



Charte graphique - Juillet 2026

Sommaire

LA MARQUE

Plateforme de marque	4
Manifeste	5
Architecture de marque	6

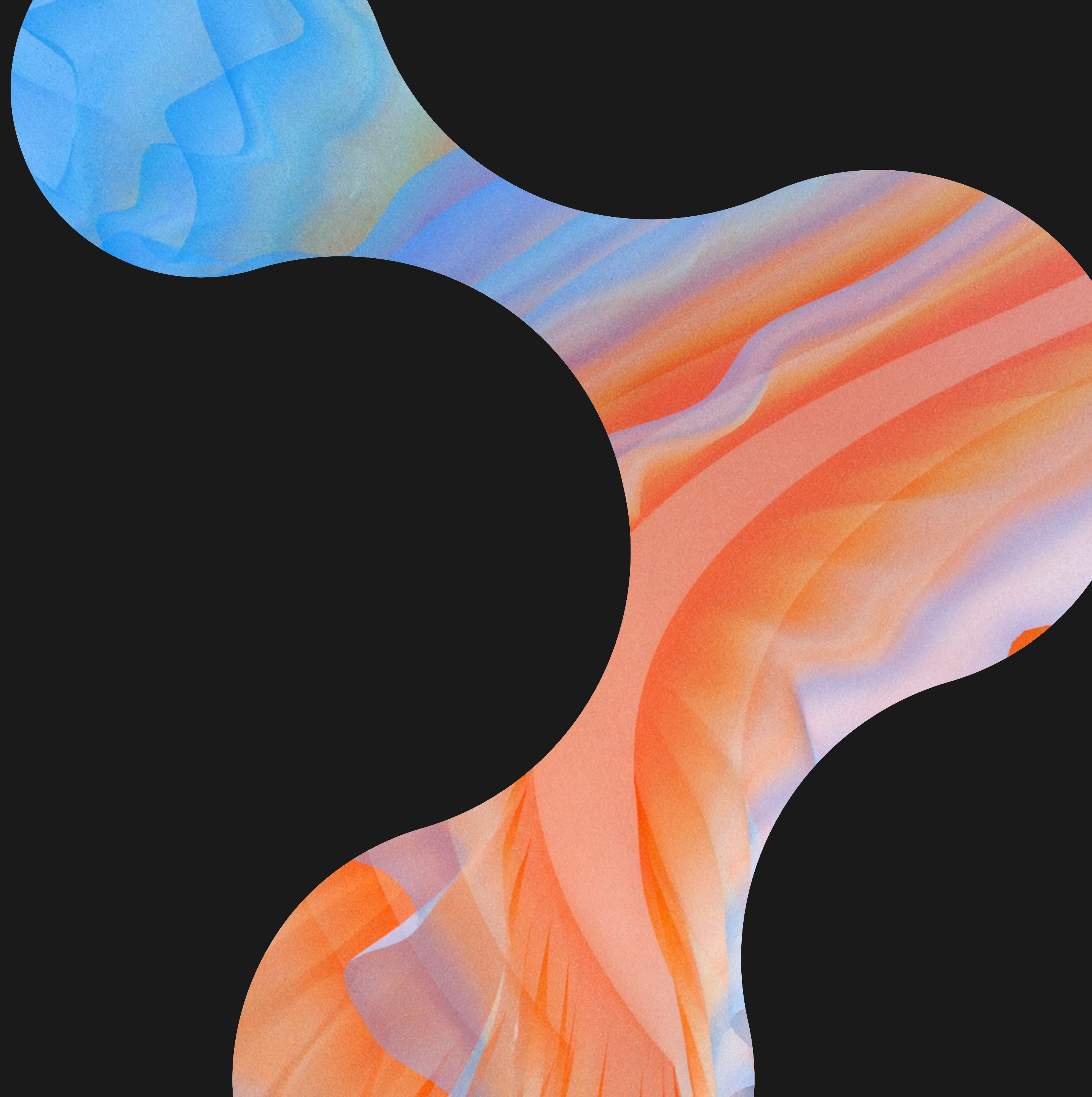
FONDAMENTAUX

Logotype	9
Couleurs	14
Typographies	15
Système	16
Iconographie	17

APPLICATIONS

Signature de mail	19
Overview	20

La marque



LA MARQUE

Plateforme de marque

La plateforme de marque est à la fois un passeport et une boussole. Un socle identitaire et un instrument de navigation. Elle formalise l'identité de la marque et oriente ses prises de décision.

VISION

Face à la croissance mondiale des troubles de l'audition, de la cognition et de la parole, il est indispensable de repousser les frontières de la science afin de redonner à celles et ceux qui le souhaitent le pouvoir fondamental de communiquer et de se reconnecter au monde qui nous entoure.

MISSION

En unissant chercheurs et cliniciens autour d'une approche intégrée unique du lien oreille-cerveau-parole, nous cherchons à prévenir et traiter les troubles de l'audition et de la parole, pour que chacun retrouve la possibilité de communiquer à tous les âges.

AUDIENCES & MOTIVATIONS

Les mécènes, qui financent des causes d'avenir qui impactent la société.

Les acteurs étatiques, les institutionnels, les industriels, et la communauté scientifique qui cherchent à travailler avec un acteur d'excellence innovant.

Les personnes concernées par les troubles de l'audition et de la parole et le grand public, en attente de solutions, d'information et de prévention.

VALEURS

Engagement : l'impact sociétal au coeur, mettre notre expertise au service de chacun, enfant comme adulte.

Synergie : une thématique unique qui fédère un collectif de talents passionnés aux disciplines multiples.

Innovation : capitaliser sur les dernières avancées, la collaboration et la transmission de la connaissance.

PERSONNALITÉ

Ouverte : inclusive, ouverte d'esprit et sur le monde, à l'écoute des besoins et des nouvelles avancées.

Interconnectée : restaurer le lien social entre les personnes, et favoriser en interne, la cohésion entre les expertises pluridisciplinaires de notre réseau.

Novatrice : l'innovation guide nos découvertes et nos avancées et nous révélons les enjeux de l'audition et de la parole sous un jour nouveau.

PROMESSE

Entendre et se reconnecter au monde.

LA MARQUE

Manifeste

Le manifeste est une traduction créative de la plateforme de marque, utile à la communication. Les éléments de langage issus du manifeste nourrissent les messages clés communicables à l'externe.

La capacité **de communiquer et de comprendre par des moyens multiples** est fondamentale. C'est elle qui **nous relie**, nous émeut, façonne notre humanité.

Alors que les **troubles de l'audition, de la cognition et de la parole touchent chaque jour davantage de vies**, nous faisons le choix **d'agir, d'innover pour redonner à celles et ceux qui le souhaitent les moyens de communiquer et de se reconnecter au monde qui nous entoure.**

Au cœur de notre démarche, une approche intégrée **de l'oreille au cerveau**, où chaque avancée sur l'audition éclaire la cognition, et chaque découverte ouvre de nouvelles voies pour **restaurer la parole et la communication.**

Chaque jour, **nos chercheurs et cliniciens unissent leurs forces** pour **prévenir et traiter** les troubles de l'audition et de la parole, **à tous les âges de la vie.**

Parce que chaque son, chaque silence, chaque voix, mérite d'être entendus.

Institut reConnect — Entendre et se reconnecter au monde

LA MARQUE

Architecture de marque

L'endossement des 5 membres fondateurs

Pour quelles utilisations ?

Pour toute communication où le rôle des membres fondateurs doit être rappelé.

Pour quels objectifs ?

Clarifier l'émetteur central : l'Institut reConnect, rappeler les liens d'appartenance de reConnect.

Pour quels publics ?

Les mécènes, les candidats, la communauté scientifique déjà au courant de l'expertise de l'Institut reConnect.

