

Atos

ATOS

SYSTÈMES D'INFORMATIONS -
TÉLÉCOMMUNICATION - WEB

Atos est un leader mondial de la transformation numérique. Numéro un européen de la cybersécurité, du cloud et de l'informatique haute performance, le Groupe fournit des solutions de bout en bout sur mesure pour tous les secteurs d'activités. Tech Foundations est la branche du groupe Atos leader dans les services gérés, axés sur l'infrastructure, le cloud hybride, l'expérience des employés et les services technologiques, grâce à des solutions décarbonées, automatisées et basées sur l'IA. Ses 52 000 collaborateurs font avancer ce qui compte pour les entreprises, les institutions et les communautés du monde entier.

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

CHIFFRE D'AFFAIRES

6 000 000 000

**PRÉSENCE À
L'INTERNATIONAL**

52 000

**COLLABORATEURS
&
COLLABORATRICES**


DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS

ATOS

Nouvelle identité ATOS

37^{es}
GRANDS
PRIX DE LA
COMMUNICATION



POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

En 2023, le groupe Atos scinde ses activités en deux, créant Eviden - pour héberger la gamme de solutions de pointe digitales - et recentrant Atos sur les métiers d'infogérance « Tech Foundations ». Bien que cette dernière entité conserve les bases de la marque (son nom et son logo), elle dévoile un nouveau récit pour réaffirmer son engagement envers la société et la planète.

Dans un monde où la technologie doit être un moteur de progrès, Atos s'engage à être un catalyseur positif pour la transformation digitale responsable. Cette identité est le reflet de la nouvelle signature « Advancing What Matters » qui encapsule les valeurs du groupe, portées au quotidien par les 52 000 collaborateurs: la solidarité, l'ingénuité, et la fiabilité.

TOUJOURS EN COURS - 06-2023 - BUDGET : 585 000 €

Le budget comprend l'accompagnement stratégique, la direction de création, la plateforme de messages incluant la nouvelle signature de marque, le pilotage de compte pour la création de la nouvelle identité et son application sur les outils de communication.


DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS

ATOS

Nouvelle identité ATOS

POUR QUI ?

- Pour le grand public, elle vient expliquer ce qu'est le nouvel Atos, en soutien du discours « Tech for good ».
- Pour les collaborateurs, elle vient rassurer sur le dynamisme de la société et démontre que l'entreprise continue d'évoluer après la scission avec Eviden.
- Pour les clients et les partenaires, elle permet de conserver la confiance dans une marque qui assume le changement de paradigme, prenant la crise comme une opportunité et non comme un obstacle.

COMMENT ?

La nouvelle identité visuelle d'Atos se caractérise par le choix de couleurs vives, franches, avec un bleu électrique symbolisant l'énergie de l'innovation.

L'audace des polices de caractère Biennale, incarne la détermination d'Atos à repousser les limites.

L'iconographie, débarrassée des clichés traditionnels, est remplacée par des visuels qui reflètent l'impact concret et quotidien de la technologie.

La création d'un nouveau symbole graphique, la "Curve of Progress", parachève cette identité et représente le mouvement continu vers l'avant.

Cette identité est matérialisée par un film de marque et s'exprime sur tous les supports : intranet, site, brochures, campagnes social média, programmes d'engagement interne et événements clients et prospects, ...

37^{es}
GRANDS
PRIX DE LA
COMMUNICATION


DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS

ATOS

Nouvelle identité visuelle

LES RÉSULTATS

La nouvelle identité a été plébiscitée par les collaborateurs : elle vient renforcer le sentiment d'appartenance et l'identification au sein du nouvel Atos.

Sa facilité d'appropriation a été saluée par l'agence interne, en charge de son application sur les différents supports. Elle peut désormais s'appuyer sur un système unique et fluide, en remplacement du mode « jour / nuit » de la précédente charte.

Des évaluations chiffrées seront menés en 2024 pour mesurer le taux d'adhésion en interne.

37^{es}
GRANDS
PRIX DE LA
COMMUNICATION

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

Nous appliquons une approche d'éco-branding pour nos productions imprimées en minimisant la quantité d'encre nécessaire à l'impression, avec l'utilisation de visuels détourés, de pictogrammes simples, le choix d'une typographie qui maximise la surface de lettrage et la lisibilité, en choisissant des papiers recyclés et éco-conçus à grammage réduit. Nous limitons la production de nouveaux visuels pour privilégier l'utilisation de contenus existants.

Nous mettons en place des outils collaboratifs pour garantir l'efficacité dans l'échange de données, avec des canaux de discussions dédiés permettant à plusieurs interlocuteurs de recevoir un message et ainsi éviter l'envoi de plusieurs emails et utilisons un serveur partagé rendre accessibles les fichiers de travail.



DES ASSOCIATION NATIONALE
DES COMMUNICANTS