

Version FR
September 2025

ALTEN BRAND BOOK

Guidelines



SOM- -MAI RE ▶

1. Identité de marque

— Notre ADN et notre storytelling

2. Concept artistique

— Notre territoire d'expression

3. Charte graphique

— Nos règles d'identité visuelle

4. Charte éditoriale

— Nos règles rédactionnelles

5. Supports de communication

— Nos kits de communication Print & Digitaux



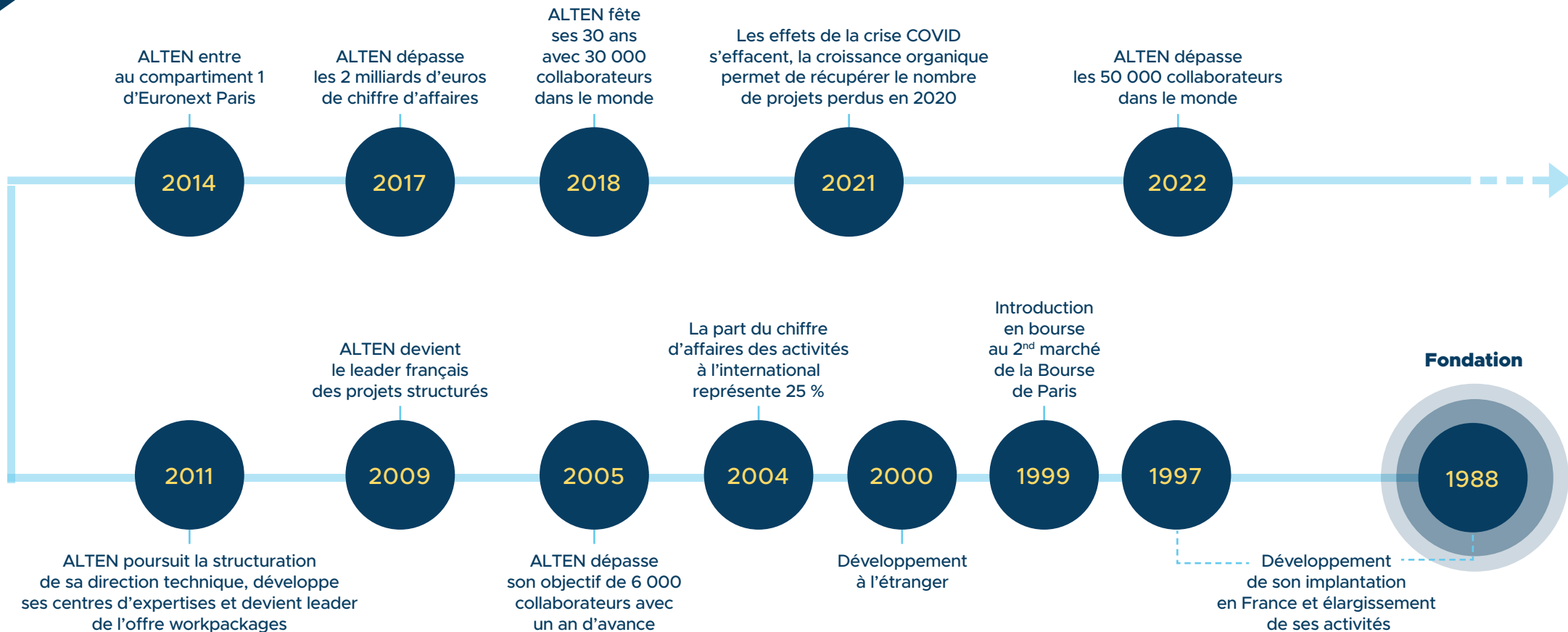


Identité de marque



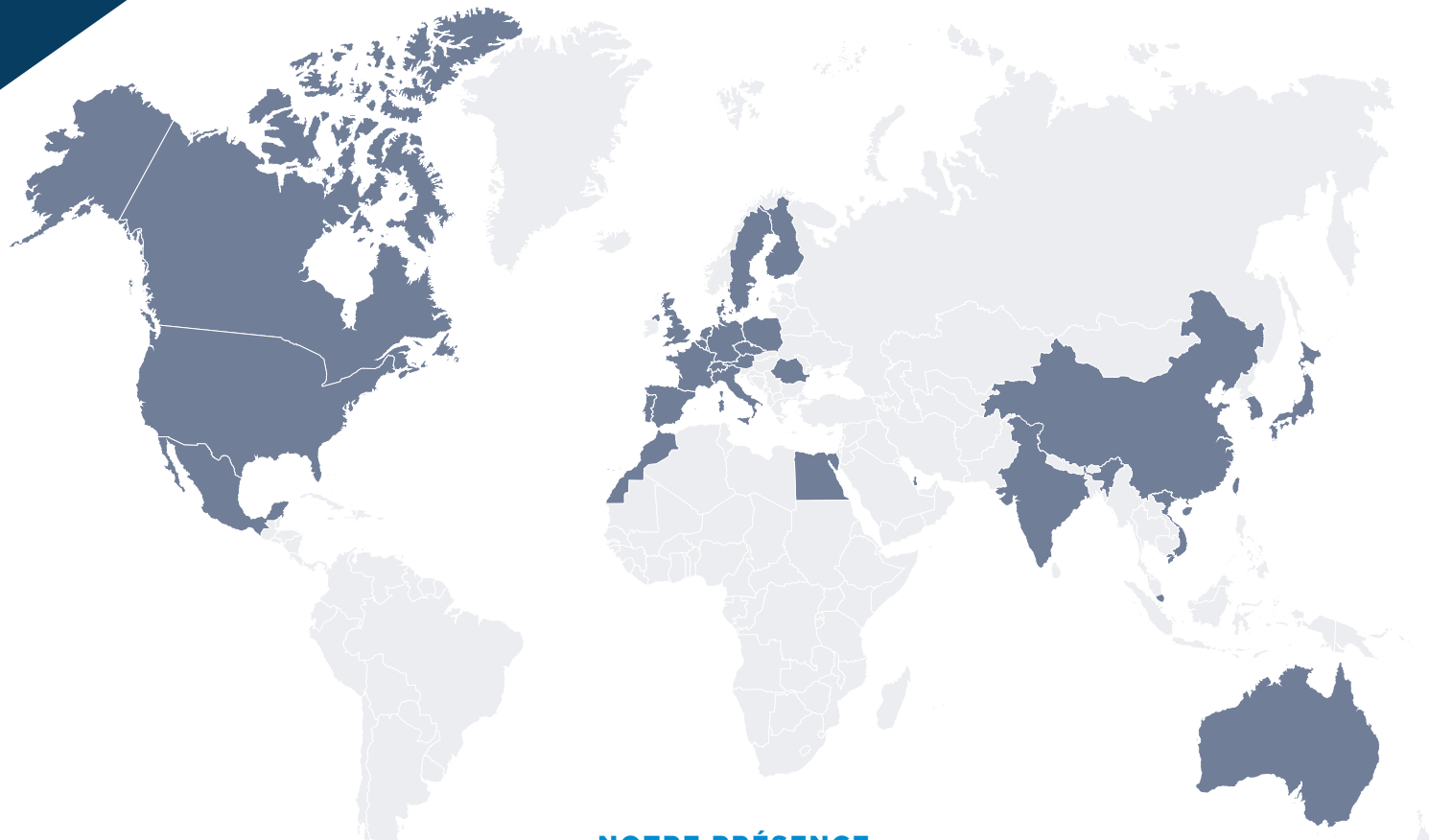
NOTRE HISTOIRE

**ALTEN est fondé en 1988 par trois ingénieurs issus de grandes écoles :
Simon Azoulay, Laurent Schwarz et Thierry Woog.**



LE GROUPE ALTEN

Présent dans plus de 30 pays, ALTEN accompagne la stratégie de développement de ses clients dans les domaines de l'innovation, la R&D et les systèmes d'information technologiques.