Mise en lumière de l'Institut Pasteur

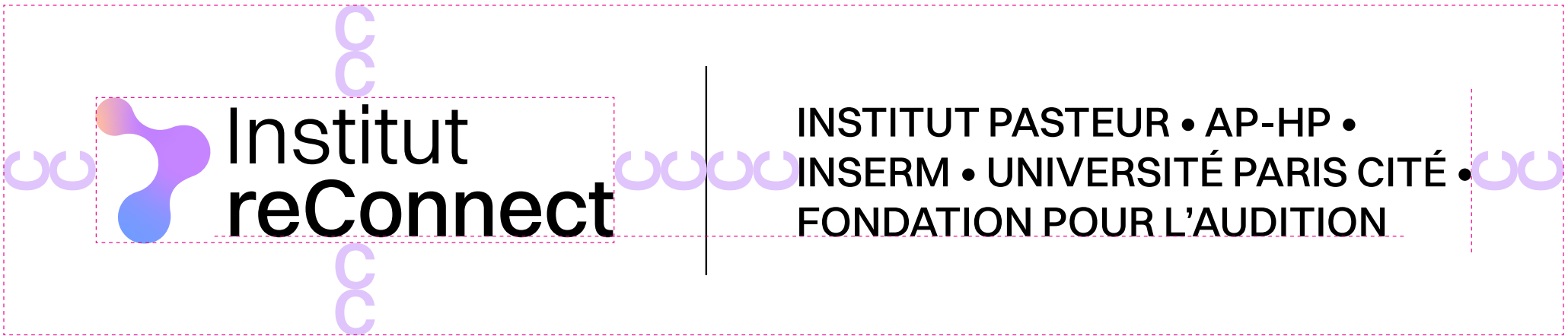
Pour quelles utilisations ?

Pour toute les communications, les publications internationales où le rôle de l'Institut Pasteur est essentiel.

Pour quel objectif ?

Expliciter la filiation avec l'Institut Pasteur pour renforcer sa crédibilité et sa notoriété.

ENDOSSEMENT DES 5 MEMBRES FONDATEURS- SURFACE D'EXPRESSION RÉDUITE



Une identité exhaustive figée, garante de la cohésion qui présente de manière exhaustive les 5 membres fondateurs dans un ordre stratégique prédéfini.

SURFACE D'EXPRESSION LONGUE

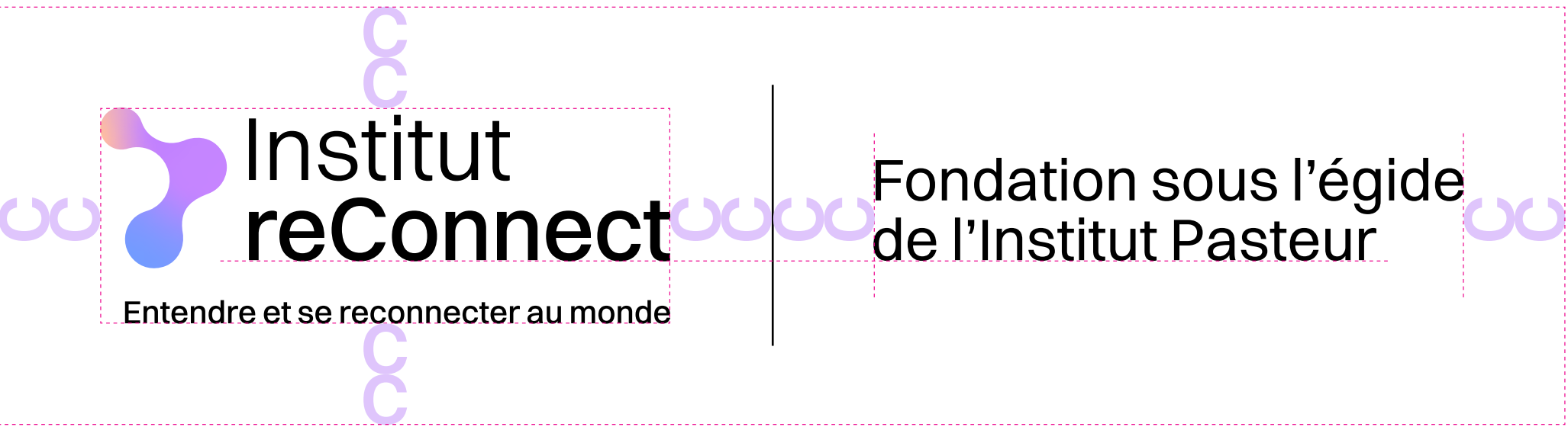


Entendre et se reconnecter au monde

INSTITUT PASTEUR • AP-HP • INSERM • UNIVERSITÉ PARIS CITÉ • FONDATION POUR L'AUDITION

La mise en forme typographique des membres fondateurs s'adapte au format du document : le texte peut passer sur 1 ligne ou 2 pour prendre toute la largeur du document.

MISE EN LUMIÈRE DE L'INSTITUT PASTEUR



LA MARQUE

Architecture de marque

Expression visuelle des différents sites en signalétique - continuité Institut de l’Audition.

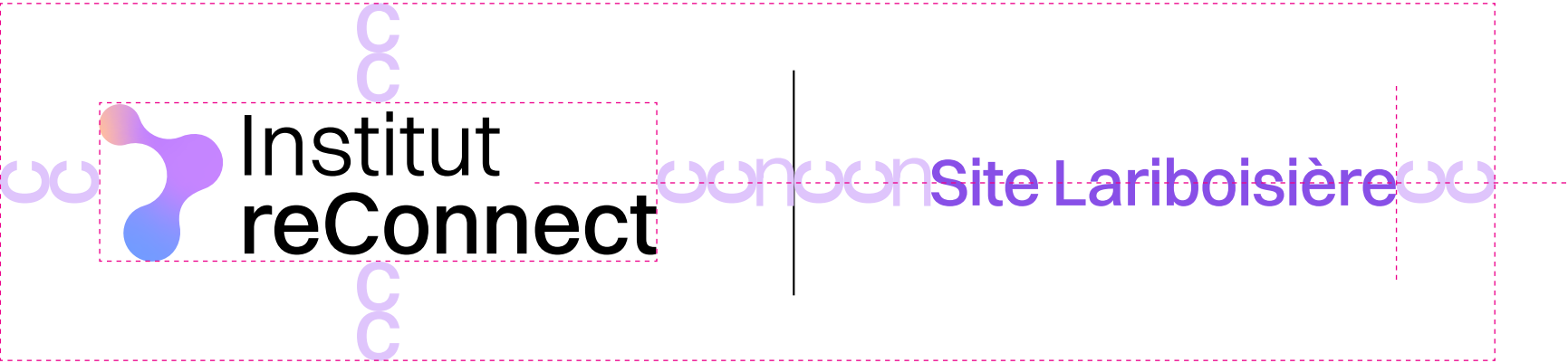
Pour quelles utilisations ?

Signalétique, mention des sites/campus dédiés sur le site de la marque mère.

Pour quels objectifs ?

Afficher un repère lisible sur site et affirmer l’appartenance à l’Institut reConnect, émetteur principal de l’écosystème et renforcer la cohésion d’ensemble.

