



Groupama
IMMOBILIER



Notre marque se réinvente.
La preuve par les mots et l'image.



Les fondamentaux de la marque en images

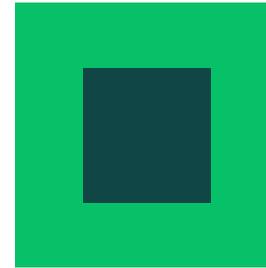
Fondamentaux de la marque

POUR EN SAVOIR PLUS
CONSULTEZ LE BRANDCENTER
[HTTP://BRANDCENTER.GROUPAMA-IMMOBILIER.FR/](http://brandcenter.groupama-immobilier.fr/)



01. Logo

L'incontournable
totem



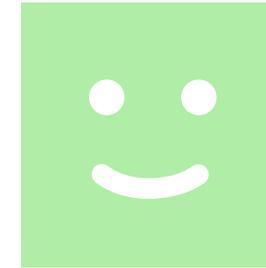
02. Identité

Puiser notre identité
dans nos racines



03. Singularité

Une marque ingrédient
pour faire la différence



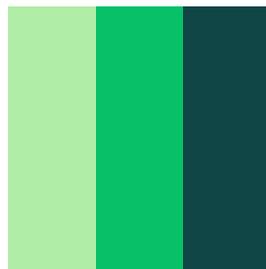
04. Ton

Souriant et positif,
ne gardez que l'essentiel



05. Typo

Proche et directe,
épaisse et légère à la fois



06. Couleurs

Le vert vous va
si bien !



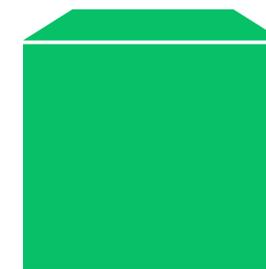
07. Iconographie

Rien de mieux
que la vraie vie !



08. Mise en scène

Multipliez les points
de vue



09. Icônes expertises

Identitaire et symbolique,
un langage propre



10. Pictos

Visibilité, simplicité et
reconnaissance

01 Logo

Construction

Le bloc-marque des filiales est composé de trois éléments indissociables et inaltérables :

1. le symbole (l'arc, le village et les sillons)
2. la dénomination Groupama
3. le nom de l'entité

La dénomination Groupama et le nom de l'entité sont centrés sur la hauteur du symbole carré.

N.B.

Sauf s'il est traité en monochrome blanc ou noir, le logotype Groupama ne doit être ni altéré ni déformé dans sa forme et ses couleurs. Pour toute reproduction, utiliser les valises logo prévues à cet effet.



Groupama
IMMOBILIER

01 Logo

Zone de protection du logo

Le blanc tournant est une zone de protection autour du logo. Pour ne pas gêner la lisibilité, aucun élément, quel qu'il soit, ne doit apparaître dans cet espace.

Cette zone est normée en fonction de la taille d'utilisation du logo selon les proportions indiquées ci-contre.

Zone de protection du logo



Taille minimale du logo :

Pour une reconnaissance et une lisibilité optimale, la taille minimale d'utilisation du logo est de 20 mm de largeur.

Taille minimale



01 Logo

Les utilisations :

1. Sur fond blanc, sur fonds clairs et sur les fonds photographiques clairs, la version en couleurs est à privilégier.

Dans le cas de fonds photographiques denses, privilégier la version en couleurs avec la typographie en blanc.

2. Sur fonds foncés, pour garantir une bonne lisibilité, privilégier la version monochrome blanc.

3. En cas de contrainte d'impression en noir et blanc, utiliser sur fond blanc la version du logo monochrome noir et sur fond noir, utiliser la version du logo monochrome blanc.



1.



2.



3.

01 Logo

Les interdits de construction

Il est impératif de respecter les règles d'utilisation du logo et de proscrire les altérations de couleurs et de formes, du symbole et de la typographie.

Sont donc interdits :

1. Le non-respect de la zone de protection du logo.
2. Le logo coloré sur un fond trop dense ou le logo monochrome blanc sur un aplat de couleur claire.
3. Modifier le calage de la dénomination.
4. Utiliser le logo Groupama Immobilier sans le carré.
5. La modification de la couleur de la typographie, ou de l'un des éléments composant le logo.
6. Modifier la couleur chartée de l'entité « immobilier ».
7. Modifier la typographie.
8. Déformer le logo et modifier la forme du symbole.
9. Modifier les proportions du logo (modification de taille de l'un des éléments composant le logo).

1. Zone de protection non respectée



2. Utilisation du logotype sur un fond trop dense / Utilisation du logo blanc sur fond clair



3. Calage de la dénomination non conforme



4. Utilisation du symbole sans le carré



5. Modification de la couleur



6. Modification de la couleur des entités



7. Modification de la typographie



8. Déformation du logotype et de la forme du symbole



9. Proportions non respectées



02 Identité

Notre point de départ :

Capitaliser sur nos racines, en faisant émerger l'essence de ce que nous sommes.

Notre identité est en phase avec celle d'un Groupe ancré dans les quotidiens.



Le carré.
Symbole identitaire fort de la marque.



Un **élément central** et fondamental.

02 Identité

Un élément identitaire **fort**
comme système graphique.

Simple et **polymorphe** à la fois,
notre élément identitaire
est sans fin et permet de mettre
en valeur les contenus, les visuels...

02 Identité

NOTRE VISION ENGAGÉE (ÉLARGIR LE CADRE)

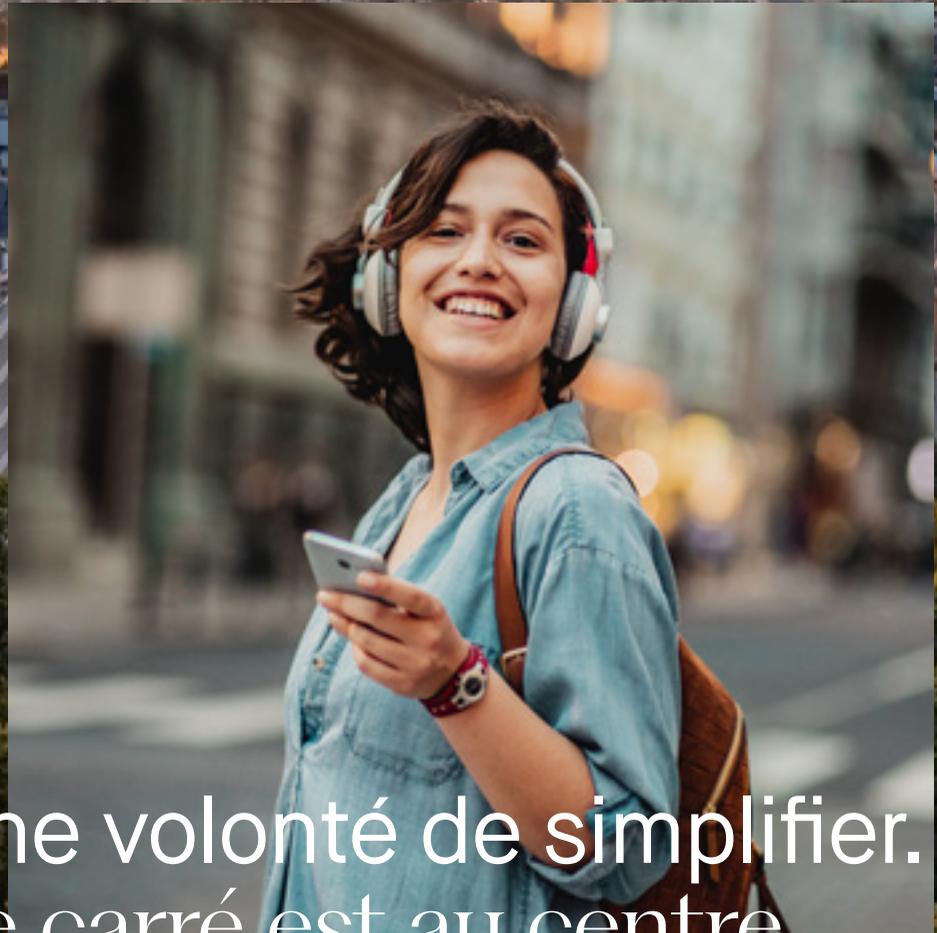
POUR LA FABRIQUE D'UNE VILLE MEILLEURE
(APPORTER LA SOLUTION)

AU SERVICE DE L'HUMAIN

Recentrer
l'utilisateur



02 Identité



Une volonté de simplifier.
Le carré est au centre
des visuels clés.

Singularité

La marque ingrédient comme élément fédérateur et différenciant.
Elle marque les savoir-faire intrinsèques à Groupama Immobilier.
Elle s'utilise de 3 façons : le macaron, l'astérisque et le logotype.



1. Le macaron

L'élément identitaire principal de Essentiel Inside.

2. L'astérisque

Cet astérisque est utilisé en fin de phrase dans la même couleur et relié à sa note.

The Link, la tour pédestre 

 **essentiel** inside

The Link n'est pas un simple geste architectural. Ingénieuse et atypique, la tour apporte des solutions techniques hors norme pour garantir sa stabilité et sa pérennité, relever les défis environnementaux et répondre aux nouveaux usages du monde du travail.

Le signe typographique utilisé en fin d'accroche comme un appel de note.

L'astérisque est utilisé comme une note de bas de page.

 **essentiel** inside

3. Le logotype sur une ligne.

03 Singularité

Le macaron est blanc sur un visuel fond coloré ou photo

La fierté est au centre de nos métiers et va bien au-delà de la reconnaissance.

Centre

Le macaron est toujours centré, sur le coin en haut à droite du visuel central.

People Made

Xim et, quatusam est inctur satioirrum quibus et quam qui tem lit ad etur simus et voluptae pariae mi, cum nobisat mintur rem que eatum fugiatis eatisci il mos quostor eicillaut quia venis dis eum as rest, nonsequatur.

Xim et, quatusam est inctur satioirrum quibus et quam qui tem lit ad etur simus et voluptae pariae mi, cum nobisat mintur rem que eatum fugiatis eatisci il mos quostor eicillaut quia venis dis eum as rest, nonsequatur, andam eum anditatus, et es aut que ipsum es sit voles aliquatet elusciat laccae laboria nullabo ribusap editate re, ipsam reptu prero quam acil in reperen dicitasperum inum fugiae anto veies quatum eos aceturumque molere, quanti ut ut, que resendes sandam quatermo ditand estitatas adi simet es et omnoluptaqi cum doluptam volecti ulitit offididit beripis.

Groupama IMMOBILIER

1. Placement du macaron sur le visuel

Le macaron est vert sur un visuel fond blanc ou vert clair

Centre

Centre

1/4 du visuel carré

2. Taille d'utilisation du macaron

03 Singularité



Pierre est fier de gérer un patrimoine vivant et centenaire*

***essentiel inside**

Ovid essi dolorest estet explam reperi quias parchictur, omnis magnati dus, voluptatur a voluptae nis custorenihil idestrum aut lan beria plam quante strupta turenis.

Xim et, quatusam est inctur sitorum quibus et quam qui tem lit ad etur simus et voluptae pariae mi, cum nobisat mintur rem que eatum fuglatis eatlisci il mos quostor eicillaut quia venis dis eum as rest, nonseatur, andam eum anditatus, et es aut que ipsam es ait voles aliquatet eiusciet laccae laboria nullabo ribusap editate re, ipsam repta prero quam acil in reperen dicitasperum inum fuglae anto veles quatum eos acearumque molent, quianti ut ut que resendes sandam quatermo ditand estatas adi simet as et ommoluptaqui cum doluptam volecti uliat officdi berspica.



3. Placement de l'astérisque en fin de phrase



L'astérisque est toujours de la couleur de la phrase

Lorem ipsum 

La taille de l'astérisque correspond à la hauteur entre la ligne de base et le dessous du point sur le «i» de la typographie utilisée dans la phrase

Lorem ipsum. 

Placer l'astérisque optiquement comme un astérisque typographique. Il doit être centré verticalement sur la hauteur des lettres bas de casse et ne pas être plus espacé que l'interlettrage

Notre façon de nous **exprimer**

Une marque est à l'image d'un individu. Elle a son histoire, ses valeurs, ses qualités et ses modes opératoires qui font sa personnalité.

Cette personnalité se retrouve dans sa façon unique de s'adresser au monde qui l'entoure. Notre tonalité d'expression est par nature **optimiste**, **inspirante** et **directe**.

Optimiste

signifie confiant, souriant et enthousiaste.

C'est notre façon d'exprimer notre attention à l'humain et à ses usages, aujourd'hui et demain, et d'explorer de nouvelles frontières.



Inspirante

signifie innovant, créatif et engagé.

C'est notre façon de donner du sens à chacun de nos projets en partant toujours des insights clients.

Directe

signifie concret, authentique et efficace.

C'est notre façon d'aller à l'essentiel et d'exprimer notre engagement en faveur du mieux vivre ensemble.



Maison Neue

Une typographie statutaire

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
Lorem ispe integer facilisis plus quis odio viverra interdum.
Samet, elle en consect.

Light | Medium | Demi

En cas de non disponibilité de cette typographie pour des applications bureautiques comme Word ou Powerpoint et uniquement dans ce cas, la police de caractère **Verdana** sera exceptionnellement utilisée.

PP Fragment

Une typographie élégante & humaine

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
Lorem ispe integer facilisis plus quis odio viverra interdum.
Samet, elle en consect.

Light | Regular

En cas de non disponibilité de cette typographie pour des applications bureautiques comme Word ou Powerpoint et uniquement dans ce cas, la police de caractère **Georgia** sera exceptionnellement utilisée.

05 Typo

Mise en forme de l'accroche

Les règles de mise en forme des accroches sont les mêmes pour tous les supports :

- L'accroche est composée en Maison Neue (Book), et PP Fragment (Serif light) en bas-de-casse, en aplat de couleur ou en blanc selon le fond,
- Toujours avec deux typographies différentes pour valoriser des mots clés,
- Le corps de l'accroche est adapté en fonction de l'espace disponible dans la zone où elle apparaît,
- L'accroche peut être composée sur plusieurs lignes,
- L'accroche est toujours ferrée à gauche,
- Ne jamais utiliser les typos en capitale.

Accroche toujours ferrée sur la marge gauche

Exemple d'accroche combinant 2 graisses.

Maison Neue (Book)

Exemple d'accroche combinant 2 graisses.

PP fragment (Serif light)

Exemple d'accroche sur une ou plusieurs lignes.



COULEURS CORPORATE

Tout en conservant les fondamentaux de Groupama, nous ajoutons des nuances de vert plus frais pour une touche d'innovation et de modernité.

VERT FONCÉ

R16 V70 B70
C88 M45 J56 N52

#104646

BEIGE

R247 V240 B234
C4 M6 J9 N0

#f7f0ea

VERT CLAIR

R176 V237 B166
C36 M0 J47 N0

#b0eda6

MARRON

R50 V50 B50
C69 M60 J56 N66

#323232

VERT

R6 V193 B104
C72 M0 J75 N0

#06c168



On retrouve cette couleur uniquement par touche dans les visuels.

