Une identité claire.
Une présence cohérente.

Logo officiel · Inter · Bleu marine · Orange discret

Corporate, CRM et Kids. Un système commun, des expressions adaptées.

De la clarté à l'action.

Cette édition formalise les choix développés et validés pendant la refonte des sites Excellia.

Excellia relie la technologie, les données et les équipes pour rendre les opérations plus lisibles et les décisions mieux étayées.

Claire

Des titres directs, des repères visibles et un vocabulaire compréhensible.

Solide

Une typographie forte, des alignements précis et des compositions stables.

Humaine

Des situations concrètes et une présence chaleureuse, sans surenchère visuelle.

Une marque, trois expressions.

La marque Excellia reste le repère commun. Le contexte détermine la signature et la tonalité.



Excellia

Conseil, services, données et transformation des organisations.



Excellia CRM

Produit de la marque. Séparateur vertical et expression sobre.



Excellia Kids

Univers éducatif. Vert, surfaces douces et formes plus accueillantes.

Youth Digital Academy conserve son nom de programme et une présentation typographique rattachée à Excellia. Aucune nouvelle signature autonome n’est inventée dans ce kit.

Le logo officiel, entier.

Le symbole et le wordmark forment une signature. Le dessin des lettres est conservé.



Le symbole

Un repère de reconnaissance, utilisé seul lorsque la marque est déjà identifiée.

Le wordmark

Un tracé officiel. Il ne se recompose jamais avec Inter ou une police approchante.

La bonne version au bon endroit.

Choisir le contraste et la sobriété selon le fond, sans recolorer librement le logo.



Fond blanc / version couleur



Fond marine / version blanche



Fond clair / version monochrome



Usage discret / version grise

Centrer l’encre, pas les boîtes.

L’alignement est optique : le symbole dépasse légèrement en haut et en bas du corps des minuscules.



Repères du corps des minuscules et axe optique

W = largeur du wordmark

Hauteur du symbole ≈ 0,318 W
Écart symbole / wordmark ≈ 0,068 W
Correction optique verticale ≈ 0,044 W

Les fichiers assemblés du kit intègrent ces corrections. Les marges transparentes des anciens PNG ne doivent pas servir de référence d’alignement.

Laisser respirer la signature.

Règles de mise en page du kit : elles complètent les exports existants, sans redessiner la marque.



x = 1/4 de la hauteur du symbole

Règles de réserve

Réserve minimale conseillée : x tout autour de l'encre visible.

Ne pas rogner cette réserve lors de l'export final. La réserver aussi sur une photo.

Tailles minimales conseillées

Signature corporate : largeur visible 145 px sur écran, 30 mm en impression.
À plus petite taille, préférer le symbole seul. CRM et Kids : 190 px ou 40 mm.

La cohérence se joue dans les détails.

Utiliser les fichiers livrés plutôt qu’une reconstruction manuelle.

Ne pas étirer

Conserver le rapport largeur / hauteur. Aucun écrasement du symbole ou du wordmark.

Ne pas recolorer au hasard

La version couleur officielle reste intacte. Choisir une variante prévue pour le fond.

Ne pas recomposer

Ne pas retaper « excellia », déplacer le symbole ou changer le séparateur CRM.

Ne pas ajouter d’effets

Ni ombre portée, ni contour ajouté, ni dégradé ou relief sur le logo.

Ne pas saturer d’orange

L’orange ponctue la page. Il ne devient pas le fond dominant du corporate.

Ne pas mélanger les univers

Les cartes ludiques et les couleurs Kids ne deviennent pas le style des pages business.

Un produit clairement rattaché.

Le séparateur vertical distingue le produit tout en conservant la reconnaissance de la marque.





Écriture courante : Excellia CRM
Signature : symbole + wordmark + trait + CRM
Couleurs et typographie identiques au corporate.

CRM est aligné sur le même axe visuel que le symbole. Le mot n'est ni surdimensionné ni posé sur la ligne de base des ascendantes.

Une énergie accueillante, maîtrisée.

La signature garde le wordmark officiel et adopte un symbole et un libellé verts. Le mot « Lab » est retiré.



