

## Une nouvelle identité de marque pour l'ESTP, l'école d'ingénieurs de la construction engagée dans les transitions

Fortement connectée aux besoins du secteur d'activité de la construction, l'ESTP a développé depuis sa création, il y a plus de 130 ans, une réelle proximité avec les entreprises et les fédérations professionnelles, qui lui a toujours permis d'anticiper et d'accompagner les grandes évolutions. Jamais dans son histoire, l'école n'aura connu la conjugaison simultanée d'autant de défis majeurs : environnemental, numérique et sociétal. Pour accompagner ces transitions, l'ESTP a défini dans sa feuille de route 2026 ses nouvelles ambitions pour s'affirmer comme un catalyseur de l'innovation au cœur de l'écosystème de la construction. Pour traduire ce nouveau positionnement, l'école a mené un travail de refonte de sa plateforme de marque qui s'exprime aujourd'hui au travers de sa nouvelle identité visuelle et de son architecture de marque. Un chantier pour lequel l'école a été accompagnée par l'agence Fondamenti.



*(de gauche à droite) Florent Lebaigue, David Abittan, Joël Cuny et Hervé Le Bouc lors de la révélation de la nouvelle identité visuelle de l'ESTP au Pavillon de l'Arsenal le 7 septembre*

## Une ambition stratégique à 2026

Afin d'accompagner les évolutions majeures que connaissent actuellement la société et le secteur de la construction, l'ESTP a engagé sa transformation autour de 4 axes majeurs :

1. Moderniser et élargir son offre de formation dans un continuum enseignement / recherche / innovation, pour la rendre plus attractive et intégrer pleinement les problématiques liées aux mutations climatiques.
2. Devenir un acteur de référence de la recherche et de l'innovation dans le domaine de la construction décarbonée, en accélérant le développement de son département de recherche.
3. Accroître et accélérer son internationalisation pour multiplier les échanges d'élèves, d'enseignant-e-s et de chercheur-se-s, et développer des partenariats.
4. Développer l'image et la visibilité de l'école, pour affirmer son positionnement, valoriser ses expertises et renforcer son attractivité.

Pour **Joël Cuny, directeur général de l'école**, *"l'ESTP a une position unique pour être moteur et impacter positivement les transitions en cours. Notre ambition et notre mission sont de former les managers de demain à la conception et la construction de villes et d'infrastructures durables. Elles sont portées par l'ensemble de la communauté ESTP, école, alumni et fondation."*

## Une nouvelle marque pour construire un nouveau monde

C'est l'agence Fondamenti qui a été choisie pour accompagner l'école dans ce projet, afin de réinterroger les fondements de la marque ESTP, mais aussi l'ensemble des éléments visuels qui la définissent.

La première étape a ainsi consisté à revisiter, faire évoluer et structurer la plateforme de marque, en lien avec les orientations de la feuille de route stratégique de l'école. Ce chantier a été mené conjointement par l'agence et la direction de la communication de l'école.



**L'atelier autour de la marque**, regroupant des élèves, des alumni et des collaborateurs-trices, mis en place pour tester les pistes envisagées auprès des parties prenantes, a joué un rôle essentiel dans la démarche et le choix de la version finale du bloc-marque.

Comme souvent, l'alchimie de l'identité s'est formée lorsque la signature de marque « **constructeurs d'un nouveau monde** » a été adoptée. Le logotype qui résonnait le plus avec cette expression s'est finalement imposé : une sphère évoquant un **monde ouvert, digital, décarboné, en un mot, durable**.

Ainsi, l'école capitalise sur son histoire et sa marque ESTP, modernise son image et renforce son positionnement de grande école d'ingénieurs de la construction.

Pour **Florent Lebaigue, directeur de la communication de l'ESTP**, *"la nouvelle identité visuelle est l'aboutissement de la stratégie globale de l'ESTP et sa traduction graphique. Sa construction a fait l'objet d'un chantier collaboratif mené avec l'ensemble des parties prenantes de l'école (étudiant-e-s, alumni, collaborateurs-trices et conseil stratégique)."*

Pour **Jean Luc Gronner, dirigeant de l'agence Fondamenti**, *"La simplicité, la lisibilité, et l'élégance se sont imposées comme une évidence et un atout de durabilité. Notre agence a recommandé de ne pas changer le nom de l'école, à la fois capital de notoriété et gage de statut de grande école. Comme nous gardions le nom, cela nous a permis de changer tout le reste."*

### À propos de l'ESTP

Depuis sa naissance en 1891, l'ESTP est l'école d'ingénieurs de référence pour la construction durable. En plus de 130 ans d'existence, elle a toujours su être visionnaire, ouverte sur le monde et accompagner les grands projets et la transition industrielle française - de l'exposition universelle 1901, en passant par les premières lignes de métro, au Grand Paris aujourd'hui.

Avec 45 000 diplômés, 3 000 étudiants en formation initiale et 1 000 stagiaires en formation continue chaque année, l'ESTP est l'école qui forme en France le plus grand nombre de professionnels dans le domaine de la construction, des infrastructures, de l'aménagement, de l'immobilier et de l'efficacité énergétique. Elle possède des campus à Cachan, Paris, Dijon, Troyes et Orléans. Accréditée par la CTI et le Hcéres, et membre de la Conférence des Grandes Écoles, l'ESTP Paris est par ailleurs reconnue comme Établissement d'Enseignement Supérieur Privé d'Intérêt Général (EESPIG).

L'école regroupe ses activités de recherche-innovation au sein de l'Institut de Recherche en Constructibilité (IRC), créé en 2009. Dans toutes ses activités de formation et de recherche, l'école se distingue par son excellence académique, ses liens très étroits avec le monde professionnel, son ancrage territorial, sa grande ouverture internationale et ses engagements au cœur des enjeux actuels de transition écologique et numérique.

- Site internet : [www.estp.fr](http://www.estp.fr)
- Réseaux sociaux : [Twitter](#), [Facebook](#), [LinkedIn](#) et [Instagram](#)