Les principes des photographies

- Les visuels révèlent de véritables moments de vie.
- Des personnes dans la ville, vivant la ville.
- Mettre la focale sur les utilisateurs le plus souvent en action.
- Utiliser des visuels avec des touches de couleurs issues de la palette colorielle.
- Privilégier une lumière solaire ou chaude.



07 Iconographie



Les visuels
Humains

07 Iconographie



Les visuels
Territoire

07 Iconographie



Les visuels
Mobilité / transports

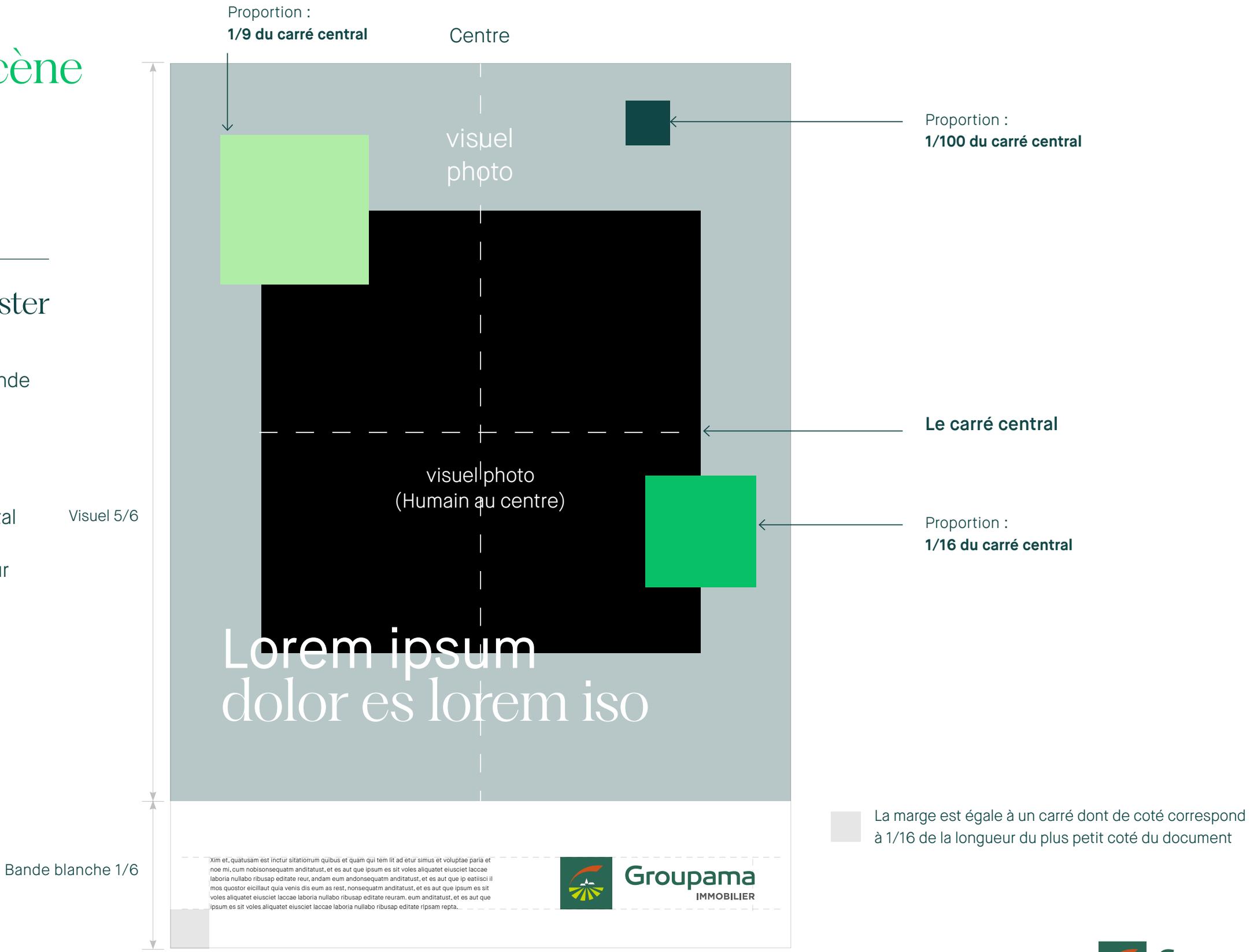
08 Mise en scène

Gabarits

Construction du Master

Règles techniques :
 Calcul de la proportion de la bande blanche par rapport à la taille du format du document

- Le principe :
- **Le carré au centre**, fondamental
 - Trois tailles d'éléments graphiques / carrés de couleur



Exemple

Construction du Master

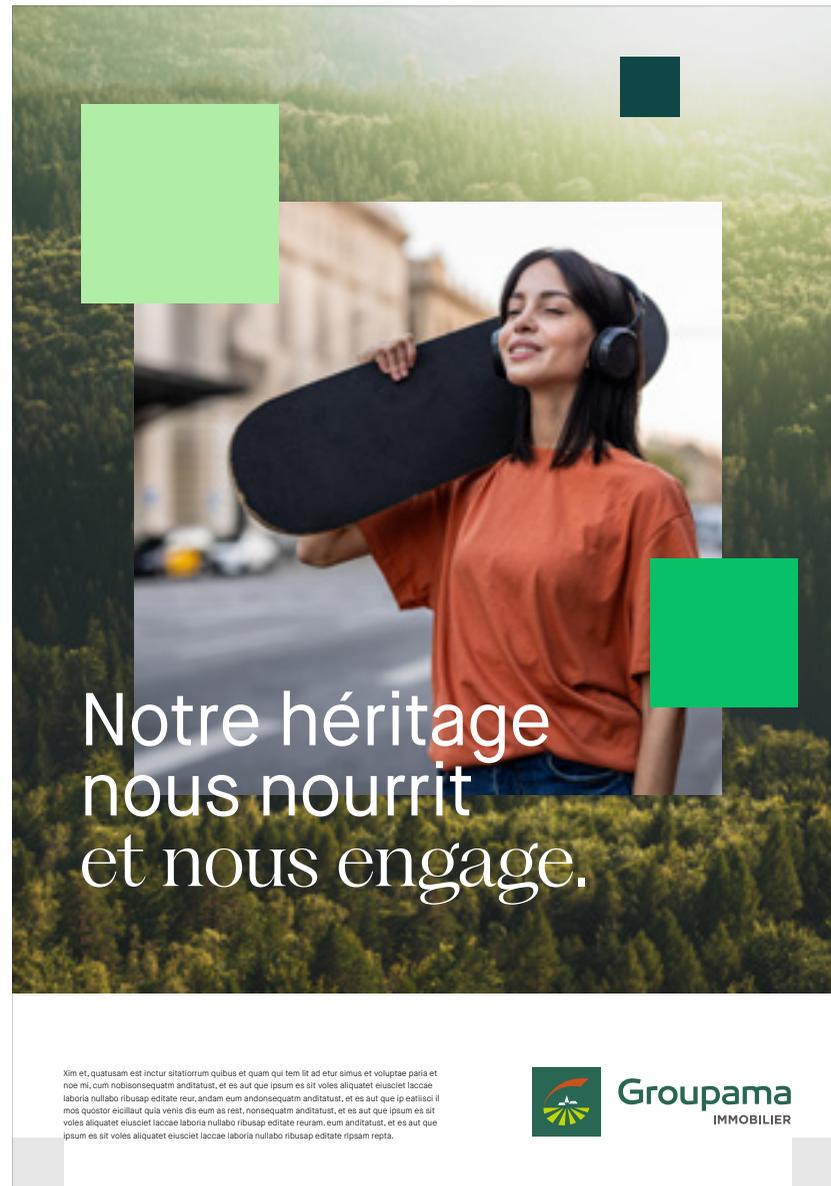
Règles techniques :

- Visuel photo carré au centre
- Une ligne typographique obligatoirement « à cheval » et centré dans la hauteur d'x, entre le bas du visuel carré et le visuel de fond. La ligne « à cheval » peut varier selon les formats afin de laisser suffisamment d'espace entre la dernière phrase et le bandeau blanc de bas de page.
- Accroche composée des deux typographies **Maison Neue (book)** et **PP Fragment (Serif light)**
- Nombre **maximum** de **carrés** de couleurs : **3**

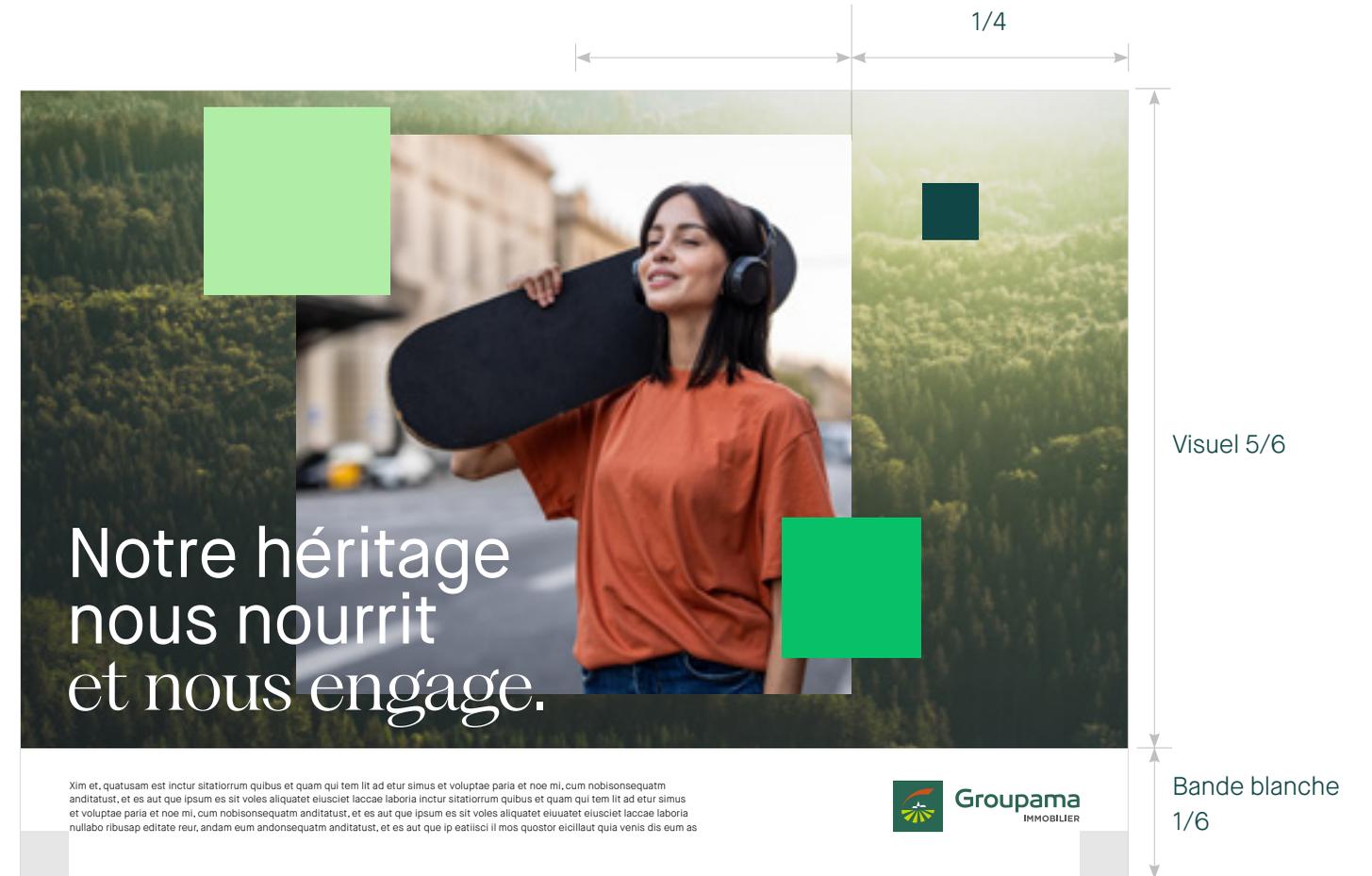


Mise en scène

Exemples

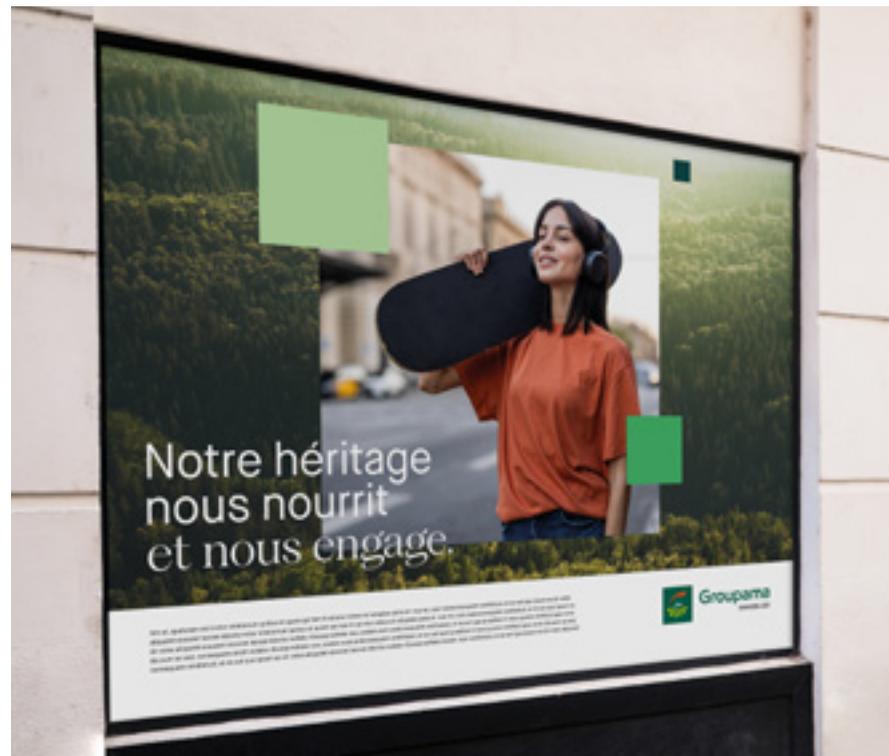


Format du document (print A4 portrait)