EXPRESSION VISUELLE DES DIFFÉRENTS SITES EN SIGNALÉTIQUE - CONTINUITÉ INSTITUT DE L’AUDITION



Site Necker



Site Pitié-Salpêtrière

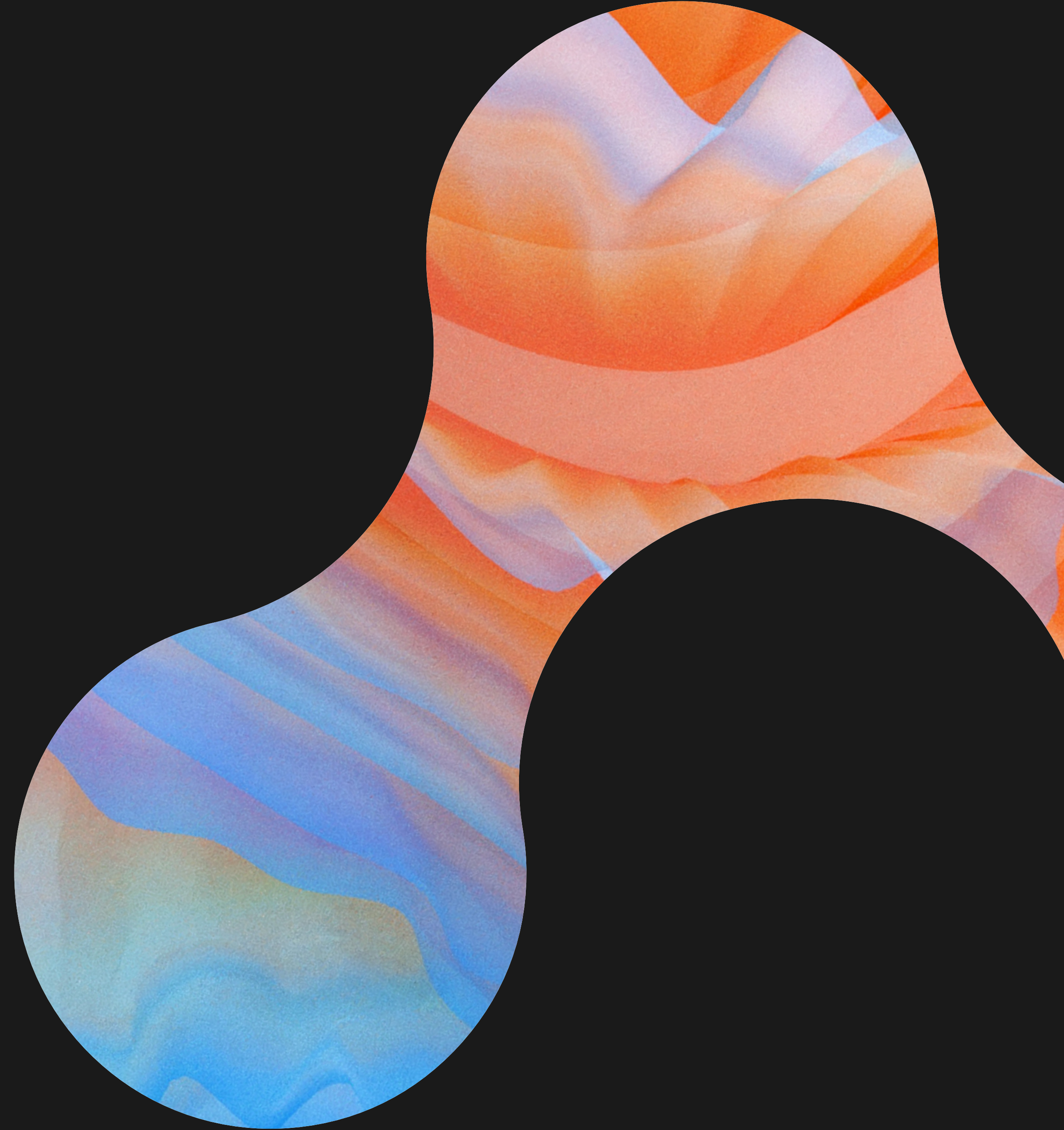


Site Pasteur
Institut de l’Audition



Site Bastille
Institut de l’Audition

Fondamentaux



FONDAMENTAUX

Logotype

L'usage du logotype est soumis à des règles précises de proportion, de placement et de lisibilité.

Le logotype ne doit jamais être modifié ou déformé. La typographie utilisée pour la signature de marque est la “Switzer Medium” en bas de casse.

Il est recommandé d'utiliser, selon la taille des supports, en priorité le bloc-marque pour installer la signature dans la première phase de déploiement. Une version du logo avec la signature traduite en anglais peut être utilisée selon les supports.

Se référer aux pages suivantes pour déterminer si la taille du logo est suffisante pour l'utiliser avec sa signature.

L'emblème seul peut être utilisé dans des contextes exceptionnels, comme les supports événementiels ou les déclinaisons partenaires, sous réserve de validation par la direction de la communication.



Entendre et se reconnecter au monde



Hear, and reconnect with the world

FONDAMENTAUX

Logotype et Bloc-marque

Couleurs autorisées du logotype et du bloc-marque

Le logotype et le bloc-marque sont utilisables :

- En couleur sur fond blanc;
- En noir monochrome sur fond clair;
- En blanc monochrome sur fond sombre;
- En blanc monochrome sur fond photo sombre ou en appliquant un filtre pour l'obscurcir. Si la photo est trop claire, utiliser la version noire monochrome du logo.

Toute autre couleur est interdite.
Le contraste entre le logo et le fond doit toujours être suffisant pour assurer une parfaite lisibilité, conformément aux normes d'accessibilité.



FONDAMENTAUX

Logotype et Bloc-marque

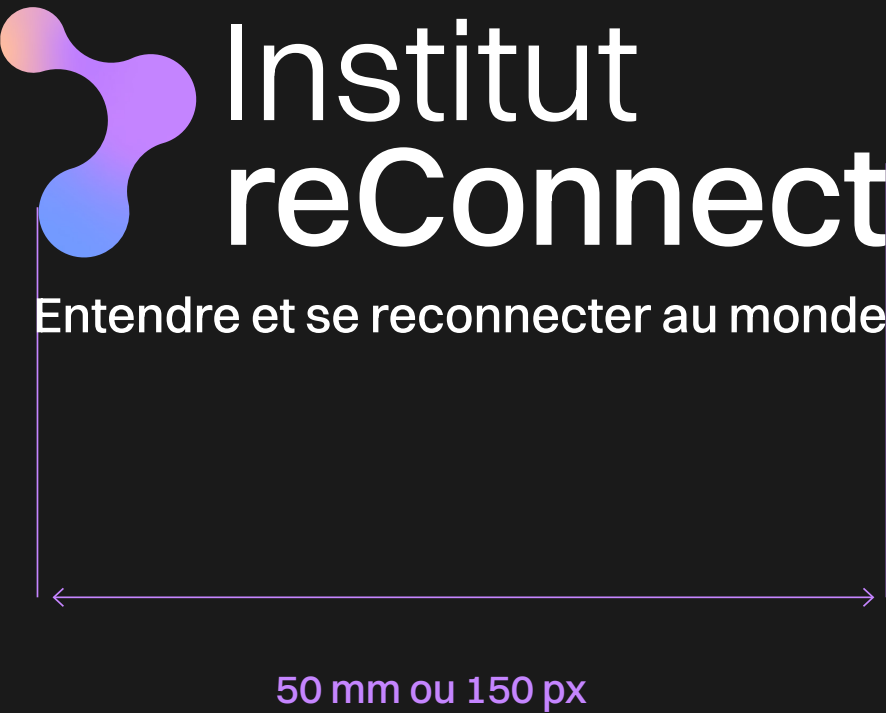
Taille minimum
et zone de protection

Pour garantir la lisibilité du logotype,
des tailles minimales sont imposées :

Logo :
30 mm de largeur minimum
pour l’impression et 100 px.

Logo + signature :
50 mm de largeur minimum pour
l’impression et 150 px pour le digital.

Une zone de protection équivalente à 2x
la lettre “c” minuscule du nom reConnect
autour du logo et du bloc-marque doit
toujours être respectée. Aucun élément
graphique ou typographique ne doit
empiéter sur cette zone, quelle
que soit la nature du support.



FONDAMENTAUX
Logotype et Bloc-marque

**Les usages suivants
sont strictement interdits :**

- Modifier la couleur du logo ou de ses composants;
- Étendre ou comprimer le logotype;
- Supprimer ou déplacer la signature;
- Utiliser le logo sur des fonds perturbés ou peu lisibles;
- Intégrer le logo sur une photo sans s'assurer du bon contraste;
- Recomposer les éléments graphiques du logo.

Ces règles (non-exhaustives) garantissent la reconnaissance de la marque et doivent être respectées sans exception.

