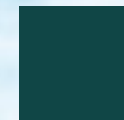




Groupama  
IMMOBILIER



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



A woman with blonde, wavy hair and glasses is looking out a window. The background shows a cityscape with a blue sky and some buildings. There are three green squares: a large light green one in the top left, a small light green one in the top right, and a medium green one in the middle right.

# Les fondamentaux de la marque en images



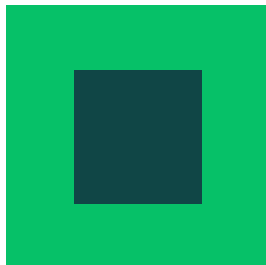
Groupama  
IMMOBILIER

# 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



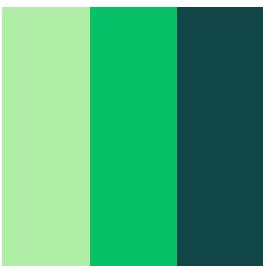
03. Singularité  
Une marque ingrédient  
pour faire la différence



04. Ton  
Souriant et positif,  
ne gardez que l'essentiel



05. Typo  
Proche et directe,  
épaisse et légère à la fois



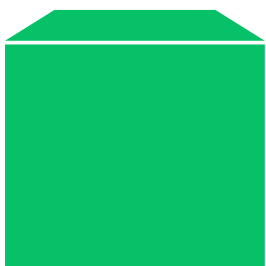
06. Couleurs  
Le vert vous va  
si bien !



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.





# 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.

## Taille minimale du logo :

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

## Zone de protection du logo



## 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.

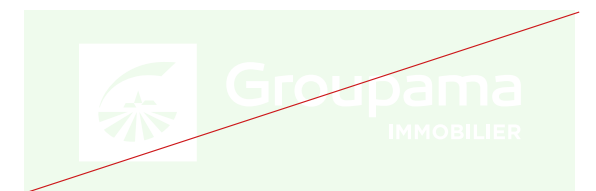
### Sont donc interdits :

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







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



## 03 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.

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

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

**\*essentiel inside**

### 3. Le logotype sur une ligne.



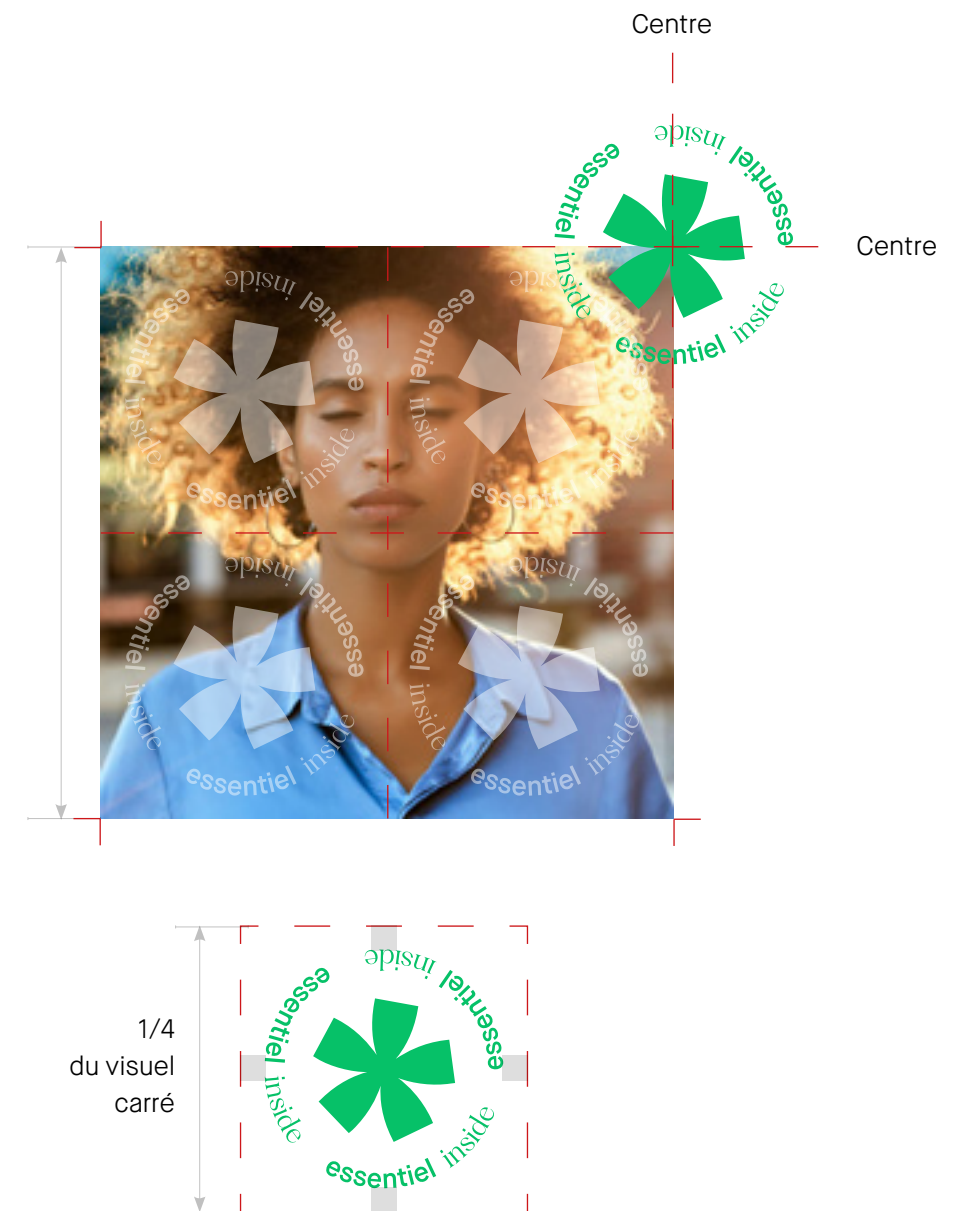
## 03 Singularité

Le macaron est blanc sur un visuel fond coloré ou photo



### 1. Placement du macaron sur le visuel

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



### 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 lani beria plam quante strupta turenis.

Xim et, quatusam est inctur sitatiorum 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 anditatur, et es aut que ipsam es ait voles aliquatet elusciat laccae laboria nullabo ribusap editate re, ipsam repta prero quam acil in reperi dicitasperum inum fuglae anto veles quatum eos acearumque molent, quianti ut ut que resendes sandam quatermo ditiand estitatas ad simet as et ommluptaqum doluptam volecti uliat officidi 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.

## 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

On retrouve  
cette couleur  
uniquement par  
touche dans  
les visuels.

VERT  
R6 V193 B104  
C72 M0 J75 N0  
  
#06c168





## 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.





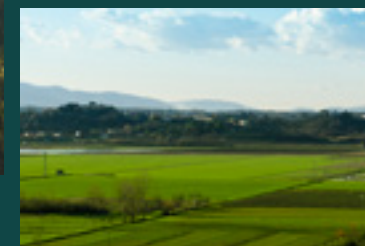
## 07 Iconographie



Les visuels  
Humains



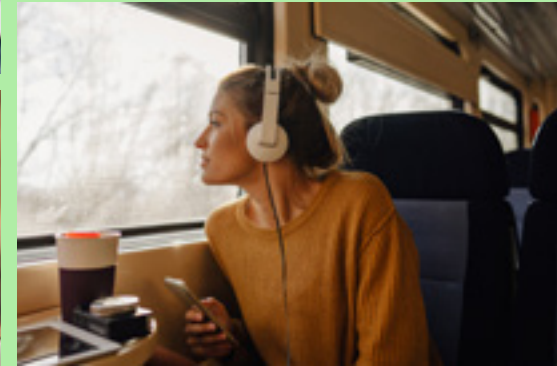
# 07 Iconographie



Les visuels  
Territoire



## 07 Iconographie



Les visuels  
Mobilité / transports



## 08 Mise en scène

### Gabarits

### Construction du Master

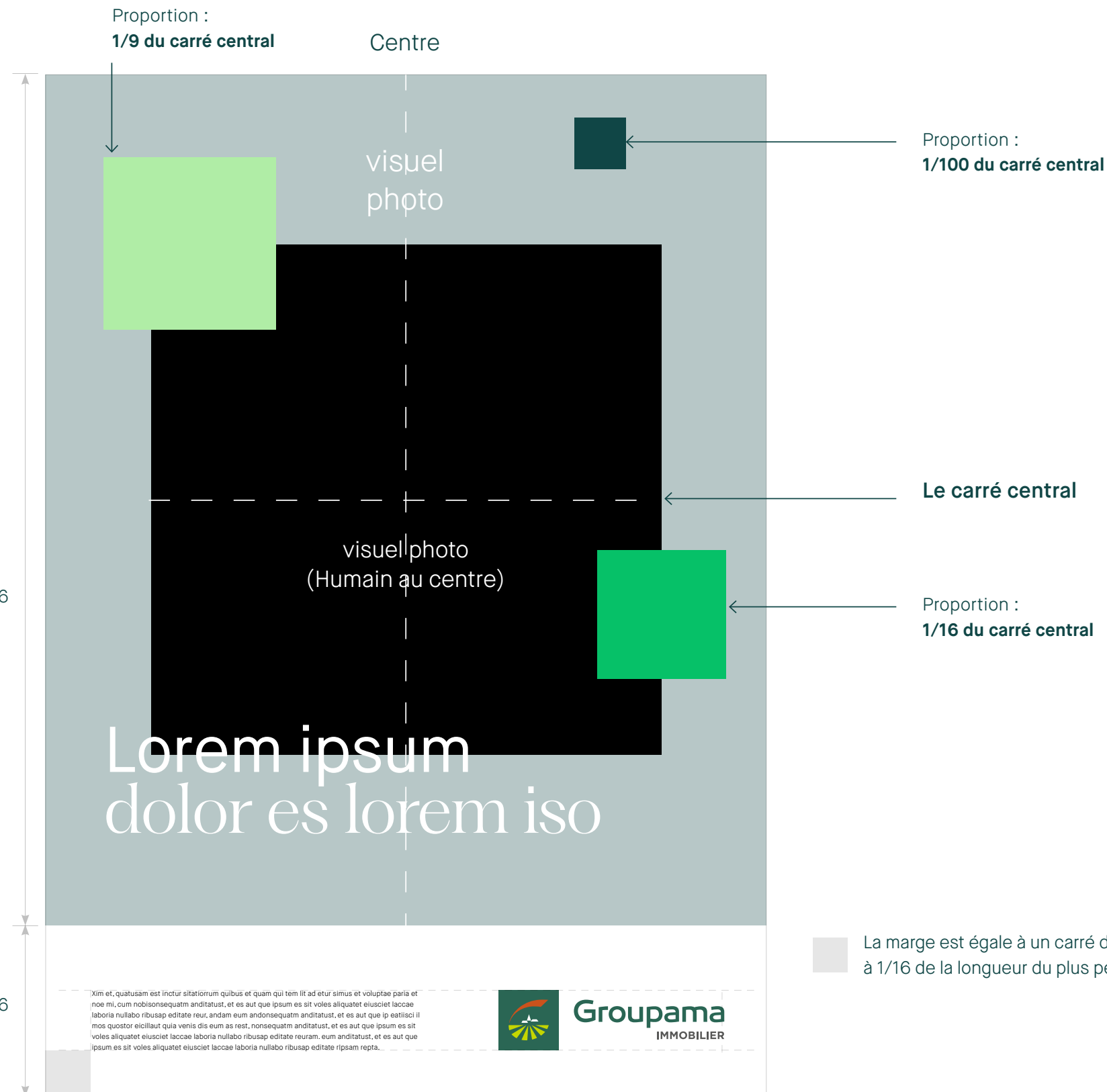
Règles techniques :  
Calcul de la proportion de la bande  
blanche par rapport à la taille  
du format du document