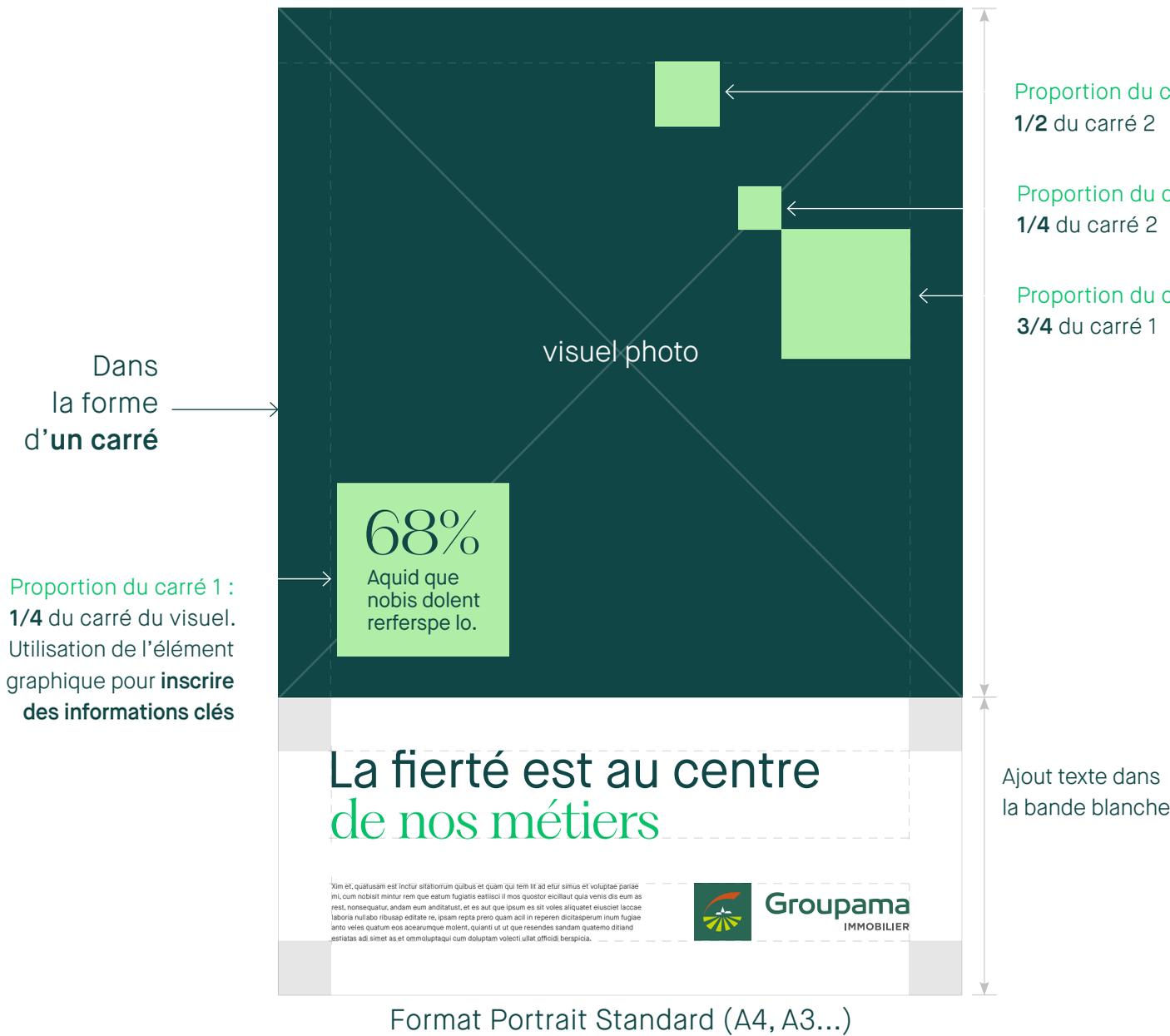
Format du document (print A4 paysage)

08 Mise en scène



Affichage format 4x3m

08 Mise en scène



08 Mise en scène



Visuel recrutement
3 tailles de carrés (=éléments graphiques)



Visuel institutionnel
4 tailles de carrés



Visuel conférence
3 tailles de carrés

La marge est égale à un carré dont de coté correspond à 1/13 de la longueur du plus petit coté du document

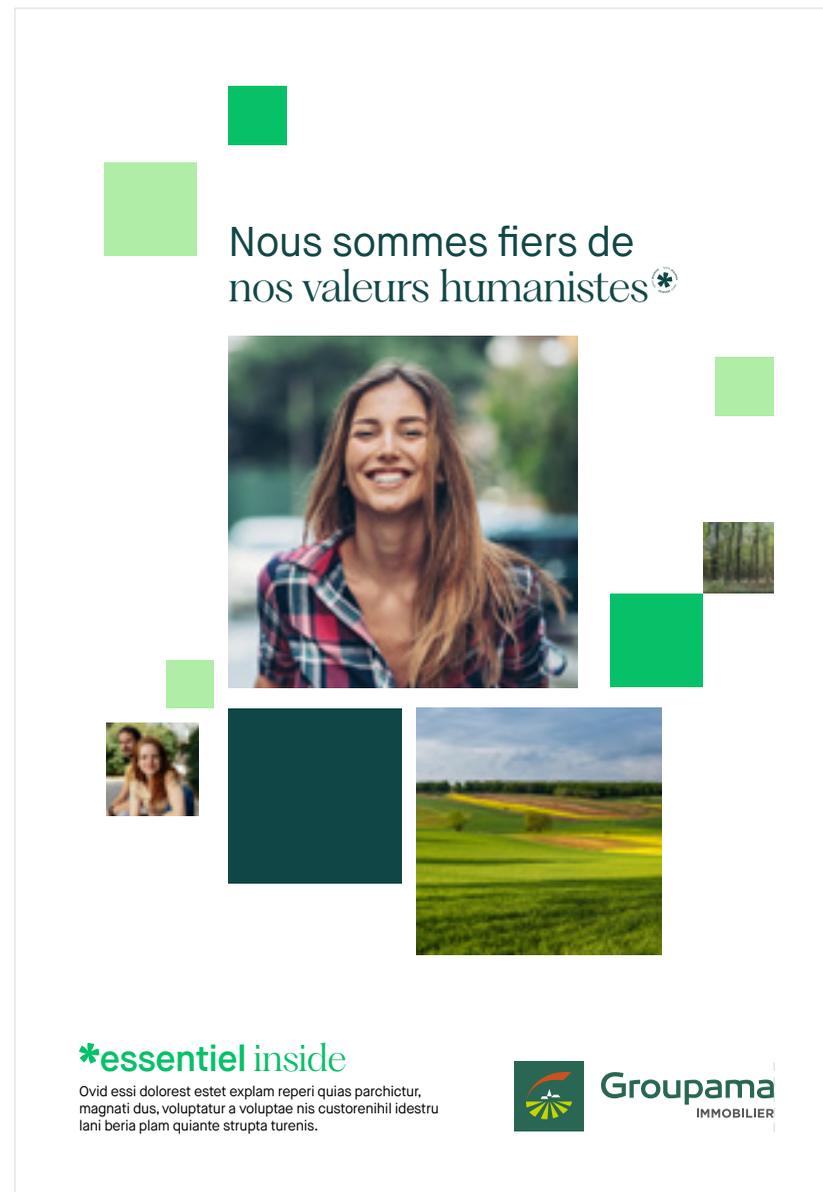
08 Mise en scène



Visuel avec Essentiel Inside

(Le macaron effet « stamp » sur le visuel du personnage)

Le macaron doit toujours être placé sur la droite du sujet central.



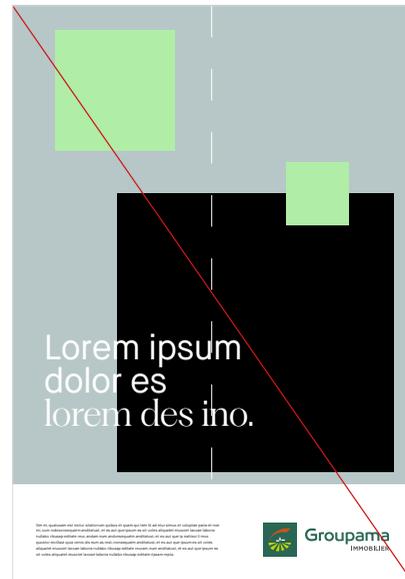
Visuel avec Essentiel Inside

avec l'astérisque, renvoie à un paragraphe Essentiel Inside



Visuel avec Essentiel Inside

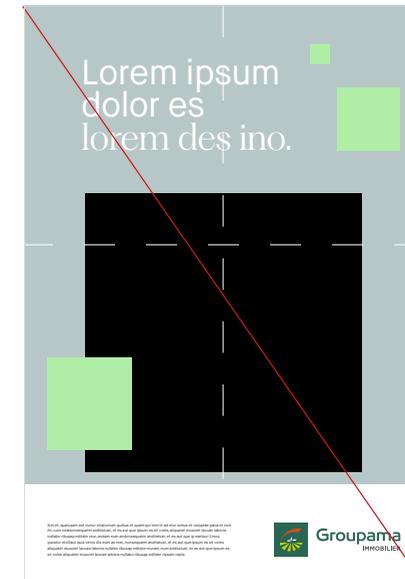
Les interdicts de construction



Interdit 1. Visuel décentré



Interdit 2. Visuel collé contre un bord



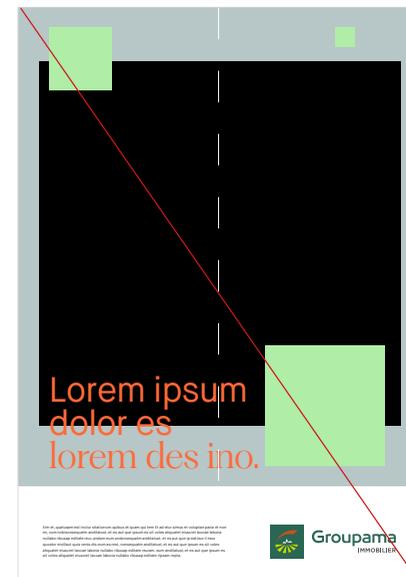
Interdit 3. Typographie qui n'est pas « à cheval » sur le visuel du centre et visuel décentré



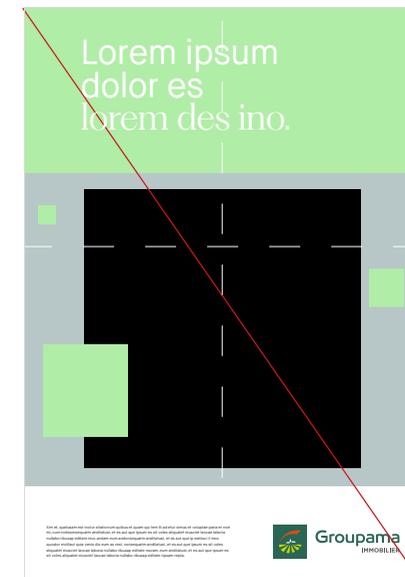
Interdit 4. Utilisations de carrés de couleurs différentes



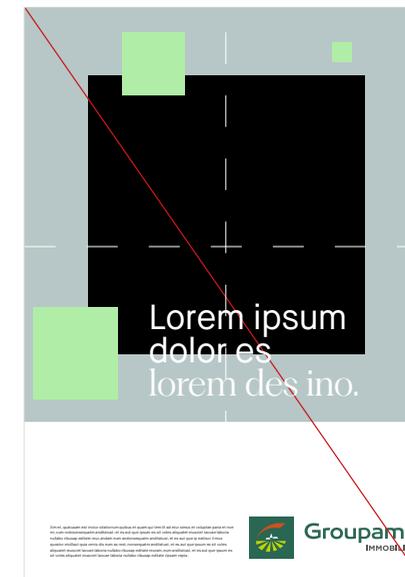
Interdit 5. Mettre un trop grand nombre de carrés (éléments graphiques dans le visuel)



Interdit 2. Visuel du carré central trop grand (conserver les proportions) ne pas mettre la typographie en couleur



Interdit 3. Mettre la typographie dans une bande de couleur

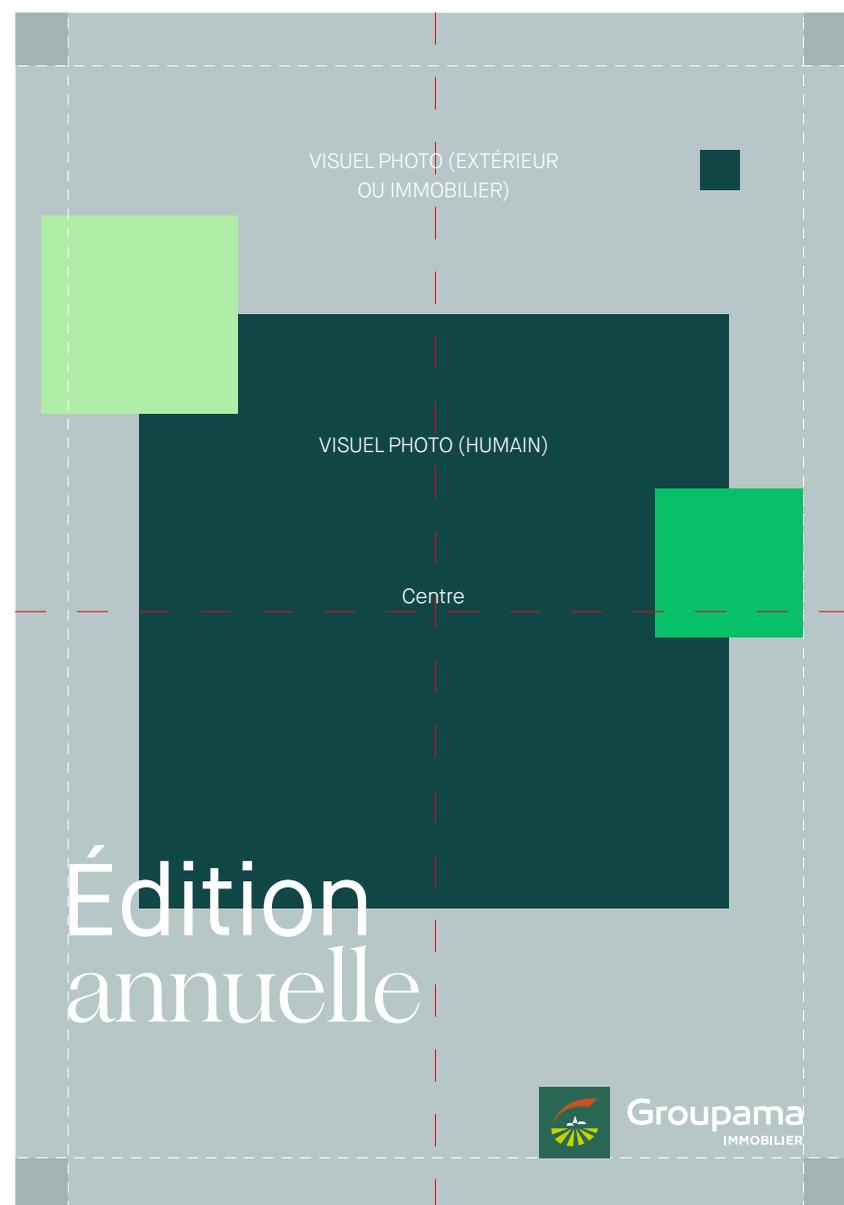


Interdit 6. Ne pas respecter les proportions (bande blanche logo et texte)

08 Mise en scène

Couverture de brochure :

- Règles techniques :
- Visuel carré centré.
 - La typographie n'est pas forcément ferrée à gauche, selon la mise en page elle peut avoir un décalage.
 - 3 carrés de couleurs maximum.