Il conviendra donc d'utiliser les versions exécutées du logotype et du bloc-marque et de ne pas essayer de reconstruire ces derniers.



il est interdit d'utiliser le logo en couleur sur un fond autre que blanc



Il est interdit de déformer le logo



Il est interdit de changer les dimensions ou le placement de la signature



Il est interdit de modifier la couleur d'un élément du logo



Il est interdit d'utiliser le logo dans une autre couleur que sa version colorée classique ou monochrome noire



Il est interdit de modifier la construction du logo



Il est interdit de modifier les proportions du logo



Il est interdit d'intégrer le logo sur une photo trop lumineuse ou perturbée, nuisant à sa lisibilité

FONDAMENTAUX
Logotype et signature

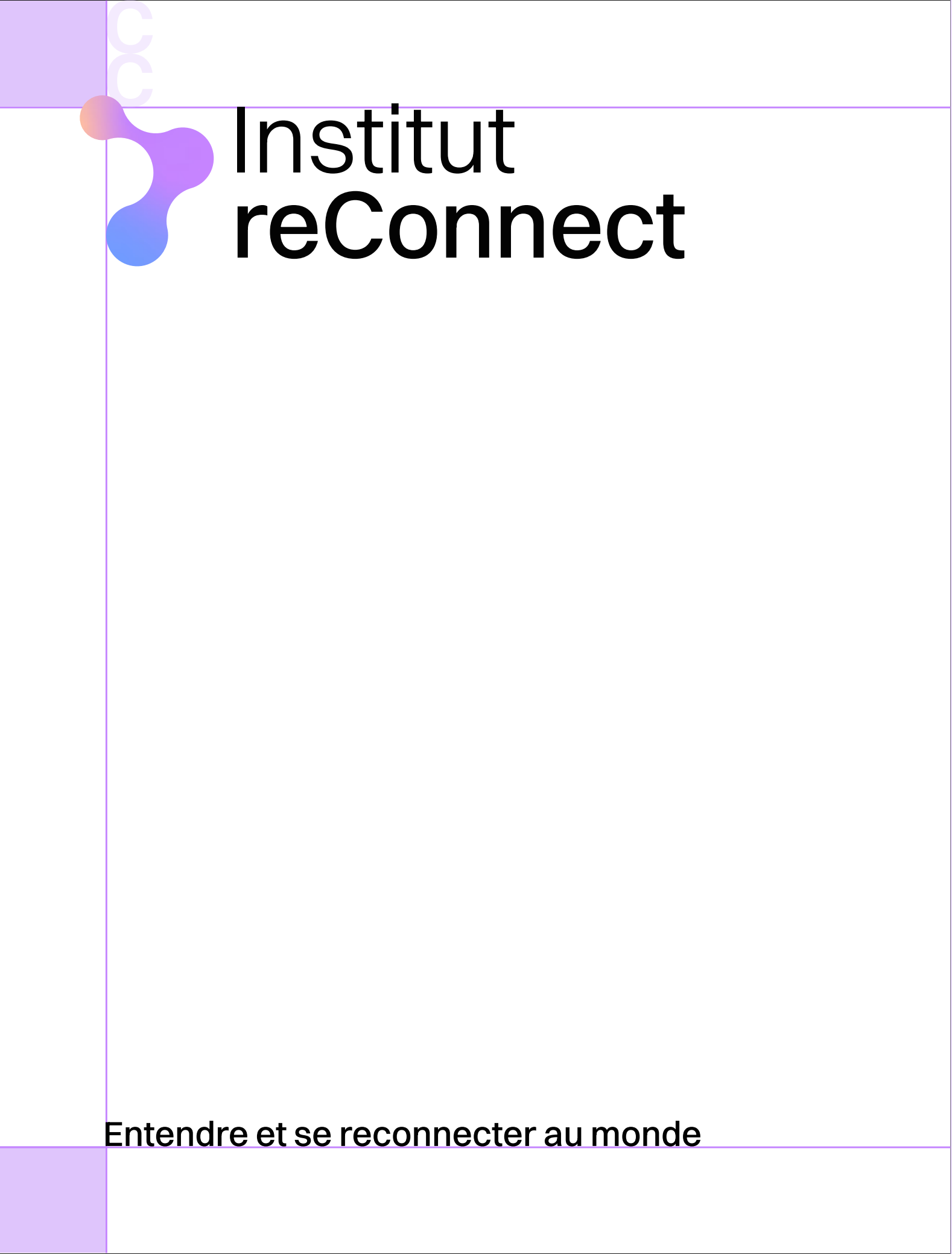
**Positionnement du logotype
et de sa signature**

Les marges de positionnement
du logotype sont proportionnelles
aux dimensions de celui-ci.

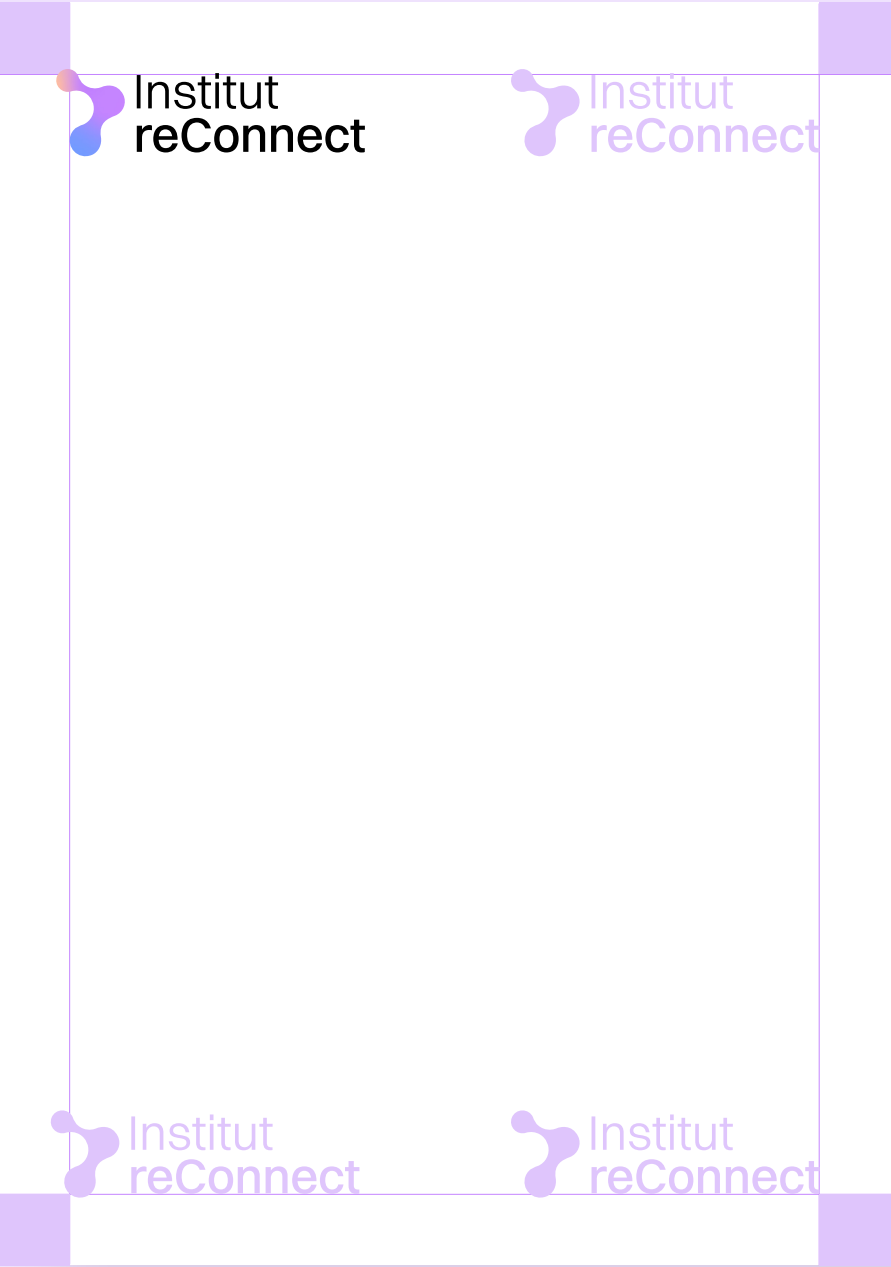
Elles sont équivalentes à 2x la hauteur
des lettres «reConnect». Le logo
ou bloc-marque se positionne contre
ces marges comme indiqué ci-contre.

