

Un nouveau chapitre à notre image

Au 1^{er} octobre 2020, Siemens a inauguré sa nouvelle image de marque.

Siemens a toujours été perçu comme un fournisseur industriel classique. Le Siemens d'aujourd'hui est pourtant différent : un leader technologique, seul capable de rassembler les mondes physique et virtuel. Nous avons fait évoluer en profondeur notre expérience de marque pour mettre en scène le nouveau Siemens.

Vidéo Brand experience : <https://siemensworld.dc.siemens.com/fr/2020/09/30/le-debut-dun-nouveau-chapitre/> [Lien interne]

Message à destination de nos agences partenaires : la connexion à notre plateforme Brandville se fait via ce lien : <https://brandville.siemens.com/en/login.html>. [demander le tuto si besoin].

Des vidéos démo courtes sur chaque thème sont accessibles. Et les éléments de la charte ainsi que les templates dans les formats professionnels sont téléchargeables.

Les collaborateurs Siemens tout comme les personnes externes ont la possibilité d'être tenus informés des évolutions simplement en cliquant sur le bouton « follow this topic » du sujet qui les intéresse sur la plateforme Brandville.

Ci-après, vous trouverez l'essentiel de ce qu'il faut savoir sur l'évolution des éléments du design pour une nouvelle expérience de la marque Siemens.

Les guides et templates des premières applications sont accessibles et téléchargeables sur Brandville.

Nouveaux éléments du design :

⇒ <https://brandville.siemens.com/en/design-elements>

Logo (NEW)



Color (NEW)



Typography (NEW)



UI elements (NEW)



Cognisphere (NEW)



Imagery (NEW)



Layout principle (NEW)



Key visual (NEW) coming soon



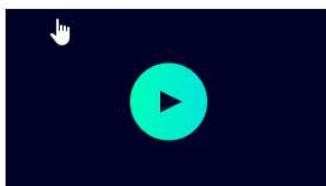
Les premières applications déclinées selon le nouveau design :

⇒ <https://brandville.siemens.com/en/design-guides-templates>

PowerPoint (NEW)



Video (NEW)



Trade fairs & events (NEW)



Print (NEW)

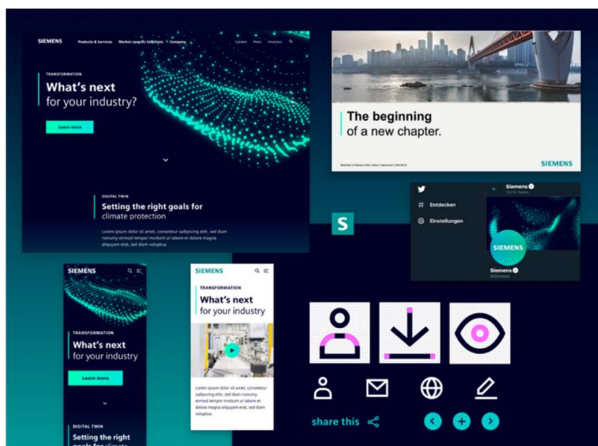


Numérique par conception

Créer un « écosystème véritablement numérique » : voilà l'idée qui a présidé à l'évolution de la marque Siemens. Nous voulons dépasser la simple explication du concept de numérisation, aller au-delà de la représentation graphique jusqu'ici utilisée avec le « virtual layer » (flux de données ou succession de chiffres). **Notre objectif est d'avoir un impact véritablement numérique.** Pour cela, nous voulons rendre le processus de conception nativement numérique, flexible et réactif, capable de fournir une expérience optimale sur tous les appareils et à tous les points de contact. Une expérience audacieuse et dynamique, pensée pour les écrans. Une apparence contemporaine, haut de gamme.

Une palette dynamique dans les tons pétrole, accompagnée d'une Cognisphère

La nouvelle expérience de marque Siemens s'appuie sur un nombre réduit d'éléments et soigneusement choisis.



Nouveaux coloris : c'est le changement le plus visible. Notre palette « pétrole » nouvelle génération est plus lumineuse, plus audacieuse et plus dynamique – destinée exclusivement à mettre en valeur l'essentiel. Les **arrière-plans bleu nuit**, **sable clair** et **dégradé pétrole** offrent un cadre visant à mettre en valeur nos contenus.

La « Cognisphère » : est un nouvel élément de design. À l'instar d'un organisme intelligent, elle peut prendre différentes formes et symbolise l'intelligence et l'ingéniosité apportées par Siemens dans les processus industriels, les solutions de mobilité et les différents environnements. La Cognisphère représente une évolution – et une simplification – de l'ancien élément « virtual layer ». Sa mise en œuvre et sa perception sont plus évidentes, plus intuitives et adaptées à des applications numériques. La Cognisphère se trouve à l'endroit où Siemens fait le lien entre le réel et le virtuel. Animée ou statique, elle évoque toujours la curiosité.