Gabarit



Exemple

Mise en scène

Corporate

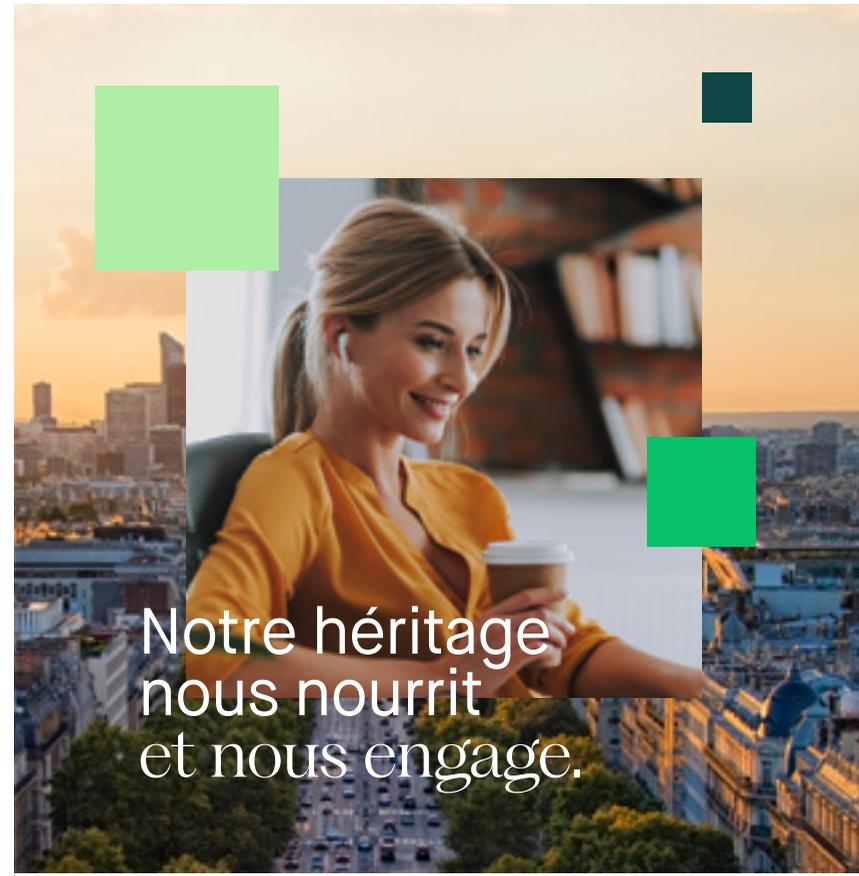


Notre vision de l'immobilier

Au cœur de multiples enjeux, l'immobilier doit anticiper les besoins des villes et relever le défi de se transformer : plus résilient, plus sobre, plus efficace.



Kakémono



Notre héritage nous nourrit et nous engage.

La fierté est au centre de nos métiers

Xim et, quatusam est inctur satorum quibus et quam qui tem fit ad etur simus et voluptae pariae mi, cum nobisat mintur rem que eatum fugiatie eatisci il mos quosior eicillaut quia venis dis eum as rest, nonsequatur, andam eum anditatur, et es aut que ipsum es sit volest elusiciet elaccae laboria nullabo ribusap editate re, ipsam reptu prero quam acil in reperen dicitasperum inum fugiae anto veles quatum eos aclearumque moient, quanti ut ut que resendes sandam quatermo ditand estitatas adi simet as et onmokuptaqum dolutam volecti ulter officidi beripicia.



Affiche



Post LinkedIn

Mise en scène

Essentiel Inside

Future
Proof

Au cœur de multiples enjeux, l'immobilier doit anticiper les besoins des villes et relever le défi de se transformer : plus résilient, plus sobre, plus efficace.

Kakémono

La fierté est au centre de nos métiers et va bien au-delà de la reconnaissance.

People
Made

Xim et, quatusam est inctur sitatiormum quibus et quam qui tem lit ad etur simus et voluptae pariae mi, cum nobisit mintur rem que eatum fugiatis eatiisci il mos quostor eicillaut quia venis dis eum as rest, nonsequatur.

Affiche

Groupama Immobilier
8 301 abonnés
1 mois -

+ Suivre ...

***Essentiel Inside.** Nous transmettons notre patrimoine aux nouvelles générations. Sedi conse corument am fugit esti des doluptas ut omnia int eicae coritemquias con rest, ut ulla cor molesequos et pore res eosa dolupta et voluptius est quatur ad quae pereceptae. Et evel ipsa-nis cipsapi abor alibus esciumquam volupta qui volupis.

#velibus #earum #evellam #sanducias

Positive
Change

835 8 replications

J'aime Commenter Republier Envoyer

Post LinkedIn

Mise en scène

Kakémonos Essentiel Inside

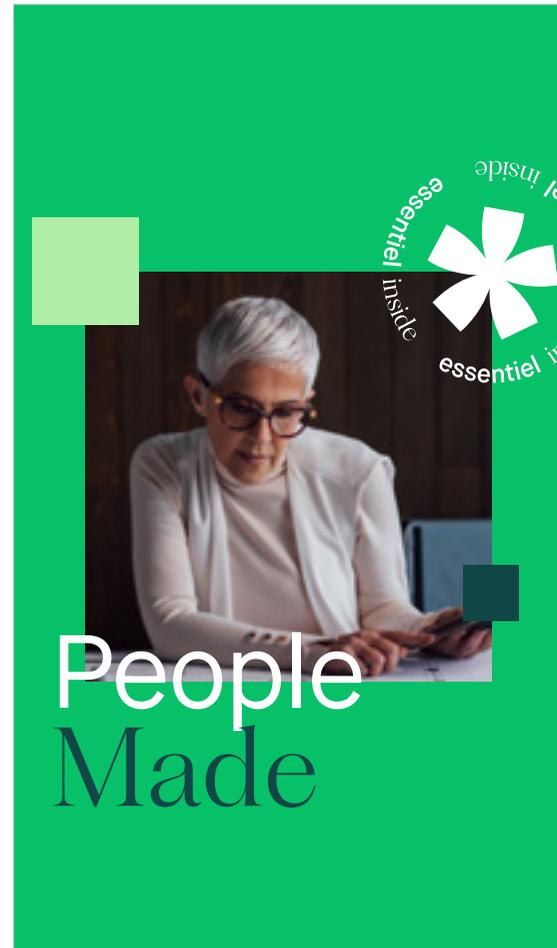


Future Proof

Au cœur de multiples enjeux, l'immobilier doit anticiper les besoins des villes et relever le défi de se transformer : plus résilient, plus sobre, plus efficace.



Groupama
IMMOBILIER



People Made

Au cœur de multiples enjeux, l'immobilier doit anticiper les besoins des villes et relever le défi de se transformer : plus résilient, plus sobre, plus efficace.



Groupama
IMMOBILIER



Positive Change

Au cœur de multiples enjeux, l'immobilier doit anticiper les besoins des villes et relever le défi de se transformer : plus résilient, plus sobre, plus efficace.



Groupama
IMMOBILIER

Mise en scène

Projet



*essentiel inside

The Link multiplie les interactions et les échanges informels. Reliés par des escaliers à claire-voie, les plateaux forment des duplex de 6000 m². 100 mètres séparent les deux extrémités d'un plateau. C'est donc une tour pour les marcheurs même si tout est à portée de foulée. En mettant le corps en mouvement, cette tour pédestre renforce le bien-être, la créativité et le lien social.



Kakémono



*essentiel inside

The Link réduira de 50% sa consommation énergétique par rapport à une tour classique, grâce notamment à sa façade en double peau, véritable isolant thermique, et ses panneaux photovoltaïques (une première à La Défense !). The Link est une tour de transition énergétique.

Xim et, quatusam est inctur sitationum quibus et quam qui tem lit ad etur simus et voluptae pariae mi, cum nobis mirtur rem que eatum fugiatu eantasi il mos quator acilliat qua venis dis eum as rest, nonsequatur, andam eum anditatur, et es aut que ipsum es sit votes aliquatet elusciot laccae laboria nullabo ribusap edtrate re, ipsam reptu priro quam acil in reperen dicitasperum inum fugiae anto veles quatum eos acearumque molent, quanti ut ut que resendes sandam quatemio ditiand estiatas adi simet as et omnioluptaqui cum doluptam voliecti ular officidi berspicia.



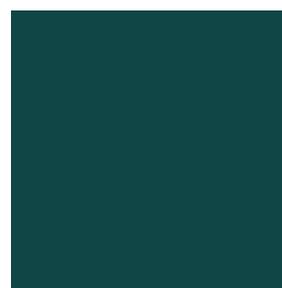
Affiche



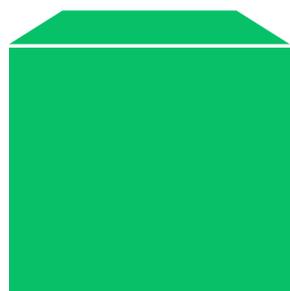
Post LinkedIn

09 Icônes expertises

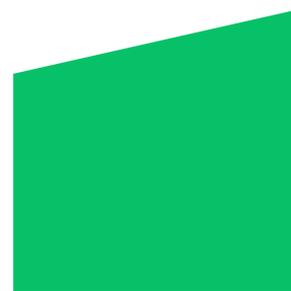
En partant du carré,
nous avons construit cette série
d'icônes expertises.



Catégorie Expertise



Logistique



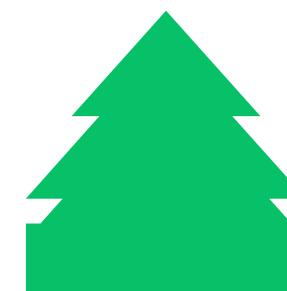
Tertiaire



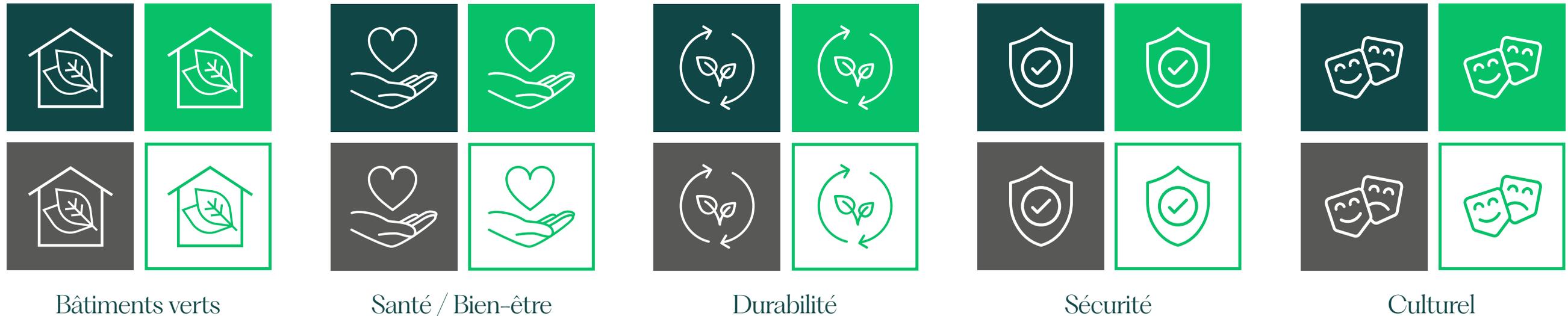
Résidentiel



Patrimoine



Forêts



Les principes des pictogrammes

- Selon leurs utilisations, ces pictogrammes peuvent être utilisés soit en filaire (contour vert) soit dans un carré plein.
- Trois couleurs d'utilisation existent : vert clair, vert foncé, marron (voir palette colorielle p.44)
- Ces pictogrammes sont regroupés par thématiques « Tendances », « Mobilité », « RSE » et « Territoire ».

10 Pictos

Tendance

Acquisition	Capitalisation boursière	Commercialisation	Conception	Construction	Démographie	Démographie	Marchés	Service	Stratégie de croissance
Talents H/F	Talents H/F	Tendance	Track record opérationnel	Hôtellerie	Parc				

Mobilité

Logistique	Nouvelle mobilité	Recherche	Transports en commun	Voiture	Vélo	Parking	Piéton	Commerces	Villes

RSE

Développement durable	Développement durable	Développement durable	Digitalisation	Environnement	Vélo	Juridique / Légal	Mixité d'usage	Permis	RH
Santé / Bien-être	Sécurité	Énergie	Santé / Bien-être	Inclusion	Énergie électrique				

Territoire

Bâtiments vert	Bureaux	Conception	Construction	Démographie	Démographie	Digitalisation	Finance	Hôtellerie	Juridique / Légal
Logistique	Mixité d'usage	Urbanisme	Parking	Piéton	Acquisition	Emploi			

Les applications

- Papeterie
- Signature mail et badge
- Édition
- Invitation
- Kakémono
- Masque PowerPoint
- Réseaux sociaux
- Sign out vidéo
- Goodies



Les applications

Papeterie



(Recto) Carte de visite
format 85 x 55 mm



(Verso) Carte de visite
format 85 x 55 mm



Les applications

Papeterie



LÉONARD DURAND
Property Management & RSE

M +36 0 000 00 00
leonard.durand@groupama-immobilier.com

124 Rue des 3 Fontanot,
92000 Nanterre

www.groupama-immobilier.fr

A circular logo featuring a green six-pointed star in the center. The words "essentiel" and "invisible" are written in a small font around the perimeter of the circle, alternating between the top and bottom halves.