Le principe :

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

Visuel 5/6

Bande blanche 1/6



Format du document (print A4 ou 4X3)

## 08 Mise en scène

### 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**

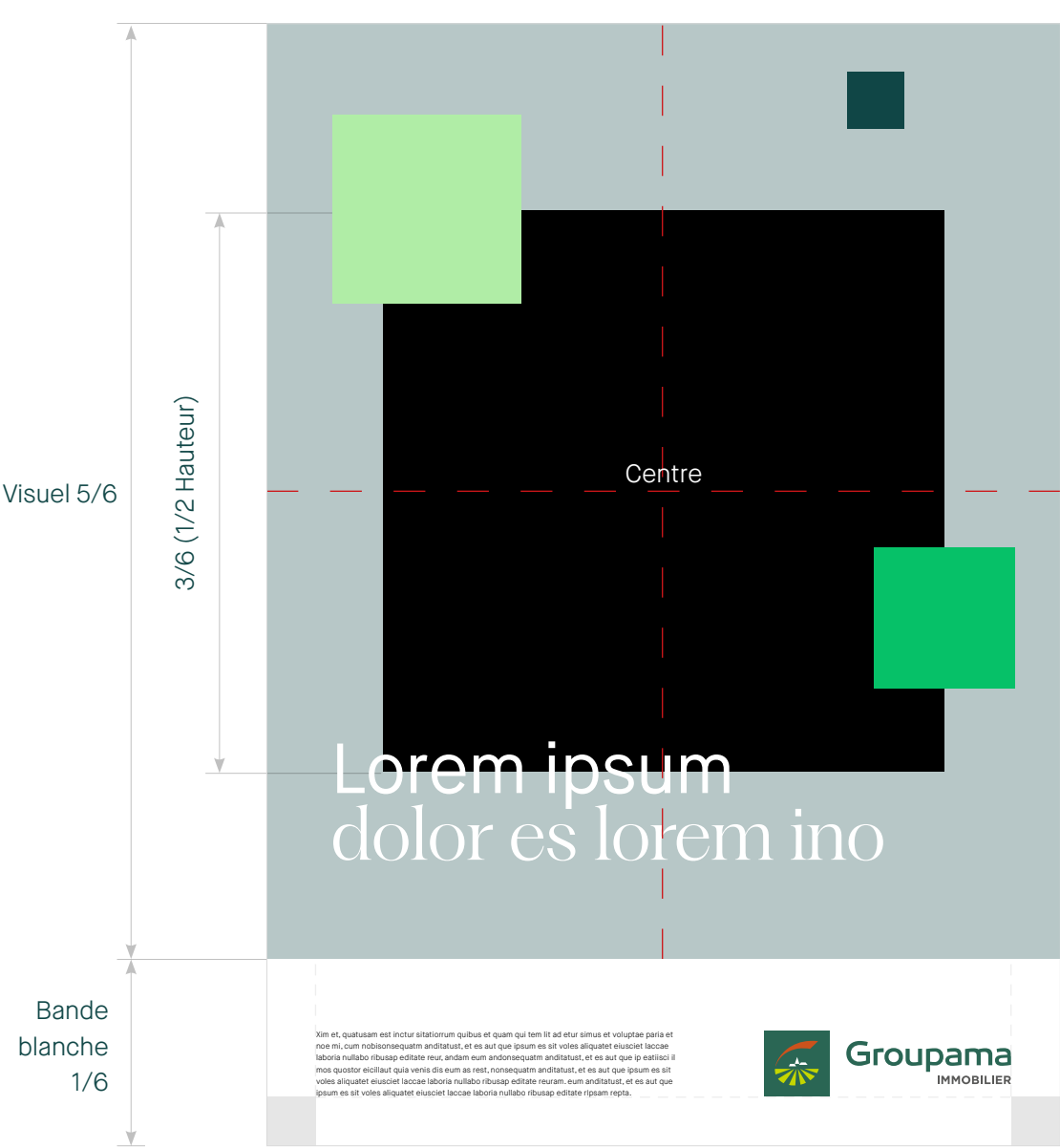




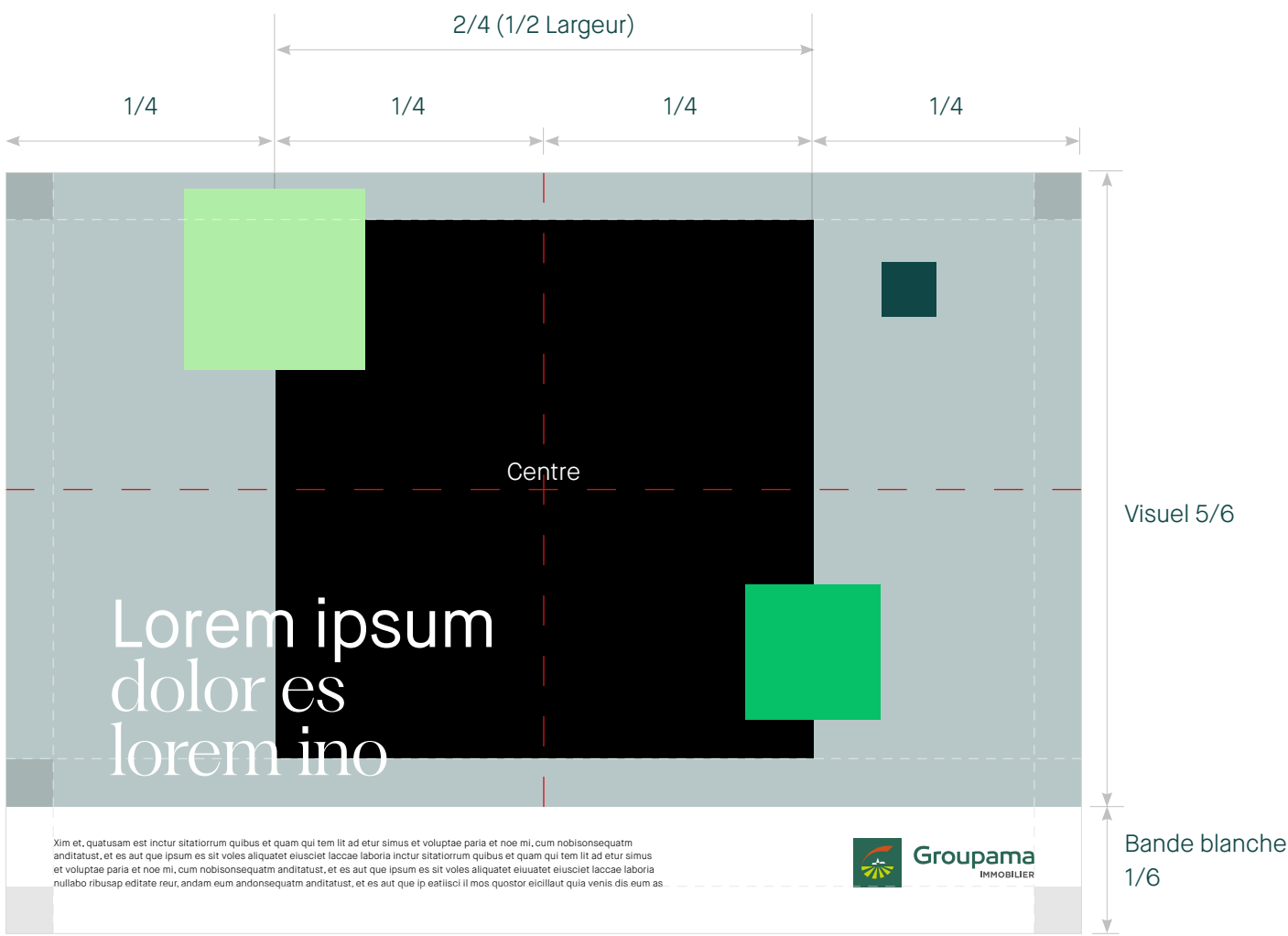
08

