



Allianz Benelux

Charte graphique 2025

Pour la Belgique

Contenu

L'expérience de marque Allianz	03
9 règles	06
1. Simplicité	07
2. Logo	08
3. Emblème de l'aigle	10
4. Utilisation des couleurs	11
5. Typographie	14
6. Photographie	15
7. Pictogrammes	16
8. Mise en page	17
Papeterie et Powerpoint	20
Signature électronique	21
9. Partenariat avec le Mouvement Olympique et Paralympique	23
Online	26
Vidéo	27
Quickguide	28

L'expérience de marque Allianz

Notre expérience de marque, tournée vers l'avenir et ancrée à l'échelle mondiale, vise à inspirer en permanence nos clients, à susciter le désir et à instaurer la confiance. Tout commence par notre raison d'être :



We secure
your future

Celle-ci va bien au-delà d'une simple ambition. Notre raison d'être est une boussole qui guide nos actions envers nos clients, nos collaborateurs et la société.

Notre marque repose sur une conviction fondamentale : le monde serait meilleur si les gens faisaient preuve de plus de courage que de peur. C'est pourquoi nous nous engageons à tenir une promesse claire et universelle envers nos clients :



Confidence
in tomorrow

Ensemble, nous transformons notre raison d'être et notre promesse en une nouvelle expérience, en suivant des principes simples mais porteurs de sens dans tout ce que nous faisons. Ces principes sont fondés sur les éléments que nos clients attendent et apprécient le plus.

Shape	a better tomorrow, together
Care	about our customers' hopes and fears
Deliver	quality in a fair and simple way

Ces principes prennent vie à travers notre identité visuelle.

Employer Value Proposition (EVP)

Une EVP décrit les valeurs et les caractéristiques qui rendent un employeur unique et attractif aux yeux des candidats et des collaborateurs. Une EVP authentique est le cœur de toute activité de marque employeur et de recrutement. Notre EVP culmine dans une signature propre, utilisée dans les communications du département People & Culture :



Positionnement de marque

Qu'est-ce qu'un positionnement de marque ? Pour faire simple : c'est l'idée centrale que fait vivre une campagne publicitaire. Le positionnement de marque d'Allianz a été lancée en 2022 :



Get ready for the best n'est pas un slogan, mais une attitude – une façon d'être que nous devons ancrer et qui doit nous guider. Avec ce positionnement, notre objectif est de transmettre le message suivant : se préparer, c'est se donner la liberté d'adopter une vision positive de la vie.

En résumé

BRAND ELEMENTS		
Purpose	What we do	WE SECURE YOUR FUTURE
Core belief	The guiding principles and purpose behind what we do	The world would be better, if people had more courage than fear
Promise	The benefit and value to our customers across touchpoints	CONFIDENCE IN TOMORROW
Experience Principles	The distinctive, coherent ways our brand promise comes to life	SHAPE A better tomorrow, together CARE About our customers' hopes and fears DELIVER Quality in a fair and simple way
Brand platform	How we anchor all of our communication activities with one unified message	GET READY FOR THE BEST Preparation allows us to make the most of all that life has to offer

9 règles

Nos neuf règles visuelles sont faciles à comprendre. Elles nous aident à développer tous les messages pour offrir au destinataire une expérience Allianz unique et authentique. Pour garantir la cohérence, les règles doivent être respectées par tous dans le monde entier.

Get ready
for the best

1 Simplicité

Nous nous concentrons sur le cœur du message. Et nous rendons nos textes courts, pertinents et faciles à comprendre.

Allianz 

2 Logo

Notre logo est toujours là où il doit être : en haut, au sommet.



3 Emblème de marque

Notre emblème unique et iconique de l'aigle est un symbole de confiance.



4 Couleur

Nous mettons l'accent sur le bleu Allianz pour marquer notre force et enrichissons notre palette de 6 couleurs vives.



5 Typographie

Notre typographie garantit une lisibilité parfaite. Nous utilisons une écriture mixte – simple, conviviale et directe.



6 Photographie

Notre photographie montre la vraie vie.



7 Pictogrammes

Des pictogrammes aident à faire passer le message et à naviguer.