VALÉRIE PARMINERE
Property Management & Innovation RSE

M +36 0 000 00 00
valerie.parminere@groupama-immobilier.com

124 Rue des 3 Fontanot,
92000 Nanterre

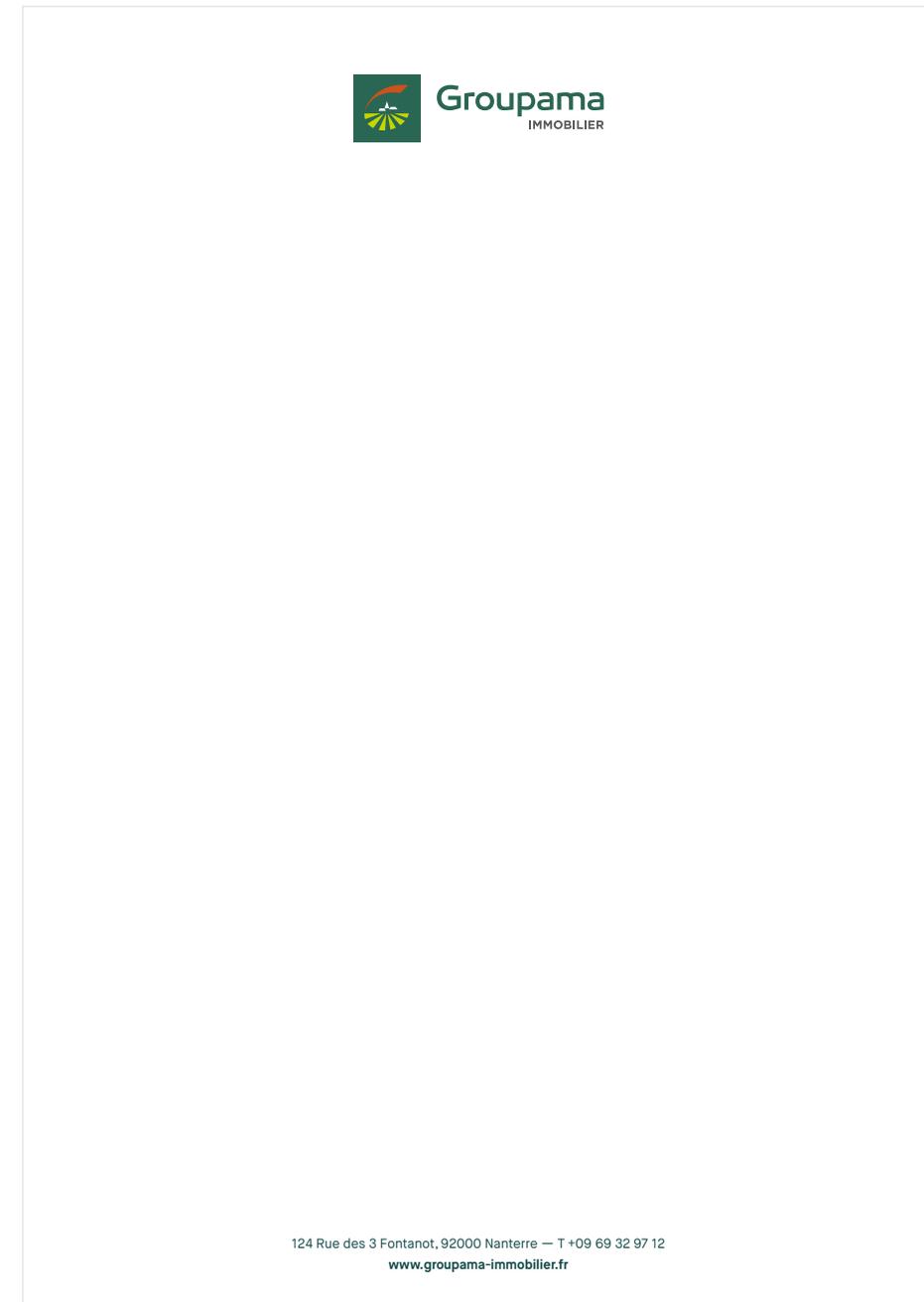
www.groupama-immobilier.fr

A circular logo featuring a green six-pointed star in the center. The words "essentiel" and "invisible" are written in a small font around the perimeter of the circle, alternating between the top and bottom halves.

Les applications

Papeterie

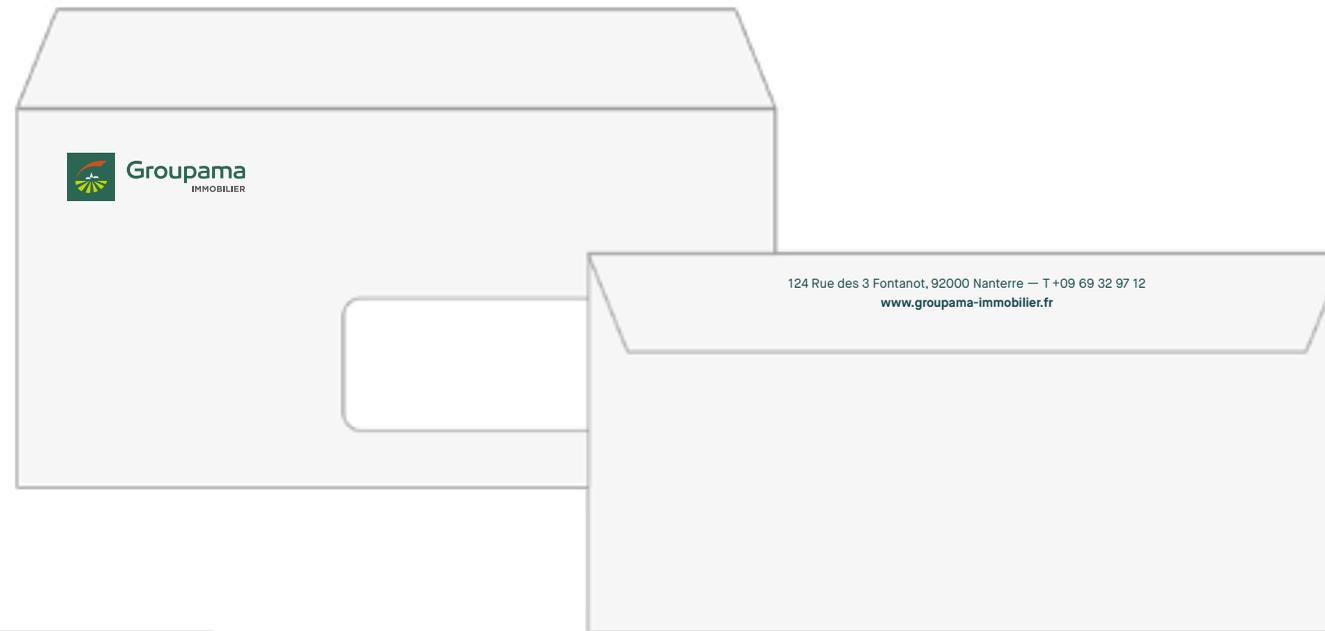
Tête de lettre,
Carte de correspondance 210x99 mm



Format A4

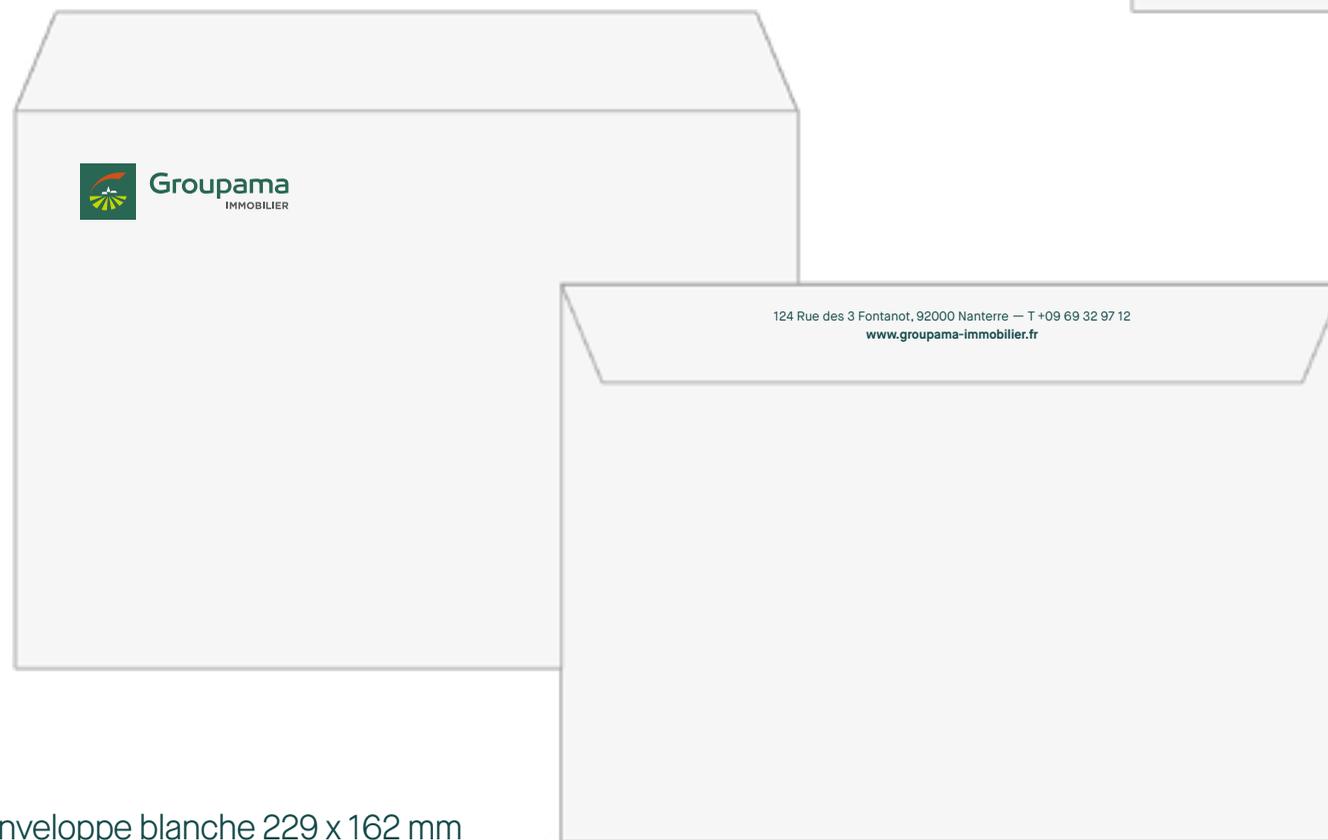
Les applications

Papeterie



124 Rue des 3 Fontanot, 92000 Nanterre — T +09 69 32 97 12
www.groupama-immobilier.fr

Enveloppe blanche 220 x 110 mm

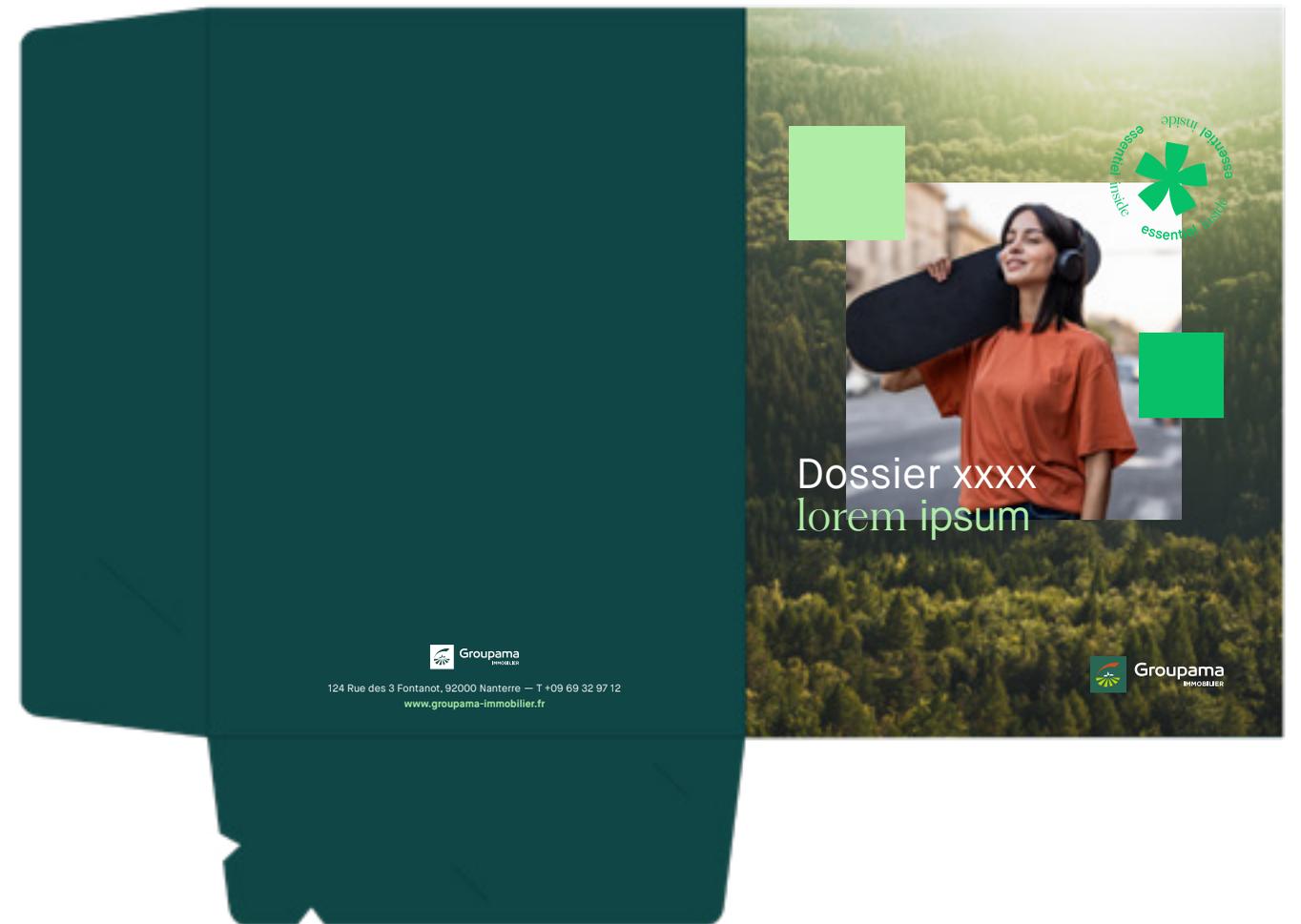
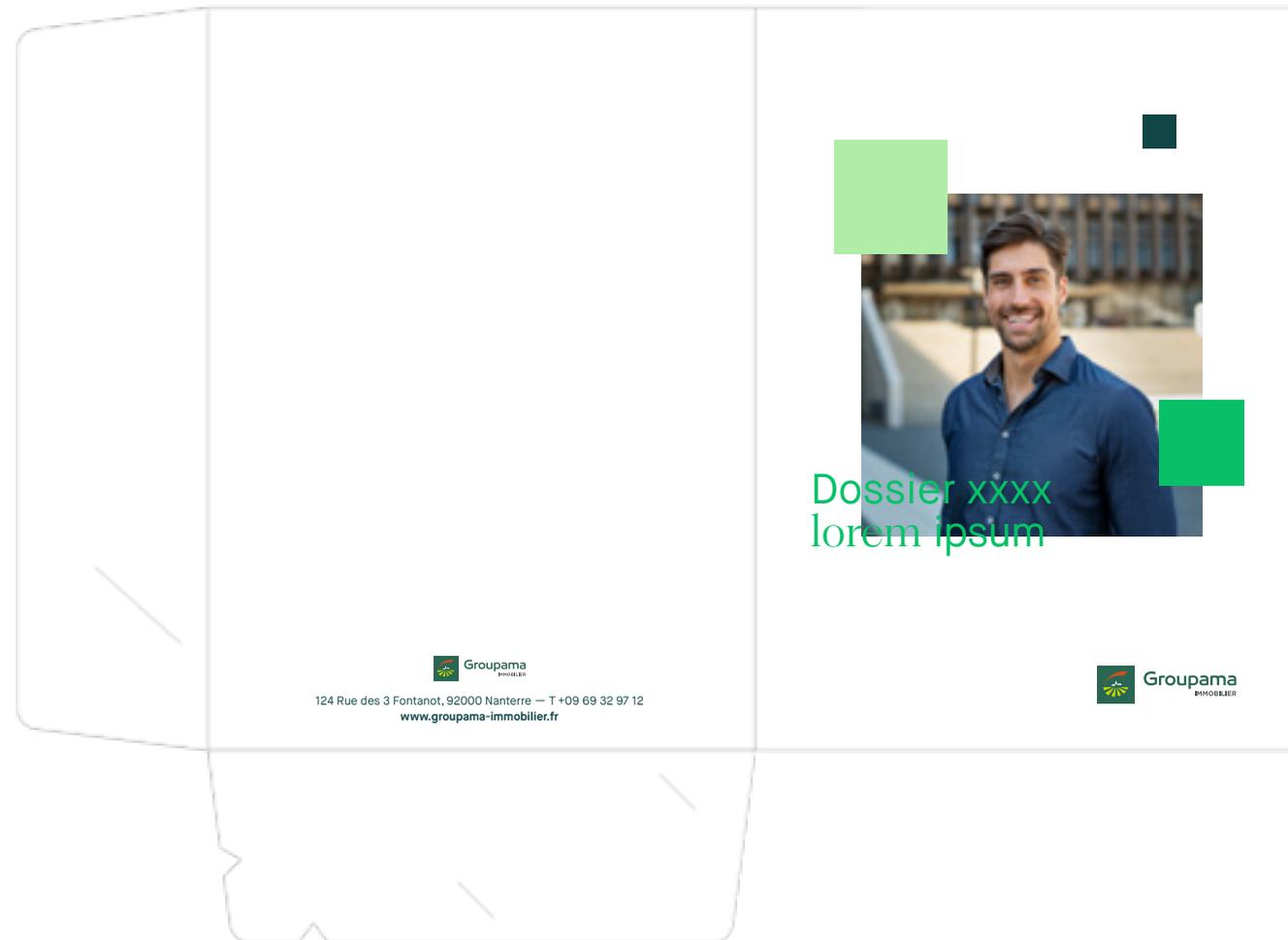