# Mise en scène

## Gabarits



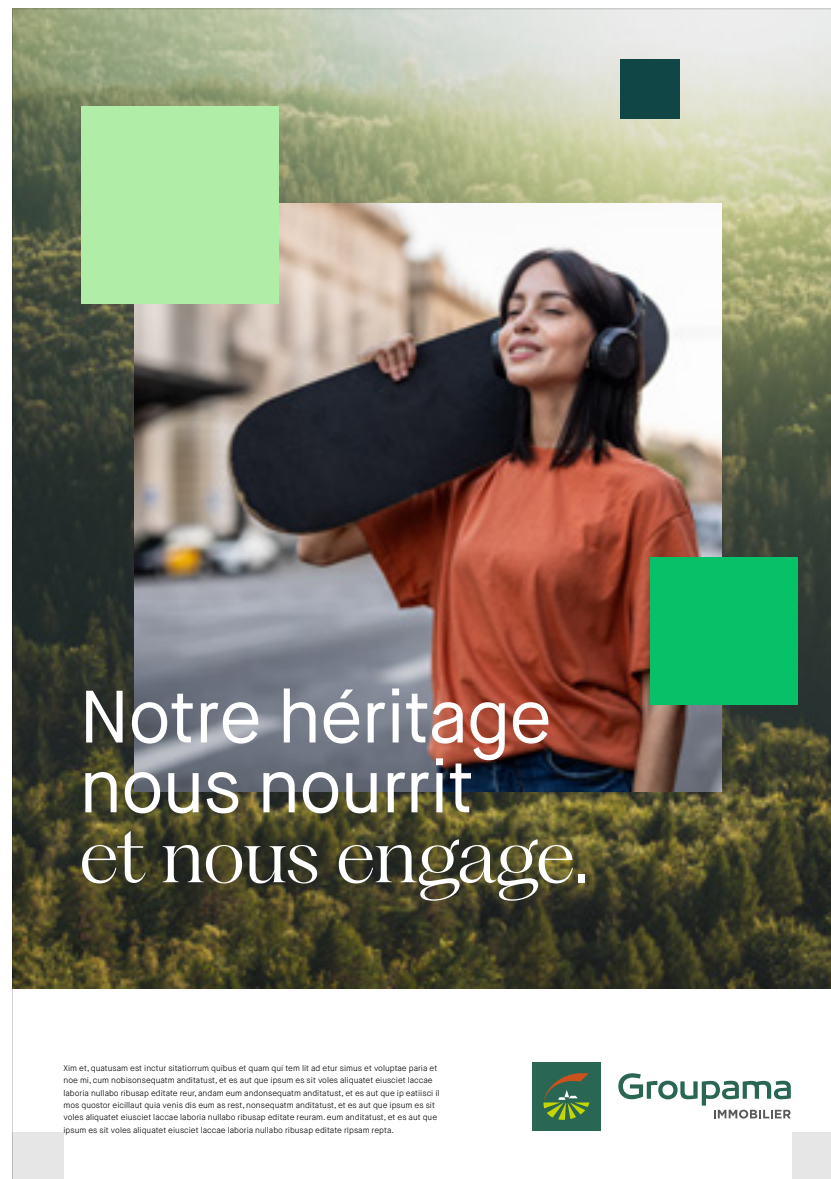
Format du document (print A4 ou 4X3 portrait)



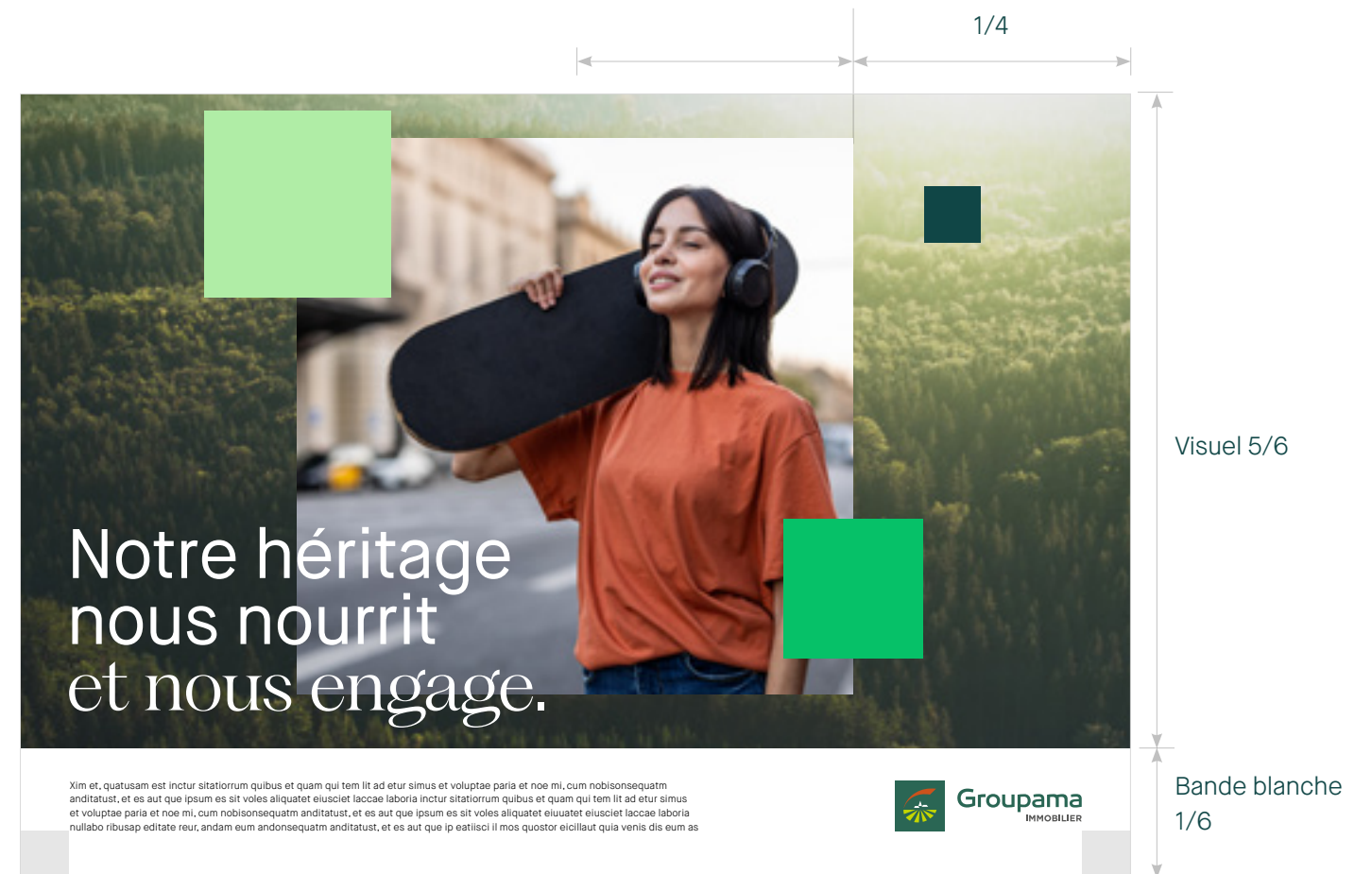
Format du document (print A4 ou 4X3 paysage)

## 08 Mise en scène

### Exemples



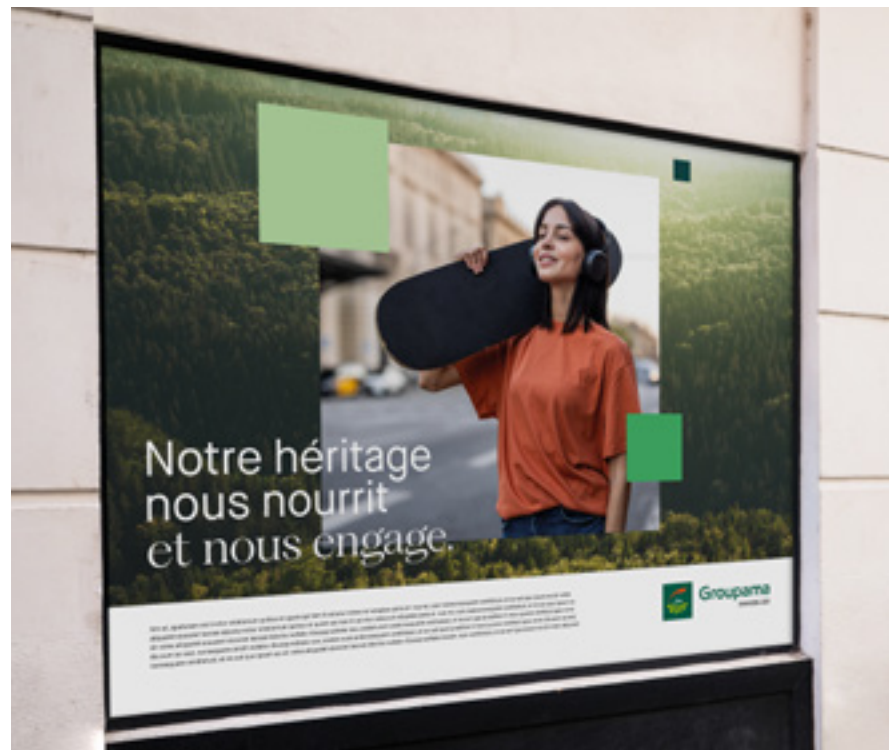
Format du document (print A4 portrait)



Format du document (print A4 paysage)