8 Design

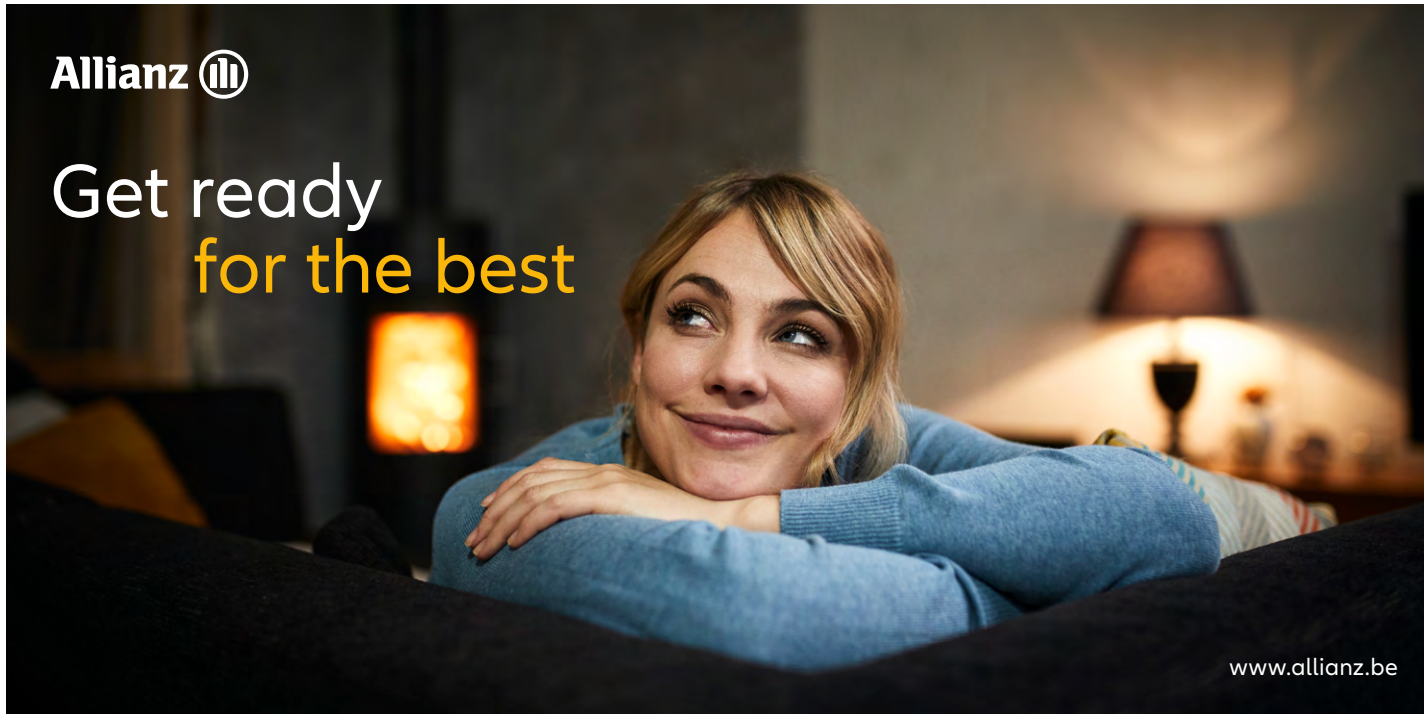
La clarté et la simplicité sont les fondements de notre design.



9 OPM

Nous mettons en valeur notre partenariat mondial avec les Mouvements Olympique et Paralympique (OPM).

1. Simplicité



Nous nous concentrons sur l'essentiel.
Nos messages sont courts, simples et très pertinents et donc faciles à comprendre.
Nous simplifions ainsi les informations et réduisons le temps nécessaire pour assimiler notre message.

Tenez compte du fait que :

- Les titres sont courts (entre 5 et 10 mots).
- Notre mise en page est simple et sobre et pas bourrée de texte et d'autres éléments graphiques.

2. Logo

Notre marque est toujours là où elle doit être. En haut. Au sommet.

De cette manière, nous lions notre message à notre marque et créons de la cohérence dans tous les canaux et tous les points de contact, renforçant ainsi la notoriété de la marque.

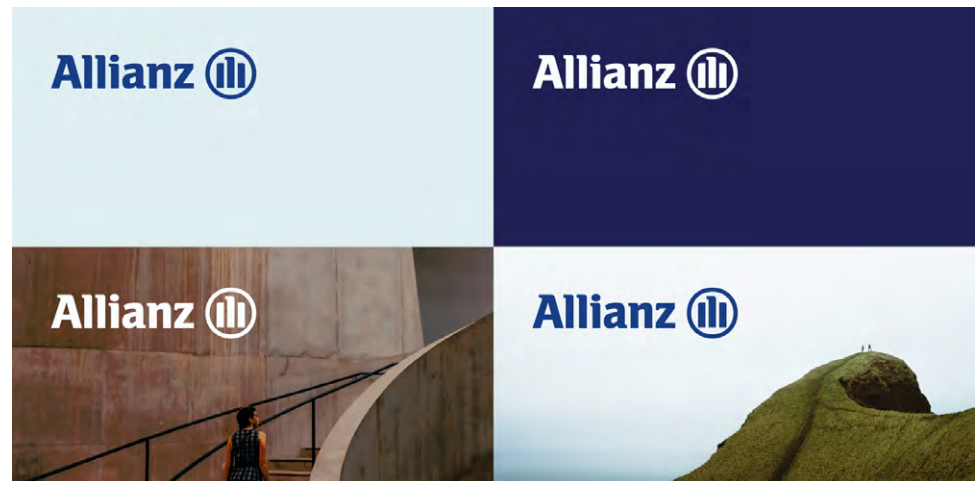
Il est essentiel que nous utilisions le logo avec cohérence dans toutes les communications internes et externes.

Le logo Allianz se trouve toujours dans le coin supérieur gauche.



Les seules exceptions à cela concernent l'utilisation dans les productions vidéo et sur les réseaux sociaux.

Nous utilisons le logo bleu sur des fonds clairs et la version blanche sur des fonds sombres.



Dans la conception, le logo garde toujours une certaine distance par rapport aux autres éléments de mise en page. Cet espacement est une distance définie qui correspond à un emblème (l'aigle).

Dans des cas exceptionnels, l'espacement peut être réduit, par exemple :

- Petits formats (par exemple bannières numériques et pictogrammes d'applications).
- Messages qui doivent attirer l'attention maximale (par exemple, publicité dans un stade).
- Logos composés (par exemple pour les partenariats).



i Téléchargez [ici](#) le logo en bleu et blanc, disponible dans plusieurs formats de fichier.

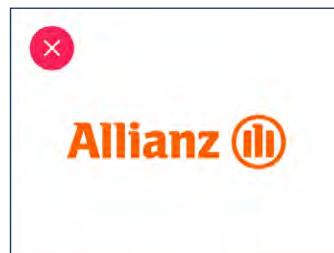
Notre logo est la partie la plus reconnaissable de notre marque et de notre identité. Gardez donc à l'esprit les éléments suivants :



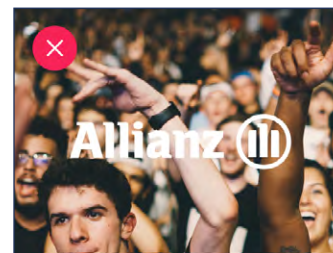
1 Ne modifiez jamais notre logo, même pour un usage interne.



