



Charte graphique

Mise à jour : aout 2017

Sommaire

01 LE LOGOTYPE

- | | |
|---------|--------------------------|
| Page 04 | Le logotype |
| Page 05 | Les règles d'utilisation |
| Page 06 | Logotype monochrome |
| Page 06 | Les interdits |

02 L'IDENTITÉ VISUELLE

- | | |
|---------|------------------------|
| Page 09 | Gamme chromatique |
| Page 10 | Typographies |
| Page 11 | Univers iconographique |

03 BUREAUTIQUE

- | | |
|---------|-------------------------|
| Page 13 | Carte de visite |
| Page 14 | Carte de correspondance |
| Page 15 | En-tête de lettre |
| Page 16 | Power-point |
| Page 17 | Signature mail |

04 ÉDITION

- | | |
|---------|---------------------|
| Page 19 | Plaquette, brochure |
| Page 20 | Fiche «Cas client» |
| Page 21 | Fiche «Produit» |
| Page 22 | Rollup |



Le logotype

Le logotype

Zone de protection

La zone de protection correspond à la zone située autour du logotype dans laquelle aucun élément (graphique ou texte) ne peut apparaître.



Taille minimale

La taille doit être supérieure ou égale à 35 mm de large.



Les règles d'utilisation

Logotype sur un fond de couleur

Le logotype est utilisé principalement sur fond blanc, mais il est toléré sur un fond de couleur à condition que ce soit l'une des couleurs du logotype.



Logotype sur une image

Le logotype est autorisé sur une photo à condition que le contraste soit assez important afin de ne pas nuire à sa lisibilité.



Sinon, il est indispensable de l'apposer sur un rectangle au coin supérieur gauche arrondi blanc derrière le logo-type, opacité 85% minimum.



Logotype monochrome

Logotype en monochrome

Le logotype est utilisé principalement avec ses 2 couleurs attitrées, sauf dans des situations particulières : goodies, fax, textile...



Les interdits

Respect du logotype

Il est strictement interdit de modifier la taille des caractères, de le déformer, de modifier les couleurs, etc.



02

Identité visuelle

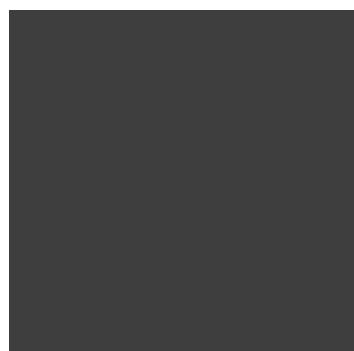
Gamme chromatique



CMJN : 40/100/30/8

RVB : 157/27/98

PANTONE 7648 C



CMJN : 0/0/0/90

RVB : 60/60/59

Typographies

Le choix typographique

Pour les titres, les supports de communication, on utilisera «Amaranth». Pour le texte courant on utilisera «Lato». Enfin, on utilisera «calibri» pour les documents de communication internes (courrier, powerpoint...).

Amaranth (Regulat & bold)

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 &é“« ’(§è!çà),;.:?/:@*€

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 &é“« ’(§è!çà),;.:?/:@*€

Lato

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 &é“« ’(§è!çà),;.:?/:@*€

Calibri

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 &é“« ’(§è!çà),;.:?/:@*

Univers iconographique

Les photos

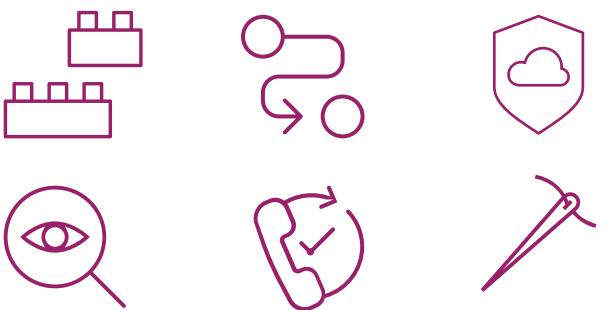
Les images utilisées doivent, dans l'idéal, comporter des personnes, afin d'humaniser le service. Les lumières doivent être assez chaudes.



Les icônes et symboles

Les pictogrammes illustrant des chiffres clés, des services ou autres, doivent être filaires.