**NOTRE PRÉSENCE
GÉOGRAPHIQUE**

Au cœur des enjeux technologiques et de la transformation digitale, le Groupe s'est imposé comme un leader mondial de l'Ingénierie et des IT Services, en intervenant auprès des grands acteurs des secteurs de l'Industrie, des Services et des Télécoms.



Aéronautique



Spatial



Défense, Sécurité
& Naval



Automobile



Ferroviaire
& Mobilité



Énergie
& Environnement



Sciences
de la vie & Santé



Équipements industriels
& Électronique



Télécoms



Banque, Finance
& Assurance



Retail, Services
& Médias



Services publics
& Gouvernement

**NOS SECTEURS
D'ACTIVITÉS**



NOTRE VISION

L'INGÉNIEUR EST UN BATISSEUR

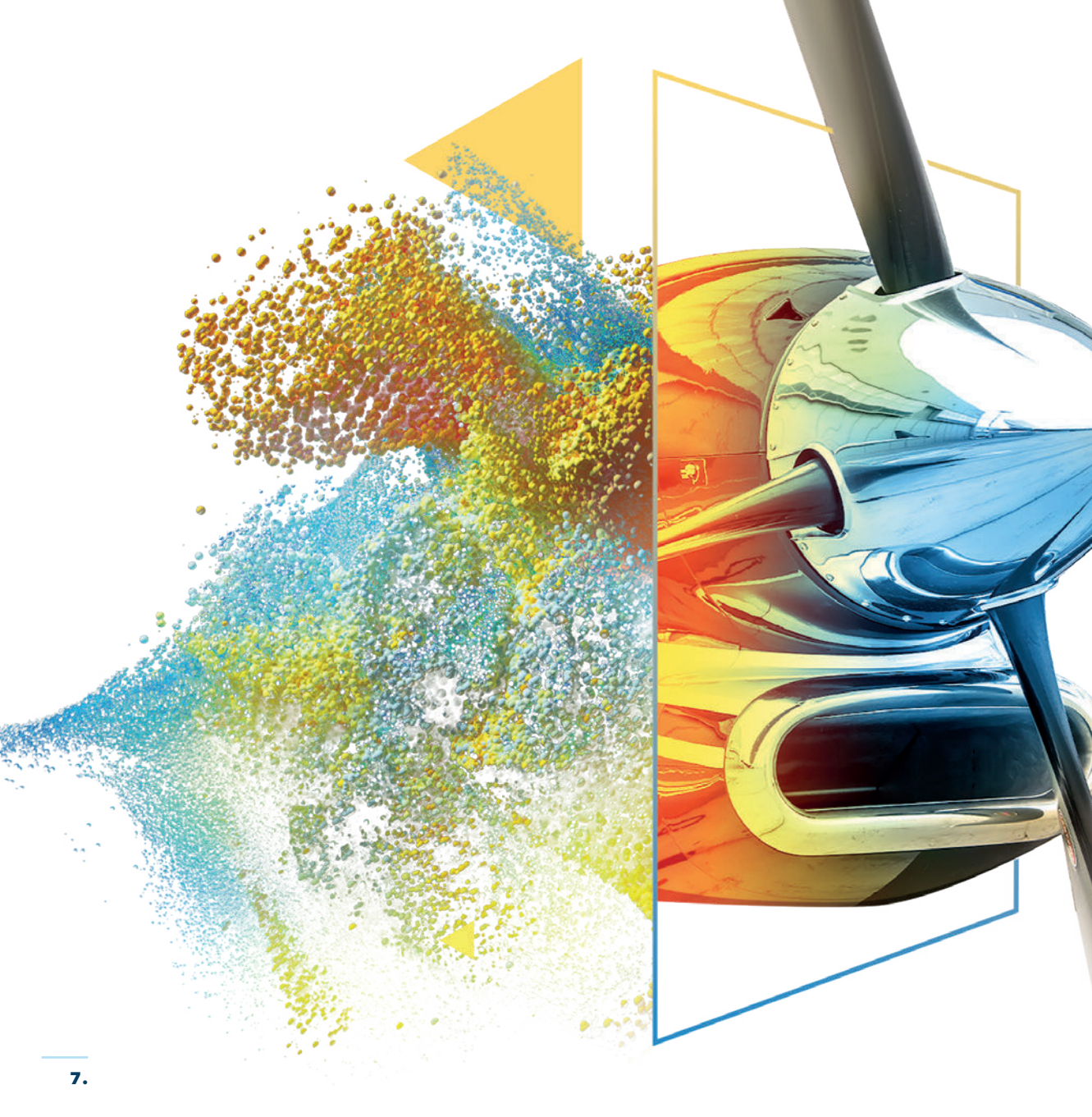
Chez ALTEN, nous sommes convaincus que les ingénieurs sont les architectes qui construisent aujourd'hui le monde de demain.

En tant que leader mondial de l'Ingénierie et des IT Services, nous accompagnons les entreprises dans leur transformation technologique et durable. Avec plus de 50 000 collaborateurs répartis dans 30 pays, nous intervenons sur tous les secteurs de l'Industrie et des Services :

Aéronautique, Spatial, Défense, Sécurité & Naval, Automobile, Ferroviaire & Mobilité, Énergie & Environnement, Sciences de la Vie & Santé, Équipements Industriels & Électronique, Télécoms, Banque, Finance & Assurance, Retail, Services & Médias, Services publics & Gouvernement.

Nous sommes la Maison qui pense le futur au présent.





NOTRE MISSION

CRÉER DE L'IMPACT

L'innovation n'a de sens que si elle a un impact dans le temps et sur les gens.

Chez ALTEN, nous nous engageons à avoir un impact positif sur l'avenir de nos entreprises partenaires, sur la carrière de nos talents, sur les défis sociétaux et environnementaux.

Bienvenue dans une Maison à fort impact.



ALTEN



NOTRE PROMESSE

MAKE IT HAPPEN

Avec ALTEN, tout devient possible.

- **Pour les candidats** : rejoindre les projets les plus inspirants dans les entreprises les plus innovantes.
- **Pour les collaborateurs** : une évolution de carrière ascensionnelle, des plans d'accompagnement paramétrés et personnalisés selon les aspirations individuelles.
- **Pour les entreprises partenaires** : des projets d'innovation concrétisés dans les meilleurs délais, au meilleur coût.

Tous les jours, nous nous engageons aux côtés de ceux qui créent aujourd'hui le monde de demain.

La Maison de tous les possibles.



ALTEN



NOTRE BÉNÉFICE

TRANS- FORMATION ACCÉLÉRÉE

Chez ALTEN, nous valorisons les compétences et n'hésitons jamais à confier des responsabilités aux jeunes talents.

Et pour que nos équipes restent les plus performantes, nous les formons en permanence afin de répondre à toutes les évolutions du marché.

Tous les jours, nous accélérons la transformation de nos entreprises partenaires et renforçons leur capacité d'innovation afin qu'elles gardent toujours une longueur d'avance.

Une Maison en transformation perpétuelle.



ALTEN



NOTRE DIFFÉRENCE

DOUBLE CULTURE

Nous cultivons la double culture dans toutes ses dimensions.

- Nous sommes à la fois ingénieurs et entrepreneurs.
- À la fois guidés par la performance économique de nos activités, et animés par l'impact social, sociétal et environnemental de nos actions.
- À la fois stables car portés par un grand groupe de confiance, et agiles comme une start-up.
- À la fois holistiques et spécialistes.
- À la fois au cœur d'un avion, dans le cœur d'un patient hospitalisé, au cœur de la société.

Une Maison ouverte qui additionne les savoirs pour multiplier le savoir-faire.