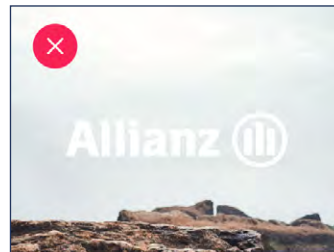
2 Ne placez pas de texte à côté du logo.



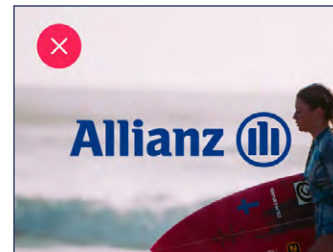
3 Ne changez pas la couleur.



4 Ne placez pas le logo sur un fond chargé.



5 Veillez à ce que le logo soit toujours bien lisible.



6 Ne placez pas d'éléments près du logo. Gardez toujours la distance d'un emblème (aigle).

3. Emblème de l'aigle



Notre aigle iconique est symbole de confiance. C'est pourquoi nous utilisons cet emblème de manière distinctive. Nous créons ainsi un signal unique et propre.

L'emblème de la marque peut être utilisé seul dans tous les marchés où Allianz est présent et où la notoriété de la marque dépasse les 70 %. Dans la région Benelux, ce seuil n'a pas encore été atteint. Le symbole ne peut donc être utilisé que de manière exceptionnelle, dans des cas où l'affichage du logo complet d'Allianz est impossible ou illisible – par exemple, pour l'icône d'une application mobile.

Notre atout le plus précieux exige le plus haut niveau d'assurance qualité ; toute exception doit donc faire l'objet d'une approbation préalable.

4. Utilisation des couleurs

Couleurs de la marque



Allianz Blue

RGB 0 | 55 | 129

HEX 003781

CMYK 100 | 75 | 2 | 18

PMS 287

RAL 5002



Gray

RGB 65 | 65 | 65

HEX 414141

CMYK 0 | 0 | 0 | 88



White

RGB 255 | 255 | 255

HEX ffffff

CMYK 0 | 0 | 0 | 0

Le bleu Allianz est la couleur primaire associée à notre marque. Cette couleur bleue (PMS 287 ou R=0, G=55, B=129 ou HEX #003781 ou RAL 5002) est mise en valeur par le blanc et le gris pour assurer la lisibilité. Nous enrichissons notre palette de couleurs avec six couleurs vives. Nous simplifions ainsi la palette, la rendons plus conviviale et renforçons la notoriété.

Teintes bleues



Dark blue

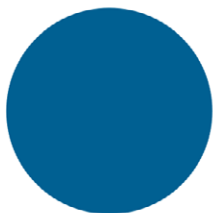
RGB 18 | 43 | 84

HEX 122b54

CMYK 100 | 86 | 39 | 20

PMS 648

RAL 270 20 20



Blue 1 (Dark Action)

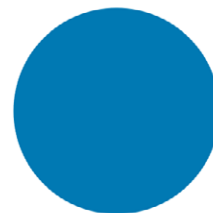
RGB 0 | 97 | 146

HEX 006192

CMYK 92 | 56 | 21 | 6

PMS 301

RAL 260 30 35



Blue 2 (Bright Action)

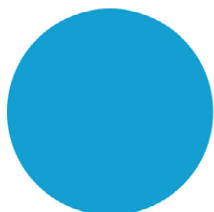
RGB 0 | 122 | 179

HEX 007ab3

CMYK 85 | 42 | 10 | 0

PMS 7690

RAL 250 40 40



Blue 3

RGB 19 | 160 | 211

HEX 13a0d3

CMYK 70 | 5 | 5 | 0

PMS 298

RAL 240 60 35



Blue 4

RGB 181 | 218 | 230

HEX b5dae6

CMYK 35 | 4 | 10 | 0

PMS 545

RAL 220 80 10



Blue 5

RGB 223 | 239 | 242

HEX dfeff2

CMYK 15 | 0 | 5 | 0

PMS 656

RAL 220 92 05

Les six couleurs vives



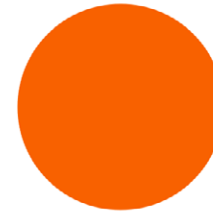
Dark green

RGB 0 | 144 | 141
HEX 00908d
CMYK 81 | 21 | 47 | 5
PMS 7717
RAL 190 40 45



Purple

RGB 166 | 39 | 111
HEX a6276f
CMYK 34 | 95 | 17 | 5
PMS 234
RAL 340 40 45



Orange

RGB 248 | 98 | 0
HEX f86200
CMYK 0 | 72 | 96 | 0
PMS Bright Orange
RAL 050 50 78



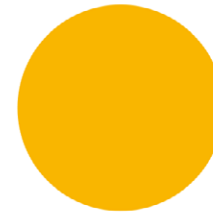
Bright green

RGB 95 | 205 | 138
HEX 5fcd8a
CMYK 61 | 0 | 59 | 0
PMS 345
RAL 150 70 40



Red

RGB 246 | 36 | 89
HEX f62459
CMYK 0 | 91 | 46 | 0
PMS 206
RAL 020 50 58



Yellow

RGB 250 | 182 | 0
HEX fab600
CMYK 0 | 32 | 94 | 0
PMS 7406
RAL 080 70 80

Retenez ce qui suit lorsque vous travaillez avec la couleur :

- Nous mettons toujours les textes en noir, bleu Allianz, blanc ou gris.
Nous ne donnons une seconde couleur qu'aux gros titres.
- Veillez toujours à ce que les textes colorés restent lisibles.
- Limitez le nombre de couleurs que vous utilisez.