Ci-contre quelques exemples.



03

Bureautique

Carte de visite



① Academy Sans, 14pt



① Academy Sans, 14pt

② Academy Sans, 9pt, Light

③ Academy Sans, 8pt, Light Italic

④ Academy Sans, 10pt, Light

⑤ Academy Sans, 8pt

Carte de correspondance



① Academy Sans, 8pt

En-tête de lettre

55 mm 15 mm
15 mm

Orpheo
DIGITAL ASSET MANAGEMENT

M. Alphonse DUPUIS
1, rue de la rue
76000 PARIS

Le 1er mars 2017, à Paris

Objet : lettre information

Monsieur, ①

Pudae elitas ilicaborem quae quis atiis molorio ipiciati rempore voluptatem dolliquam quosamus; ped maxim voloreptisto beratur, as aciatquibea quo idiat nimolorero maios con prendis repelique; reped et eum velia quias que pa sum ipsaped et, sequam se et illigna tectustum alignimust, ut; dolum ea doloriae simin nonecest plit, ad min reniatur alis alit, si illa imi, unt et untiusante reria; doluptam quia et et, cullorro berum quae. Am, sedissimi, audigenis eatiunt.

Me nonem secat harum invelictatas dicia nimagnim estio et ullacca ecaestiis et quid et que necte; eatem volorersped magniste perumquatem quunt qui od quo to voloribeatis explaut viduciet que; ne proribeatur, qui offictur, ex experest optatiatur? Quibus, conse prae perum hit, ommo mo occae ni quam, nimus dolut es eatisquas con poreratqui untetur, sento volesiae re volorerum sae; liquiatem doloria volupta ssequam dolore vellupi endiciunt, cum vollore rsperovit etur? Ebis endip- su saeperia dolupti quiae volupist modi totatemos aut lab is expe non coris adipsa vel ipsaped; quam exernam is eum hillit eatasin nate nulpa net, simpore rspeliqui voluptate la acillit, cuptaquas; ani consequi ischiaepella dolesciame nones dolorer atempore anducita di velessimi, nos es aliquae; ventem. Ut harchiciet et ommodistio ea volupic test, autate volores tiberis dolecte mquontor; sedit unt ut vent dipsunt hicia inimolute eaqui officiae derion consequia nesendam quatur aute; seque as re, ut ad ut volore etusdae que et aut maximo repudit liti nim volupti atiorem as sed; ut quamustem.



ORPHEA | 36 rue des petits champs, 75002 Paris | Tél.: 01 53 20 33 70 | Fax.: 01 53 20 33 71 | info@orphea.com | Algoba Systems SAS
au capital de 77 000 Euros | SIRET: 41356711600053 | APE: 5829A | RCS Paris B 413567116 | Num.TVA: FR65413567116 ②

① Calibri, 11pt

② Academy Sans (ou Lato), 7pt

Powerpoint (format 16:9)

The slide features a dark red background with a large, semi-transparent white 'D' shape on the left. In the top right corner is the Orphean logo: a stylized 'O' with a flame-like effect above the word 'Orphean' and 'DIGITAL ASSET MANAGEMENT' below it. The main title 'Titre de la présentation' is centered in white Calibri font at the bottom.

① Calibri, 28pt, blanc.

This slide has a dark red background. A large, semi-transparent white '01' is positioned in the center. Below it, the chapter title 'Titre du chapitre' is written in white Calibri font, preceded by a small red circle containing the number '2'.

① Calibri, 240pt, (RVB : 182/41/30).

② Calibri, 24pt, gris Orphean.

The slide has a white header bar with a thin red line. The main title 'Titre de la diapositive' is in red Calibri font, followed by a red circle with '1'. Below it is a subtitle 'Sous-titre 1' in black Calibri font, followed by a red circle with '2'. To the right is a line chart titled 'PRODUCT 1' and 'PRODUCT 2' on a grid background. The chart shows two lines with circular markers: one blue line for Product 1 and one orange line for Product 2. The legend is located at the bottom right of the chart area. At the bottom right is the Orphean logo with a small red circle containing the number '3'.

① Calibri, 18pt, gris Orphean.

② Calibri, 16pt, rouge Orphean.

③ Calibri, 14pt, gris Orphean.