NOS PREUVES

UNE MAISON EN CROISSANCE PERMANENTE

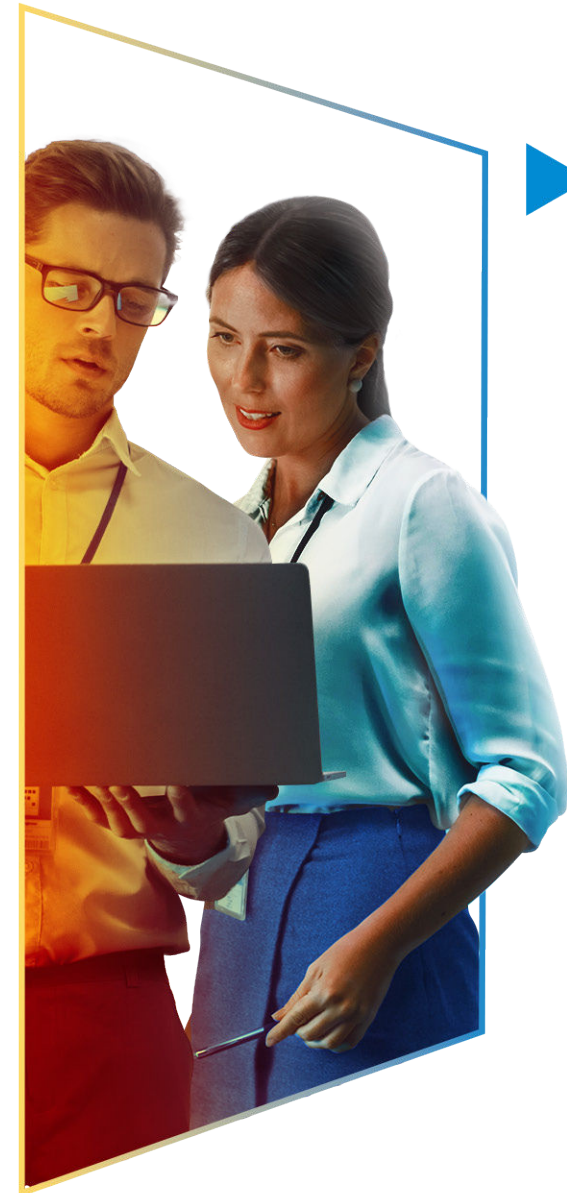
- Leader mondial de l'Ingénierie et des IT Services.
- Aujourd'hui 50 000 collaborateurs, demain 70 000.
- Présence dans plus de 30 pays.
- 6 500 clients et autant de défis technologiques.



NOS PREUVES

UNE MAISON POUR SE FORMER ET ÉVOLUER

- **Un horizon d'opportunités** : parcours d'évolution rapides et suivis de proximité.
- Universités internes pour accroître ses compétences, découvrir un nouveau métier et s'y former.
- Nombreuses opportunités de mobilité fonctionnelle et géographique pour construire son évolution selon ses aspirations.
- **Un collectif motivant** et une culture business d'intrapreneuriat avec des entités au fonctionnement agile et autonome.
- Projets disruptifs au cœur des ALTEN Labs pour faire de l'innovation un tremplin d'apprentissage.



NOS PREUVES

UNE MAISON POUR S'ENGAGER

• **Pour l'environnement** : réduire l'empreinte carbone, encourager la mobilité durable, innover durablement, revaloriser les déchets, préserver la biodiversité et garantir l'efficacité énergétique des bâtiments.

• **Pour la société** : venir en aide aux associations et communautés qui nous entourent, promouvoir la féminisation des métiers scientifiques et techniques, s'engager sur des enjeux sociaux et sociétaux fondamentaux, reconnaître chaque individu dans son unicité, au-delà des caractéristiques d'ethnicité, d'âge, de sexe, d'orientation sexuelle, de religion et de statut de handicap.

• **Pour nos clients** : s'engager pour accompagner positivement nos partenaires dans leur transformation technologique et durable à travers nos activités R&D : efficacité électrique, numérique responsable, performances écologiques des industries.





NOTRE AMBITION

ÊTRE LE 1^{ER} CHOIX

Nous voulons faire d'ALTEN :

- Le premier choix des ingénieurs et spécialistes IT.
- Le premier choix pour développer les technologies du futur.
- Le premier choix des entreprises qui construisent demain dès aujourd'hui.

Être choisi par conviction, par ambition, par passion.

Une grande Maison, un grand pouvoir d'attraction.