Vert de marque

#23775A

Menthe

#E3F3ED

Crème

#FFFAF0

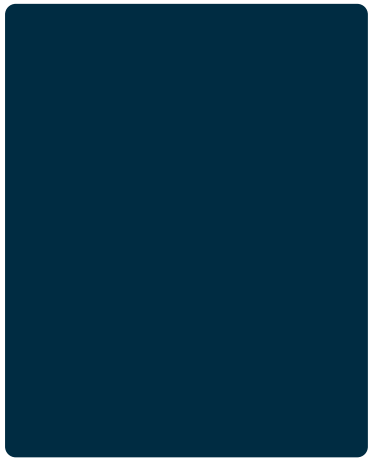
Lilas

#EFEBFA

Le vert signe la marque. Les teintes pastel servent les surfaces et les activités. L'orange reste un détail éventuel, jamais une obligation.

Deux palettes, deux fonctions.

L’artwork officiel et les couleurs d’interface sont complémentaires. On ne les confond pas.



Bleu du logo

#002C42

Artwork officiel



Orange du symbole

#EC8A30

Artwork officiel



Bleu principal

#0A3D62

Titres et actions



Bleu profond

#072C48

Surfaces structurantes



Orange d’interface

#F39C12

Accents et repères

Les couleurs RVB/HEX sont la référence numérique. Pour l’impression, établir la conversion CMJN avec le profil de l’imprimeur et une épreuve. Aucune équivalence Pantone n’est annoncée comme certifiée.

Des surfaces calmes, des repères nets.

Le blanc et les fonds papier portent l’essentiel des compositions corporate.

Blanc

#FFFFFF

Fond principal

Papier

#F6F7F5

Section secondaire



Encre

#163344

Texte courant



Texte secondaire

#536674

Descriptions

Filet

#D5DFE4

Séparations

> Repère de composition : grands espaces clairs, titres marine, une ponctuation orange par bloc.

L'orange attire. Le texte reste lisible.

Les ratios ci-dessous sont calculés à partir des couleurs pleines du système.

Aa 11.31:1

Texte principal sur blanc

Aa 5.96:1

Texte secondaire sur blanc

Aa 14.36:1

Texte inversé sur marine

Aa 4.75:1

Kids sur menthe

Aa 2.19:1

Orange sur blanc : décor, pas texte courant

Aa 5.16:1

Texte marine sur orange

Repère WCAG 2.2 AA : 4,5:1 pour le texte courant ; 3:1 pour le grand texte. L'information ne repose jamais uniquement sur une couleur. Ces exemples ne constituent pas un audit de conformité du site.

Inter. Droit, fort, lisible.

Une famille commune aux interfaces, à la communication et aux supports de travail.

Transformez votre entreprise.

De l’information utile. Des actions mieux coordonnées.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

À É È Ê Ç Œ à é è ê ç œ · € % @

400 Regular : corps
500 Medium : navigation
600 SemiBold : actions
700 Bold : titres
750 variable : grands titres
800 ExtraBold : accent éditorial

Une échelle qui s’adapte.

Tailles numériques de référence issues des interfaces actuelles. Les supports imprimés utilisent leurs propres corps.

Rôle	Bureau	Mobile	Graisse / interligne
H1 accueil	38-56 px	33-38 px	750 / 1,08
H1 intérieur	34-48 px	32-38 px	750 / 1,12
H2 section	28-38 px	≈ 29 px	700 / 1,15
H3	21-23 px	20-23 px	600 / 1,2
Introduction	17 px	16-17 px	400 / 1,6
Texte courant	15-16 px	15-16 px	400 / 1,65
Action	14 px	14 px	600 / 1,3

CRM : titres plus compacts. Kids : titres plus amples, cartes arrondies. Dans tous les cas, le wordmark reste un tracé officiel, indépendant de la police de texte.

Aligner avant de décorer.

Les textes, images et actions partagent des axes. Les visuels accompagnent le contenu sans le dominer.

12 colonnes / largeur maximale 1280 px / marges 48 px

Espacements

Base 4 px. Pas usuels : 8, 12, 16, 24, 32, 48. Sections : 56 / 44 / 38 px.

Sur mobile

Une ou deux colonnes selon la tâche. Marge 20 px. Boutons et textes restent dans le flux.

Densité

Paragraphes courts, lignes utiles et cartes sans vide excessif. Pas de hauteur forcée pour remplir.

Des illustrations utiles et compactes.

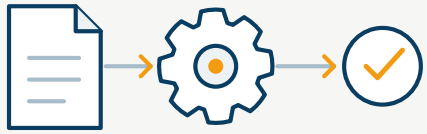
Une scène par sujet. Formes reconnaissables, traits réguliers et petits accents orange.