5. Typographie

Notre typographie assure une lisibilité optimale tant dans les communications imprimées que numériques. Notre langage est simple, aimable et clair, ce qui nous permet d'entrer en contact avec nos clients de manière moderne et inclusive via tous les canaux.

Allianz Neo est une police de caractères spécialement conçue pour nous. Très lisible, tant sous forme numérique qu'imprimée, elle reflète nos normes d'accessibilité. Allianz Neo a un aspect moderne et amical qui nous permet de parler avec assurance et cohérence dans toutes les communications. **Nous n'utilisons pas la police en style italique.**

Dans tous nos messages, Allianz Neo est la police standard qui doit être utilisée, car elle a été spécialement conçue pour notre marque. Dans les programmes Microsoft Office tels que Word et Outlook, **la police système Arial** doit être utilisée comme solution alternative.

A d

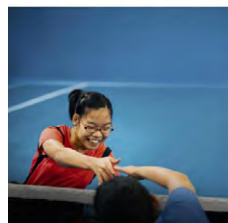
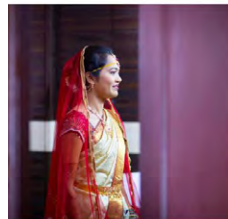
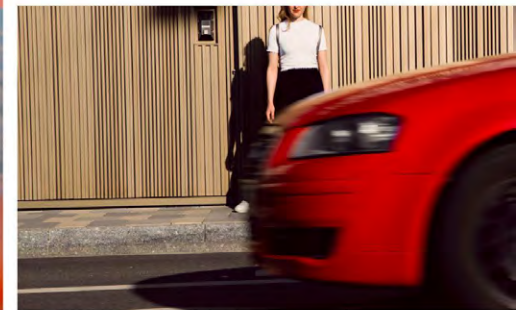
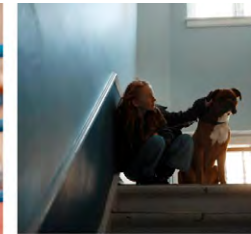
Allianz Neo Light
Allianz Neo Regular
Allianz Neo SemiBold
Allianz Neo Bold

① La police Allianz Neo peut être téléchargée [ici](#).

6. Photographie

Nous utilisons la photographie qui montre la vraie vie. Nous distinguons ainsi la marque et nous nous positionnons comme une marque attentionnée de classe mondiale : honnête, humaine et crédible.

Vrai, imparfait,
honnête, humain,
chaleureux,
inclusif.



7. Pictogrammes



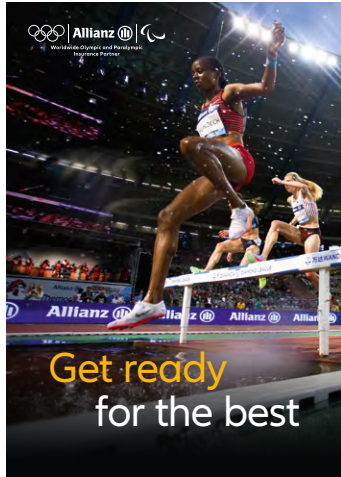
Les pictogrammes nous aident à visualiser les faits et facilitent la navigation. Leur utilisation rend le contenu du message plus convivial.

Nos pictogrammes sont épurés et modernes : lisibles sur des écrans de différents formats. Nous appliquons un style cohérent dans tous les messages. De nombreux pictogrammes ont été conçus.

De manière générale, nous évitons d'utiliser des illustrations supplémentaires. À la place, nous utilisons nos icônes de façon proéminente et percutante. Cela permet d'harmoniser notre apparence visuelle et de garantir une communication cohérente tout au long du parcours client.

 Téléchargez-les [ici](#) au format PowerPoint.

8. Mise en page



1 Image en pleine page



2 Fond bleu



3 Espace blanc avec image

Clarté et simplicité constituent la base de notre système de mise en page. Nous réduisons ainsi la complexité, créons un rayonnement de qualité et offrons un espace à tous les contenus.

Il existe trois mises en pages simples. Nous appliquons ces trois variantes dans tous les formats et toutes les communications.