NOS VALEURS

EXCELLENCE
CONFIANCE
AUDACE
RÉSILIENCE
CURIOSITÉ



ALTEN

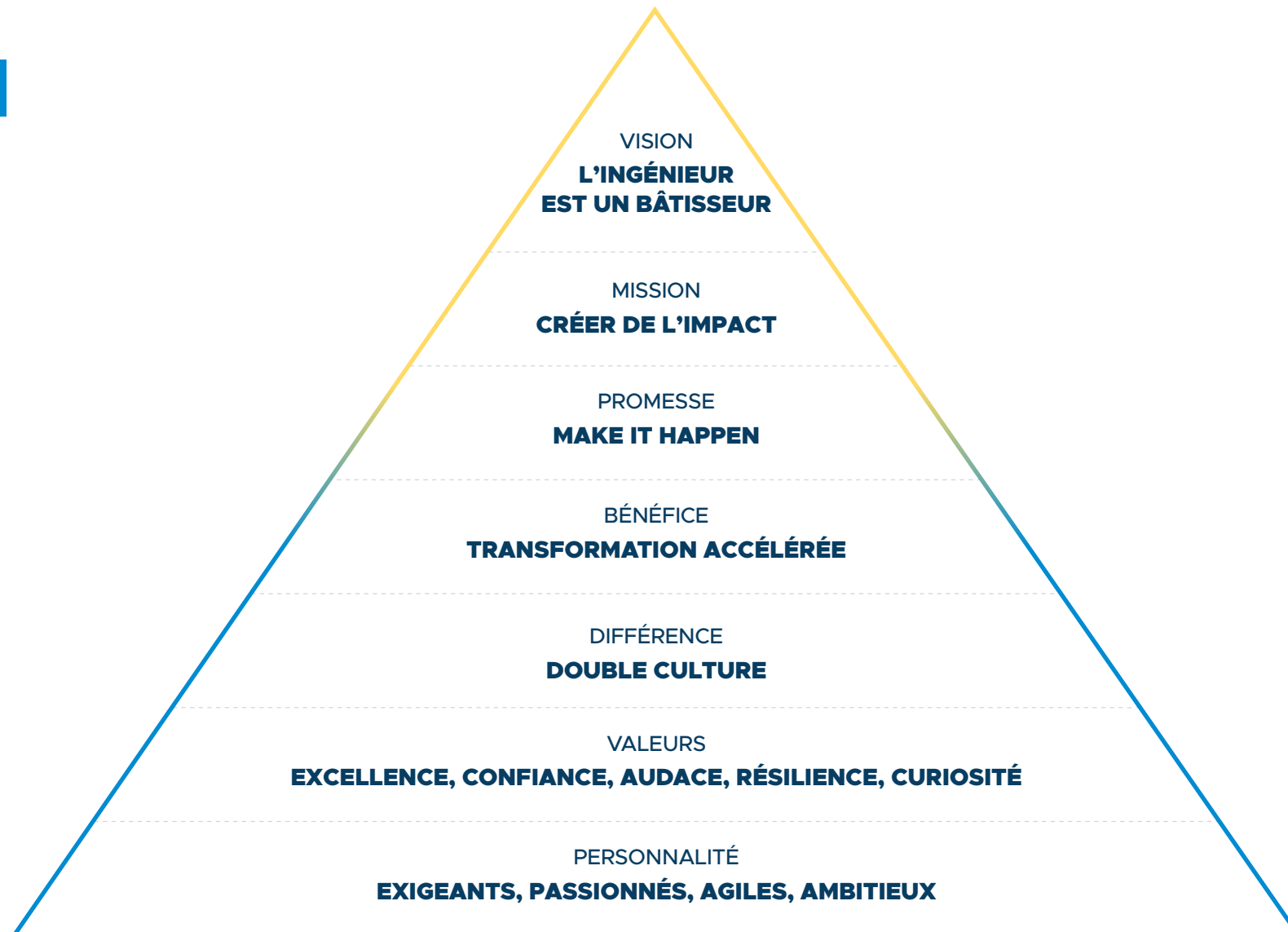


NOUS SOMMES

EXIGEANTS
PASSIONNÉS
AGILES
AMBITIEUX



**Construire
aujourd'hui
le monde
de demain.**



2

Concept artistique

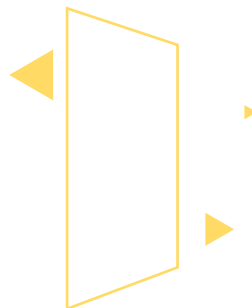


ALTEN

NOS ÉLÉMENTS GRAPHIQUES



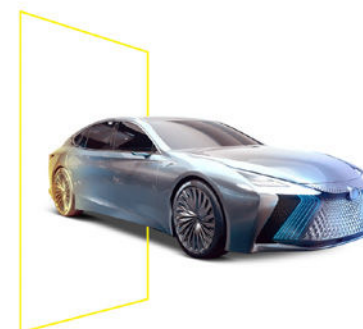
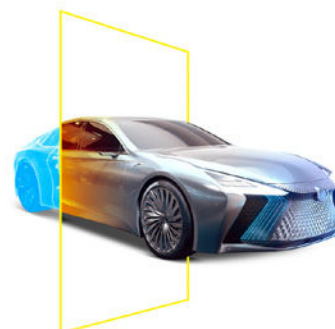
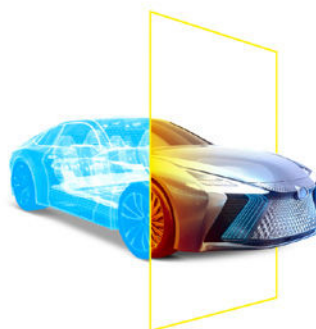
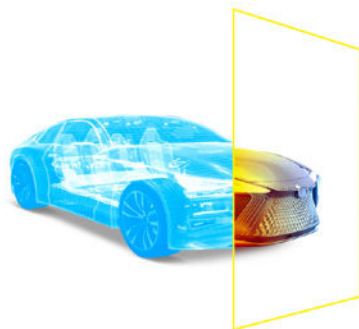
AL T E N



S'inspirer des éléments géométriques de notre logo pour en faire un langage graphique identitaire.

La “porte” ALTEN comme point de passage qui illustre la transformation.

DU PROJET À LA RÉALISATION



NOTRE SIGNATURE

**CONSTRUIRE AUJOURD'HUI
LE MONDE DE DEMAIN :**
une signature propriétaire
qui dit ce que nous faisons.

Nous sommes les ingénieurs qui
bâtissons aujourd'hui le monde de
demain.

Notre promesse : MAKE IT HAPPEN

Une signature qui permet d'attirer
l'attention et favorise la mémori-
sation de notre activité et de notre
valeur ajoutée.

CONSTRUIRE
AUJOURD'HUI
LE MONDE
DE DEMAIN

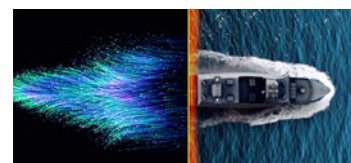
FAIRE PARLER NOTRE ADN.

Ce film d'entreprise installe nos **valeurs** et incarne notre **vision**.

Son **storytelling** permet de :

- renforcer notre image de marque
- affirmer notre positionnement
- mettre en avant nos collaborateurs
- démontrer notre savoir-faire

Il véhicule une image positive et attractive tout en gardant une approche cognitive, inspirée et responsable.





Charte graphique



ALTEN

Le logo principal

ÊTRE SINGULIER

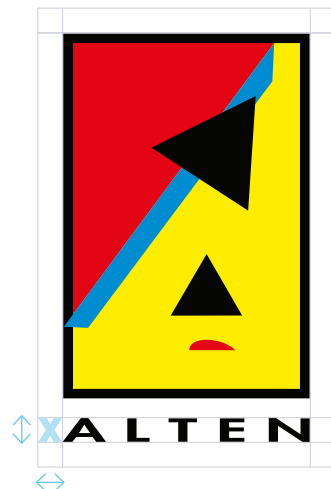
DESCRIPTION

Le logo principal est la combinaison de 2 types de signes : l'un textuel et le second figuratif.

Il s'agit du logo fondateur de la marque. Composé des trois couleurs primaires (bleu, jaune, rouge), il est identitaire et historique.

CAS D'USAGE

Le logo principal est destiné à un usage institutionnel (supports corporate où la marque doit être mise en avant et rapidement reconnue).



ZONE DE PROTECTION

Le logo doit toujours avoir une zone de protection (blanc tournant) qui a pour référence la hauteur des lettres ALTEN du logo.

Il est interdit de mettre des éléments dans cette zone, ni de placer le logo trop près du bord d'un support.

NB : le logo (en version noir ou blanc) a toujours un liseré blanc.

USAGE SUR APLAT



Positif Noir

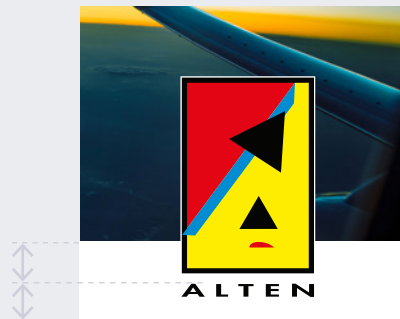
Uniquement sur fond blanc ou clair.



Positif Blanc

Uniquement sur fond foncé ou coloré*.

USAGE SUR VISUEL



Positif Noir

Doit toujours être utilisé sur un bandeau blanc.



Positif Blanc

Ne jamais enlever le liseré blanc en contour du logo.

*Couleurs de la charte (voir page 27)

NOTRE LOGO & VARIANTES

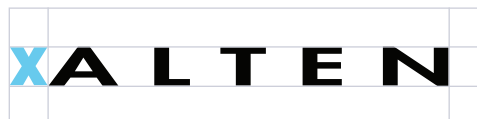
Le logo secondaire

ÊTRE IDENTIFIABLE

DESCRIPTION

Le logo secondaire se compose uniquement du signe textuel (les lettres du mot ALTEN).

Ce logo moins complexe permet une lisibilité optimale et adaptée aux normes digitales (le mot ALTEN est plus gros et donc plus visible).



CAS D'USAGE

Le logo secondaire est destiné à un usage exclusivement **digital** (le web et les réseaux sociaux). Son format horizontal permet d'être responsive et donc lisible et multisupport.

ZONE DE PROTECTION

Idem que pour le logo principal.

Positif Noir

Uniquement sur fond blanc (ne pas utiliser sur un visuel).

ALTEN

Positif Blanc

Uniquement sur fond foncé ou coloré*.

ALTEN

Positif Blanc

Uniquement sur un visuel.

ALTEN

*Couleurs de la charte (voir page 27)

Les variantes monochromes

ÊTRE LISIBLE

DESCRIPTION & CAS D'USAGE

En fonction des contraintes techniques et contextuelles, la version standard du logo peut s'avérer inappropriée (technique d'impression, marquage, texture...).

Ces versions sont destinées à des **supports imprimés** (exclusivement Print) et ne peuvent être utilisées qu'avec l'accord de la Direction de la Communication Groupe.

Elle seule y est habilitée.

Positif Noir

Uniquement sur fond blanc (ne pas utiliser sur un visuel).



Positif Blanc

Uniquement sur fond foncé ou coloré*.



Positif Blanc

Uniquement sur un visuel.



L'icône

ÊTRE VISIBLE

DESCRIPTION

Le logo-icône se compose uniquement du signe figuratif.

CAS D'USAGE

Le logo-icône est destiné à un usage exclusivement web et dans un espace réduit (où le signe textuel ALTEN du logo principal est illisible).



Ne jamais utiliser au-dessus de 40 px de hauteur.

ZONE DE PROTECTION

Idem que pour le logo principal.

Les interdits

Il est strictement interdit de modifier de quelque façon que ce soit le logo ou ses variantes :

1. Pivoter
2. Transformer en ajoutant du texte
3. Déformer
4. Changer les couleurs
5. Compromettre la lisibilité
6. Ajouter une ombre portée

Le logo doit toujours être réduit ou agrandi de façon **homothétique**.