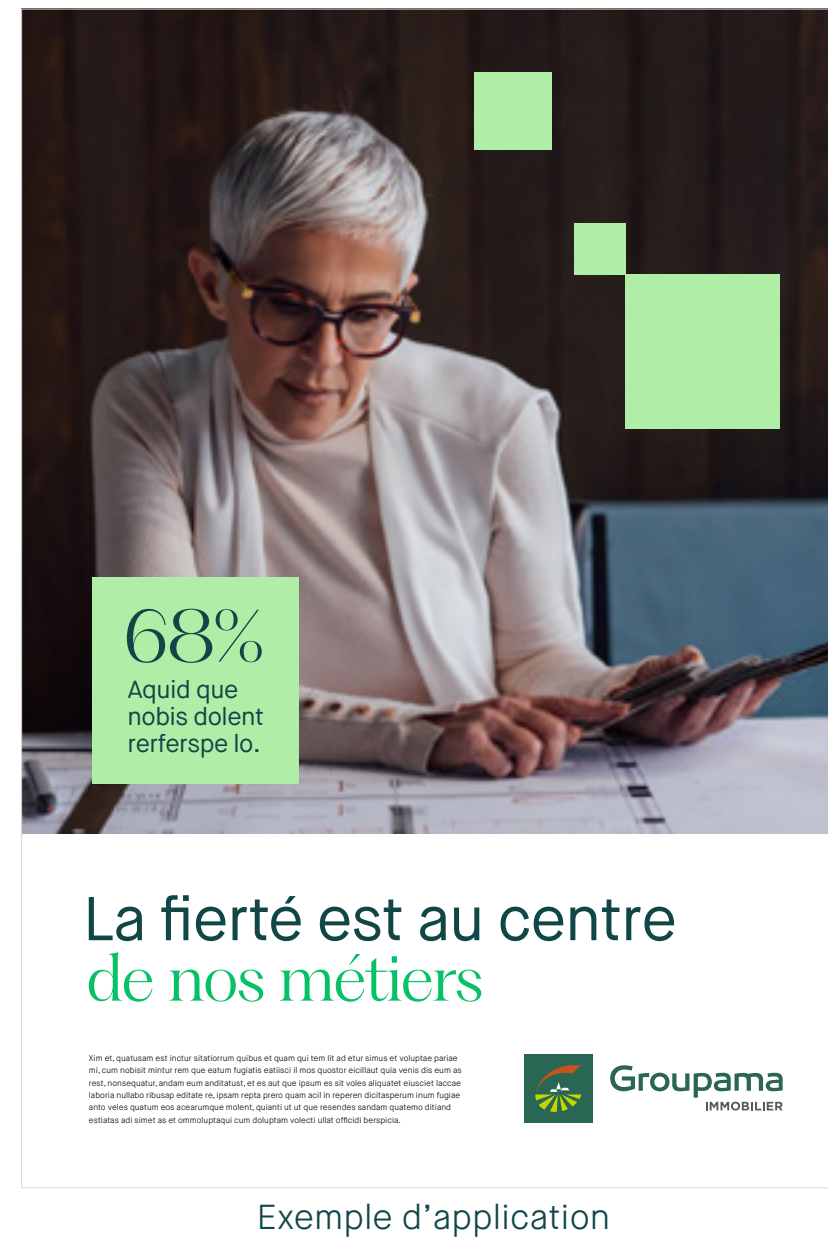
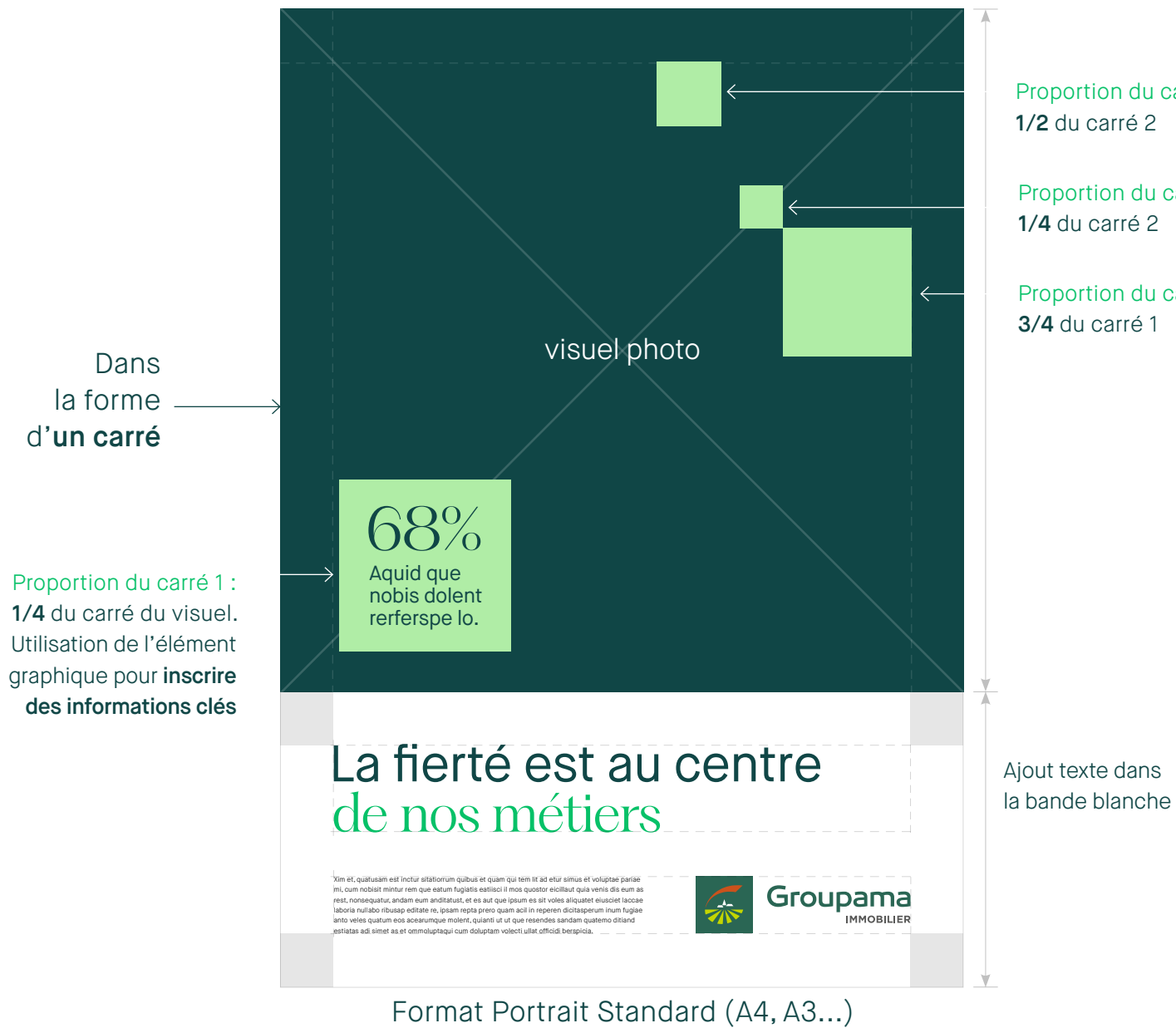


## 08 Mise en scène



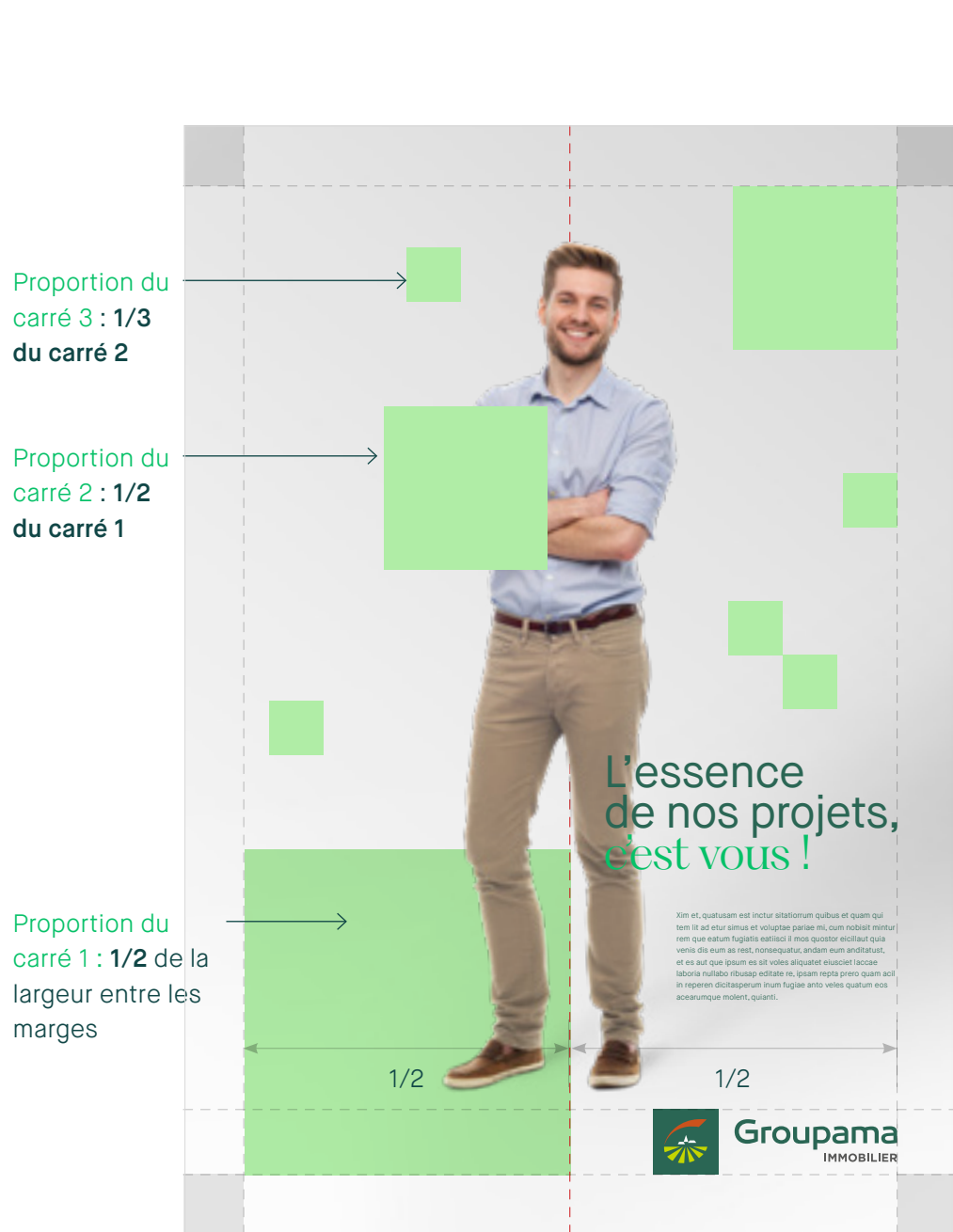
Affichage format 4x3m

## 08 Mise en scène



La marge est égale à un carré dont de coté correspond à  $\frac{1}{13}$  de la longueur du plus petit coté du document

# 08 Mise en scène



Visuel recrutement  
3 tailles de carrés (=éléments graphiques)