Une mise en page est organisée sur base de 3 zones

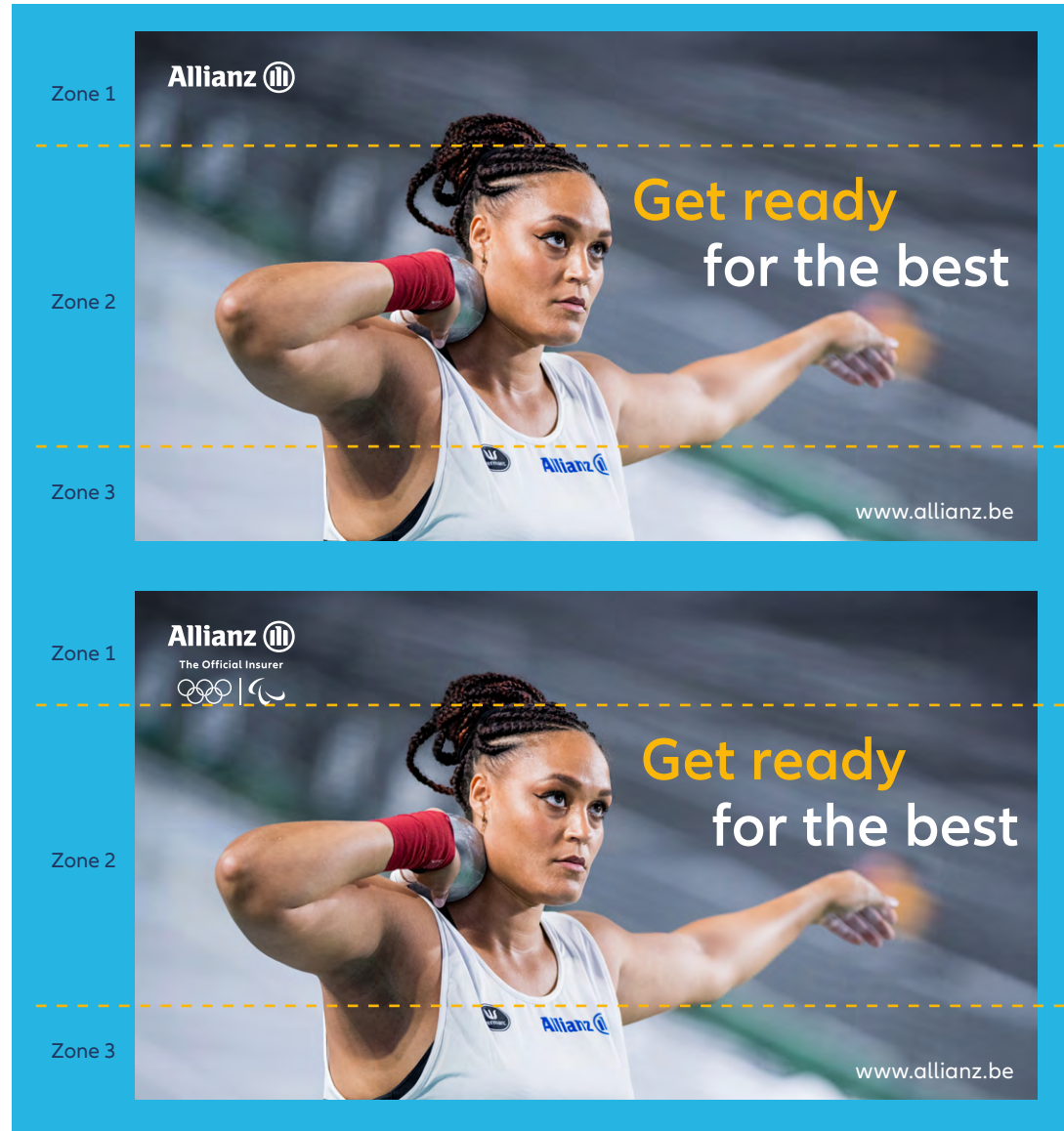
Zone 1 : zone destinée au logo Allianz ou au triposite.

Zone 2 : zone pour communiquer le message.

Zone 3 : zone pour logos partenaires, triposite dans la communication produit, URL, #, crédit photographique.

Points importants lors de la mise en page :

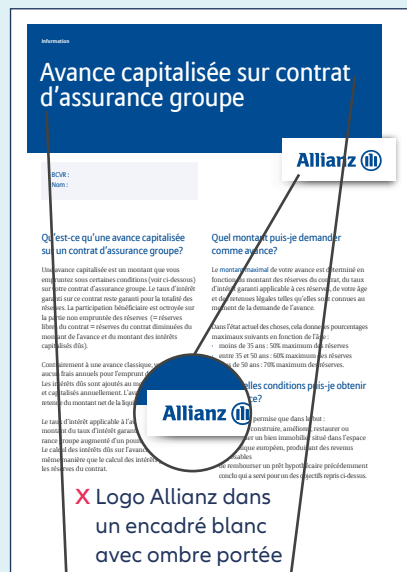
- Maintenez la mise en page simple et gardez toujours un coin exempt de texte et d'autres éléments.
- Utilisez suffisamment d'espace dans la mise en page.
- Si une mise en page contient uniquement du texte, nous utilisons un fond bleu Allianz.



Est-ce que j'utilise la bonne identité visuelle ?

Pour Allianz, en tant que marque mondiale, il est essentiel d'utiliser l'identité visuelle de manière uniforme dans tous les pays, afin d'être reconnaissable de manière cohérente pour nos clients partout dans le monde. C'est pourquoi nous devons éviter les mises en page utilisant une identité visuelle dépassée. Apprenez à distinguer ce qui est correct de ce qui ne l'est pas grâce à cette liste de vérification :

✗ Hors d'usage depuis 2012

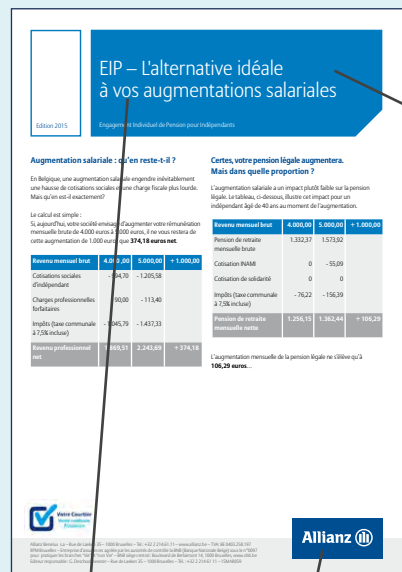


Avance d'assur

Avance cap. d'assurance

✗ Police obsolète : Allianz Sans
✗ En haut de la page, un bloc de texte rectangulaire bleu

✗ Hors d'usage depuis 2018



alternative

Allianz

✗ Police obsolète : Allianz Sans
✗ Logo Allianz blanc dans un rectangle bleu

✓ En usage depuis 2018



Life Portal

Allianz plateforme

✓ Police correcte : Allianz Neo
✓ Le titre en 2 couleurs

Papeterie et PowerPoint

La nouvelle identité visuelle est également mise en œuvre dans notre papeterie : du papier à lettre et des enveloppes aux cartes de visite et au modèle Powerpoint.