Le **profil colorimétrique** doit être choisi en fonction de l'utilisation.

CMJN

Logo destiné à l'impression et aux supports Print.

RVB

Logo destiné au numérique et aux supports digitaux.



①



ALLEN
FRANCE



ALLEN™
FRANCE

ALLEN
FRANCE

②



ALLEN

ALLEN



ALLEN

③

④



⑤



⑥

Couleurs principales

Notre palette usuelle repose sur un trio contrasté de teintes, que l'on retrouve dans les éléments naturels du monde qui nous entoure :

- Le bleu Azur
- Le bleu Marine
- Le jaune Ocre

Leur symbolique et leur perception sont des vecteurs de reconnaissance et contribuent à une identification immédiate.

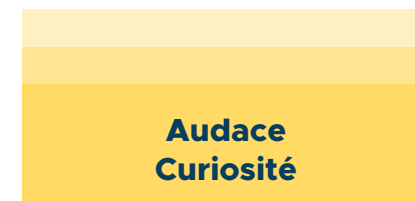
Trois couleurs en accord avec nos valeurs.



Le bleu Azur : couleur aérienne, stable et apaisante. Le bleu induit naturellement un sentiment de sécurité grâce aux associations qu'il suscite avec le ciel ou l'océan. Il fait référence à l'esprit, à l'ingéniosité et à la sagesse.

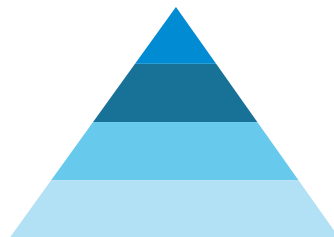
Le bleu Marine : couleur autoritaire et intense. Le bleu est la couleur préférée par une immense majorité des êtres humains. Cette teinte foncée est ainsi très utilisée dans l'univers numérique et technologique.

Le jaune Ocre : couleur stimulante et chaleureuse, associée au dynamisme et à l'action. En psychologie, c'est la couleur du bonheur (en lien avec les effets positifs du soleil sur l'humeur). Audacieuse et vibrante, elle se démarque des autres couleurs.

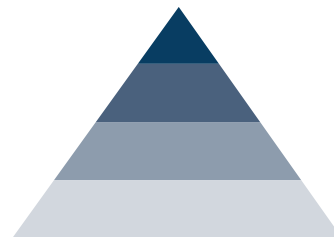


Couleurs secondaires

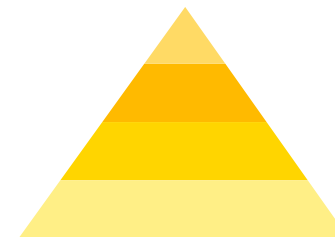
À utiliser pour nuancer des éléments, notamment pour différencier des données ou dans le cas d'illustrations (graphiques, tableaux, infographies, etc.).



#008bd2
CMJN : 80 34 0 0
RVB : 0 139 210



#043962
CMJN : 100 78 36 26
RVB : 4 57 98



#ffda65
CMJN : 0 14 69 0
RVB : 255 218 101

NUANCES BLEU AZUR



#176f98
CMJN : 86 46 23 7
RVB : 23 111 152



#7dcaed
CMJN : 52 2 3 0
RVB : 126 203 238



#b2e0f5
CMJN : 34 0 3 0
RVB : 178 224 245

NUANCES BLEU MARINE



#4a617d
CMJN : 76 54 32 17
RVB : 74 97 125



#8d9cad
CMJN : 49 31 23 6
RVB : 141 156 173



#d2d7de
CMJN : 21 13 11 0
RVB : 210 215 222

NUANCES JAUNE OCRE



#ffba00
CMJN : 0 31 93 0
RVB : 255 186 0



#ffd500
CMJN : 0 15 100 0
RVB : 255 213 0



#fff886
CMJN : 0 3 58 0
RVB : 255 239 134

NOTRE PALETTE COLORIELLE

Couleurs tertiaires

À utiliser pour nuancer des éléments et jouer sur les contrastes.

NIVEAUX DE GRIS

NIVEAUX DE BLEU

À utiliser pour un fond.

#ebcf0
CMJN : 9 6 5 0
RVB : 235 236 240



#ebf3f9
CMJN : 10 2 2 0
RVB : 235 243 249



À utiliser pour un élément (ligne, tableau, etc.).

#cdceda
CMJN : 23 17 10 0
RVB : 205 206 218



#dae8f3
CMJN : 17 4 3 0
RVB : 218 232 243



À utiliser pour du texte secondaire (légende, détails, etc.).

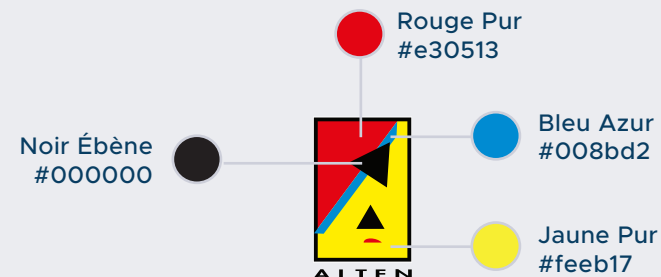
#8c8c9a
CMJN : 48 39 28 10
RVB : 140 140 154



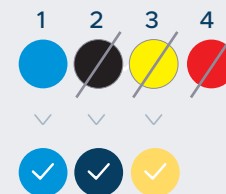
#cbeaf8
CMJN : 24 0 3 0
RVB : 203 234 248



COULEURS DU LOGO



1. Le **bleu Azur** est la seule couleur pure du logo que nous conservons.
2. Le **bleu Marine** remplace le noir très monotone et distant de par sa connotation "luxe". Nous lui préférons le bleu Marine qui instaure une proximité et un contraste textuel optique plus reposant.
3. Le jaune pur du logo est remplacé au profit du **jaune ocre**, plus chaleureux et moins agressif visuellement.
4. Enfin, nous excluons aussi la couleur rouge, trop paradoxale, qui évoque à la fois les passions, les émotions comme la colère mais aussi le danger et les interdits. Mal utilisée, elle peut être perçue très négativement et ne s'associe pas harmonieusement avec notre palette.



COULEURS DU LOGO

COULEURS PRINCIPALES

Typographie principale

METROPOLIS FONT FAMILY

La Metropolis est une police Sans-Serif, conçue dans une logique de verticalité pour une bonne lisibilité, adaptée à tous supports et optimisée pour le web, les interfaces mobiles et l'impression.

Ses arrondis marqués, ses formes ouvertes et son esthétique moderne insufflent un équilibre optique.

Son large choix de graisses permet d'instaurer de beaux contrastes et de hiérarchiser l'information.

METROPOLIS

Aa

Thin

Aa

Extra Light

Aa

Light

Aa

Regular

Aa

Medium

Aa

Bold

Aa

Extra Bold

Aa

Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

“La typographie est porteuse de sens, avant même de parler du sens des mots.”

Typographies de substitution

ARIAL OU CALIBRI

L'Arial est l'archétype de la linéale classique : simple, fonctionnelle et d'une remarquable unité graphique. Elle permet une lecture fluide et une bonne hiérarchisation de l'information grâce à sa variété de graisses. Elle apporte ainsi une lecture rapide et agréable à l'oeil.

L'utilisation de l'Arial ou de la Calibri est préconisée en l'absence de la typographie **Metropolis**, sur les supports de la suite Microsoft notamment, car elles font partie du Pack Windows et sont donc installées sur tous les ordinateurs.



ARIAL

Aa Aa Aa

Regular

Bold

Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

CALIBRI

Aa Aa Aa

Light

Regular

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

“Tout est dans le caractère !”

Typographie secondaire

SCOTCH DISPLAY FONT

Cette typographie sophistiquée permet d'avoir un rendu visuel soigné et captivant. À la frontière entre une police à empattement et calligraphique, elle permet d'apporter à la fois une stabilité et une légèreté. Elle crée des contrastes et se marie très bien avec la Metropolis.