Relation client



Logistique



Automatisation

Spots sans texte

Canevas source 320 × 180. Affichage habituel : 144 à 220 px selon le contexte. Pas de grande illustration au-dessus de chaque carte.

Schémas explicatifs

Séparés des spots : ils gardent des légendes lisibles. Largeur de contenu maximale habituelle 440 px. Les données d'exemple restent identifiées.

Des personnes en situation, pas des clichés.

Une présence africaine contemporaine, crédible et respectueuse. L’image apporte un contexte humain.



Choisir

Une action concrète, une lumière naturelle, un cadrage utile et une diversité respectueuse.



Garder la provenance

Ces exemples sont des scènes fictives du projet. Ne pas les présenter comme des employés ou des clients réels.

Une interface vivante, sans agitation.

Le mouvement aide à comprendre l’action. Il ne concurrence pas le contenu.

Transitions courtes

180 à 240 ms, opacité et petite translation. Les déplacements au survol restent discrets. Respecter la préférence de réduction des animations.

Vidéo maîtrisée

Son coupé, commande pause visible, arrêt hors écran. Sur mobile ou si mouvement réduit : image fixe et lecture volontaire.

Une entrée légère

Contact : translation de 16 px et échelle 0,975 → 1. Les vues et les messages apparaissent en douceur. Une erreur garde le texte saisi et propose une suite.

Vidéo de présentation fournie : crédit « Magnific » avec lien source. Le fichier n’est pas redistribué dans ce kit ; conserver le justificatif de licence lié au téléchargement.

Un langage d’interface commun.

Actions marine, contours nets, focus visible et orange utilisé comme repère.

Parler à un expert

Découvrir les solutions

Votre adresse email

vous@entreprise.com

Un sujet. Une action.

Une carte concise et un lien explicite pour continuer.

Formes

Corporate : rayons 3-4 px. Chat : 12-18 px. Kids : 20-24 px ou boutons capsule.

Accessibilité

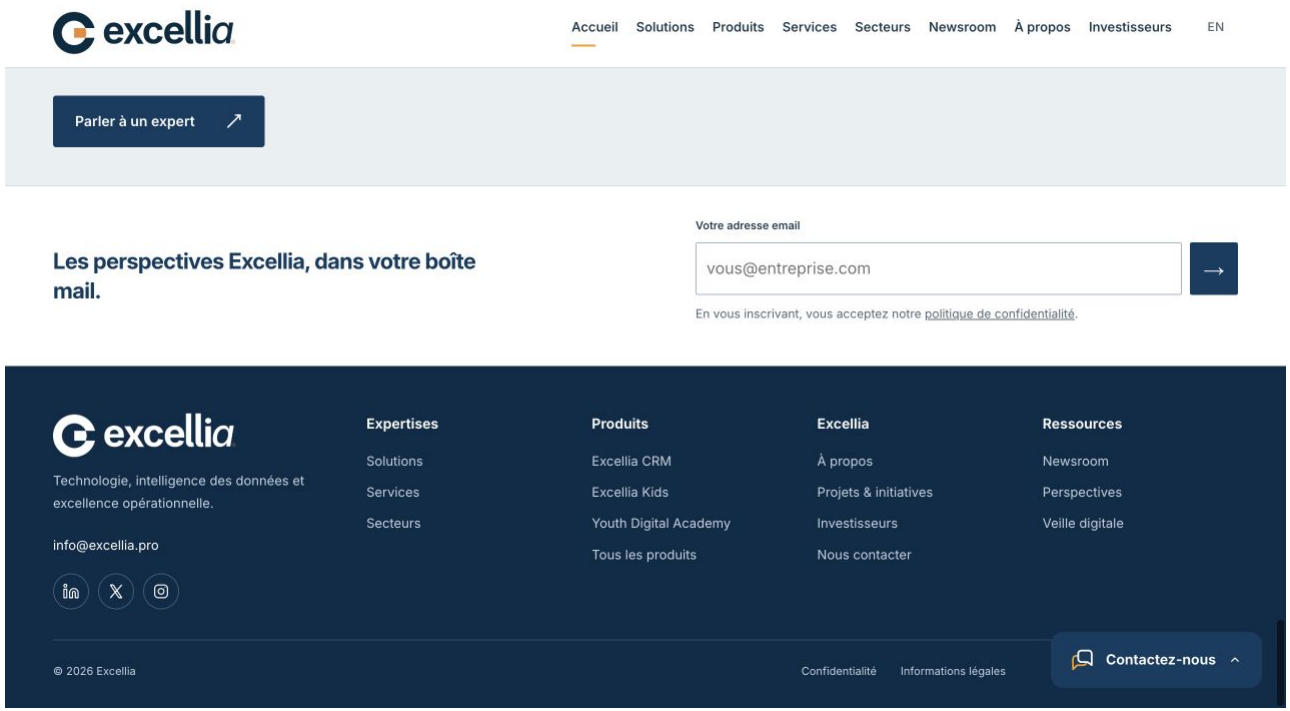
Libellés persistants, navigation clavier, focus visible et états d’erreur explicites.