Visuel institutionnel  
4 tailles de carrés



Visuel conférence  
3 tailles de carrés



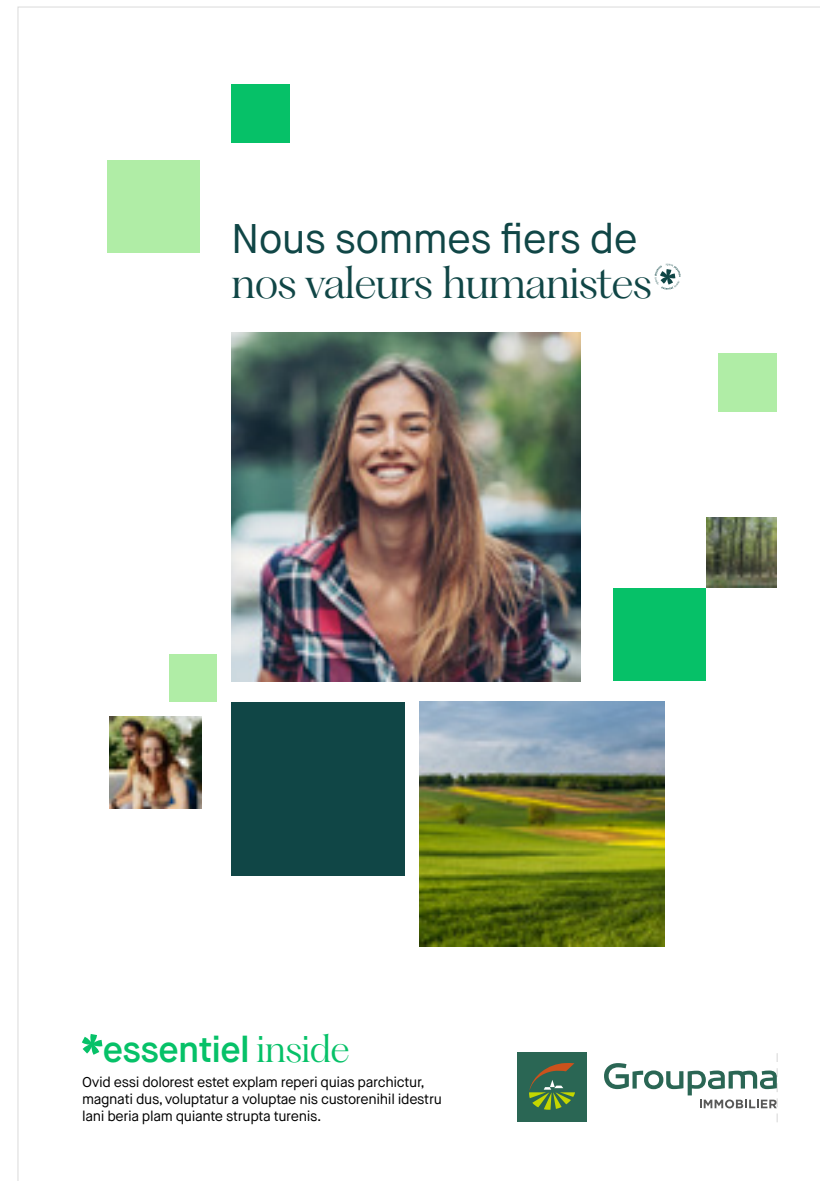
## 08 Mise en scène



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

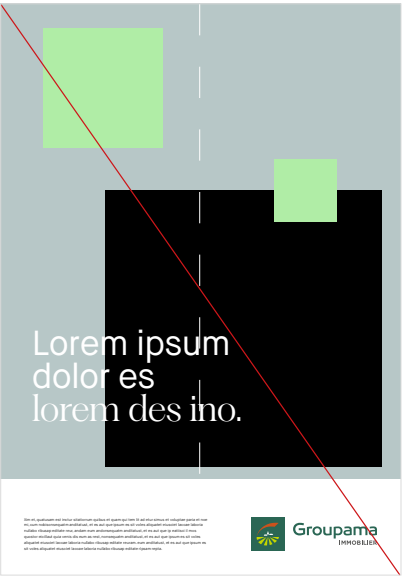
avec l'astérisque, renvoie à un paragraphe Essentiel Inside



Visuel avec Essentiel Inside

# 08 Mise en scène

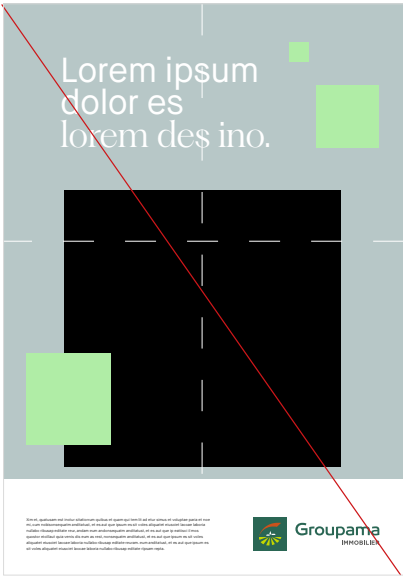
## Les interdits de construction



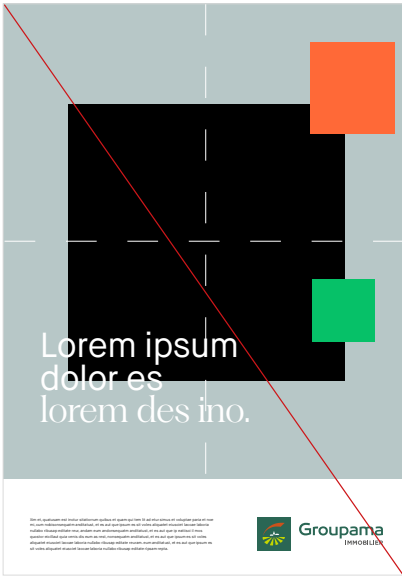
Interdit 1. Visual décentré



Interdit 2. Visual collé contre un bord



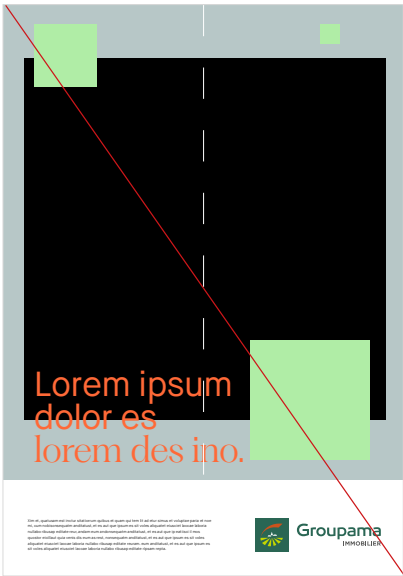
Interdit 3. Typographie qui n'est pas « à cheval » sur le visual du centre et visual décentré



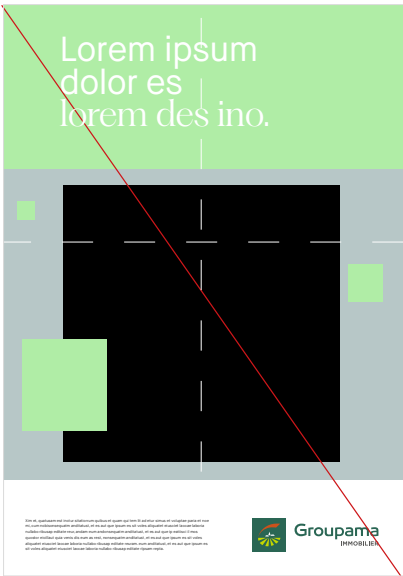
Interdit 4. Utilisations de carrés de couleurs différentes



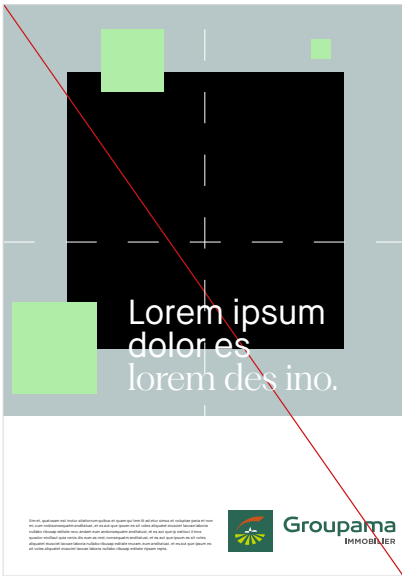
Interdit 5. Mettre un trop grand nombre de carrés (éléments graphiques dans le visual)



Interdit 2. Visual 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

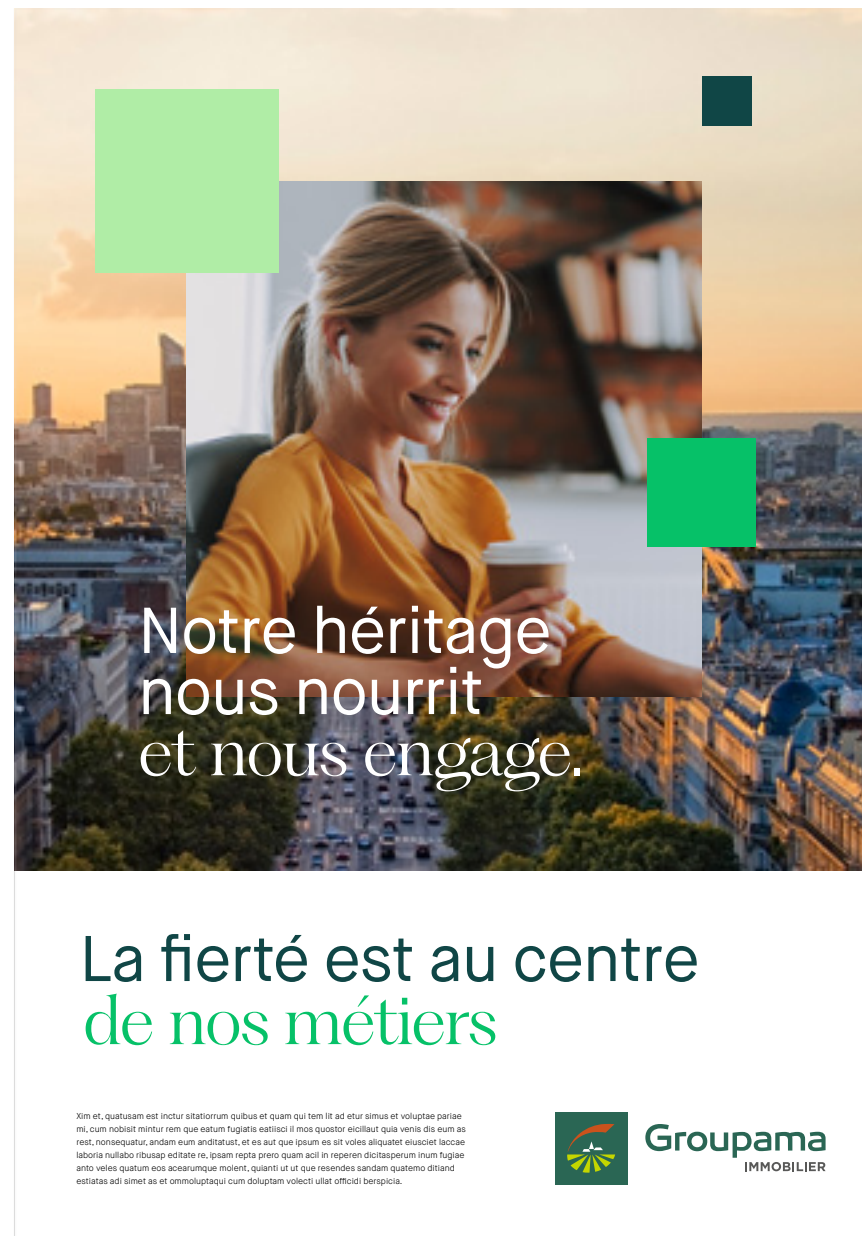


# 08 Mise en scène

## Corporate



Kakémono



Affiche



Post LinkedIn

# 08 Mise en scène

Essentiel Inside



Kakémono



Affiche



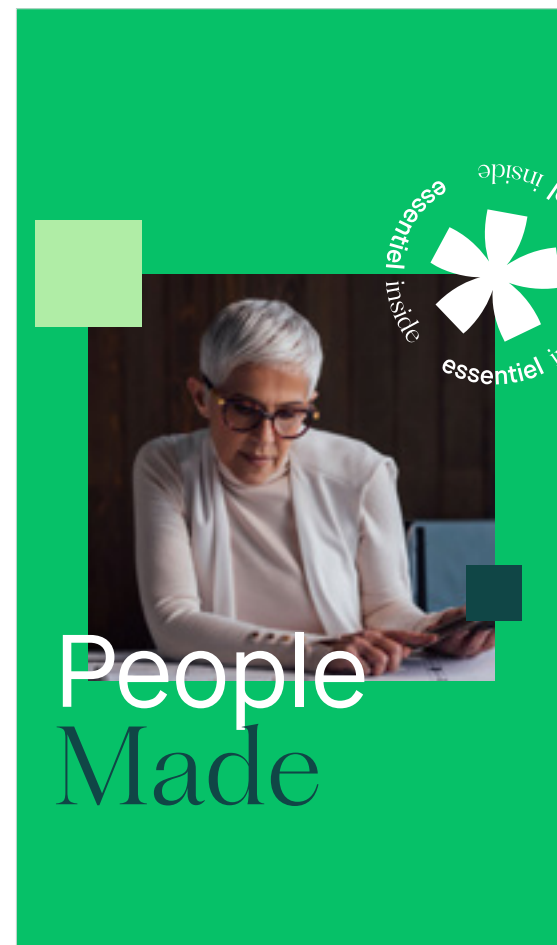
Post LinkedIn



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



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



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.