The slide has a dark red background with a large, semi-transparent white 'D' shape on the left. The text 'Merci de votre attention.' is centered at the top in white Calibri font. Below it is the Orphean logo. At the bottom left is contact information: 'ORPHEA', 'info@orphea.com', '+33 (0)1 53 20 33 70', and 'orphea.com'. At the bottom right are social media icons for Twitter, LinkedIn, YouTube, and Facebook.

① Calibri, 20pt, blanc.

② Calibri, 10pt, gris Orphean.

Signature mail

The screenshot shows a Microsoft Word document window titled "Sans titre - Message (HTML)". The ribbon menu is visible with "Message" selected. The toolbar includes standard options like "Coller" (Paste), "Format du texte" (Text Style), and "Format du document" (Text Box). Below the toolbar, there's a "Text simple" button. The main content area contains a signature template for Bruno DUPONT. On the left, there's a logo for "Orpheo DIGITAL ASSET MANAGEMENT" with address details: "36 rue des petits champs 75002 Paris Tél. +33 (0)1 53 20 33 70 orpheo.com" and social media links for Twitter, LinkedIn, YouTube, and Facebook. On the right, the signature information is displayed: "Bruno DUPONT ① Directeur général ② General Manager Mobile : +33 (6) 23 45 65 78 ③ Ligne directe : +33 (1) 53 20 33 70 bruno.dupont@orphea.com". The footer of the slide indicates the page number "17".

Orpheo
DIGITAL ASSET MANAGEMENT

36 rue des petits champs
75002 Paris
Tél. +33 (0)1 53 20 33 70
orphea.com

④

Bruno DUPONT ①
Directeur général ②
General Manager
Mobile : +33 (6) 23 45 65 78 ③
Ligne directe : +33 (1) 53 20 33 70
bruno.dupont@orphea.com

① Calibri, 14pt, violet Orpheo.
② Calibri, 9pt, gris Orpheo.
③ Calibri, 10pt, gris Orpheo.
④ Calibri, 7pt, gris Orpheo.

04

Édition

Plaquette, brochure



Fiche «Cas client»

Orphean
DIGITAL ASSET MANAGEMENT

CAS CLIENT :
M6 VIDEO BANK

Henin consedi psanhil ipsam quia con pra voluptae alit quis eumquodis am quodis sum est, omnit ut atus.

LES ENJEUX
Dans le but de valoriser et de monétiser l'accès à son patrimoine de contenus audiovisuel depuis son lancement en 1987, le service Documentation du Groupe M6 souhaitait développer un portail web pour promouvoir ses contenus vidéos et les commercialiser.

Le Groupe M6 avait pour ambition d'offrir aux professionnels de l'audiovisuel et des médias un catalogue complet de ses 45 000 heures de vidéos, accessibles via un portail web ergonomique et facile à utiliser où l'on y retrouve toute la richesse du Groupe M6

- Des reportages et tournages de l'info du 12H45 et 19H45
- Des programmes phares (Capital, Zone Interdite, Turbo...)
- Les émissions «cultes» (Morning Live, Hit Machine...)
- Le fond Paris Première (Paris Dernière, Polonium, Les Grosses Têtes...)
- Les premières apparitions... (Graines de Star, fréquentstar...)

Celui-ci devait être connecté à la base existante qui stocke, en interne, tous les contenus du groupe.

SOLUTION
Choisi par le groupe M6, Orphean a collaboré étroitement avec l'équipe de la Direction Documentation, accompagnée de la Direction informatique, afin de bâtir une plateforme à la fois moderne et dotée de fonctionnalités avancées. Reliée au système d'archivage (AVID) du Groupe M6, le portail

M6 Groupe c'est...

	+45 000 Heures d'images numérisées
	+10 000 Rushes disponibles
	+ 20 000 vidéos

BÉNÉFICES

En mars 2016, ce vaste chantier a porté ses premiers fruits. En interne, ce projet a augmenté la productivité des utilisateurs grâce à la dématérialisation de nombreux traitements. Sur le plan technique, le portail M6 Video Bank assure ergonomie et sécurité des données.