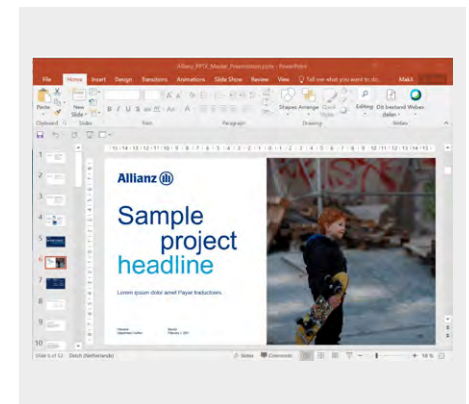
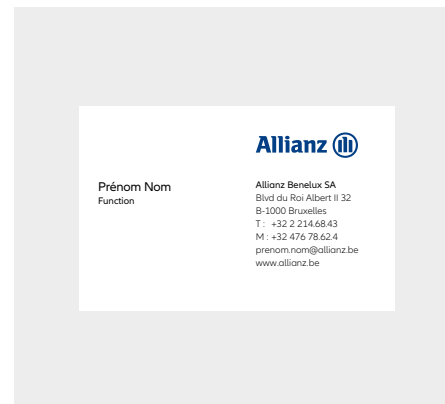
Pour commander une carte de visite, prenez contact avec carla.van.de.kant@allianz.nl.

Les commandes depuis l'économat doivent être passées via la plateforme : [cliquez ici](#).

Si vous rencontrez des problèmes, n'avez pas de compte, avez oublié votre mot de passe, l'article souhaité n'est pas sur la boutique ... alors vous devez contacter bel.allianz.printroom@xerox.com.

Les modèles Word sont disponibles à partir du menu Allianz dans Microsoft Word et le modèle Powerpoint s'ouvre automatiquement lorsque vous démarrez le programme. Si ce n'est pas le cas, l'ICT Servicedesk peut corriger cela pour vous.

Le modèle PowerPoint est également disponible sous forme de fichier séparé via ce [lien](#).

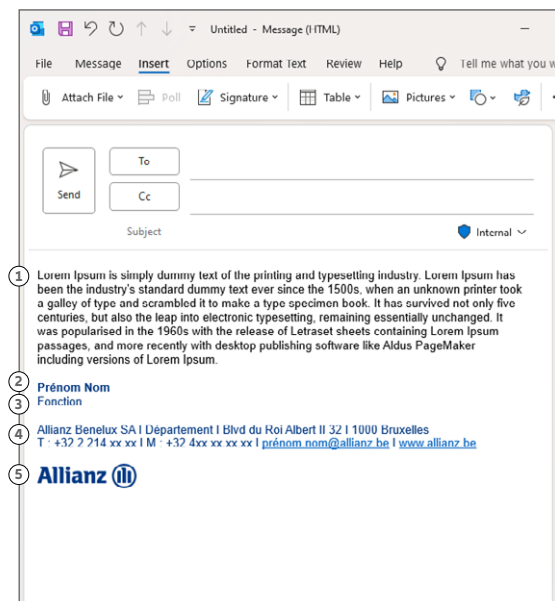


Signature électronique

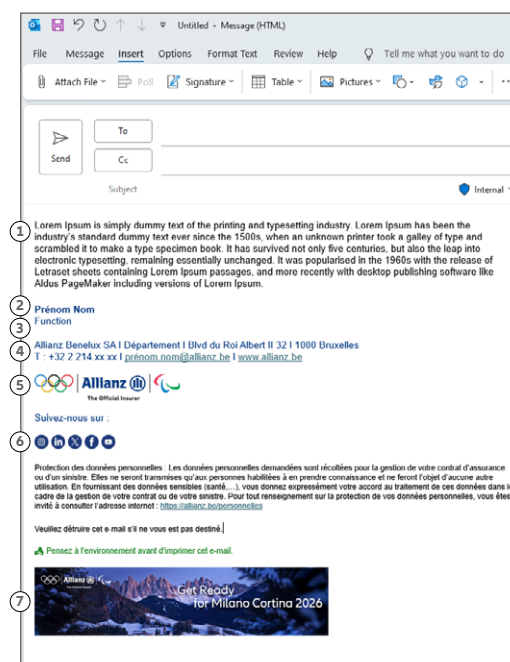
Ajouter une signature électronique, c'est comme remettre votre carte de visite. C'est pourquoi nous clôturons les e-mails par une signature. Il existe des directives pour cette signature.

- ① Vous voulez procéder rapidement ?
Vous pouvez alors ouvrir [ici](#) un fichier Word avec un exemple de signature que vous pouvez compléter et copier vers Outlook.
Voir aussi page 25 pour une signature incluant notre partenariat avec le Mouvement Olympique et Paralympique (OPM).

Signature électronique standard



Signature électronique étendue



1. Texte de l'e-mail

Arial regular 10pt. Noir

2. Prénom et nom

Arial Bold 10pt
Bleu Allianz (RGB 0/55/129)

3. Nom de la fonction

Arial Regular 10pt
Bleu Allianz (RGB 0/55/129)

4. Entité, département, adresse, code postal, ville, données de contact

Arial Regular 10pt
Bleu Allianz (RGB 0/55/129)

5. Logo Allianz

(optionnel, donc pas obligatoire)
Largeur de 30 mm. Voir également la page 25 pour une signature intégrant notre partenariat avec les Mouvements Olympique et Paralympique (OPM).