CAS D'USAGE

À utiliser seulement pour des caractères d'affichage : titres, entêtes ou autres éléments accrocheurs.

Ne doit pas être utilisée en petit ou dans un paragraphe.

SCOTCH DISPLAY FONT

Aa

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

Font Family

NOS STYLES DE TEXTE

Le mot **ALTEN** doit toujours être écrit en lettres capitales (en Print & Digital) afin de renforcer l'impact visuel et la lisibilité de notre nom.

✗ Ne pas écrire en noir : la couleur du texte courant doit toujours être en bleu marine.

✗ Ne pas écrire en jaune : mauvaise lisibilité.

✗ Ne pas abuser des majuscules.

NB : notre cerveau lit plus facilement si les lettres correspondent à des formes. Or, les formes disparaissent dans un texte en capitales. De plus, l'usage des majuscules est souvent ressenti comme agressif et véhicule de la négativité.

LOREM IPSUM

Cartouche

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore.**

Titre surligné

Introduction

Exergue

**Lorem ipsum
dolor sit amet**

Highlight
de titre

Sous-titre 1

LOREM IPSUM

Sous-titre 2

LOREM IPSUM DOLOR

Lorem ipsum dolor sit amet :

- consectetur adipiscing elit
- sed non risus maecenas massa

Liste à puces

Texte courant

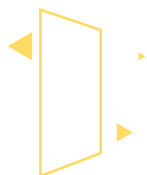
Suspendisse lectus tortor, dignissim
sit amet, adipiscing nec, ultricies sed,
dolor. Cras **elementum** ultrices diam

Highlight

Lorem ipsum dolor sit amet.

Conclusion

NOS ÉLÉMENTS GRAPHIQUES



Notre concept artistique s'inspire des **éléments géométriques** de notre logo pour en faire un langage graphique identitaire.

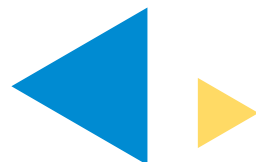
LE TRIANGLE

STABILITÉ | RÉALISATION | TRANSFORMATION

Le triangle est un symbole géométrique intemporel d'harmonie et de **stabilité**.

Avec la pointe vers le haut, on l'assimile à une pyramide et à tout ce qui évoque le progrès et la **réalisation**.

Avec la pointe sur le côté, la forme suggère une direction (souvent apparentée à la flèche) et illustre le mouvement et la **transformation**.



LE RECTANGLE VERTICAL

TECHNOLOGIE | INNOVATION | PASSAGE

Le rectangle est un symbole géométrique de rigueur et d'équilibre.

Il évoque la construction humaine car dans la nature il n'y a pas d'angle droit. Il est donc assimilé à la **technologie** et à l'**innovation**.

À la verticale, il représente un **passage** et traduit un certain dynamisme.



NOS ICÔNES

Nos pictogrammes permettent de faire passer un message rapidement. Ils symbolisent une idée et apportent clarté conceptuelle et intérêt visuel au contenu.

Nos icônes sont minimalistes, aux formes arrondis et en **contour filaire**. Ils doivent tous avoir la même épaisseur de trait.

SECTEURS



ACTIVITÉS



RESSOURCES HUMAINES



DIVERS



NOS VISUELS

Les photos et illustrations doivent respecter une symbolique visuelle commune qui traduit les valeurs clés du Groupe.

Nos visuels doivent être incarnés, experts, aspirationnels, challengeants, innovants, technologiques.

Il est préconisé de favoriser un univers photographique aux **tonalités bleues et jaunes**.



NOS VIDÉOS

Nos vidéos permettent de donner vie aux concepts les plus complexes et d'incarner notre expertise.

Elles sont le reflet de notre identité, de notre culture, des collaborateurs qui l'incarnent, de notre histoire.

Elles occupent un rôle central dans notre stratégie de communication.

LES ÉLÉMENTS IMMUABLES

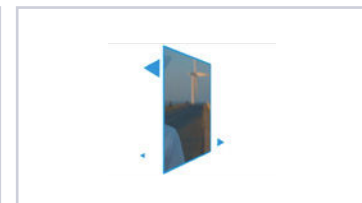
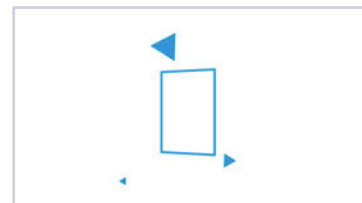
- Intro
- Outro

LES ÉLÉMENTS DISTINCTIFS

(s'adaptent aux typologies de contenu)

- Titre
- Transition
- Synthé Speakers

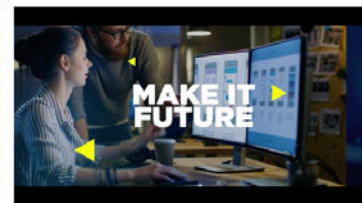
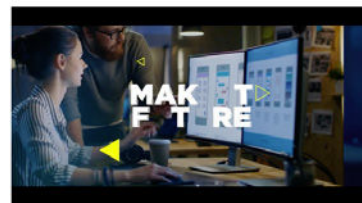
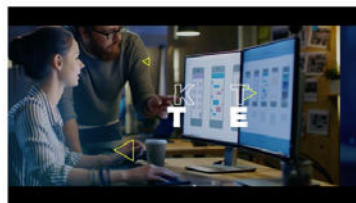
Intro



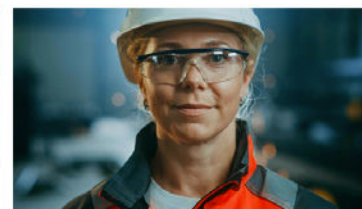
Outro



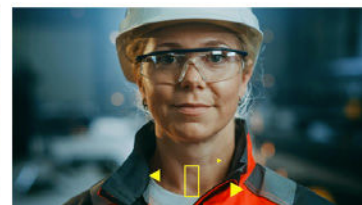
Titre



Transition



Synthé Speakers





4 Charte éditoriale



ALTEN

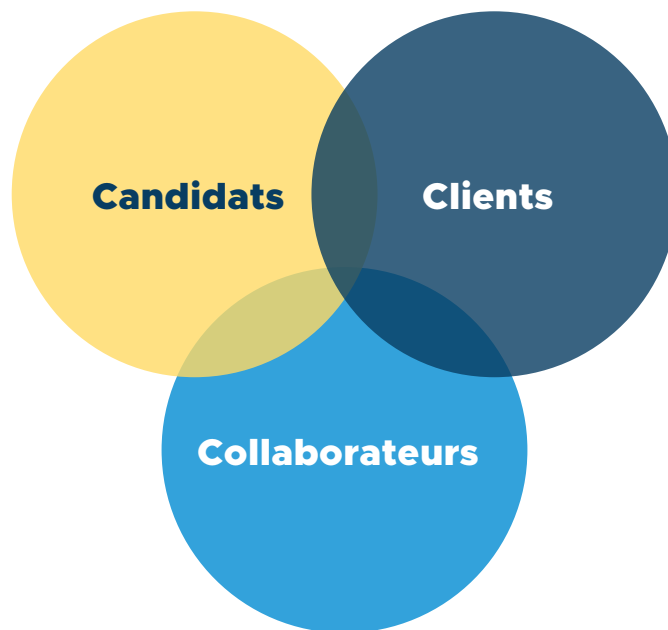
Exigence R&D Agile
Performance Accélérateur
Innovation Technologie Dynamique
Leader Indépendant
INGÉNIEUR Savoir-faire
Humble Ambition
Méritocratie R.S.E Insertion professionnelle Rigueur
Autonomie
Intrapreneuriat Culture "ingénieur"
Entreprise responsable Engagée Historique

NOS CIBLES & AUDIENCES

Le déploiement de la **stratégie de brand content** d'ALTEN repose sur une idée simple : une fois clairement identifiée par son public, une marque peut devenir son propre argument de vente.