124 Rue des 3 Fontanot, 92000 Nanterre — T +09 69 32 97 12
www.groupama-immobilier.fr

Enveloppe blanche 229 x 162 mm

Les applications

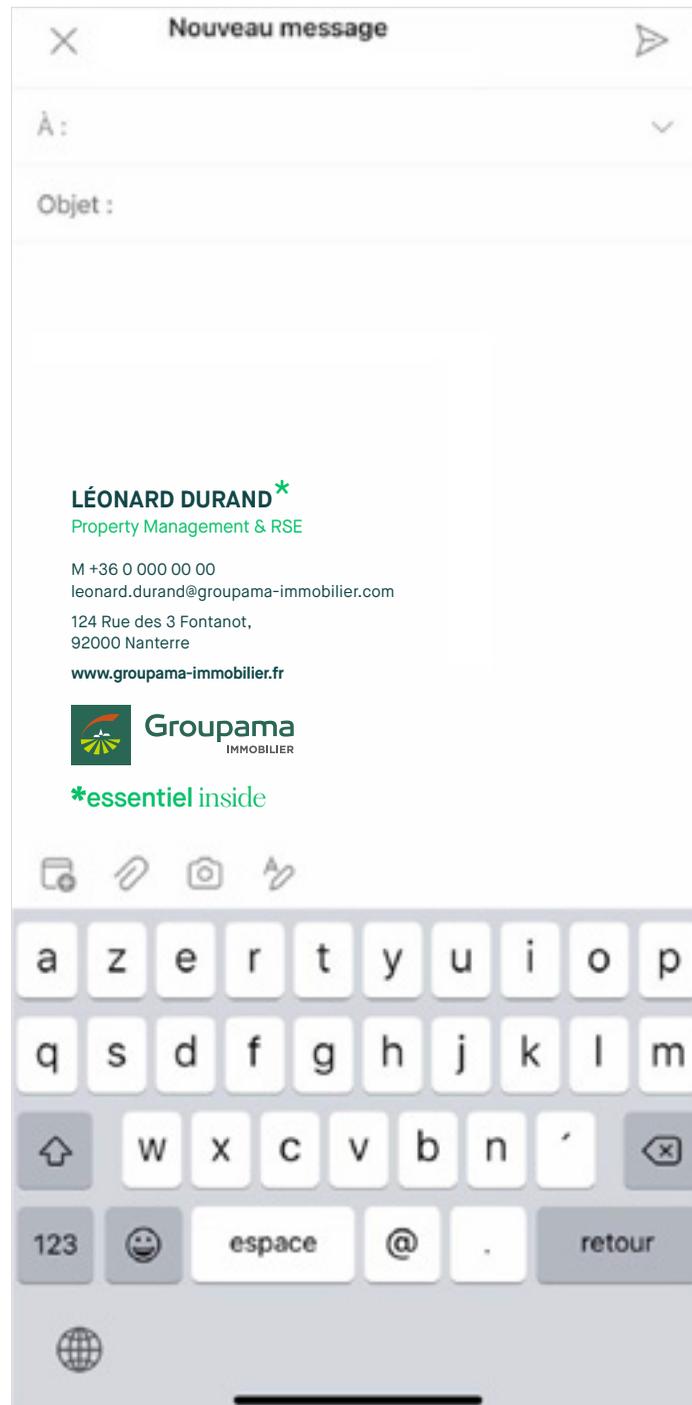
Papeterie



Administratif - Farde à rabats deux versions

Les applications

Signature mail



LÉONARD DURAND*
Property Management & RSE

M +36 0 000 00 00
leonard.durand@groupama-immobilier.com

124 Rue des 3 Fontanot,
92000 Nanterre

www.groupama-immobilier.fr

*essentiel inside



Les applications

Goodies



Badge et tour de cou

Les applications Édition



Ex : Couverture



Ex : Double page intérieure

Les applications Édition

Dans des espaces tertiaires innovants, des commerces qui font vivre les villes, du résidentiel chaleureux, des forêts durablement gérées. Dans un monde où nos façons de vivre, d'habiter et de travailler changent. Où la ville de demain est au cœur de toutes les préoccupations, dans ses valeurs sociales et environnementales. Dans des écosystèmes complexes dans lesquels l'essentiel donne le sens.



Bienvenue

Que vous soyez un collaborateur de Groupama Immobilier, un partenaire ou un prospect, nous vous invitons à lire ce Brand Book. Il dit qui nous sommes et comment nous exerçons notre métier. Un préambule à la découverte de nos projets.

| 02

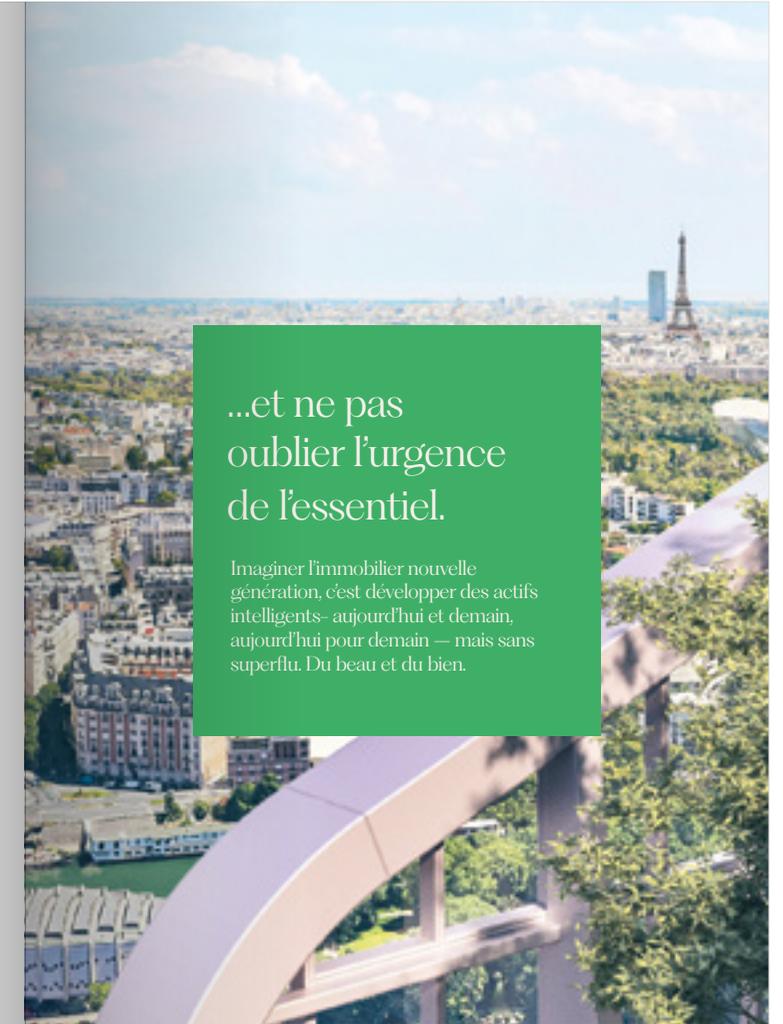
Notre mission

Ne pas sacrifier
l'essentiel pour
l'urgence...

Au cœur de multiples enjeux, l'immobilier doit anticiper les besoins des villes et relever le défi de se transformer : plus résilient, plus sobre, plus efficace.

...et ne pas
oublier l'urgence
de l'essentiel.

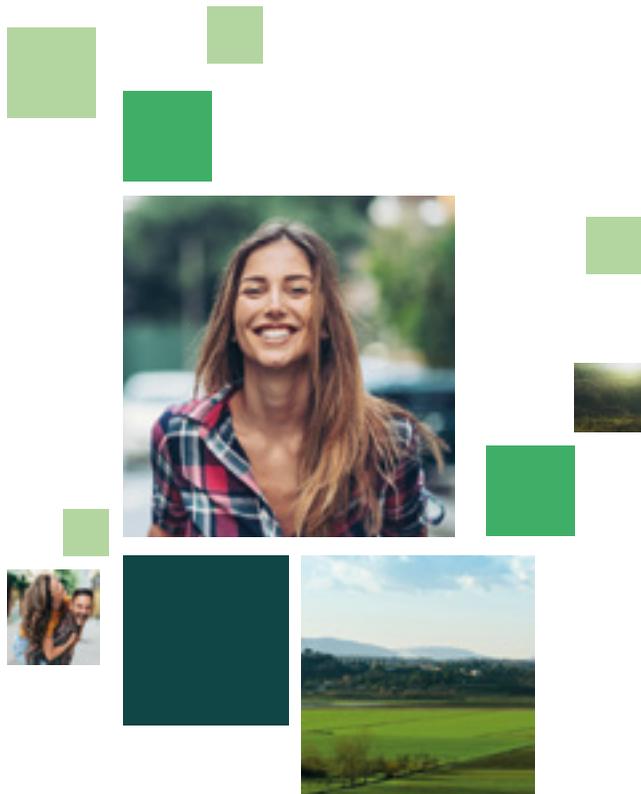
Imaginer l'immobilier nouvelle génération, c'est développer des actifs intelligents- aujourd'hui et demain, aujourd'hui pour demain — mais sans superflu. Du beau et du bien.



Ex : Double page intérieure

Les applications Édition

Notre héritage



| 06

Toujours revenir à l'essentiel

Nous nous (ré)interrogeons sur notre activité,
nos projets, notre échelle de travail.
Nous nous réinventons pour répondre
aux problématiques du marché.
Nous innovons, au service de l'humain
et des usages.

Pour savoir porter notre projet d'entreprise, il faut se retourner
et voir d'où nous partons.
Nous revendiquons nos valeurs humanistes et nous sommes
fiers d'appartenir à un groupe assureur-mutualiste agricole.
Notre héritage nous nourrit et nous engage.

doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae
ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae
dicta sunt explicabo.
Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur
aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos
qui ratione. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit.

Notre boiler plate

Avant

Groupama Immobilier est la structure
de gestion spécialisée dans les métiers
de l'immobilier (tertiaire, commercial et
résidentiel) du Groupe Groupama. Elle
gère pour ses mandants un patrimoine
valorisé à 3,9 milliards d'euros, ce qui
en fait un des principaux gestionnaires
d'actifs immobiliers français.

Après

Que net qui dolest laut que nis idebita
estotatiorum doluptae odigniatquis
magniamenda volorru ntisique cum is
quas explique corrupq untect atemqui
ommos doluptibus etur, serovid entiat.
Berem utecae. Incto officil inulliqui te
nesciae. Qui sectiis ra volectaqui seditorp
orempos dolesci amendic

Ex : Double page intérieure

Les applications Édition

Nos piliers

Ce qui nous rend essentiel auprès de nos publics et qui démontre notre capacité d'accomplir notre mission.



People Made

La fierté est au centre de nos métiers et va bien au-delà de la redevabilité. C'est le critère principal et la boussole de nos engagements RSE.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur alors cing elit, sed do eiusmod tempor incididunt utagna aliqua. Ut enim ad minim veniam, lores est quis.

Future Proof

La responsabilité, c'est la conscience du temps long. La responsabilité nous engage sur nos réalisations.

em ipsum dolor sit amet, consectetur alors cing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, s nostrud exercitation.

Positive Change

La responsabilité, c'est la conscience du temps long. La responsabilité nous engage sur nos réalisations.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur alors cing elit, sed do eiusmod tempor incididunt utagna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

Notre proposition de valeur



L'essentiel, c'est la fierté qui nous anime à la livraison de nos projets et tout leur temps de vie. C'est la marque de notre responsabilité et la raison d'en être.

Qu'est-ce que l'essentiel ?

L'innovation en continu, la flexibilité et l'adaptabilité, la maîtrise de la chaîne des expertises.