6. Pictogrammes sur les réseaux sociaux

(optionnel, donc pas obligatoire)
Les pictogrammes doivent renvoyer aux canaux correspondants en Belgique :

- [Instagram](https://www.instagram.com/allianz_belgium) - Liens vers : https://www.instagram.com/allianz_belgium
- [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/allianz-belgium) - Liens vers : <https://www.linkedin.com/company/allianz-belgium>
- [X](https://twitter.com/allianzbelgium) - Liens vers : <https://twitter.com/allianzbelgium>
- [Facebook](https://www.facebook.com/AllianzBelgium/) - Liens vers : <https://www.facebook.com/AllianzBelgium/>
- [Youtube](https://www.youtube.com/@allianzbelgium8815) - Liens vers : <https://www.youtube.com/@allianzbelgium8815>

Les pictogrammes des réseaux sociaux font 5 mm de large.

7. Bannières promotionnelles, logos partenaires, logos de prix ou de label

(optionnel, donc pas obligatoire)

i Envie de démarrer rapidement ?
Ouvrez [ici](#) un fichier Word contenant des exemples de signatures que vous pouvez compléter et copier dans Outlook.

9. Partenariat avec le Mouvement Olympique et Paralympique

Allianz est partenaire des Mouvements Olympique et Paralympique (OPM) jusqu'en 2032. Nous sommes fiers de faire partie de ce mouvement qui vise l'excellence, offre des opportunités et porte une vision pour un monde meilleur. Grâce à ce partenariat, nous renforçons notre position de marque inclusive, engagée envers la société, et qui joue un rôle moteur dans le rassemblement et l'autonomisation des personnes à travers le monde.

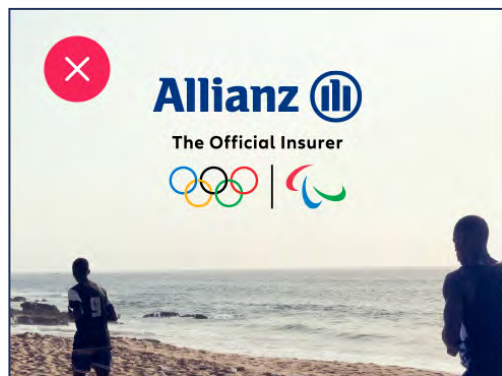
Nous traduisons cet engagement à travers trois piliers :

- People** Créer de la croissance, de l'engagement et du lien entre nos collaborateurs
- Business** Devenir l'assureur de référence de l'écosystème sportif
- Brand** Faire savoir et ressentir aux consommateurs qu'Allianz est là pour leur donner confiance en demain

Allianz détient les droits exclusifs d'utilisation des logos olympiques et paralympiques.

Le logo combiné est appelé triposite.

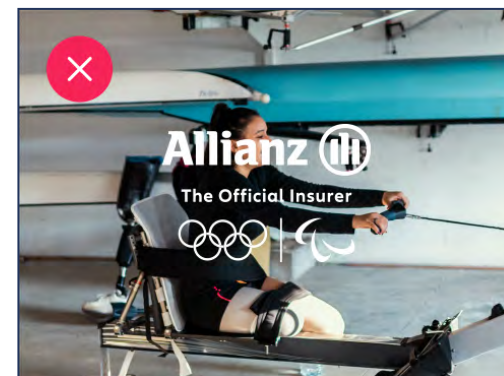
Lors de l'utilisation du triposite, veuillez respecter les règles suivantes :



- 1** Il existe une version en couleur du triposite. Celle-ci ne peut être utilisée que sur un fond 100 % blanc. Dans tous les autres cas, nous utilisons la version blanche du triposite.



- 2** Ne créez pas de variante personnelle du triposite.



- 3** Assurez-vous toujours d'une lisibilité parfaite. N'utilisez pas les logos sur un fond chargé ou brouillon.

L'application du triposite requiert toujours l'approbation d'Allianz SE et du IOC. Ce processus peut prendre jusqu'à 3 semaines. Pour de plus amples informations et la procédure de demande, vous pouvez contacter les collègues de Brand & Media via allianz.athletics@allianz.be.

Le triposite dans votre signature électronique

Cordialement,

Prénom Nom
Fonction

Allianz Benelux SA | Département | Blvd du Roi Albert 32 | 1000 Bruxelles
T : +32 2 214.xx.xx | M : +32 4xx xx.xx.xx | prenom.nom@allianz.be | www.allianz.be



Les partenariats olympiques et paralympiques sont une fierté. Il est également très particulier de pouvoir montrer cette collaboration dans notre signature commerciale. Faites-en donc usage. Remplacez votre signature actuelle par la version olympique disponible via ce [lien](#). Vous trouverez également dans cette annexe comment procéder. Le logo ne peut absolument pas être modifié ! Des accords stricts ont été conclus à cet égard avec le IOC (International Olympic Committee).

Des questions ?

Vous avez encore des questions sur le logo dans votre signature ? Ou vous voulez savoir si et comment vous pouvez utiliser le logo dans d'autres messages ? Veuillez prendre contact avec Brand & Media : allianz.athletics@allianz.be.