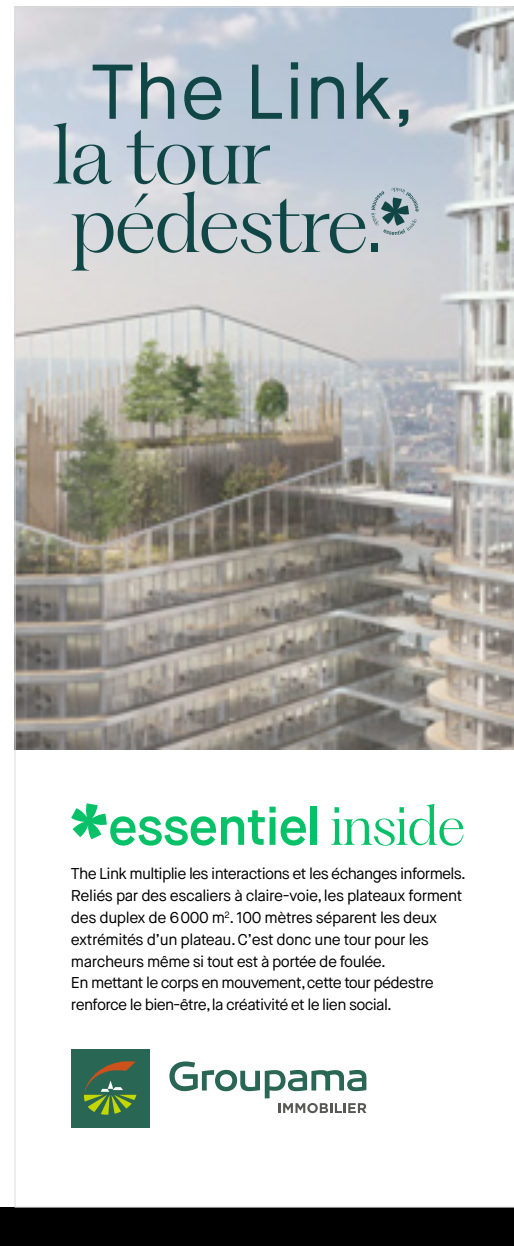


**Groupama**  
IMMOBILIER



# 08 Mise en scène

## Projet



Kakémono



Affiche



Post LinkedIn

## 09 Icônes expertises

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



Catégorie Expertise



Logistique



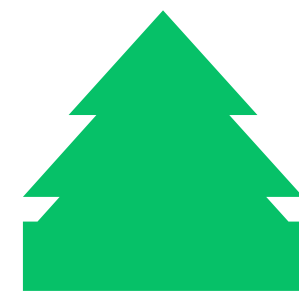
Tertiaire



Résidentiel

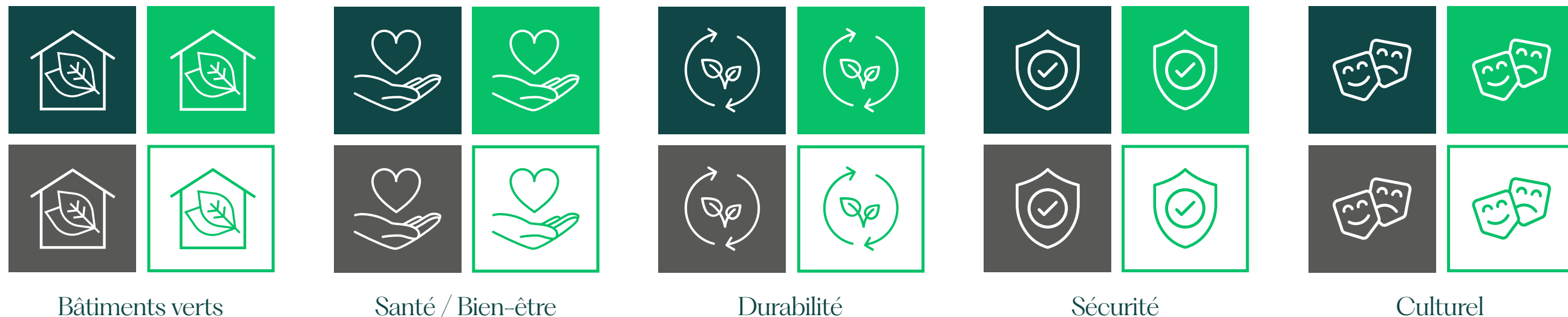


Patrimoine



Forêts

## 10 Pictos



















## 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 ».



















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



# Les applications

## Papeterie

Tête de lettre,  
Carte de correspondance 210x99 mm



Format A4

# Les applications

## Papeterie



Enveloppe blanche 220 x 110 mm

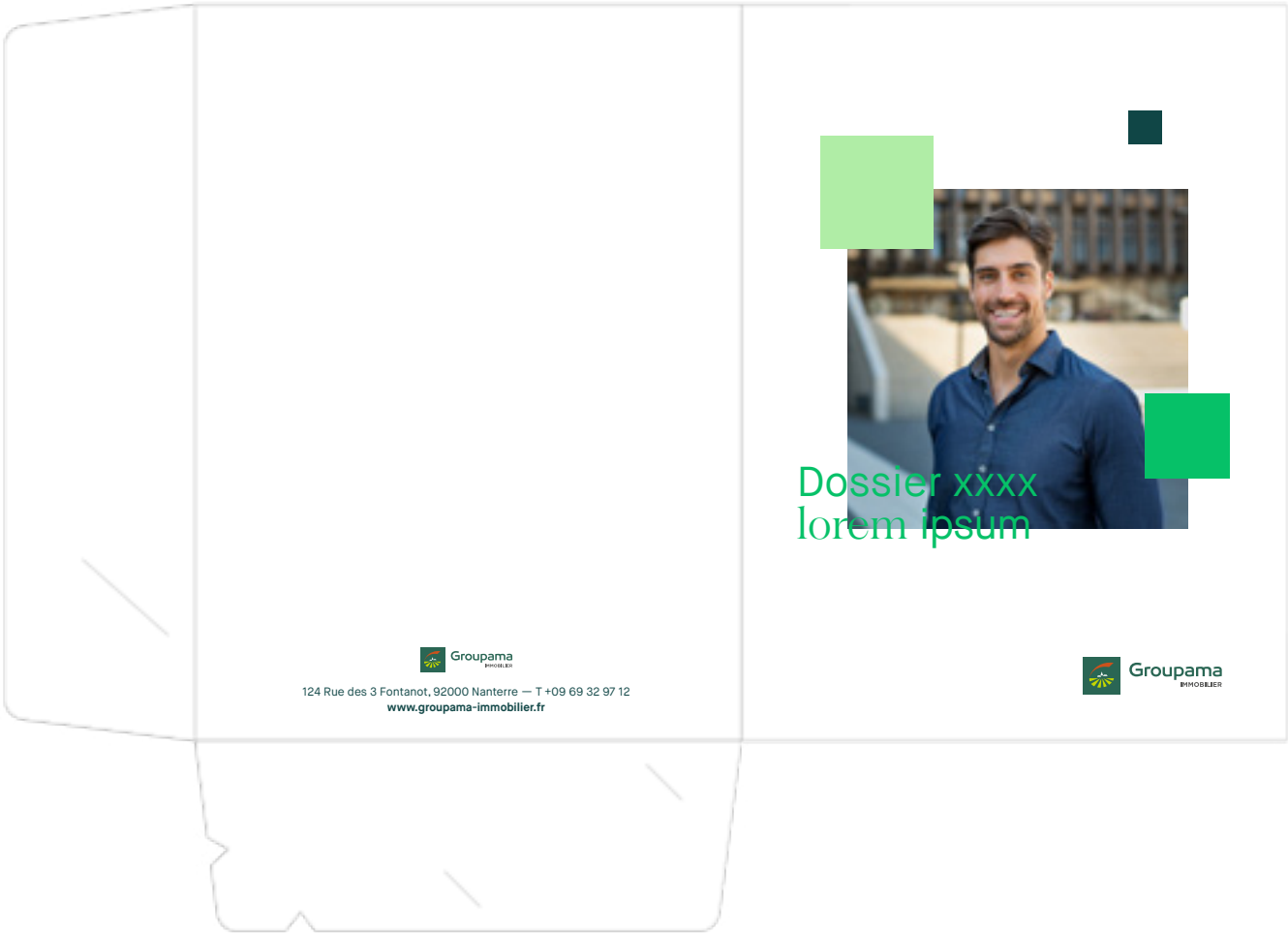


Enveloppe blanche 229 x 162 mm



# Les applications

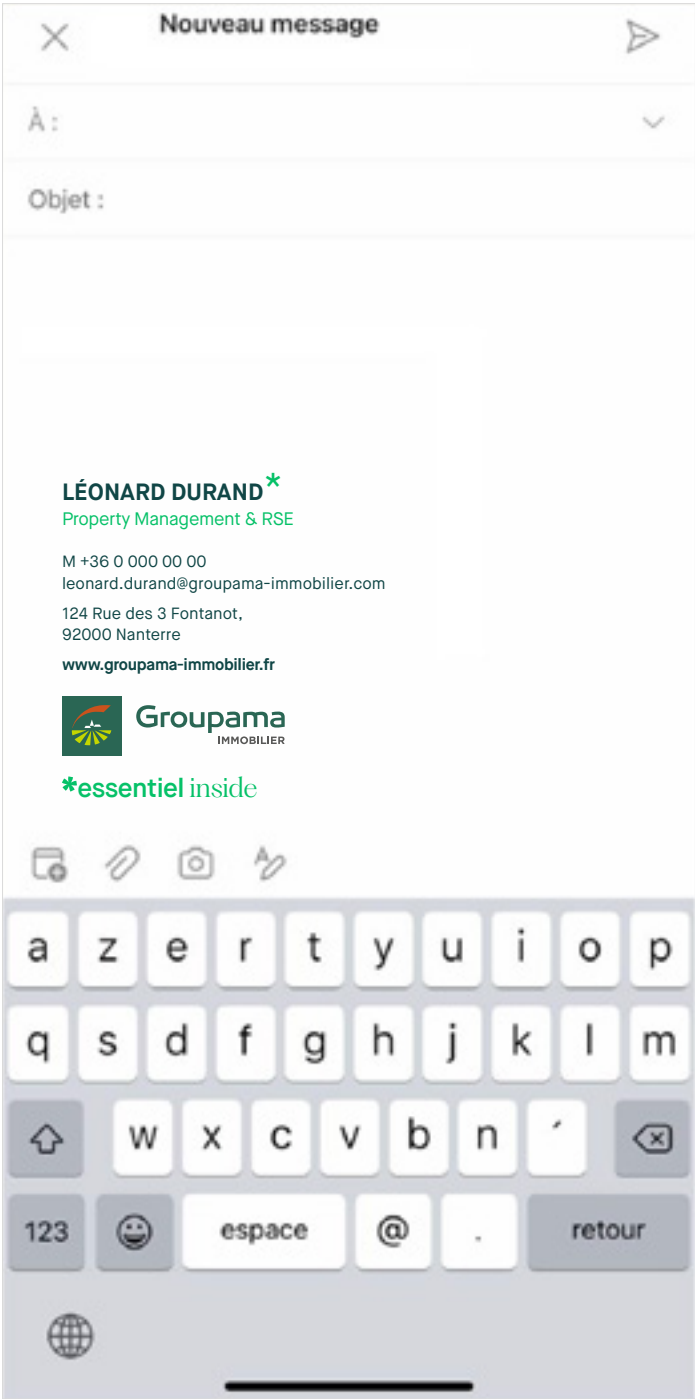
## Papeterie



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](http://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.

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.

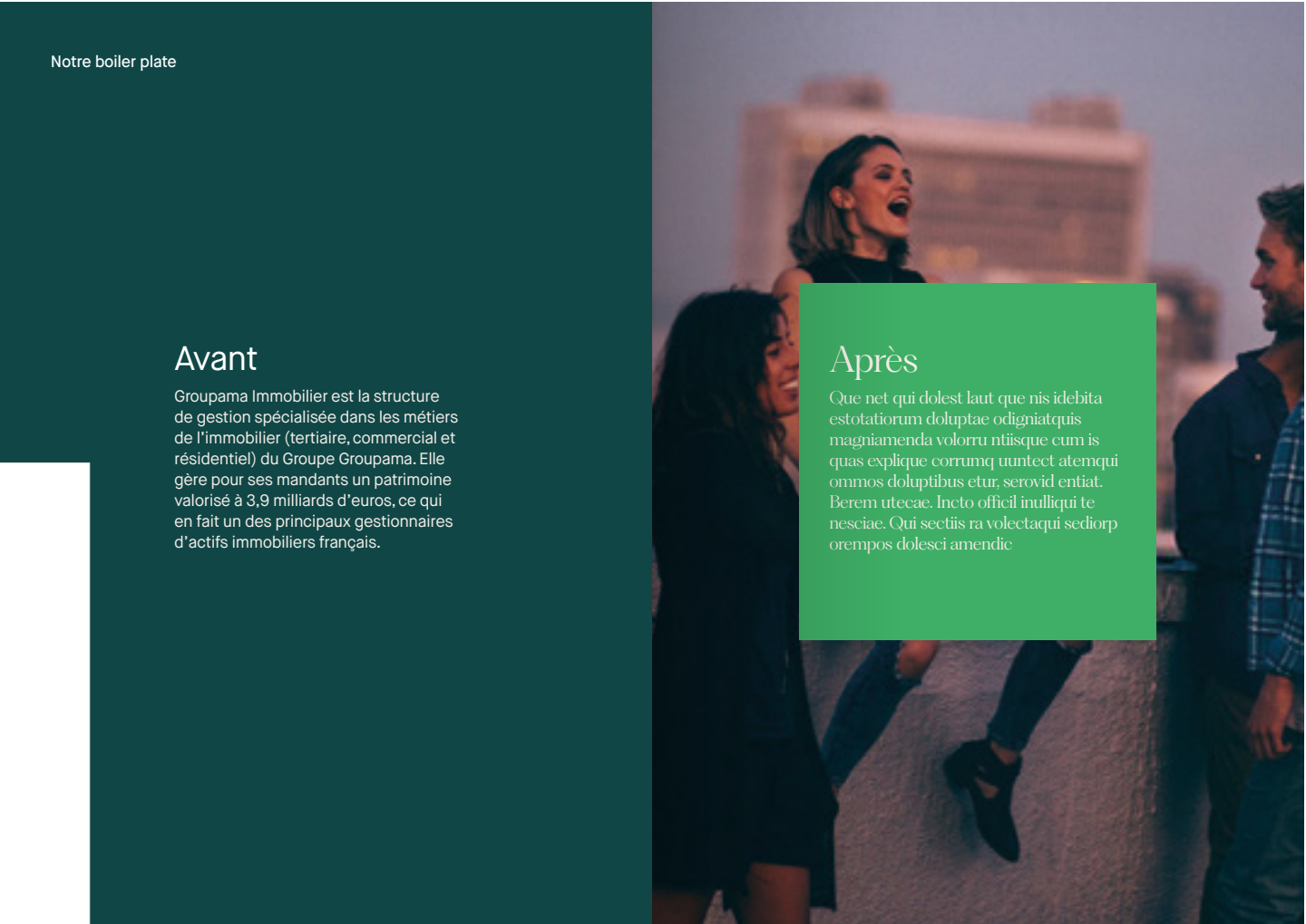
Ex : Double page intérieure

# Les applications

## Édition



Ex : Double page intérieure





# Les applications

## Édition

Notre proposition de valeur



Qu'est-ce que l'essentiel ?

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



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.



### Nos piliers

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

## 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, quis nostrud exercitation.



## 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.

## 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.

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



Notre vision  
de l'immobilier

\*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



Notre vision  
de l'immobilier

\*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



### Titre de la présentation

XX novembre 2023  
Nom du présentateur





### Titre du sommaire

01

Titre du chapitre

P.04

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

02

Titre du chapitre

P.04