1. Dans la plupart des cas,
on privilégiera un positionnement
du logo dans un angle du document,
et si possible sur la partie haute pour
une hiérarchisation optimale
de l'information.
2. Dans le cas où le document aurait
des dimensions spécifiques,
notamment une hauteur bien
supérieure à sa largeur, on privilégiera
le positionnement central du logo
qui permet d'équilibrer davantage
la mise en page.

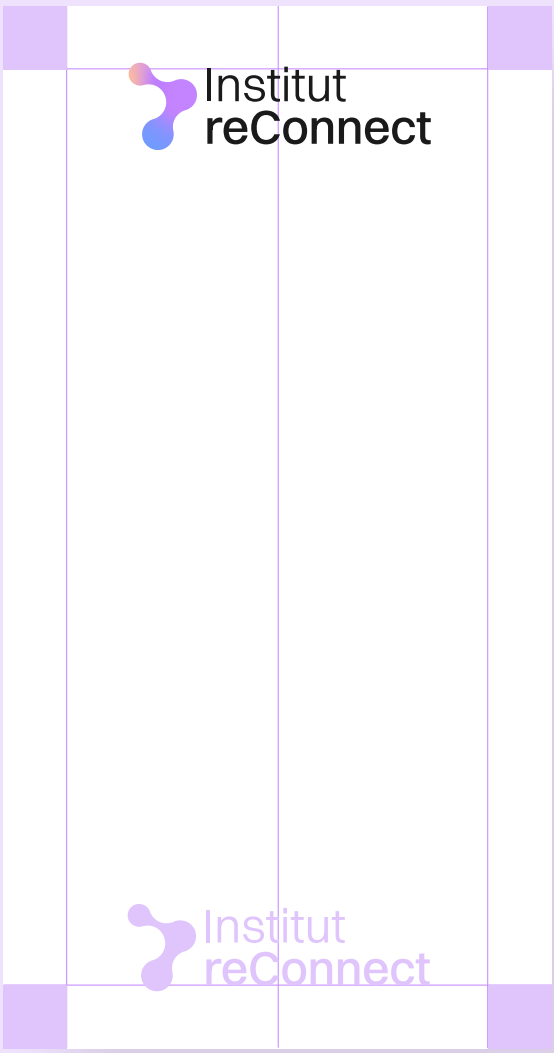
Lorsque la signature n'est pas lisible
quand elle est associée au logotype,
possibilité de la détacher.



1.



2.



FONDAMENTAUX

Couleurs

Palette de couleurs

La palette de l’Institut reConnect repose sur un ensemble équilibré et contemporain de couleurs.

Elle est composée de deux couleurs principales statutaires et intemporelles - le blanc et le noir - ravivées par 3 couleurs identitaires : le lila, le bleu et le pêche. 3 nuances descendues de ces couleurs complètent la palette pour varier les mises en page. Un dégradé organique composé des couleurs identitaires peut être utilisé pour habiller les fonds.

Basalt

#1A1A1A

RVB : 26 26 26
CMJN : 75 60 60 85

Blanc

#FFFFFF

RVB : 255 255 255
CMJN : 0 0 0 0

Lila

#C585FF

RVB : 197 133 255
CMJN : 42 49 0 0

#DFC5FC

RVB : 223 197 222
CMJN : 18 27 0 0

Bleu

#8397FF

RVB : 131 151 255
CMJN : 55 30 0 0

#B8C7F8

RVB : 184 199 248
CMJN : 31 19 0 0

Pêche

#FFBEA1

RVB : 255 190 161
CMJN : 0 44 43 0

#FBD3D3

RVB : 251 220 211
CMJN : 0 18 15 0

Lila

#C585FF

Pêche

#FFBEA1

Bleu

#8397FF

FONDAMENTAUX

Typographies - Hiérarchie

Le système typographique suit une hiérarchie claire :

Grands titres :
Switzer Medium.

Surtitres :
Switzer Regular en capitales.

Intertitres :
Switzer Semi-bold.

Texte courant :
Switzer Regular ou Medium.

Typographie de substitution :
Arial.

SWITZER VARIABLE

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

Regular Medium Semibold

Switzer Variable
Regular / Cap

SURTITRES

Switzer Variable
Medium

Grands titres
& accroches

Switzer Variable
Semi-bold

Gias expero occusciumqui sectur.

Switzer Variable
Regular

Ro que cum dit pre doluptatur? Iliquod itatem del ius es nem. Porum si dollat. Maio. Gias expero occusciumqui sectur, accumquat quiatum ad quidunt ionsequae cuptat quae qui quo cus pre quam harchil labore moloratium quo qui re pre dolo es el in consequodi coribus as alitatem quibus debit maio. Nem rae nusdandi omnimi, sim aspid entinum vel ipicatur aciis magnis idis ent.

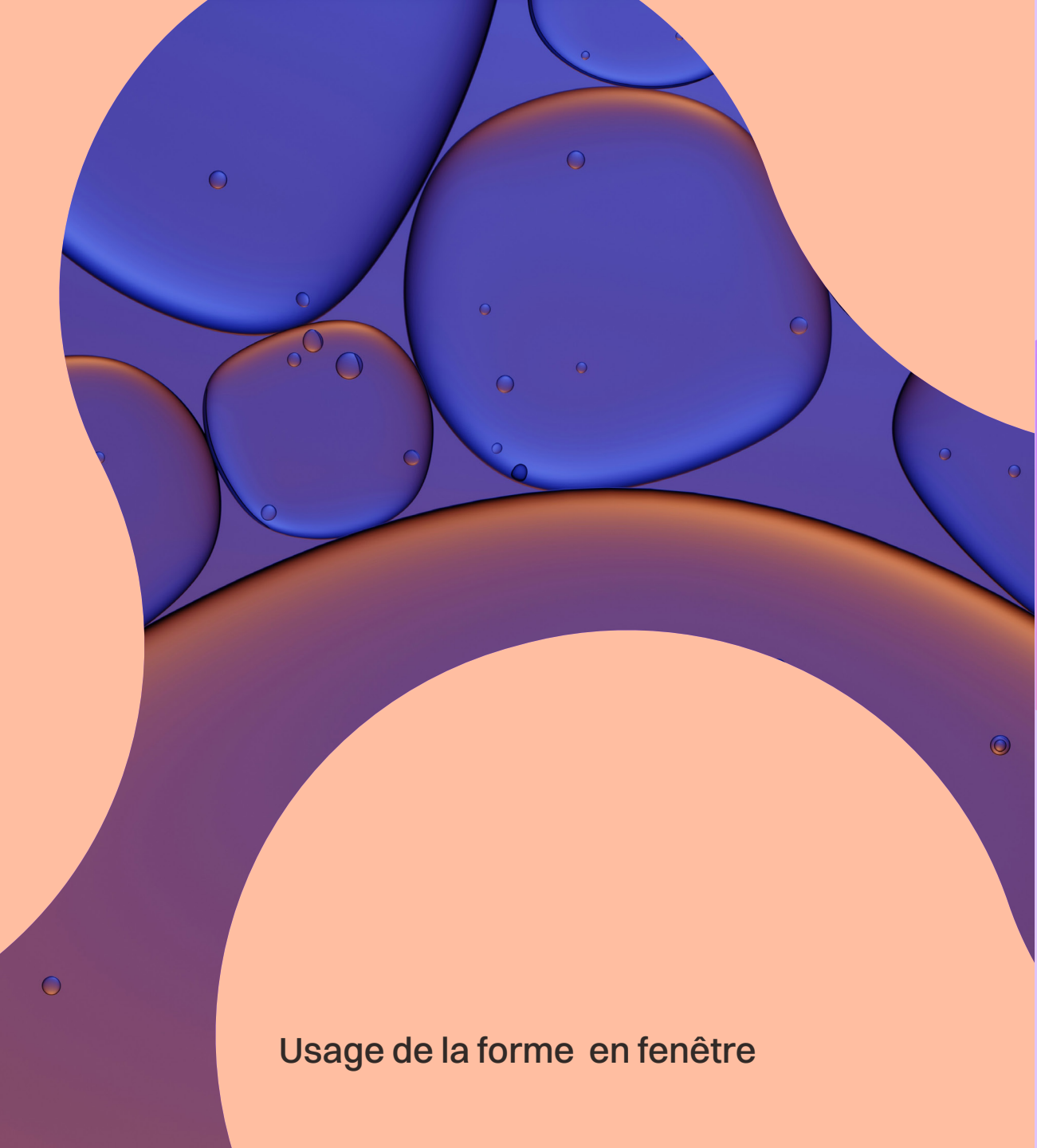
Rumque nianit aut aut adit ut lam fugit quia pe nest minverferum que

FONDAMENTAUX
Système - Signe identitaire

Plusieurs traitements du signe identitaire sont proposés :

- Usage de la forme en fenêtre pour intégrer de l'iconographie (texture ou autre visuel);
- Sur fond uni, dégradé 2 couleurs dans la forme;
- Usage modulaire infographie, max 2 couleurs;
- Sur fond blanc forme en dégradé uni;
- Sur fond photo, dégradé 2 couleurs dans la forme;
- Usage modulaire en surlignage.