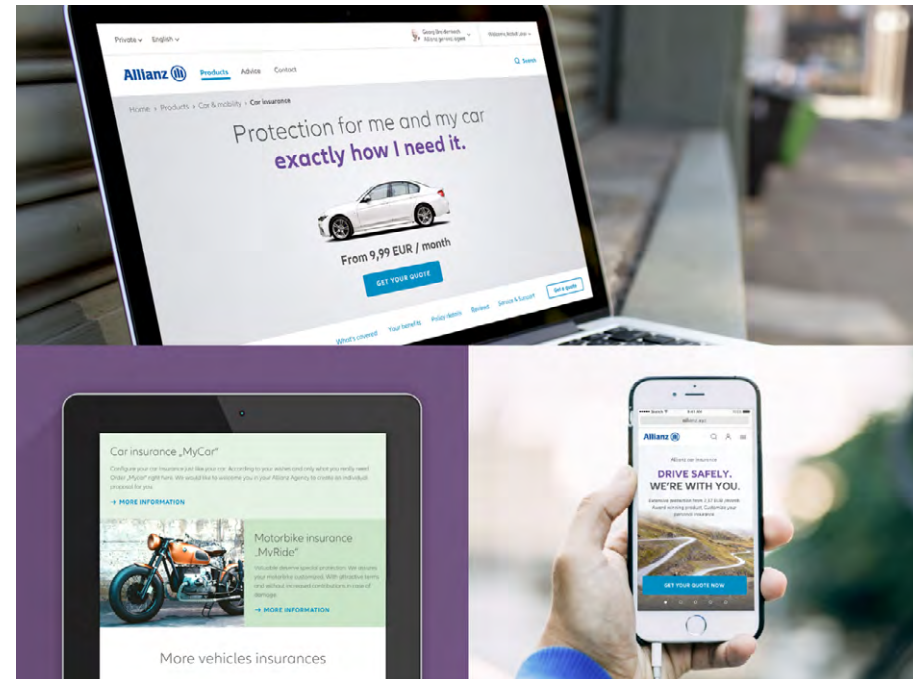
Online

Le design avec lequel Allianz se présente en ligne est flexible, de sorte que nous pouvons l'utiliser pour créer des environnements attractifs et dynamiques. Plus axé sur l'utilisateur avec un design sympathique et convivial qui est simple, plus rapide et plus facile à utiliser.

Les environnements en ligne sont façonnés par des blocs de construction standardisés qui se composent de différents éléments tels que des étiquettes et des boutons. Ces blocs sont déplaçables et réutilisables. Leur flexibilité offre la liberté créative de créer des pages qui nous permettent de toucher nos clients de manière simple, sympathique et distinctive.

En même temps, il y a suffisamment de variables dans la conception pour répondre aux exigences et aux valeurs locales.

Pour le développement de portails en ligne, de pages d'atterrissage, de bulletins d'information électroniques et modèles d'e-mail et de guides UX, des chartes graphiques et des téléchargements distincts sont disponibles via <https://marketplace.allianz.com>. Vous pouvez obtenir des informations plus détaillées via webcontent@allianz.be.



Vidéo

Avec des images en mouvement, nous utilisons le pouvoir de la narration pour transmettre notre image de marque d'une manière passionnante, émotionnelle et authentique. Nous avons développé un style qui convient aux différents canaux, de la télévision aux médias sociaux, et qui permet que toutes nos vidéos restent simples, claires et cohérentes.

Pour la production et la coordination des vidéos, veuillez prendre contact avec Brand & Media : allianz.athletics@allianz.be.



Intro

1. Pour les introductions de vidéos, nous utilisons une [animation](#) du logo. Pour les vidéos de moins de 15 secondes, ce n'est pas nécessaire.

Vidéo centrale

2. Après l'introduction, placez le logo Allianz complet dans le coin supérieur droit avec un fondu enchaîné court. Le logo doit être transparent à 65 %. Juste avant l'outro, le logo doit disparaître avec un nouveau fondu enchaîné court.
3. Pour le texte du titre, n'utilisez que des couleurs de notre palette de couleurs. Utilisez la nouvelle police Allianz Neo pour les textes.
4. Pour les intervenants, nous affichons le nom et la fonction à l'écran avec un effet de transition, selon les mêmes spécifications que celles mentionnées au point 3.
5. Pour les sous-titres, nous utilisons la police Allianz Neo Bold en blanc avec un contour noir. Sur les réseaux sociaux, les sous-titres peuvent être ajoutés via un fichier .srt et utilisés selon le design standard propre à chaque plateforme. Les traductions peuvent être effectuées par l'équipe Brand & Media.

Outro

6. À la fin de chaque vidéo, on intègre un outro avec [animation](#) du logo. Un slogan ou une référence à une URL peut être ajouté sous le logo, en police Allianz Neo Regular.

Quickguide

Brand & Media team BE :

- ✓ Questions sur le positionnement de la marque et la bonne utilisation de la charte graphique
- ✓ Développement de matériaux dans le respect de la charte graphique
- ✓ Approbation de l'utilisation et du placement du logo Allianz
- ✓ Développement de matériel audiovisuel dans le respect de la charte graphique par des fournisseurs approuvés

Digital & Data Science :

- ✓ Questions sur la bonne utilisation de la charte graphique dans les environnements en ligne
- ✓ Développement de sites web
- ✓ Élaboration de bulletins d'information numériques

Service logistique :

- ✓ Commande de matériel physique en lien avec la charte graphique, comme du papier à lettre et des enveloppes
- ✓ Commande de cartes de visite

Allianz Benelux SA

Blvd du Roi Albert II 32 – 1000 Bruxelles

Tél. : +32 2 214.61.11

www.allianz.be

IBAN : BE74 3100 1407 6507 – BIC : BBRUBEBB

BE 0403.258.197 – RPM Bruxelles