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

03

Titre du chapitre

P.04

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



### Titre de la présentation

XX novembre 2023  
Nom du présentateur





### Titre du sommaire

01

Titre du chapitre

P.04

Titre du chapitre

P.04

02

Titre du chapitre

P.04

Titre du chapitre

P.04

03

Titre du chapitre

P.04

Titre du chapitre

P.04



# 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.

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

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.

TITRE DU PARAGRAPHE

SOUS-TITRE

— Lorem ipsum dolor sit amet dolor sit amet  
— Lorem ipsum dolor sit amet dolor sit amet  
— Lorem ipsum dolor sit amet dolor sit amet  
— Lorem ipsum dolor sit amet dolor sit amet  
— Lorem ipsum dolor sit amet dolor sit amet  
— Lorem ipsum dolor sit amet dolor sit amet  
— Lorem ipsum dolor sit amet dolor sit amet

68%

Aquid 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.

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

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.

TITRE DU PARAGRAPHE

SOUS-TITRE

— Lorem ipsum dolor sit amet dolor sit amet  
— Lorem ipsum dolor sit amet dolor sit amet  
— Lorem ipsum dolor sit amet dolor sit amet  
— Lorem ipsum dolor sit amet dolor sit amet  
— Lorem ipsum dolor sit amet dolor sit amet  
— Lorem ipsum dolor sit amet dolor sit amet





Titre du chapitre  
Titre diapositive

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 inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit.

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



| 83



# Les applications

## Masque PowerPoint

Titre du chapitre  
Titre diapositive

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

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

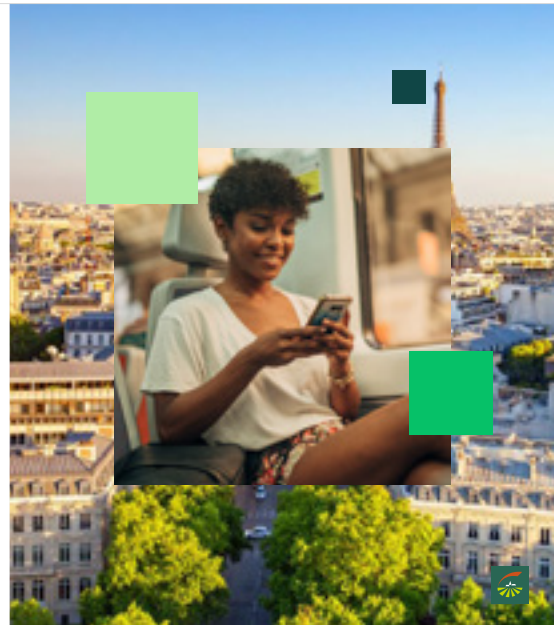
Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione. Sed sed ut perspicatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi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

Texte ou le  
pourcentage  
a metttr en  
exergue lorem  
consectetur  
adipissed lem.