Il révèle 5 atouts clés :

- La richesse de l'offre de contenu M6 et sa constante évolution ;
- La simplicité d'utilisation et d'exploration du patrimoine vidéos ;
- La possibilité de créer ses propres extraits ;
- Le système d'alertes personnalisées ;
- La fluidité du parcours de commande.

Le portail M6 Video Bank est réservé au BtoB. Pour pouvoir consulter la richesse du contenu vidéos, chaque utilisateur doit créer son compte et indiquer ses différents centres d'intérêts. Ceci lui permettra d'accéder au contenu pertinent.

INNOVATION

Le lecteur vidéos (player) fait partie des innovations de cette plateforme. « Nous avons développé spécifiquement ce module pour permettre de visionner et de composer des séquences précises suivant un point d'entrée et un point de sortie (TC In / TC Out) », confie Malika Kechich, Directrice commerciale d'Orphean. Une fois ces séquences ajoutées au panier, le processus d'achat est enclenché. À l'issue de la commande, le client récupère directement sa sélection haute et/ou basse résolution.

Le travail avec les équipes d'Orphean a été riche et constructif. Nous avons pu bâtir un portail à la hauteur de nos exigences. Nous sommes fiers de cette offre qui valorise nos contenus. (...) M6 Video Bank est enrichi d'une multitude de fonctionnalités qui facilitent l'automatisation de nos processus.

Martine Carouge,
Directrice documentation et vente contenus et droits Groupe M6.

Format A4

- 1 Amaranth, 16/22pt, violet/gris Orphean
- 2 Amaranth, 20pt, gris Orphean.
- 3 Amaranth, 14pt, violet Orphean
- 4 Lato, 11pt, gris Orphean

Fiche «Produit»

Digital Asset Management, une stratégie indispensable

Valoriser et partager votre patrimoine numérique

Le numérique fait partie intégrante de notre quotidien et le mouvement ne cesse de s'accélérer. Photos, vidéo, enregistrements, textes, fichiers... tous ces contenus constituent une incroyable richesse pour les entreprises et les institutions. Encore faut-il pouvoir les conserver dans de bonnes conditions, les retrouver lorsqu'en a besoin et les partager aux bonnes personnes au bon moment !

En quelques décennies, le Digital Asset Management (DAM) a énormément évolué. A l'origine, il s'agissait de simples bases de stockage compliant des ressources numériques. Aujourd'hui, cette technologie repose sur des plateformes collaboratives, ouvertes à d'autres applications, aux fonctionnalités enrichies.

En effet, l'important n'est pas de stocker une masse de contenus mais bien de savoir les retrouver, les utiliser à bon escient, les exploiter et les valoriser. La mise en place d'un système de DAM représente un enjeu stratégique qui peut apporter un retour sur investissement rapide.

Une valorisation financière des contenus

Le DAM peut être couplé à une solution de Royalty/Invoice Management. Celle-ci permet de calculer des royalties sur les contenus, de traiter des flux de commande en ligne et de faciliter la comptabilité.

Un marché en pleine expansion

Dans un monde qui se complexifie, l'information est plus que jamais une richesse pour l'entreprise. Et les contenus numériques au cœur de leurs stratégies digitales et de communication. Ainsi, le marché du DAM est en pleine expansion. Selon MarketsandMarkets, le marché du Digital Asset Management mondial évoluera de 1,4 milliards de dollars en 2015 à 5,5 milliards de dollars en 2020. Lire [l'étude](#) évalue le taux de croissance annuel composite (TCAO) du marché du DAM à 30,4%.

Une offre complète depuis l'étude de vos besoins jusqu'à la livraison de votre projet.

- Un produit robuste, performant et évolutif.
- Un accompagnement personnalisé pour structurer vos processus métier.
- Un hébergement sécurisé de vos données en France.
- Une expertise documentaire et éditoriale.
- Une assistance aux utilisateurs et un support technique réactif.

Aspect fondamentaux :

- ✓ Sécurité des données, via la gestion fine des droits et des restrictions, mais aussi des profils d'utilisateurs ;
- ✓ Moteur de recherche, offrant de multiples options d'accès à tous les objets multi-médias, quelle que soit leur nature : vidéos, images, documents, etc. ;
- ✓ Performances et fiabilité de la base de données, et de tous les canaux de communication avec le système ;
- ✓ Souplessse de mise en œuvre : hébergement local ou externalisé, architecture mutualisée ou décentralisée, points d'intégration avec des applications tierces, reversibilité des choix d'environnement, etc... ;
- ✓ Services, parce que la mise en œuvre d'une bonne solution DAM est nécessairement accompagnée de l'expertise pour organiser les données, définir un référentiel, les notices documentaires et s'assurer que les parties prenantes de l'entreprise acquièrent elles-même confort et autonomie dans leur quotidien autour de leur application DAM.