Texte d’action

Un verbe concret : découvrir, consulter, envoyer. Éviter les liens « cliquez ici ».

Des chemins courts et lisibles.

La navigation guide. Le panneau de contact permet de choisir la bonne suite.



Pied de page

Expertises

Produits

Excellia

Ressources

LinkedIn, X et Instagram sont regroupés près du logo et de l'email.

Panneau de contact compact, ouvert sur le côté, sans logo intérieur. Choix visibles : assistant, projet, email. Largeur courante 360 px, adaptée aux petits écrans.

Dire ce qui est utile.

Une expression précise, accessible et sans promesse non démontrée.

PRÉFÉRER	ÉVITER
Pilotage de la performance commerciale	Sales Performance Control Room

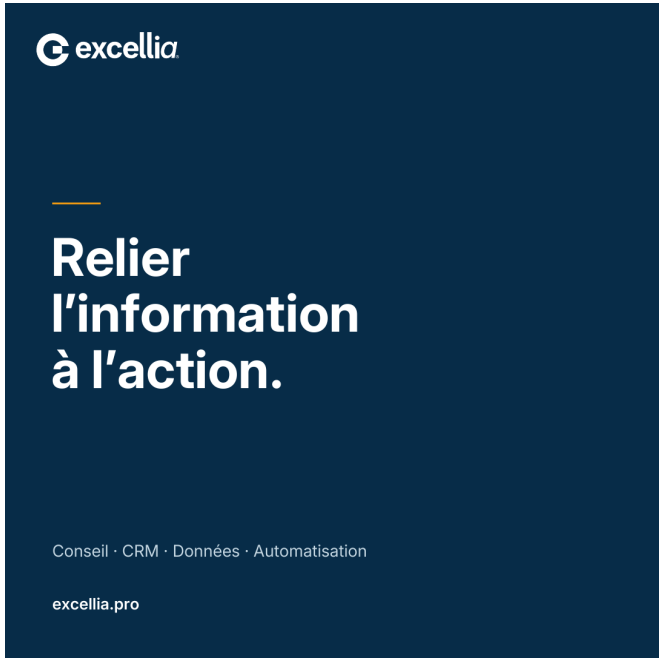
PRÉFÉRER	EXPLIQUER SI NÉCESSAIRE
Distribution et grande consommation	FMCG : biens de grande consommation

PRÉFÉRER	ANCIENNE DÉNOMINATION
Excellia Kids	Kids Lab / Kids Digital Lab

Phrases actives, bénéfices concrets, termes techniques expliqués. Les chiffres, témoignages, captures et résultats client ne sont publiés qu’avec une source et un périmètre clairs.

Reconnaissable avant même le clic.

Un logo stable, une idée par visuel, une grande respiration et une ponctuation orange.







Corporate

Informer et expliquer.