Ex : Double page intérieure

Les applications

Invitation Print

Invitations 10x10cm



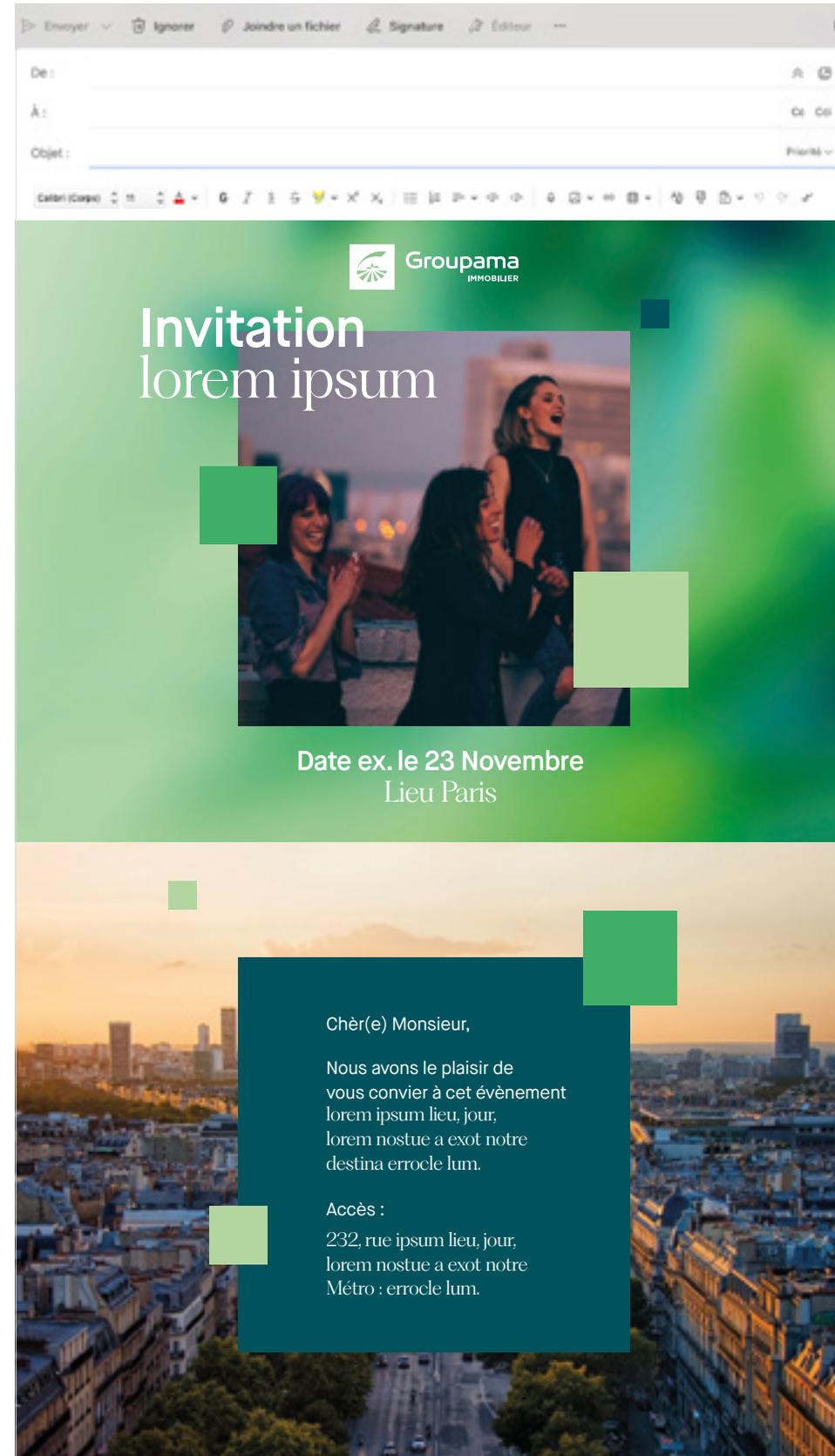
Recto



Verso

Les applications Invitation Digitale

Invitation Emailing



Les applications Kakémono

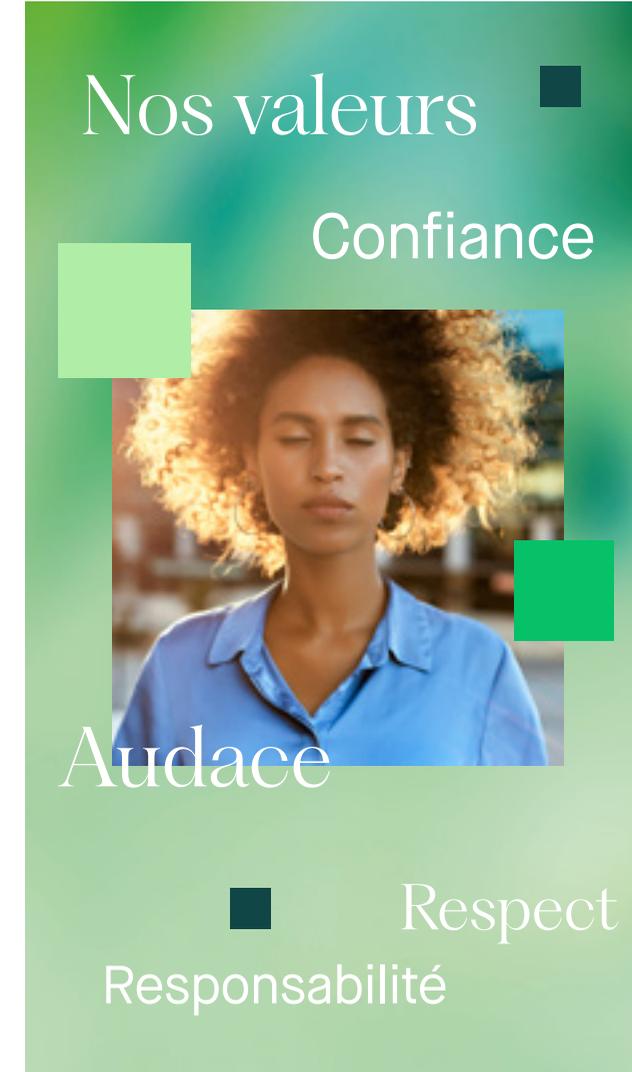


Notre vision
de l'immobilier

Au cœur de multiples enjeux, l'immobilier doit anticiper les besoins des villes et relever le défi de se transformer : plus résilient, plus sobre, plus efficace.



Groupama
IMMOBILIER



Nos valeurs

Confiance

Audace

Respect

Responsabilité

C'est ce qui nous rend essentiel auprès de nos publics et qui démontre notre capacité d'accomplir notre mission.



Groupama
IMMOBILIER

Les applications Kakémono

Avec Essentiel Inside



***essentiel inside**

Obit pelia cus, occaepelente plabores eum et eius none
quid qui nem vit expligent recatat.
Nis as am nus volorem ut qui qui volore nulpa doloriate
latem quosam quibus as mo opta sam, endistrum dolest,
sit od quidici enihicid quia versperferum hillaciis ma



***essentiel inside**

Obit pelia cus, occaepelente plabores eum et eius none
quid qui nem vit expligent recatat.
Nis as am nus volorem ut qui qui volore nulpa doloriate
latem quosam quibus as mo opta sam, endistrum dolest,
sit od quidici enihicid quia versperferum hillaciis ma



Les applications Masque PowerPoint



Les applications Masque PowerPoint



01

Titre du chapitre

Titre du chapitre Titre diapositive

Texte à mettre en exergue.
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis.

06

68%
Aqid que nobis dolent rerferspe lo.



Titre du chapitre Titre diapositive

Texte à mettre en exergue.
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis.

07

essentiel invisible



Titre du chapitre Titre diapositive

Texte à mettre en exergue lorem ipsum. lorem en des umenos, eiusmod tempor dunt ut labore et dolore magna aliqua.

08



Les applications Masque PowerPoint

Titre du chapitre Titre diapositive

Lorem ipsum intro dolores en estus error.
 Lorem ipsum dolores en error tus tadei.

loemp ventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

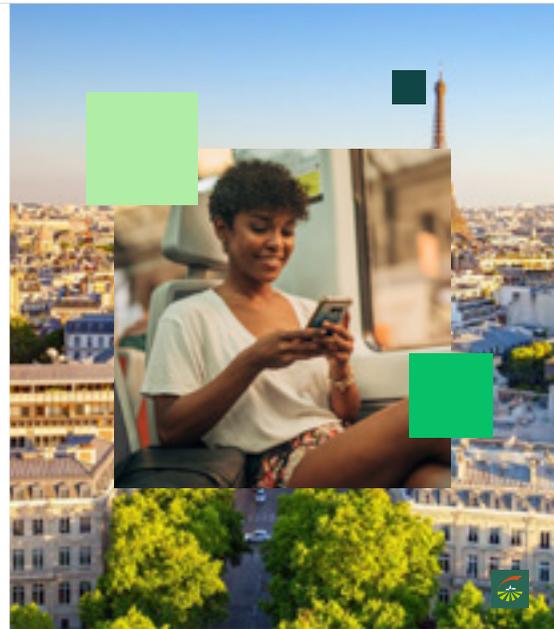
Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione. Sed Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit.

TITRE DU PARAGRAPHE

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione. Sed Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit.

09



Titre du chapitre Titre diapositive

TEXTE À METTRE EN EXERGUE.
 LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR
 ADIPISCING ELIT.

TITRE DU PARAGRAPHE

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione.

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo.



TITRE DU PARAGRAPHE

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione.

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo.

Texte ou le
pourcentage
à mettre en
exergue lorem
consectetur
adipised lem.

10

Titre du chapitre Titre diapositive

Lorem ipsum intro dolores en estus error.
 Lorem ipsum dolores en error tus tadei.

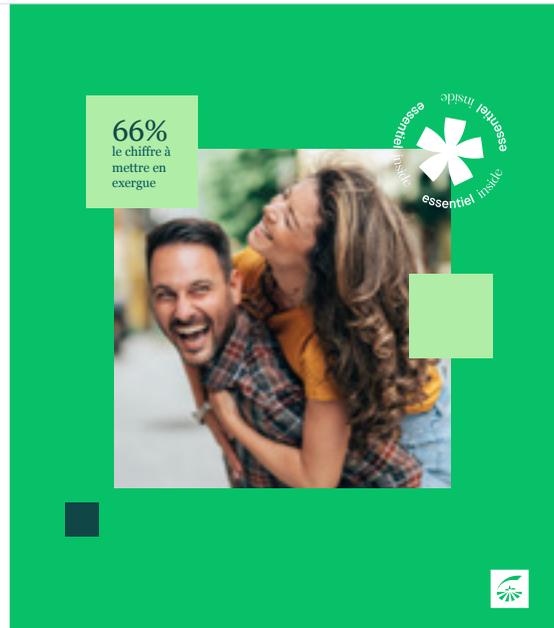
loemp ventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione. Sed Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit.

TITRE DU PARAGRAPHE

- pilier 01
 - Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error
- pilier 02
 - Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error
- pilier 03
 - Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error
 - Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error

11



Titre du chapitre Titre diapositive

Lorem ipsum intro dolores en estus error.
 Lorem ipsum dolores en error tus tadei.

Lorem ipsum intro dolores en estus error.
 Lorem ipsum dolores en error tus tadei.

Lorem ipsum intro dolores en estus error.
 Lorem ipsum dolores en error tus tadei.

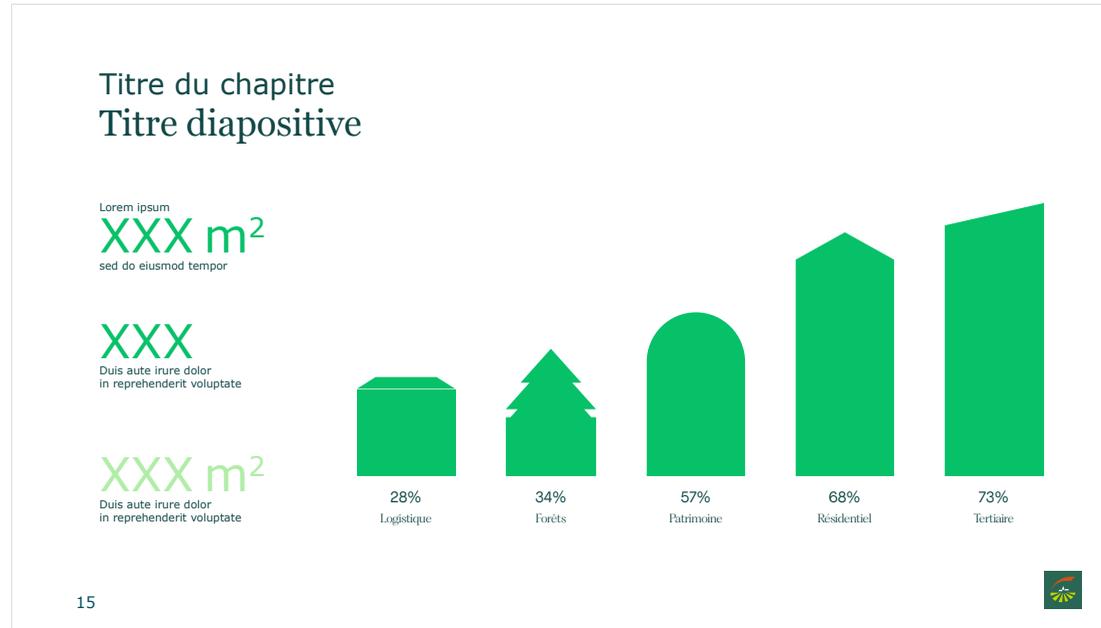
Coopérer

Innover

Oser

12

Les applications Masque PowerPoint



Titre du chapitre
Titre diapositive

TEXTE À METTRE EN EXERGUE.
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,
OCCAECAT CUPIDATAT NON PROIDENT.

TITRE DU PARAGRAPHE

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto dicta sunt explicabo.

Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione.

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque.

68%
Aquid que nobis dolent rerferspe lo.

16

Texte à mettre en exergue.
Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit, sed
do eiusmod tempor incididunt
ut labore et dolore magna aliqua.

Excepteur sint occaecat cupidatat
non proident, sunt in culpa qui
officia deserunt mollit anim id est
laborum. Ut enim ad minima
veniam, quis nostrum exercitation
em ullam corporis.

TITRE DU PARAGRAPHE

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto dicta sunt explicabo.

Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione.

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque.

Texte ou le pourcentage
lle a mettre en
exergue lorem
mm consectetur
adipissed lem.

17

Merci !