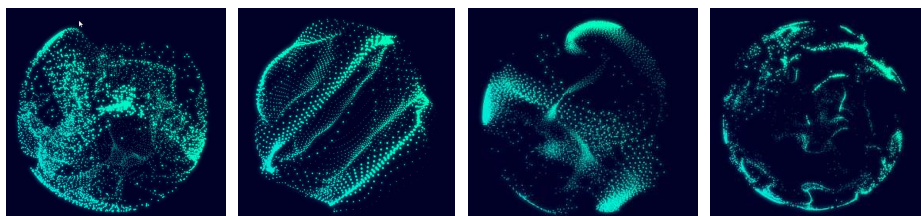
- La **Cognisphère** souligne le positionnement de Siemens en tant que leader technologique dans les nouveaux environnements concurrentiels.
- C'est un signal fort de transformation pour les employés et les clients.
- La **Cognisphère** est un objet tridimensionnel basé sur un code génératif. Il peut prendre différentes formes, être curieux de son contexte et évoluer dans le temps, tout comme un organisme intelligent.
- La **Cognisphère** est uniquement utilisée dans un contexte numérique / technologique, soit de manière autonome, soit en combinaison avec des photographies et des séquences vidéo.
- De nouvelles formes seront ajoutées régulièrement. Un outil permettant de créer de nouvelles formes et animations est actuellement en cours de développement.

Cet élément n'est pas un élément à décliner obligatoirement dans toutes nos créations. Seulement s'il vient en support du contexte numérique/technologique.

Reportez-vous à la page Brandville dédiée pour exécuter cet élément selon la charte car il y a des règles bien précises à appliquer, que ce soit pour développer une version statique ou animée (voir la vidéo démo et les « **Dos & Don'ts** »)

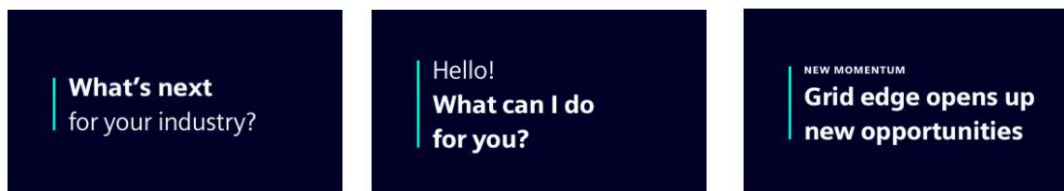
⇒ <https://brandville.siemens.com/en/design-elements/cognisphere-new>

"Cogni" fait référence au caractère intelligent de la Cognisphère. La cognition englobe la formation des connaissances, le processus d'évaluation, la résolution des problèmes et la prise de décision. Les processus cognitifs utilisent les connaissances existantes et génèrent de nouvelles connaissances.



La « **focus line** » : il s'agit d'un élément important de mise en page. C'est une ligne verticale adoptant le dégradé de couleur « bold dynamic petrol » qui a pour but de souligner nos messages clés et les titres. La « **focus line** » est utilisée dans tous les medias et se place toujours à gauche d'un titre.

Pour nos messages clés sur 2 lignes ou sur 3 lignes :



- Les titres de la **focus line** sont caractérisés par une combinaison de polices de caractères Siemens Sans Black et Siemens Sans Roman. Siemens Sans Black met en évidence la partie la plus importante du message, indépendamment des sauts de ligne.
- Si une combinaison de graisses de caractères n'est pas possible (par exemple pour des raisons techniques ou lorsque le texte est très court), les titres de la **focus line** sont par défaut en Siemens Sans Black.
- Si un titre est précédé d'une **topline**, la hauteur de la **focus Line** est alignée sur l'ensemble de la composition



Reportez-vous à la page Brandville dédiée pour exécuter cet élément selon la charte car il y a d'autres subtilités à maîtriser : **marges, positionnement, les « Dos & Don'ts »**

⇒ <https://brandville.siemens.com/en/design-elements/layout-principle-new>

Interface utilisateur (ou UI pour user interface) : le terme UI fait référence à l'interface par le biais de laquelle l'utilisateur interagit. Cela se rapporte à l'environnement graphique d'un site web, d'une application mobile ou d'un logiciel. Les règles de l'**UI** sont primordiales pour marquer la présence de Siemens sur le web.