CRM

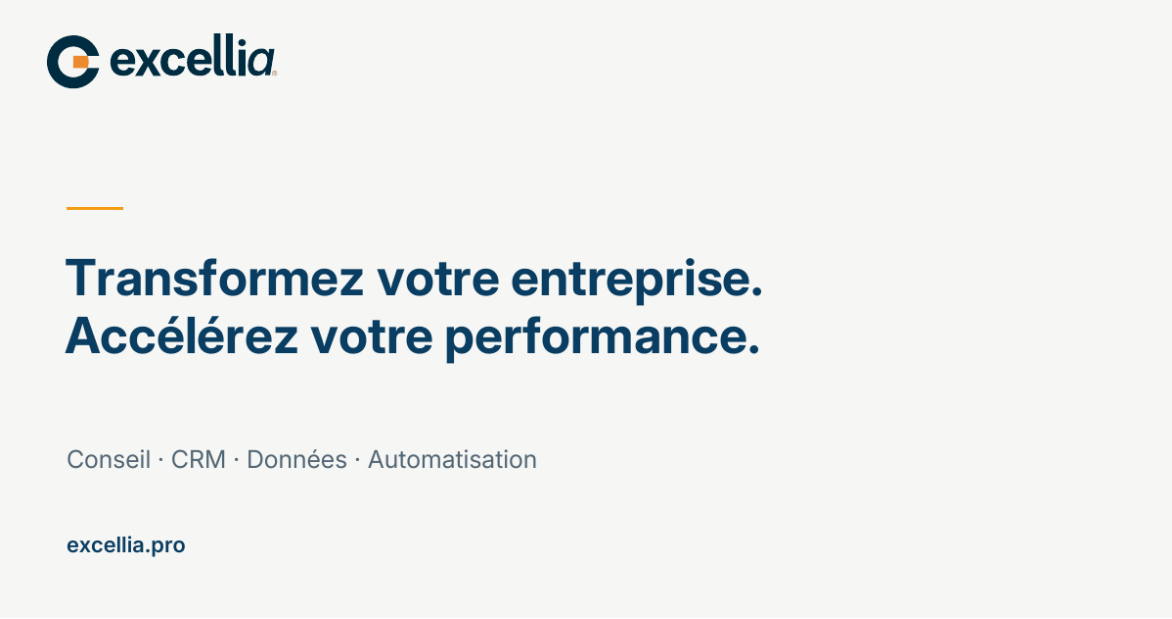
Clarifier un usage produit.

Kids

Donner envie d'explorer.

Des modèles directement réutilisables.

Les SVG restent éditables. Les PNG sont prêts pour une diffusion numérique après relecture.





Formats du kit

Carré : 1080 × 1080

Story : 1080 × 1920

Aperçu : 1200 × 630

Page LinkedIn : 1512 × 256

Profil LinkedIn : 1584 × 396

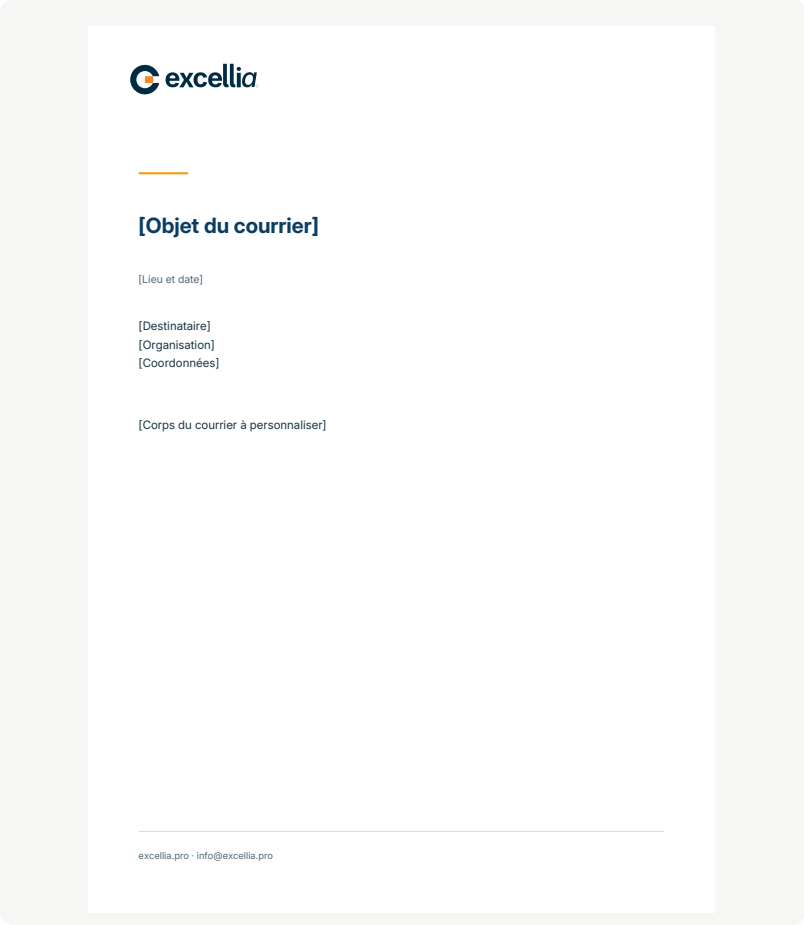
Bannière X : 1500 × 500

Avatars : 400 × 400

Adapter le cadrage à l'aperçu réel de chaque plateforme. Préserver une marge de sécurité autour du texte et des zones de profil.

Des supports sobres, à personnaliser.