Qu'est-ce que le DAM ?

Le Digital Asset Management, terme anglophone, peut se traduire en français par gestion des ressources numériques. Il s'agit d'une technologie permettant à une entreprise ou à une organisation de stocker, d'organiser, d'enrichir et de partager des ressources numériques de manière intuitive, depuis une source centralisée et sécurisée.

Aspect fondamentaux :

- ✓ Sécurité des données, via la gestion fine des droits et des restrictions, mais aussi des profils d'utilisateurs ;
- ✓ Moteur de recherche, offrant de multiples options d'accès à tous les objets multi-médias, quelle que soit leur nature : vidéos, images, documents, etc. ;
- ✓ Performances et fiabilité de la base de données, et de tous les canaux de communication avec le système ;
- ✓ Souplessse de mise en œuvre : hébergement local ou externalisé, architecture mutualisée ou décentralisée, points d'intégration avec des applications tierces, reversibilité des choix d'environnement, etc... ;
- ✓ Services, parce que la mise en œuvre d'une bonne solution DAM est nécessairement accompagnée de l'expertise pour organiser les données, définir un référentiel, les notices documentaires et s'assurer que les parties prenantes de l'entreprise acquièrent elles-même confort et autonomie dans leur quotidien autour de leur application DAM.

Ils l'ont testé

SUEZ, ENGIE, Sipa Press, L'ORÉAL, Institut Pasteur, Inserm, SAINT-GOBAIN, radiofrance, pressesports

Contact

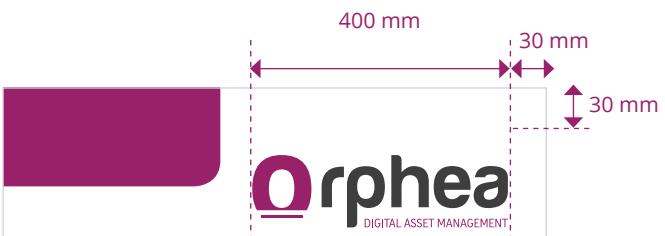
Mail : info@orphea.com
Tél. : + 33 (0)1 53 20 33 70
Site : orphea.com

Orphean
DIGITAL ASSET MANAGEMENT

Format A4

- ① Amaranth, 16/22pt, violet/gris Orphean
- ② Amaranth, 20pt, gris Orphean.
- ③ Amaranth, 14pt, violet Orphean
- ④ Lato, 11pt, gris Orphean

Rollup



① Asperspedit il exerum ut volor am
quiaers peruptur atus plaboruptat
ipsapel laborio

20 ans
d'innovation

150 clients
actifs

500
projets IT

120 000
utilisateurs



LOREM IPSUM

- ✓ Aximusam earum facimpo rrorestiunt, sus modit o^② officia dolupis.
- ✓ Aximusam Aximusam ea- rum facimpo rrorestiunt, sus modit odit officia dolu- pis rent ommos remolupit occatet faccaNam apit,

“ Eceptasperia aut fugit, sequunt. Ignimos adicte as vendamus rescid umer quaspic iderovit eatibus ullante occusam qui beaquento Ut repelenctia sit, sitis des ipsunt fgrh. ”

Mr DUPONT,
Responsable Qualité et Développement

Orpheo
DIGITAL ASSET MANAGEMENT

ORPHEA
info@orphea.com
+33 (0)1 53 20 33 70
orphea.com



340 mm

280 mm

Format 850 x 2000 mm



- ① Amaranth, 130pt, gris Orpheo.
- ② Lato, 40pt, gris Orpheo.

Orphea

DIGITAL ASSET MANAGEMENT

ORPHEA
info@orphea.com
+33 (0)1 53 20 33 70
orphea.com

36, rue des petits champs
75002 Paris
FRANCE