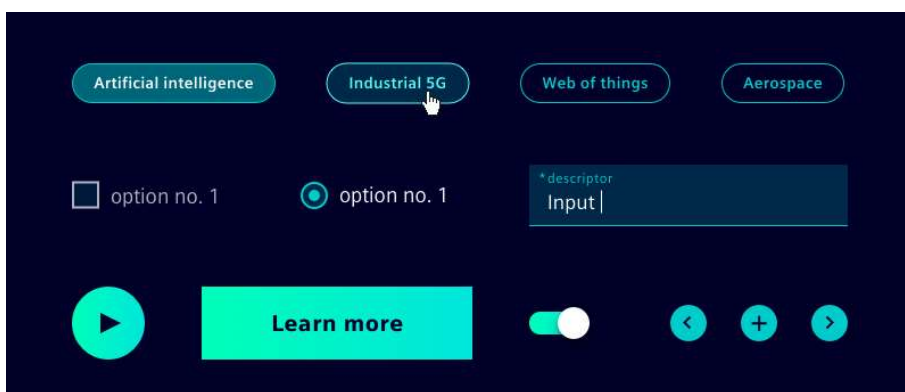
Il s'attache plus particulièrement aux éléments perceptibles : éléments graphiques, boutons, navigation, typographie...

Les **interfaces utilisateurs** de Siemens sont formées par un ensemble d'éléments qui contribuent à créer des expériences numériques cohérentes sur tous les points de contact de la marque.

Notre nouvelle expérience de la marque a été développée selon une approche en ligne qui privilégie le mobile. Toutefois, n'hésitez pas à utiliser les définitions disponibles sur Brandville, jusqu'à ce qu'un ensemble d'éléments d'**interface utilisateur** dédié à votre cas d'utilisation fasse partie de notre système de conception (par exemple pour la conception d'interfaces utilisateur de produits ou d'applications mobiles).

Nos éléments d'**interface utilisateur** prennent en charge les apparences claires et sombres. Assurez-vous que l'apparence sélectionnée correspond au cas d'utilisation, au contexte et à la technologie concernés.

⇒ <https://brandville.siemens.com/en/design-elements/ui-elements-new>



Le logo Siemens : il crée la confiance et assure la valeur pour nos clients. **Il représente notre marque comme aucun autre élément.** C'est notre signature typographique, qui figure sur tous nos supports de communication.

- Trois couleurs sont autorisées pour le logo : **Siemens pétrole, blanc et noir.**
- Évitez les fonds colorés et à motif pour que le logo soit clairement reconnaissable et présente suffisamment de contraste.
- Pour un impact maximal, veillez toujours à laisser suffisamment d'espace autour du logo (zone tampon). **Les marges standard sont égales à la zone tampon par défaut du logo : deux fois la hauteur du logo.**
- Aucun graphique supplémentaire ne doit être placé à côté du **logo**.

Aucun autre nom ou revendication ne peut être utilisé en plus du nom et du logo de Siemens. Les doubles noms et logos ne sont pas autorisés.

La signature « Ingenuity for life » disparaît et n'est donc plus utilisée dans le contexte du nouveau design.

Reportez-vous à la page Brandville dédiée pour exécuter cet élément selon la charte. **Voir les règles de placement et les « Dos & Don'ts »**

⇒ <https://brandville.siemens.com/en/design-elements/logo-new>

La typographie : les polices **Siemens Sans – Siemens Serif** et **Siemens Slab** demeurent les polices à utiliser sur les supports de communication.

Nos polices de caractères ont été conçues exclusivement pour Siemens afin de capturer l'essence de notre marque tout en répondant à nos exigences en tant qu'entreprise mondiale. Elles nous permettent de parler d'une seule voix sur tous les supports imprimés et numériques.

Dans la famille des polices de caractères Siemens, Siemens Sans est la principale police utilisée sur tous les supports.

- Nos polices de caractères sont définies avec des tailles et des interlignes spécifiques pour garantir la lisibilité et la cohérence sur tous les supports.
- Ne combinez pas les polices Siemens avec d'autres polices. Utilisez uniquement la famille de polices Siemens.
- Pour une typographie élaborée (par exemple pour le contenu éditorial), toute la gamme de la famille de caractères Siemens peut être utilisée.

Les polices de caractères Siemens sont mises gratuitement à la disposition des utilisateurs internes de Siemens et des prestataires de services externes, pour autant qu'elles ne soient utilisées que par et pour Siemens.

Quelle différence entre les polices Siemens Professional et les polices Siemens Sans Global ?

Les **polices Siemens Professional** ont été créées selon une norme qui offre un jeu de caractères étendu et prend en charge les langues qui **utilisent l'alphabet latin**, ainsi que plusieurs langues basées sur l'alphabet cyrillique et le grec. Les polices Siemens Sans Global comprennent des systèmes de script complémentaires.

Siemens Sans : est utilisée dans toutes les applications standard parlant pour notre marque, dans tous les médias imprimés et numériques.



Siemens Slab et Serif : pour une typographie élaborée (par exemple un contenu éditorial), toute la gamme de la famille de caractères Siemens peut être utilisée.