Ne conserver que les coordonnées exactes. Les champs entre crochets ou génériques sont des zones de modèle.





Prénom Nom

Fonction

info@excellia.pro

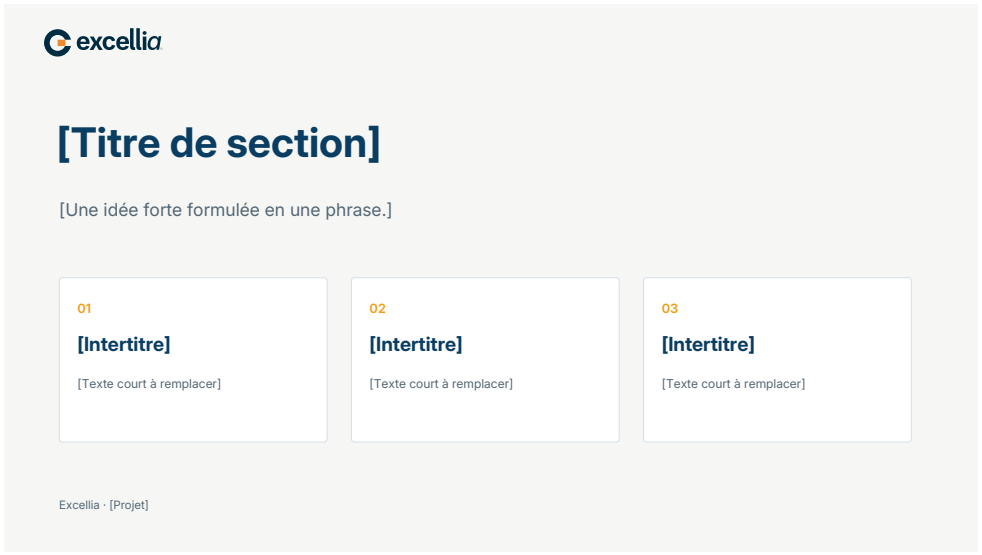
excellia.pro

Papier à en-tête A4, PDF et SVG.
Carte 85 × 55 mm, fond perdu 3 mm.

De la signature email à la présentation.

Les mêmes repères structurent les échanges quotidiens et les propositions commerciales.





Signature email HTML

Logo officiel, nom et fonction à remplacer, email, site et liens sociaux. Arial est le repli prévu lorsque la messagerie n'accepte pas Inter.

Trame de présentation

Quatre écrans 16:9 : ouverture, trois points, données et action, conclusion. SVG éditables et PDF de référence. Les modèles ne sont pas des annonces client.

Un kit organisé pour travailler.

Les originaux sont préservés. Les nouveaux fichiers sont regroupés dans une édition autonome et versionnée.

01_Logos	Signatures SVG vectorielles, PNG transparents, symboles et favicons gris.
02_Charte	Ce document PDF, aperçu de présentation et contrôles de rendu.
03_Systeme_Digital	Tokens JSON/CSS et spécimen HTML utilisable hors ligne.
04_Applications	Modèles sociaux, papeterie, signature email et présentation.
05_Typographies	Inter : fichiers TTF/WOFF2 et licence SIL Open Font License.
06_Illustrations	Sélection de spots originaux du système, au format SVG.

Diffusion : utiliser les SVG pour la mise en page et les PNG pour les usages bureautiques. Les polices sont redistribuées avec leur licence. Les vidéos et contenus de tiers ne sont pas inclus.

Une référence actuelle, des sources explicites.

Cette édition remplace les règles visuelles antérieures qui contredisent les choix validés sur le site.

Ce qui fait foi

Les tracés des originaux Main Logo.ai et Wordmark.ai, les signatures optiques du kit, les couleurs du système numérique et les préférences validées pendant la refonte.

Avant de diffuser

Vérifier la bonne signature, le contraste, les alignements, la lisibilité mobile, les coordonnées et les droits des médias. Faire une épreuve avant toute série imprimée.

Sources de référence

Excellia : originaux Illustrator et exports 300ppi ; sites corporate, CRM et Kids validés en octobre 2026 ; licence Inter jointe.

W3C : WCAG 2.2, contraste minimum (1.4.3) et animation liée aux interactions (2.3.3).

Les correspondances CMJN/Pantone et les droits de téléchargement de médias tiers ne sont pas certifiés par cette charte.

Liens W3C : w3.org/WAI/WCAG22/Understanding/contrast-minimum.html ; animation-from-interactions.html