Cette démarche s'appuie d'une part sur le **branding** (toutes les composantes permettant au public d'identifier une marque et de se la remémorer) et d'autre part sur la **production de contenus**.

Avec deux mêmes **objectifs** : créer une relation de confiance et faire de la marque son propre média.



L'audience d'ALTEN peut être rassemblée autour de trois cibles prioritaires :

CANDIDATS

Des projets enrichissants et diversifiés, des passerelles permanentes pour que les collaborateurs soient toujours là où ils seront le plus épanouis et le plus pertinents pour les partenaires d'ALTEN.

CLIENTS

Pour ses clients, ALTEN apparaît comme un partenaire de confiance technologique. Le fournisseur de solutions solides, qui ont du sens et qui s'inscrivent dans la durée.

COLLABORATEURS

Nous voyons nos ingénieurs comme des bâtisseurs et nous leur proposons un environnement stimulant où expertise rime avec collaboration.

NOTRE MAISON DES MESSAGES

La Maison des Messages d'ALTEN permet de créer un champ de communication cohérent, percutant et maîtrisé afin de toucher nos cibles.

**Construire aujourd'hui
le monde de demain.**

RECHERCHE & TECHNOLOGIE

Nous investissons dans des programmes de R&D innovants pour toujours garder une longueur d'avance. Nous accompagnons nos clients dans leurs défis technologiques et industriels.

HUMAIN

Nous croyons au savoir-faire de nos équipes. Nous les formons aux grands enjeux de demain. Nous valorisons la diversité de nos talents et leurs compétences sans jamais hésiter à confier des responsabilités aux plus jeunes.

DURABILITÉ

Notre croissance est solide car elle est durable. Nos innovations n'ont de sens que si elles ont un impact positif dans le temps et sur les gens.

NOTRE PROMESSE EMPLOYEUR

En tant qu'entreprise internationale de renommée, ALTEN a l'ambition d'attirer les meilleurs talents et de favoriser l'engagement de ses collaborateurs.

Notre **promesse employeur** concerne à la fois l'identité de l'entreprise, sa culture, ses valeurs et ses principes de fonctionnement.

Elle a pour vocation de rendre cette culture explicite, de donner une image authentique, réaliste et engageante de ce qu'est l'entreprise en tant qu'employeur.

Notre volonté : faire d'ALTEN le premier choix des candidats.

Notre promesse employeur repose sur **4 piliers** :

DES DÉFIS TECHNOLOGIQUES

Nous mettons l'expertise de nos consultants au service de projets stimulants.

UN COLLECTIF MOTIVANT

Nous encourageons le partage d'expérience pour créer de la valeur.

UN HORIZON D'OPPORTUNITÉS

Nous accélérons le développement personnel et professionnel de nos consultants.

UN ENGAGEMENT DURABLE

Nous agissons pour que la responsabilité sociale soit l'affaire de tous.

NOS TONALITÉS DE VOIX

Si notre **voix** est toujours la même, le **ton** peut changer en fonction du sujet ou du public.

Lorsque nous écrivons, il ne faut pas oublier que la façon dont nous parlons à notre public est tout aussi importante que ce que nous disons.



NOS RÈGLES TYPOGRAPHIQUES

CAPITALES

Les capitales sont accentuées dans les textes français.

Ex. : Évolution / À la connaissance de la Société...

ALTEN s'écrit en majuscules systématiquement.

GUILLEMETS

Les guillemets français sont appliqués dans les textes français.

Ex. : Le poste « Services extérieurs »

SÉPARATEURS

Les séparateurs de milliers et de décimales dans les nombres sont ceux de la langue d'usage :

- Milliers : [espace insécable]
- Décimales : [,]

Ex. : 2 750 620,55

PRÉSENTATION DES DATES

- Texte : *31 décembre 2023*
- Tableaux, si abrégé : *31/12/2023* ou *2023*

PRÉSENTATION DES VALEURS

- Texte : écriture en toutes lettres. *Ex. : 200 millions d'euros*

- Tableaux, pour les valeurs (€, £, \$) qui ne sont pas concernées par l'unité générale : écriture abrégée.

Ex. : 200 k€ / 200 M£ / 200 Md\$

- Si exergue graphique, écriture abrégée possible

Ex. : 200 k€ / 200 M£ / 200 Md\$

DÉNOMINATION DES SOCIÉTÉS

Les noms de sociétés s'écrivent en majuscules.

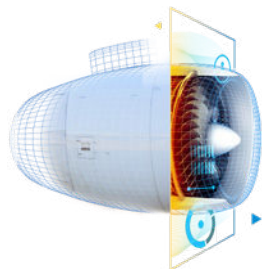
Ex. : AIXIAL, ATEXIS, etc.

5

Supports de communication



VISUELS SECTORIELS



Aéronautique



Spatial



Défense



Naval



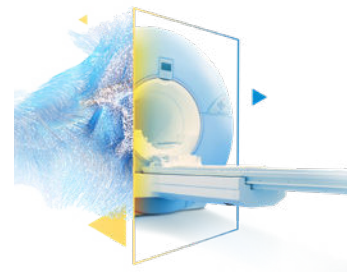
Automobile



Ferroviaire
& Mobilité



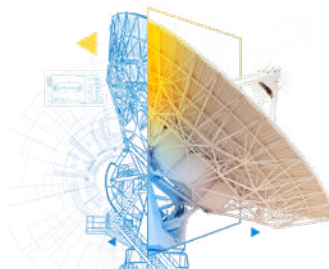
Énergie
& Environnement



Sciences
de la vie & Santé



Équipements industriels
& Électronique



Télécoms



Banque, Finance
& Assurance



Retail, Services
& Médias



Services publics
& Gouvernement

PRÉSENTATION CANDIDAT

Une présentation interactive qui a pour but de donner de l'impact et de muscler le discours lors d'un entretien.

Connaître nos forces pour mieux convaincre.

BROCHURES CANDIDAT

Des plaquettes adaptées à chaque cible et destinées aux événements recrutement. Elles regroupent les piliers de la promesse employeur, les preuves associées & les éléments de langage.

Nos documents Recrutement présentent les atouts qui nous permettent de nous distinguer en tant qu'employeur, avec pour objectif de faire d'ALLEN le 1^{er} choix des candidats.



Consultant

Business
Manager

Fonction
Support

Graduate
Program

Carrière
internationale

KAKÉMONOS

Nos kakémonos ont pour objectif d'accroître notre visibilité et notre présence lors d'un événement. Ils sont modulaires et peuvent être combinés à d'autres modèles et supports (kakémonos, stand et affiches).