Siemens Slab Roman
Siemens Slab Italic
Siemens Slab Bold
Siemens Slab Bold Italic
Siemens Slab Black
Siemens Slab Black Italic

Siemens Serif Roman
Siemens Serif Italic
Siemens Serif Bold
Siemens Serif Bold Italic
Siemens Serif Black
Siemens Serif Black Italic

Siemens Sans Condensé : cette police a été spécialement créée et définie pour le lettrage des produits uniquement. Elle répond à la demande sur le très faible espace disponible sur les boîtiers, les plaques signalétiques et les étiquettes d'emballage. Elle remplace les polices existantes pour le développement de nouveaux produits.

Polices de substitution : pour les applications qui ne peuvent pas utiliser nos polices Siemens (par exemple pour des raisons techniques).

- Les applications de bureau : dans certaines applications Office (par exemple PPT), nous ne pouvons pas utiliser les polices Siemens comme police standard. **Dans ces cas, nous utilisons la police Arial à la place.**
- Applications basées sur le Web : si les polices Siemens ne peuvent pas être intégrées (par exemple, les appareils externes), utilisez plutôt les polices système définies. **Comme Arial est compatible avec le web et peut être affichée dans tous les navigateurs, elle est définie comme l'alternative de préférence. Pour Mac, les autres alternatives sont Helvetica Neue et Helvetica.**
- Applications mobiles : les nouvelles polices système ont évolué, en particulier pour répondre aux défis auxquels sont confrontés les appareils mobiles (par exemple, design responsif, lisibilité sur les petits écrans, performances). Nous optons de préférence pour la police de substitution - pour iOS : San Francisco, et pour les appareils Android : Roboto.

Norme ISO de Open Font Format (OFF) : OpenType est un format de font numérique développé conjointement par Microsoft et Adobe qui enrichit les possibilités typographiques. Pour savoir comment appliquer les fonctionnalités OpenType dans Adobe Creative Suite et Microsoft Word, [voir le PDF accessible ici](#).

Reportez-vous à la page Brandville dédiée pour exécuter cet élément selon la charte car il y a d'autres subtilités à maîtriser : **entre autres la taille des caractères et les interlignes**

⇒ <https://brandville.siemens.com/en/design-elements/typography-new>

La mise en page (layout) : le paysage médiatique évolue rapidement et exige chaque jour de nouvelles solutions et de nouveaux formats. Notre système de mise en page facile à utiliser offre une grande souplesse d'action. En utilisant nos éléments de design, vous pouvez configurer toutes sortes de médias et de campagnes dans le style Siemens.

- Les éléments **logo & textes** peuvent être placés soit de façon alignée ou opposée, proche ou à une distance maximale l'un de l'autre.
- La « **focus line** » met l'accent sur le message clé et contribue à donner à la marque Siemens une apparence distincte.
- Les **images** ou les **fonds colorés** peuvent être placés à fond perdu ou en combinaison les uns avec les autres.

Le principe d'agencement de Siemens vise à donner une impression de fluidité et de souplesse. Les éléments de mise en page peuvent être positionnés librement pour permettre la meilleure composition en conjonction avec des images de fond ou des textes de longueur variable.

Un élément important de mise en page utilise la « **focus line** » : une ligne verticale adoptant le dégradé de couleur « bold dynamic petrol », qui est associée à un texte court sur 2 ou 3 lignes utilisant éventuellement une combinaison de graisse de caractères.

Style photographique : les photographies que nous utilisons mettent en scène les histoires que nous voulons raconter.

Les motifs de Siemens mettent en évidence les avantages de nos solutions et services.

Les employés, les acteurs et les modèles reflètent notre position à l'échelle internationale.

Nous utilisons une variété de dispositifs stylistiques comme la désaturation, le contraste élevé et la température de couleur naturelle - ni trop froide ni trop chaude. Les contrastes élevés ajoutent de la profondeur, tandis qu'une lumière naturelle vive favorise un aspect convivial.

Le « virtual layer » ne fait pas partie de la nouvelle expérience de la marque. Reportez-vous au nouvel élément clé de notre expérience de marque : la cognisphère.

Notre imagerie doit couvrir une grande variété de thèmes et de sujets tout en contribuant à un langage visuel unique. Par conséquent, l'imagerie de Siemens est façonnée par un ensemble de propriétés qui expriment le caractère de la marque et reflètent la position de la société en tant que marque mondiale curieuse, audacieuse et ingénieuse.

Les images s'inspirent des styles documentaire et journalistique.

Les compositions graphiques aident à capturer des paysages complexes de manière calme.

3 catégories d'image :

- les personnes
- les produits, services et solutions
- univers architectural, industriel et paysager

Reportez-vous à la section dédiée :

⇒ <https://brandville.siemens.com/en/design-elements/imagery-new>