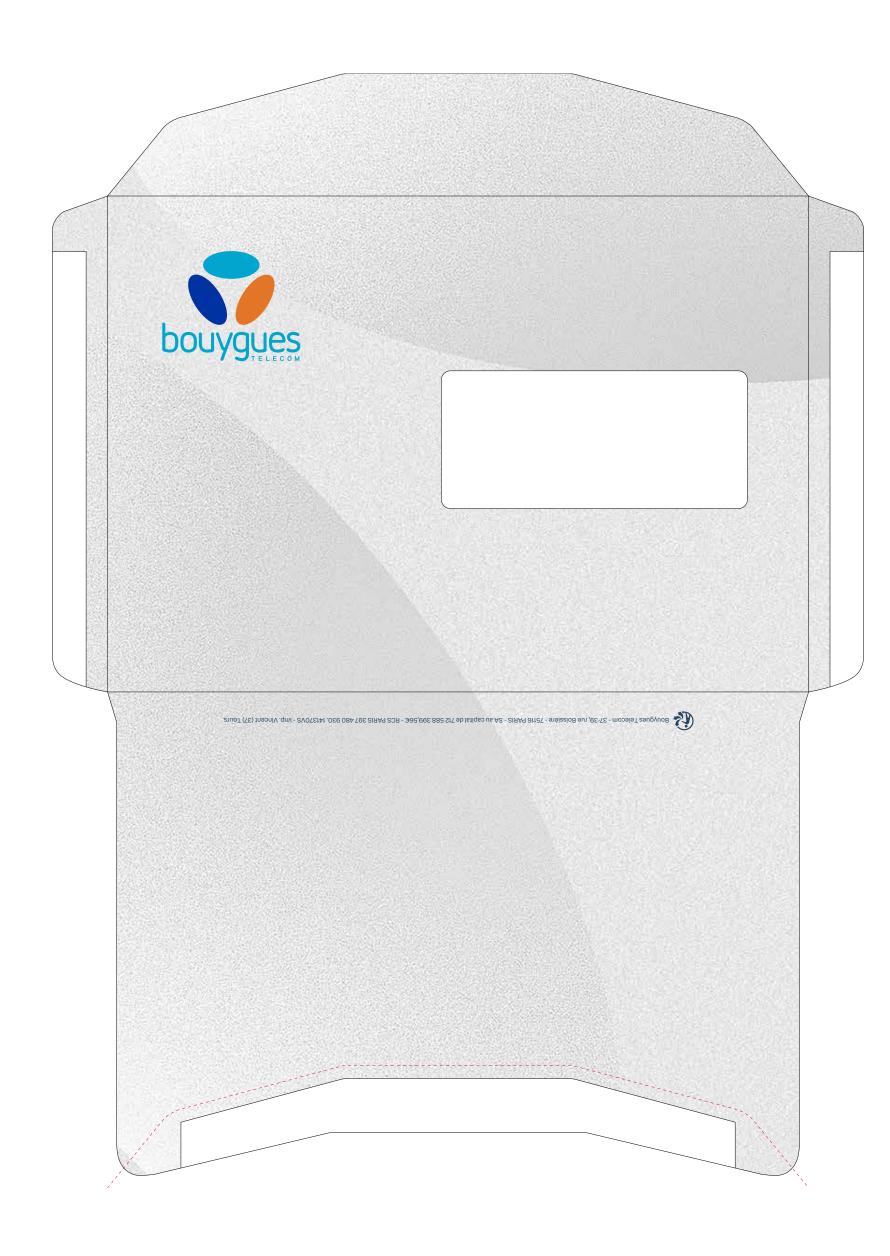
C'est un moment important car cette raison d'être nous engage pour de nombreuses années. Ce n'est pas un exercice de communication, c'est une volonté qui va guider Bouygues Telecom et orienter nos engagements envers nos clients, en interne, dans nos innovations ou dans nos initiatives sociétales.

Je tenais à m'adresser à vous personnellement, avant la révélation publique de cette nouvelle signature de marque à travers une campagne media, qui débutera le 26 janvier, à la télévision notamment.

Nous avons tous un rôle à jouer pour faire vivre cette nouvelle ambition de marque en faisant grandir les relations humaines. Nous le ferons ensemble et je sais que je peux compter sur vous.

Richard Viel, directeur général de Bouygues Telecom









Sur les enveloppes, le logotype est utilisé dans le coin supérieur gauche. Sa taille varie en fonction de l'enveloppe. Papeterie | Signature mail

#### UTILISATION SIGNATURE INTERNE EN BOUYGUES READ

## on est fait pour être ensemble



### Prénom Nom

Fonction Direction

Tel:X.XX.XX.XX bouyguestelecom.fr









La signature email est construite sur la base de la taille et des proportions du bloc-marque.

Il existe 2 versions de signature de mail en fonction de l'utilisation interne ou externe.

Utilisation interne : la typographie est en Bouygues Read

Utilisation externe : la typographie de substitution est l'Arial UTILISATION SIGNATURE EXTERNE EN ARIAL

### on est fait pour être ensemble



### Prénom Nom

Fonction

Direction

Tel: X.XX.XX.XX bouyguestelecom.fr









## Merci