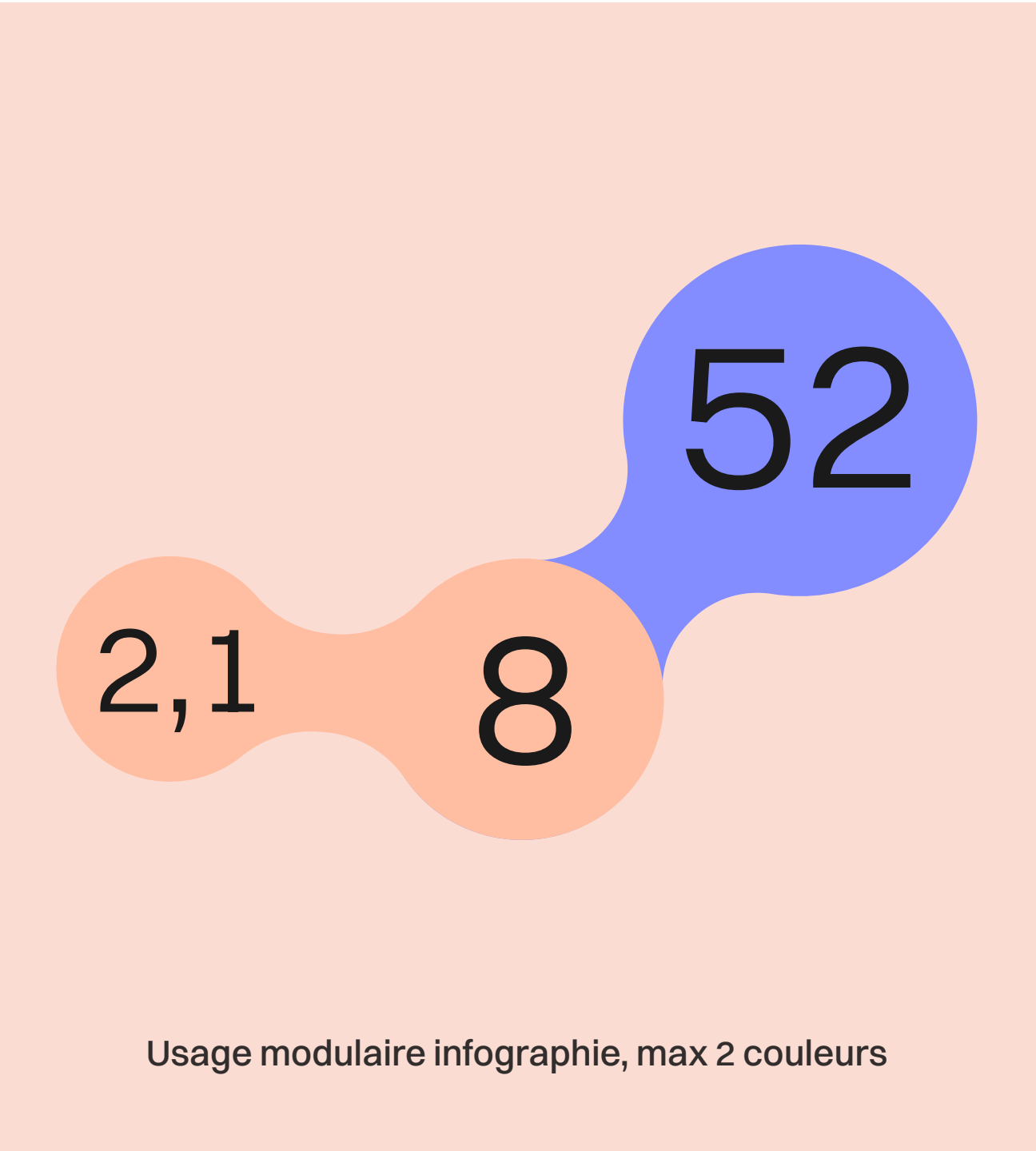
Le choix du traitement dépend du support (print, digital, événementiel) et du niveau d'information souhaité. Par exemple, pour des couvertures de documents ou des pages de chapitres, le signe peut être utilisé pour intégrer un visuel ou avec un dégradé coloré sur fond uni. Néanmoins, pour habiller l'intérieur des documents sans charger ou entraver la lisibilité, on privilégiera l'utilisation ponctuelle des formes ou du surlignage.