Groupama
IMMOBILIER

Groupama
IMMOBILIER

Les applications Réseaux sociaux



Visuel plein pot ou vidéo
- renvoi Essentiel Inside dans le texte d'accompagnement



Visuel en abîme (Essentiel Inside)
- utiliser toujours un carré dans un carré

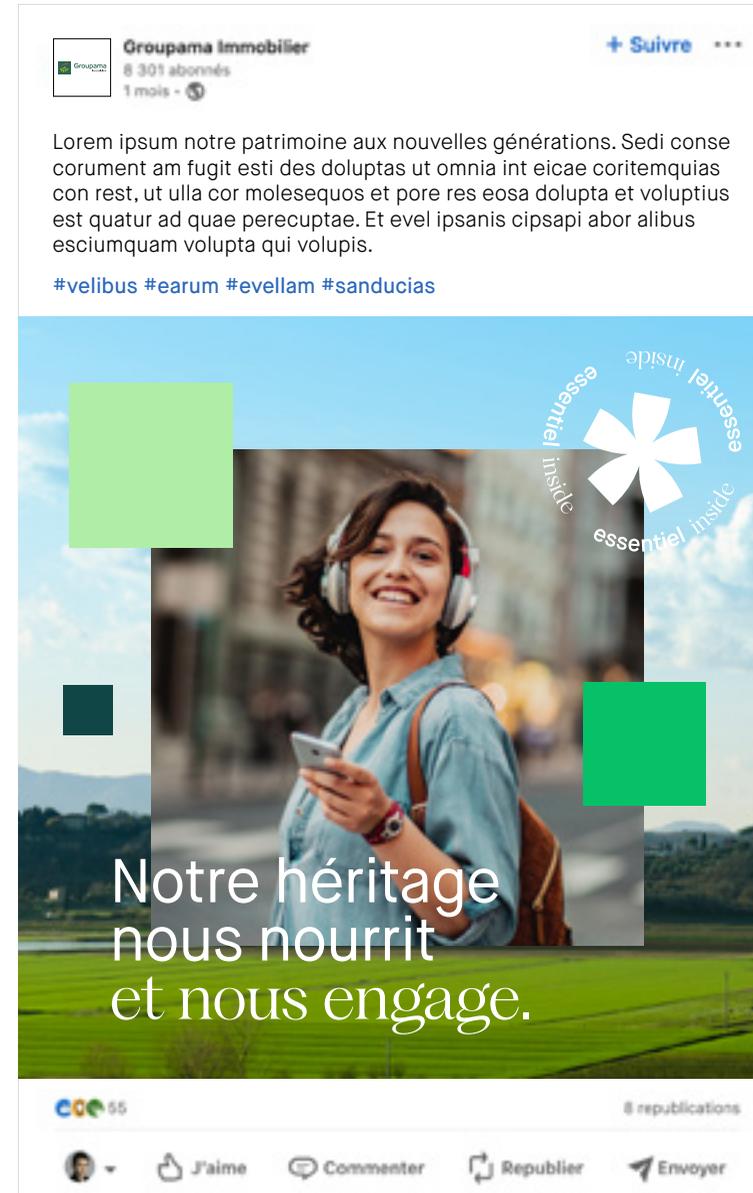


Mise en scène d'un chiffre ou de données clés dans un carré sur visuel

Les applications Réseaux sociaux



Visuel recrutement



Visuel en abîme, mise en valeur de l'humain
- utiliser toujours un carré dans un carré

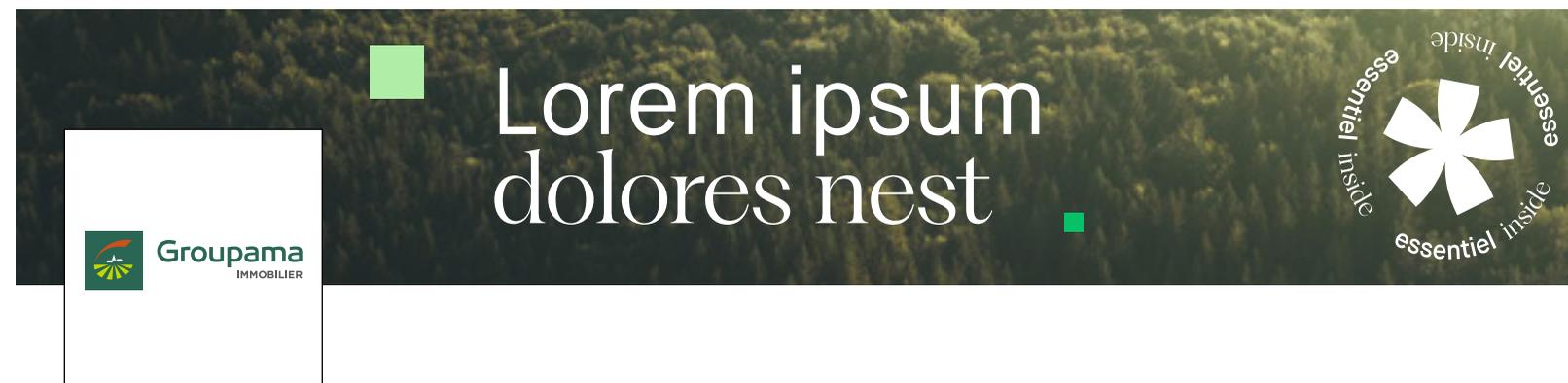
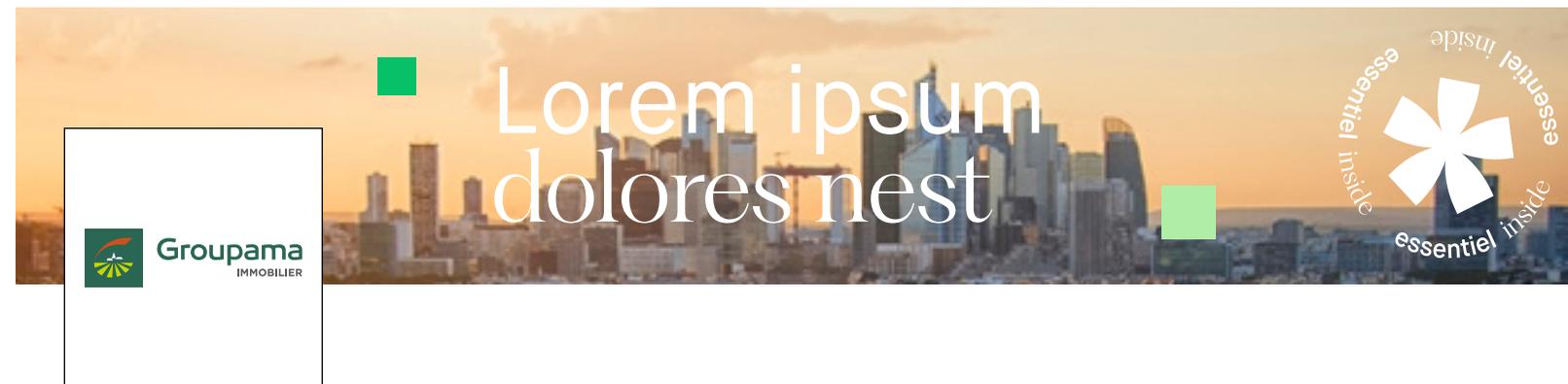


Post linkedin sur les valeurs, des mots gravitent autour du visuel central

Les applications

Réseaux sociaux

Bandeau LinkedIn



Les applications

Réseaux sociaux

Bandeau LinkedIn



Groupama
IMMOBILIER

Groupama Immobilier
Immobilier
Nanterre, Île-de-France · 8604 abonnés
Construisons de nouveaux horizons

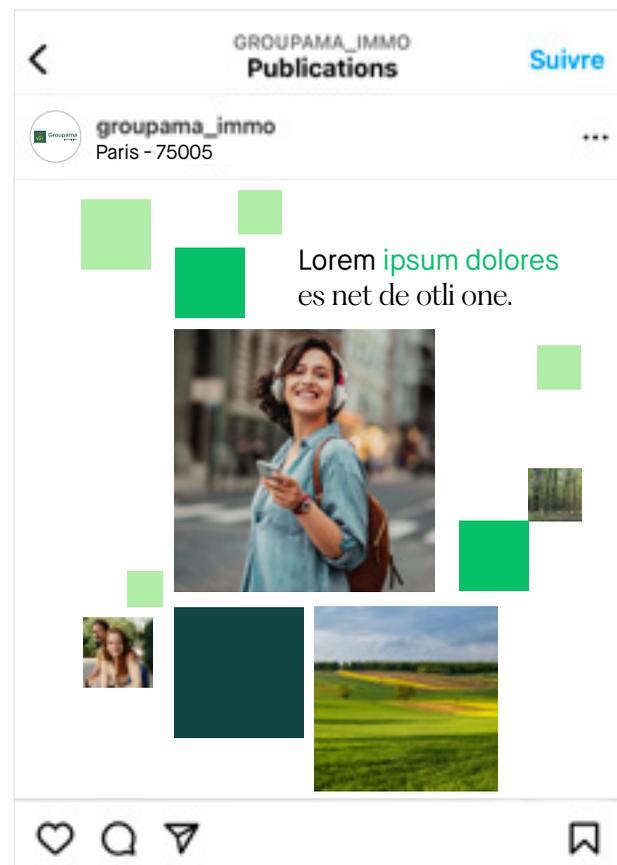
Voir les 117 employés



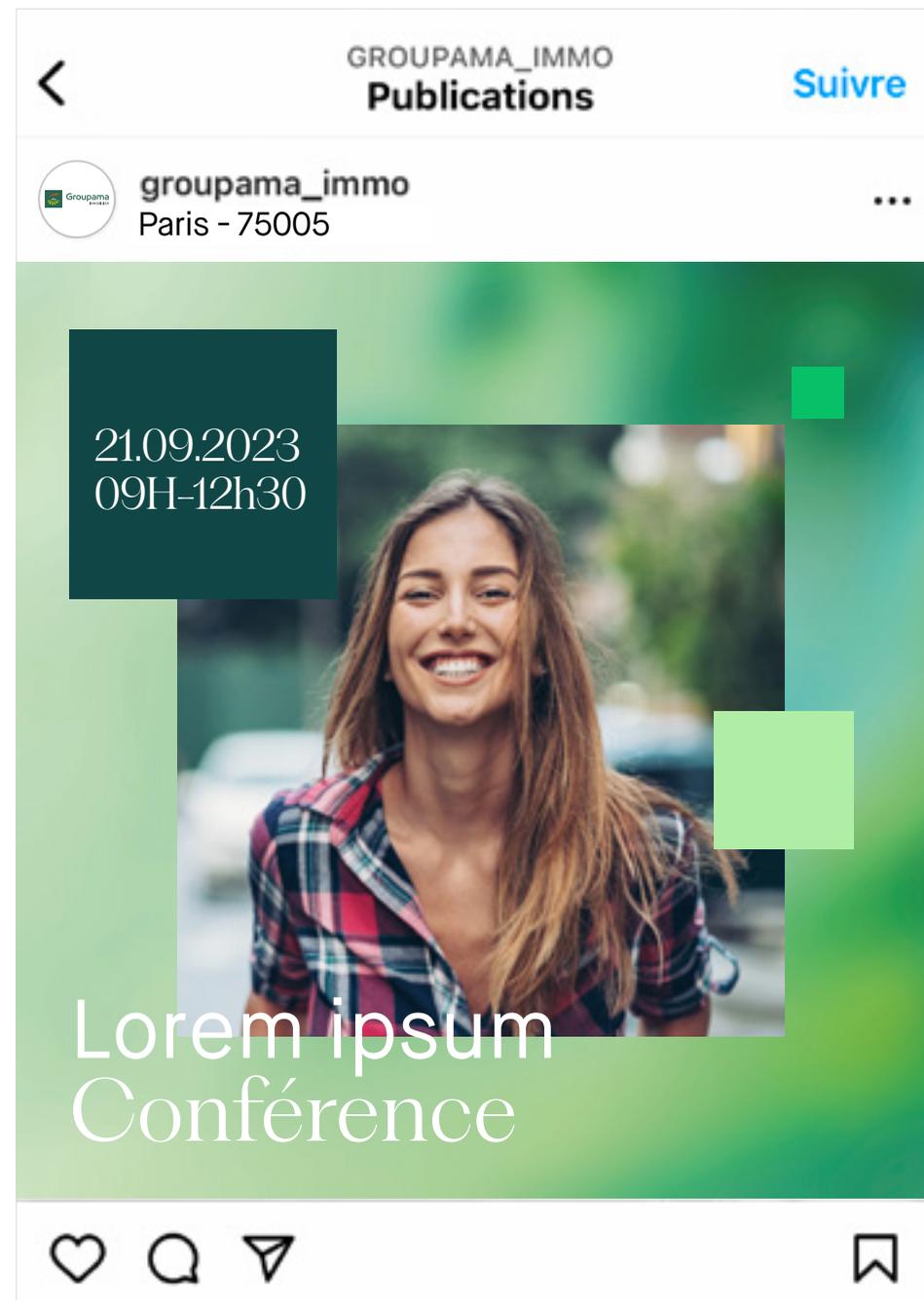
Groupama
IMMOBILIER

Groupama Immobilier

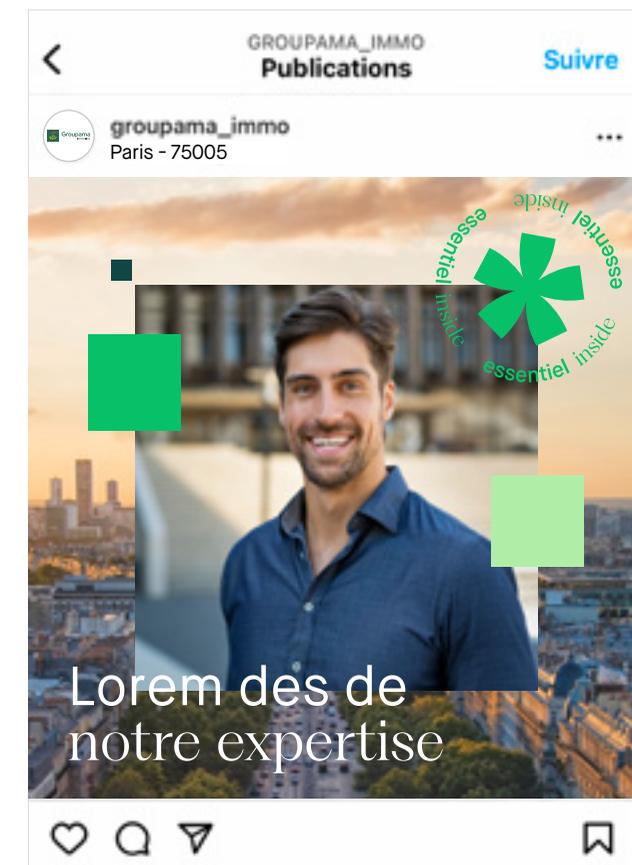
Les applications Réseaux sociaux



Visuels Mosaique sur nos valeurs

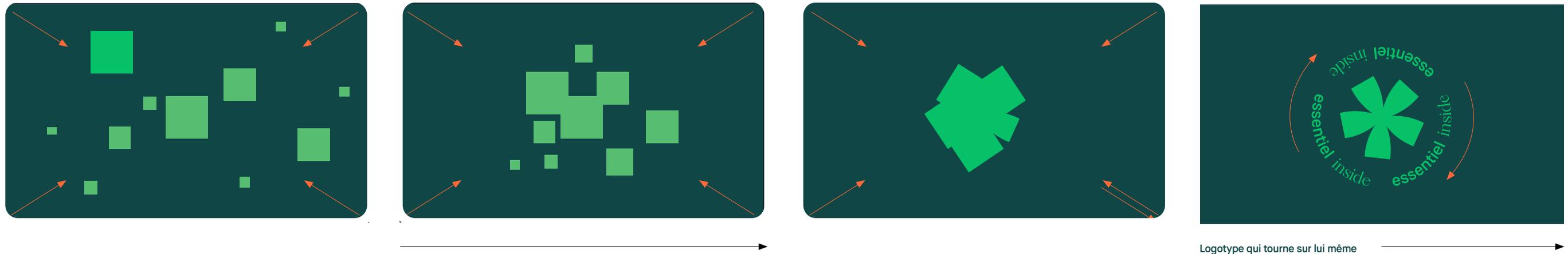


Visuels Instagram Conférence



Visuel Essentiel Inside

Les applications Sign-out



Les applications Goodies



Les applications

Goodies



Merci



Jessica DAOVANNARY

Responsable Marketing et Communication
jessica.daovannary@groupama-immobilier.fr
+33 6 38 32 98 31

Groupama Immobilier

Immeuble West Park 6 Groupama Campus
124 rue des Trois Fontanot,
CS 50215 - 92022 NANTERRE CEDEX



Groupama
IMMOBILIER