CORPORATE



Constuire aujourd'hui
le monde de demain



Marque
Employeur

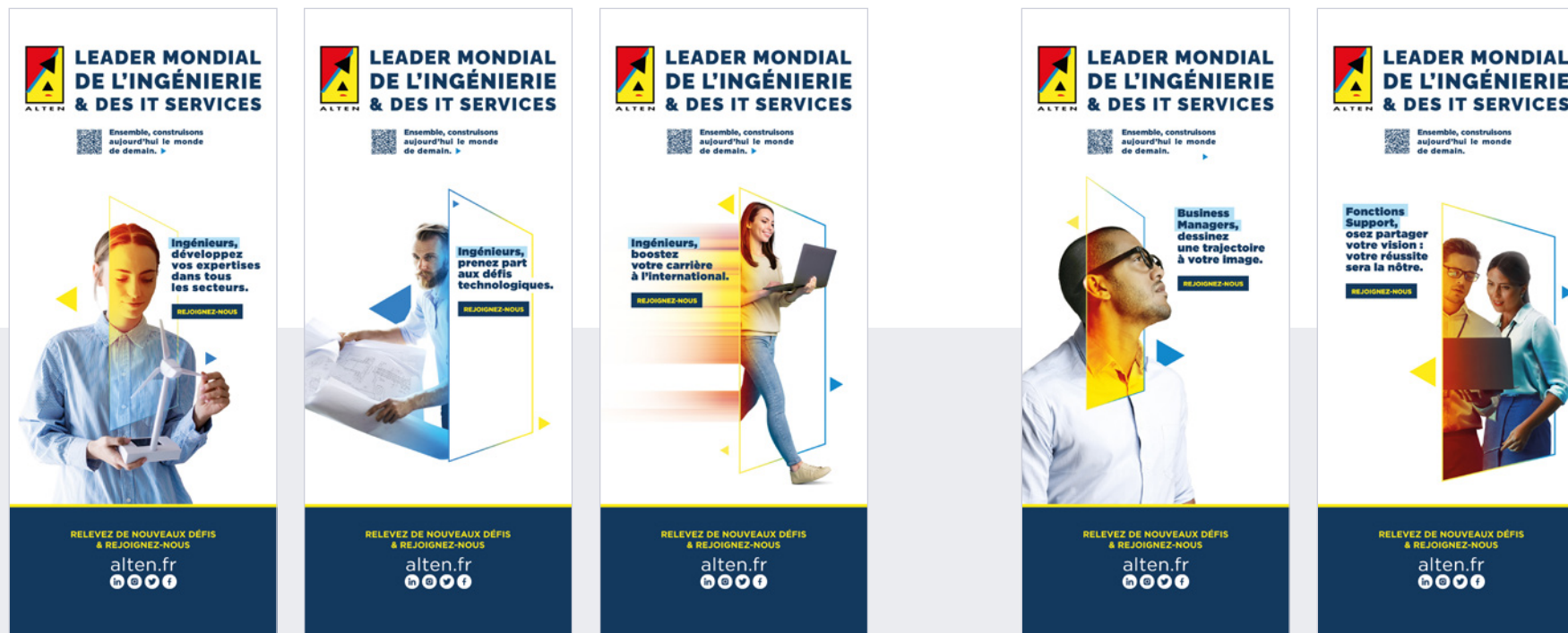


Secteurs
d'activité

KAKÉMONOS

Nos kakémonos ont pour objectif d'accroître notre visibilité et notre présence lors d'un événement. Ils sont **modulables** et peuvent être combinés à d'autres modèles et supports (kakémonos, stand et affiches).

RECRUTEMENT



Consultants 1

Consultants 2

Consultants 3

Business Managers

Fonctions Supports

STAND D'EXPOSITION

Composé de plusieurs panneaux modulaires, le stand d'exposition permet d'être repéré et identifié lors d'événements.



AFFICHES RECRUTEMENT

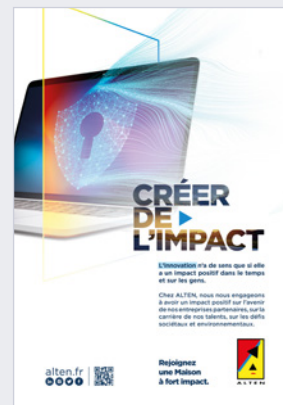
Nos affiches répondent à un triple objectif :

- recruter de nouveaux talents
- valoriser notre vision, notre expertise et nos engagements
- fidéliser nos collaborateurs.

Elles sont **modulables** selon l'objectif de communication et offrent un large choix de visuels, de messages et de combinaisons.



AFFICHES SECTORIELLES



FLYER CORPORATE

ALTEN ESSENTIELS

Ce flyer institutionnel présente les informations majeures du groupe ALTEN : implantation géographique, chiffres clés et engagements RSE.



alten.com
in @ 2 f



ALTEN ESSENTIELS 2025



Construire aujourd'hui le monde de demain

QUI SOMMES-NOUS ?

NOUS SOMMES UN LEADER MONDIAL DE L'INGÉNIERIE ET DES IT SERVICES.

Chez ALTEN, nous sommes convaincus que les ingénieurs sont les architectes qui construisent aujourd'hui le monde de demain.

En tant que leader mondial de l'ingénierie et des IT Services, nous accompagnons les entreprises dans leur transformation technologique et durable.

PLUS DE 57 700 COLLABORATEURS RÉPARTIS DANS PLUS DE 30 PAYS. AU SERVICE DE PLUS DE 6 500 CLIENTS DANS LE MONDE.

Nous intervenons sur tous les secteurs de l'Industrie et des Services : Aéronautique, Spatial, Défense, Sécurité & Navire, Automobile, Ferroviaire & Mobilité, Énergie & Environnement, Sciences de la Vie & Santé, Équipements Industriels & Électronique, Télécoms, Banque, Finance & Assurance, Retail, Services & Médias, Services publics & Gouvernement.

Nous réalisons des projets technologiques de haut niveau sur la chaîne de valeur des entreprises les plus prestigieuses, partout dans le monde.

RECHERCHE ET INNOVATION

L'INNOVATION AU CŒUR DE NOS PROJETS

L'innovation n'a de sens que si elle a un impact positif dans le temps et sur les gens. En matière d'innovation, ALTEN offre un champ d'investigation unique, multidisciplinaire et multisectoriel à tous ses consultants, combinant à la fois les métiers de l'ingénierie avec ceux du numérique et des services aux entreprises.

Encadrés par nos experts et spécialistes techniques et scientifiques, ils construisent au sein des **ALTEN Labs** des propositions de valeur innovantes qui combinent ces différentes expertises.

+ 100 PROJETS DE RECHERCHE & D'INNOVATION

31% DE PROJETS EN INNOVATION ENVIRONNEMENTALE

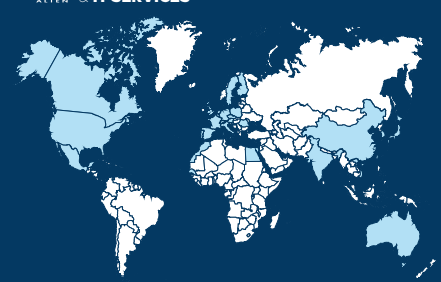
11 Labs EN FRANCE & INTERNATIONAL

PLIÉ

POSTER OUVERT



FONDÉ EN 1988, ALTEN EST AUJOURD'HUI LEADER DES MÉTIERS DE L'INGÉNIERIE, R&D EXTERNALISÉE & IT SERVICES



4,14 Mds €
CA ANNUEL

57 700
COLLABORATEURS

50 900
INGÉNIEURS

+6 500
CLIENTS

+30
PAYS

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES



■ France ■ International ■ CA en Mds €

PRÉSENCE SECTORIELLE DIVERSIFIÉE

70% des activités d'ALTEN sont dédiées à l'ingénierie & **30%** aux IT Services.



CONVULSION MONDIALE EN EXPANSION CONSTANTE

LE GROUPE ALTEN A DOUBLÉ EN 6 ANS

UNE SÉQUENCE DE CROISSANCE DIVERSIFIÉE & ÉQUILIBRÉE

ALTEN, ENTREPRISE ENGAGÉE

La démarche RSE d'ALTEN est reconnue et continue de progresser chaque année.

INNOVATION DURABLE



ENVIRONNEMENT



HUMAIN



CDP

D 2022

A- 2024

ecovadis

34/100 2023

84/100 2024

ethFinance

63/100 2023

67/100 2024

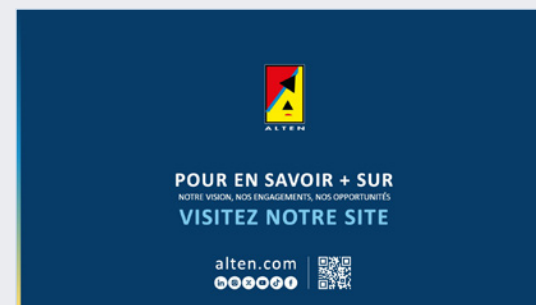
Limitée

2021

Avancée 2022

Le respect de la charte graphique et l'uniformisation du style, rendent nos messages plus percutants pour accroître notre crédibilité.

- respectent les guidelines graphiques globales
- couvrent un maximum de cas de figures
- sont facilement modifiables et personnalisables





**Thank
you.**

Communication Groupe
groupcommunication@alten.com