Usage de la forme en fenêtre



Sur fond uni, dégradé 2 couleurs dans la forme



Usage modulaire infographie, max 2 couleurs



Sur fond blanc forme en dégradé uni



Sur fond photo, dégradé 2 couleurs dans la forme



Usage modulaire en surlignage

FONDAMENTAUX

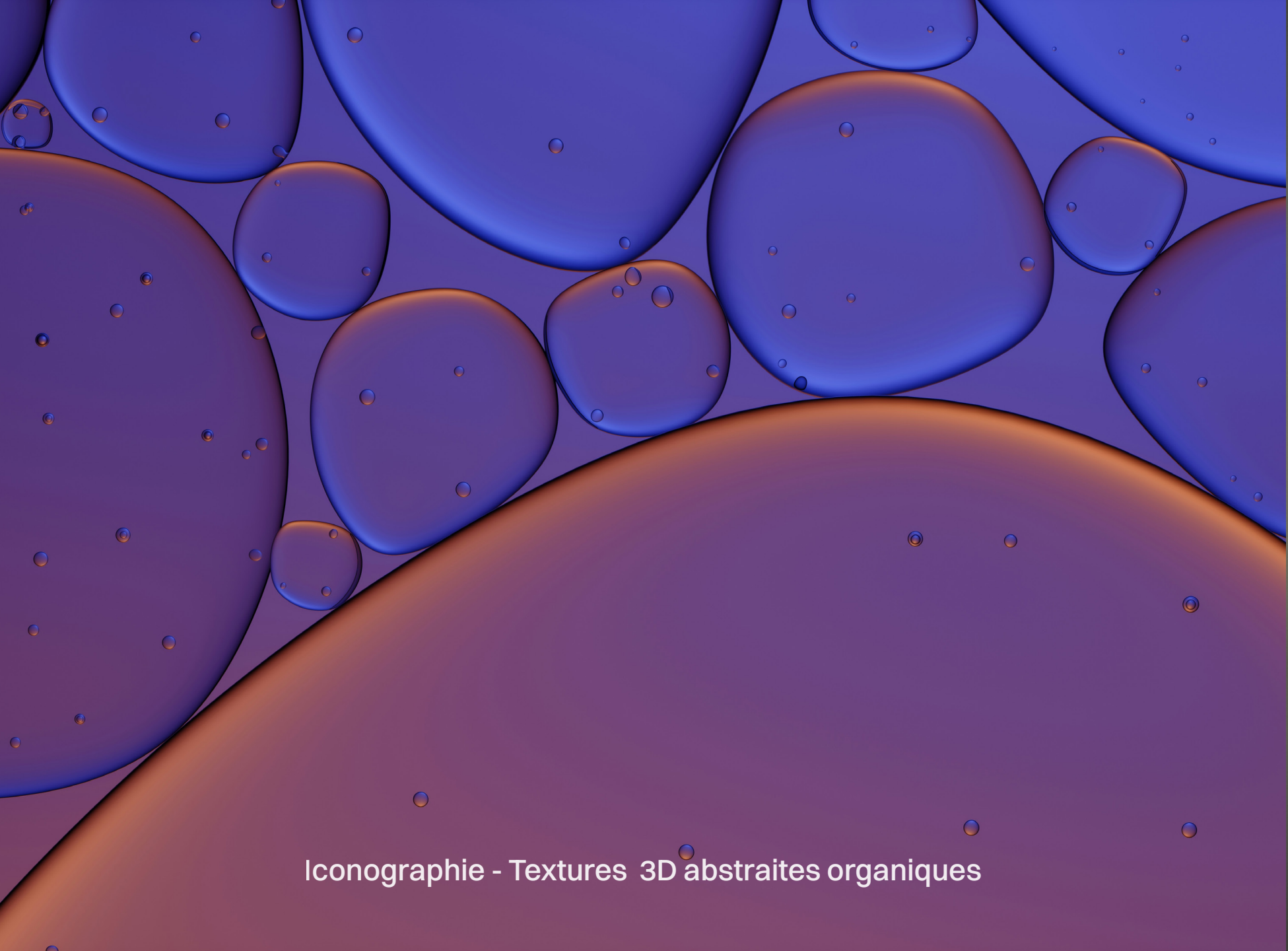
Iconographie

L'univers iconographique de l'Institut reConnect doit être à la fois humain, vivant et authentique.

Les images utilisées — qu'elles soient scientifiques ou contextuelles — doivent exprimer :

- Le vivant, apporté par les textures abstraites et les visuels avec de l'humain;
- La diversité des profils (genres, âges, origines);
- Une certaine sobriété, ni trop joyeuse, ni trop dramatique.

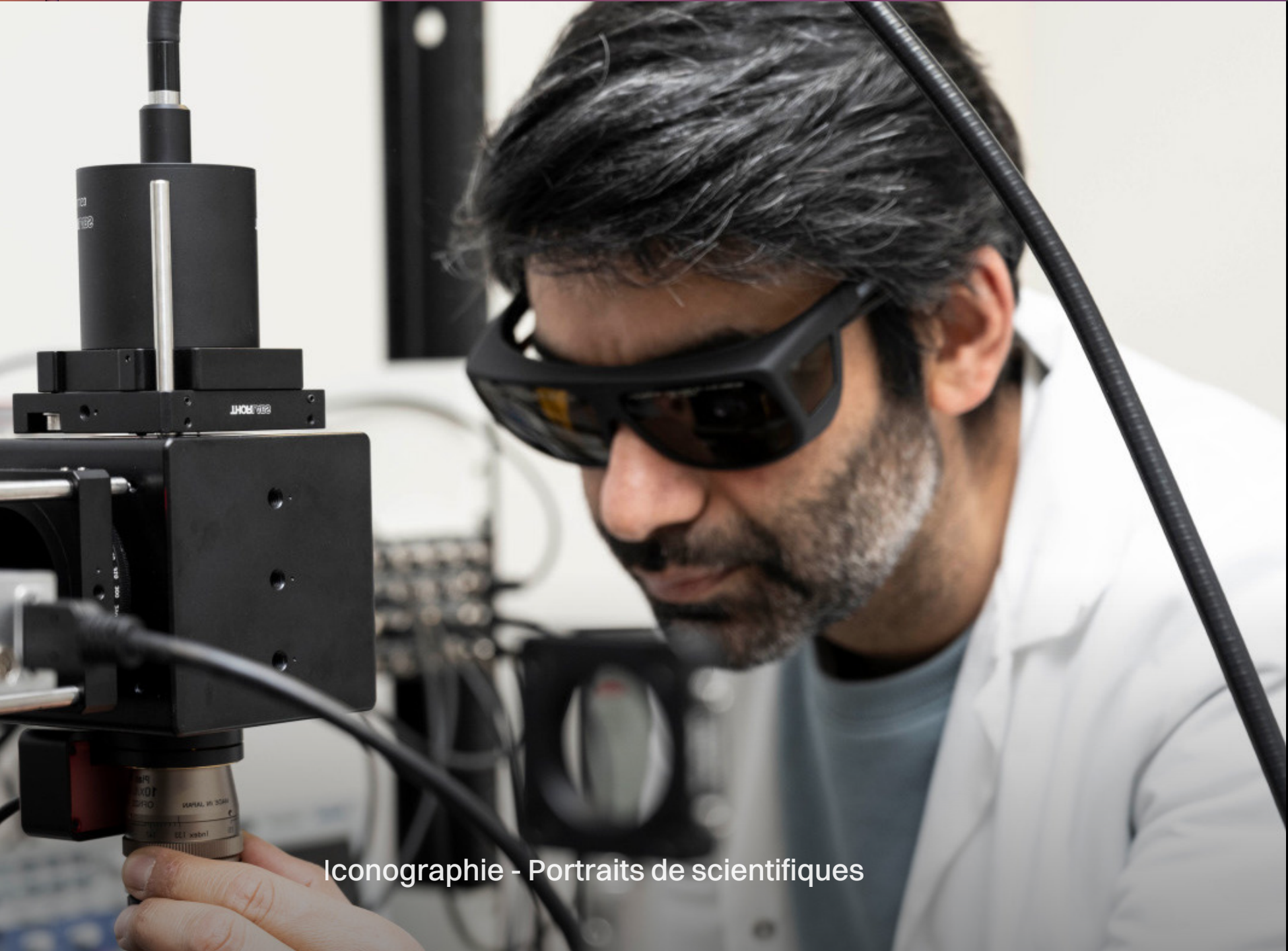
Les visuels doivent refléter la réalité du terrain scientifique, tout en gardant une dimension sensible et accessible.



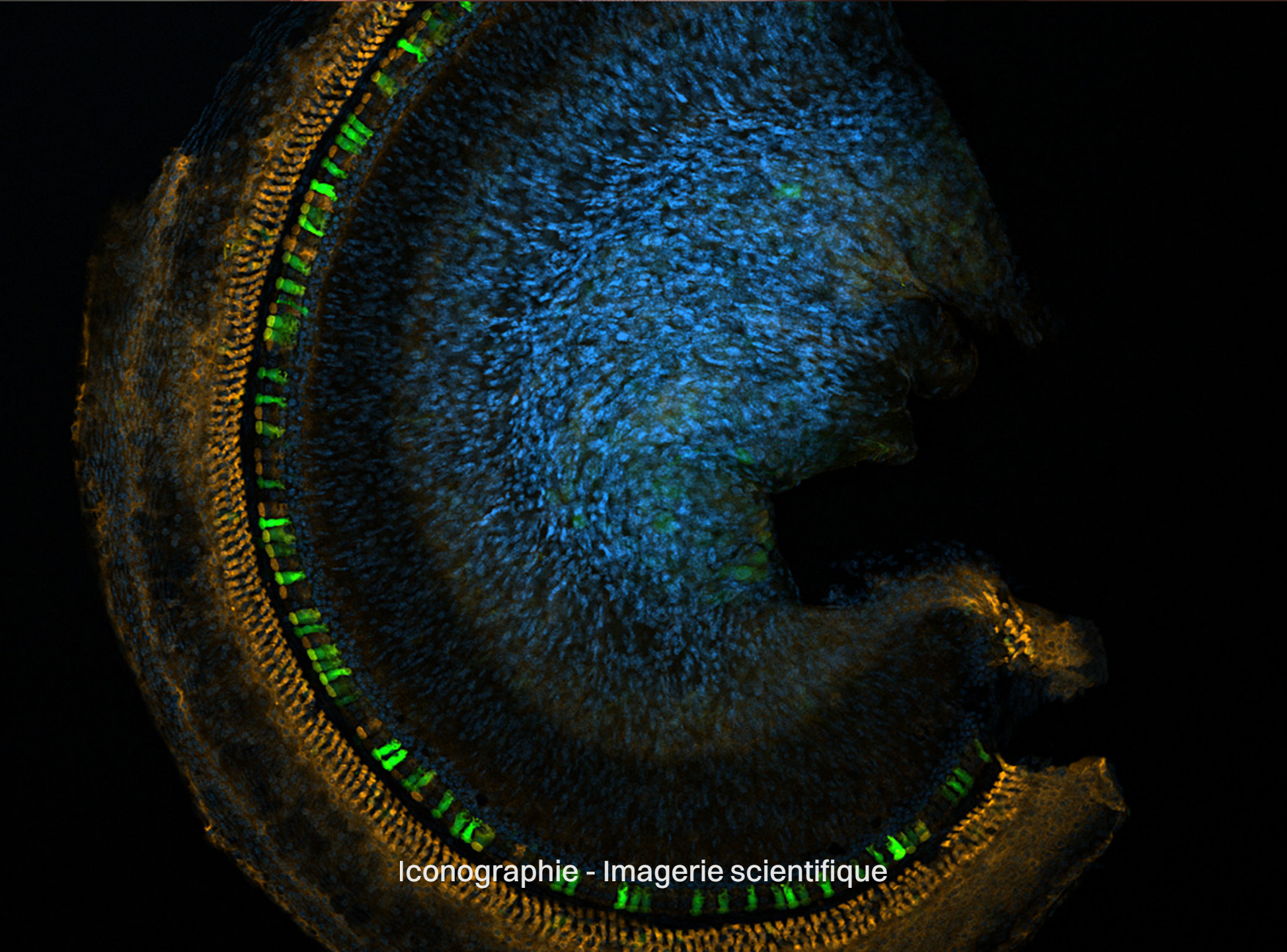
Iconographie - Textures 3D abstraites organiques



Iconographie - Visuels lifestyle

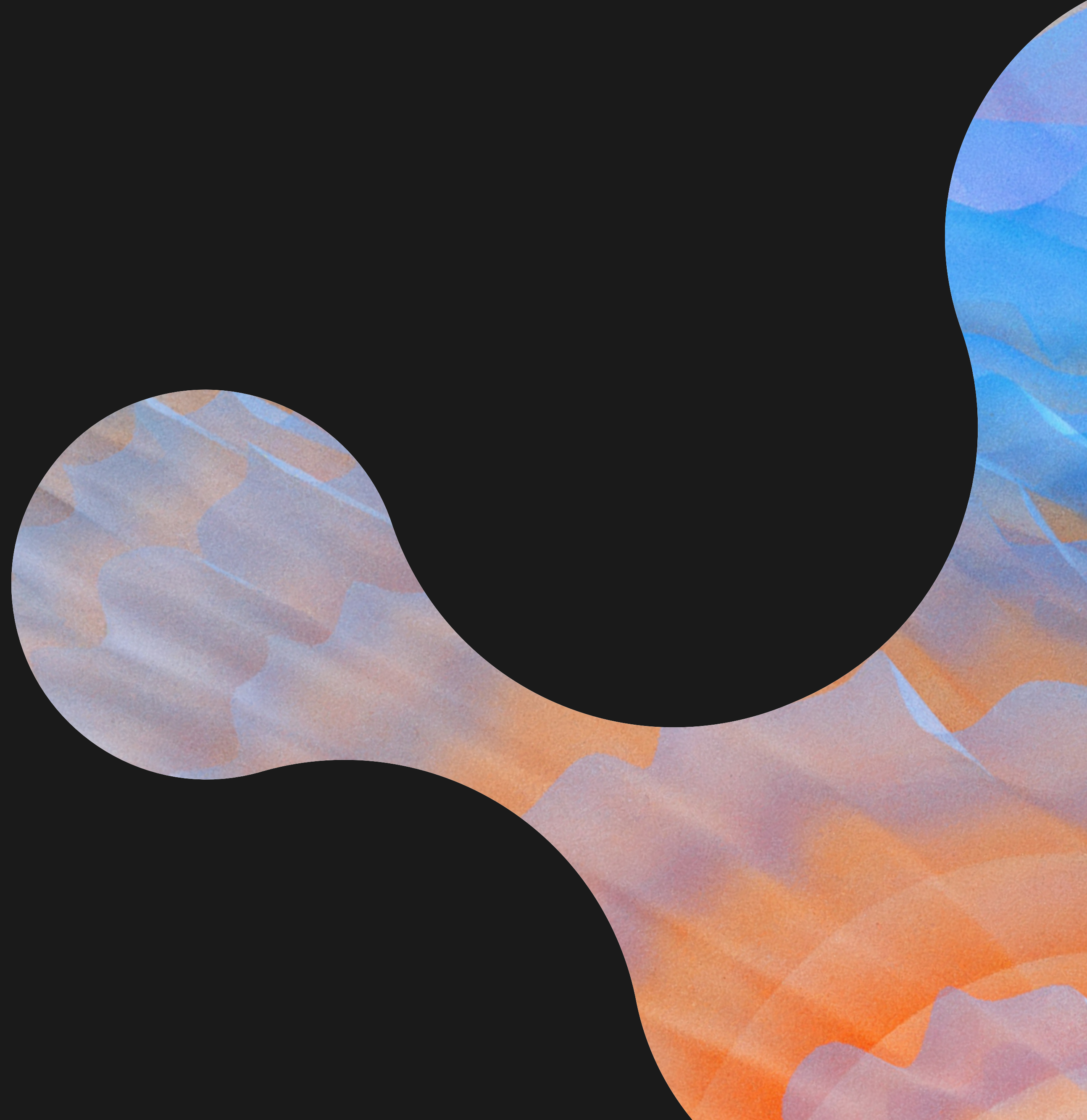


Iconographie - Portraits de scientifiques



Iconographie - Imagerie scientifique

Applications



APPLICATIONS

Signature mail

Niveau 1

Pour les collaborateurs et chercheurs rattachés à l'IHU reConnect/ à ses sites (IdA, CeRiah...) en premier lieu.

Niveau 2

Pour les collaborateurs rattachés aux membres fondateurs & partenaires en premier lieu et affiliés à reConnect.

Niveau 3

Pour les collaborateurs rattachés à divers organismes avec des affiliations complexes.

bonum ipsapit lassinitatem que con non conosa que consequis exerunt am iugit
es dolectur? Qui odistio ssinvendae. Et volecte mquationsed excestin cusandunt
derorunt, num sequate il molum idunt faccat.

Agnatiunt, serumen ecullestrum que consequam que volut eri aut et utem repuda
hariaa volorepro ipsus aut mollectur magnatem doluptis con cuptate molenihil ip
estiatquam, volor aliqua cumquid maios nesenecatate voluptat exerum di tem ve
nobisqui sunt as porupie nditiis eos pra consedi squiatet liasperum quiasped qua
pro iniet destiis autas estrum ipit faciunt quiduntem vere moloritae.

Iquo eum, quanto etur aut aborum et essi od quaecate molor alit volore vendi od

Cordialement,

Prénom Nom

Titre du poste à l'Institut reConnect,
Institut de l'Audition (Institut Pasteur, Inserm U1335, CNRS UMR8252)
Tél. : +33 (0) X XX XX XX XX

63, rue de Charenton, 75012 Paris
[ihu-reconnect.org](#) – [LinkedIn](#) - [Instagram](#)



Fondation sous l'égide
de l'Institut Pasteur

Niveau 1

Prénom Nom

Titre du poste / Traduction anglaise du poste
Fondation Pour l'Audition
phone: +33 1 XX XX XX XX
mobile: +33 6 XX XX XX XX
site: [www.fondationpourl audition.org](#)
email: [adresse@pourl audition.org](#)
address: 13 rue Moreau 75012 Paris - France



Niveau 2

Pr. Prénom Nom
Service d'Oto-Rhino-Laryngologie
AP-HP Sorbonne Université
Hôpital de la Pitié Salpêtrière, 47-83 Boulevard de l'Hôpital, 75013 PARIS
Secrétariat : 01 XX XX XX XX ; [adresse@aphp.fr](#)

Titre du poste, Institut reConnect
Équipe Technologies innovantes et thérapies pour la surdité
63 rue de Charenton, 75012 Paris



INSTITUT DE L'AUDITION •
INSTITUT PASTEUR • INSERM
U1335 • CNRS UMR8252

Niveau 3

APPLICATIONS
Overview