10



Titre du chapitre  
Titre diapositive

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

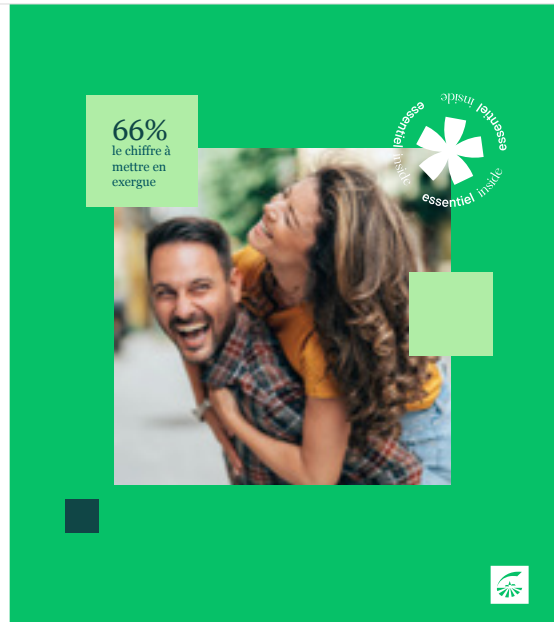
loremp ventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

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 perspicatis unde omnis iste natus error
- pilier 02
  - Sed ut perspicatis unde omnis iste natus error
- pilier 03
  - Sed ut perspicatis unde omnis iste natus error
  - Sed ut perspicatis 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

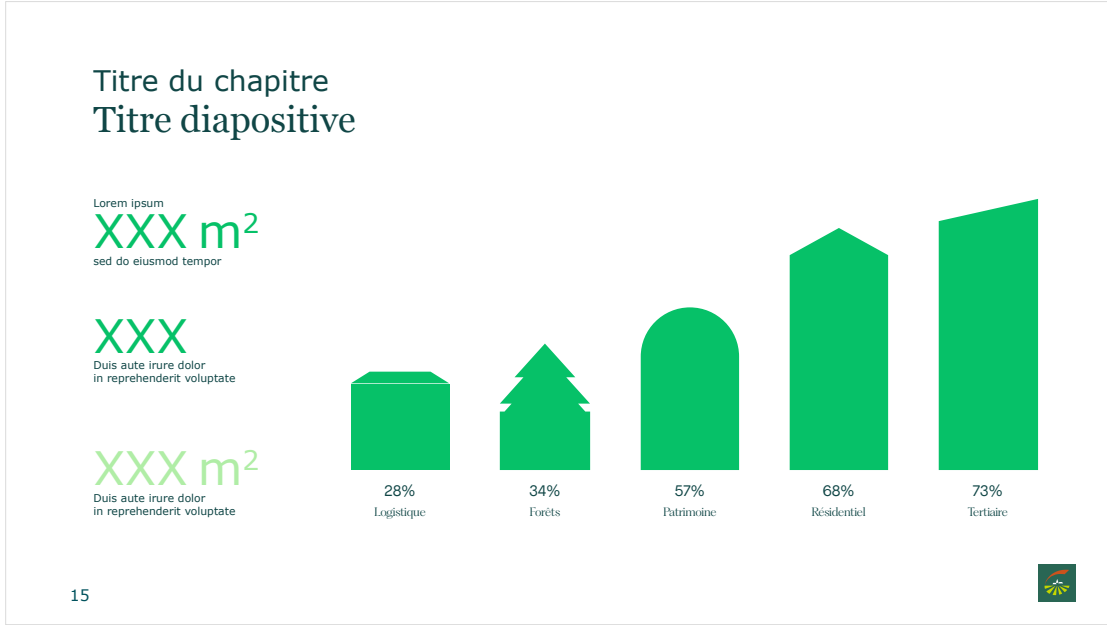
Oser

12



# Les applications

## Masque PowerPoint





# 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

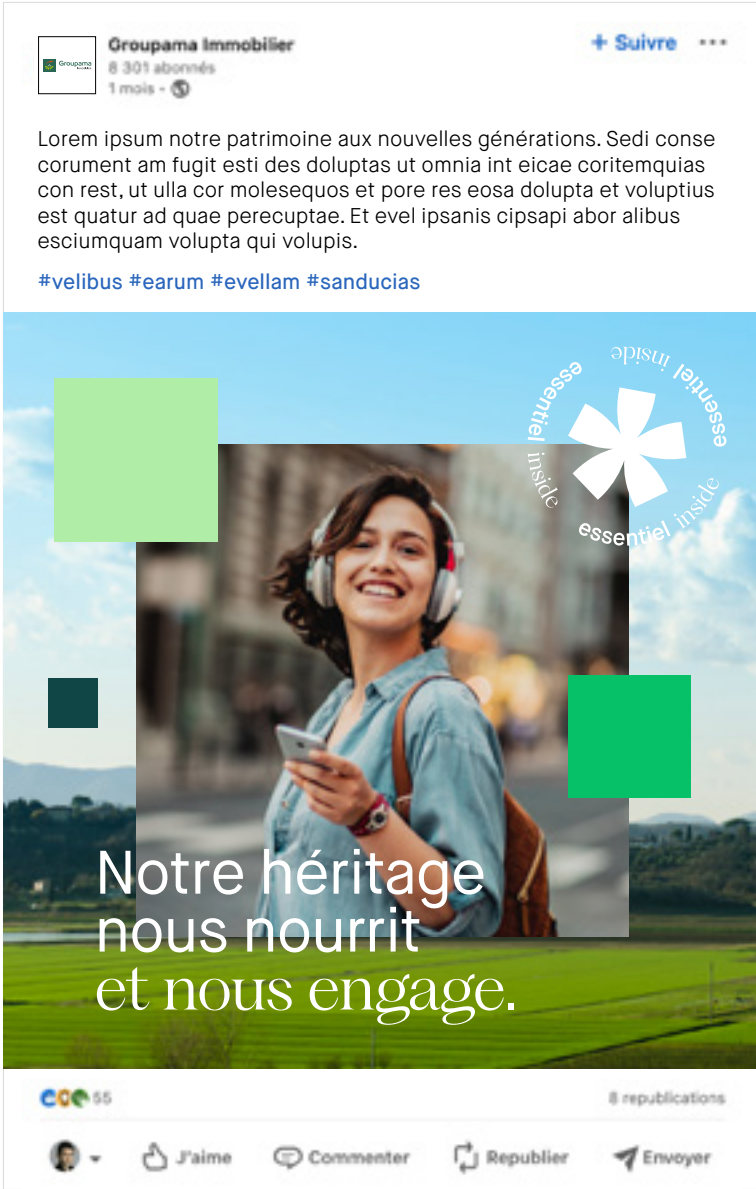


Mise en scène d'un chiffre ou de données  
clés dans un carré sur visuel

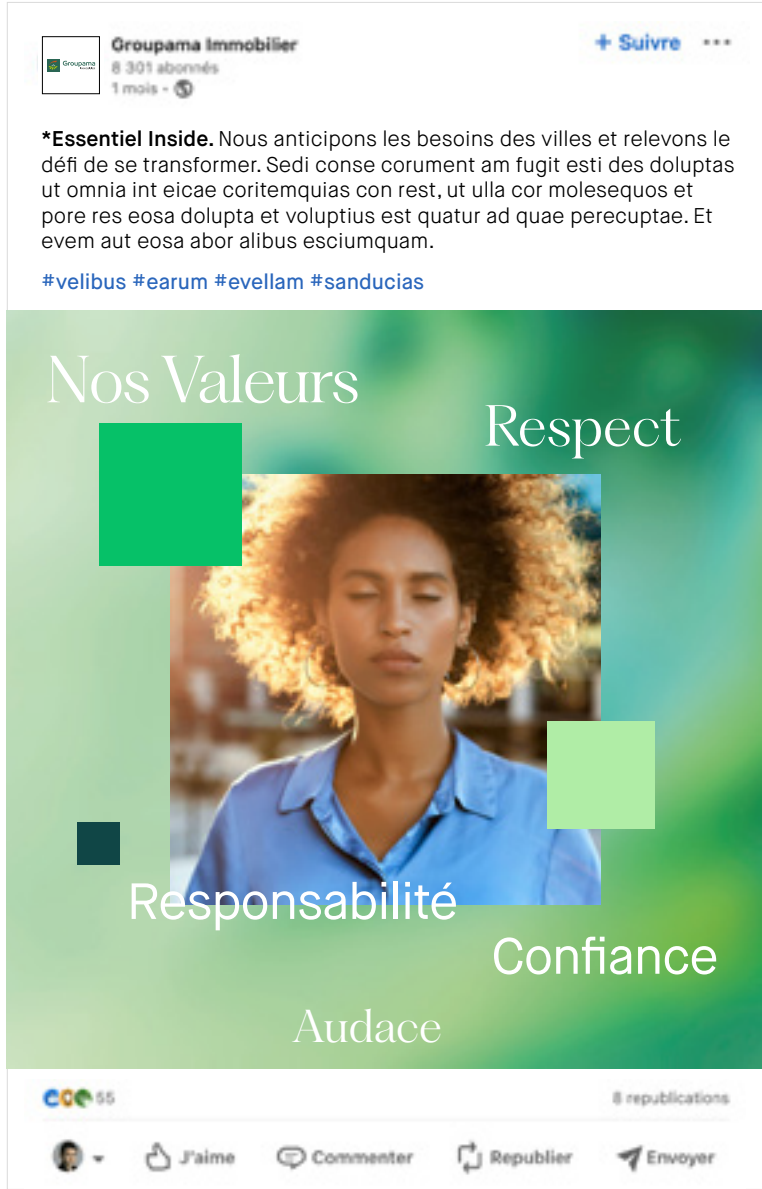
# Les applications Réseaux sociaux



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








Lorem ipsum  
dolores nest









**Groupama Immobilier**  
Immobilier  
Nanterre, Île-de-France · 8 604 abonnés  
Construisons de nouveaux horizons



[Voir les 117 employés](#)







Lorem ipsum  
dolores nest









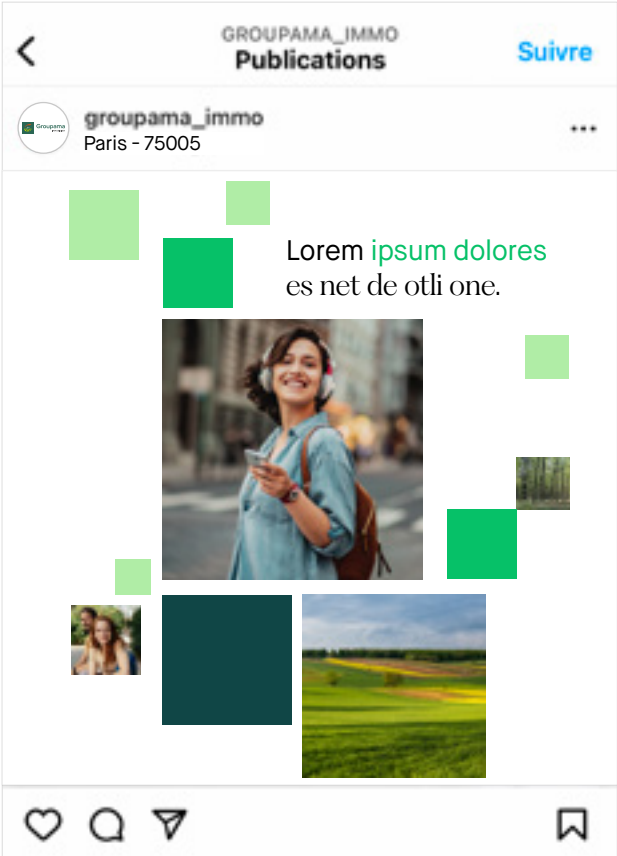
**Groupama Immobilier**  
Immobilier  
Nanterre, Île-de-France · 8 604 abonnés  
Construisons de nouveaux horizons



[Voir les 117 employés](#)

# Les applications

## Réseaux sociaux



Visuels Mosaique sur nos valeurs



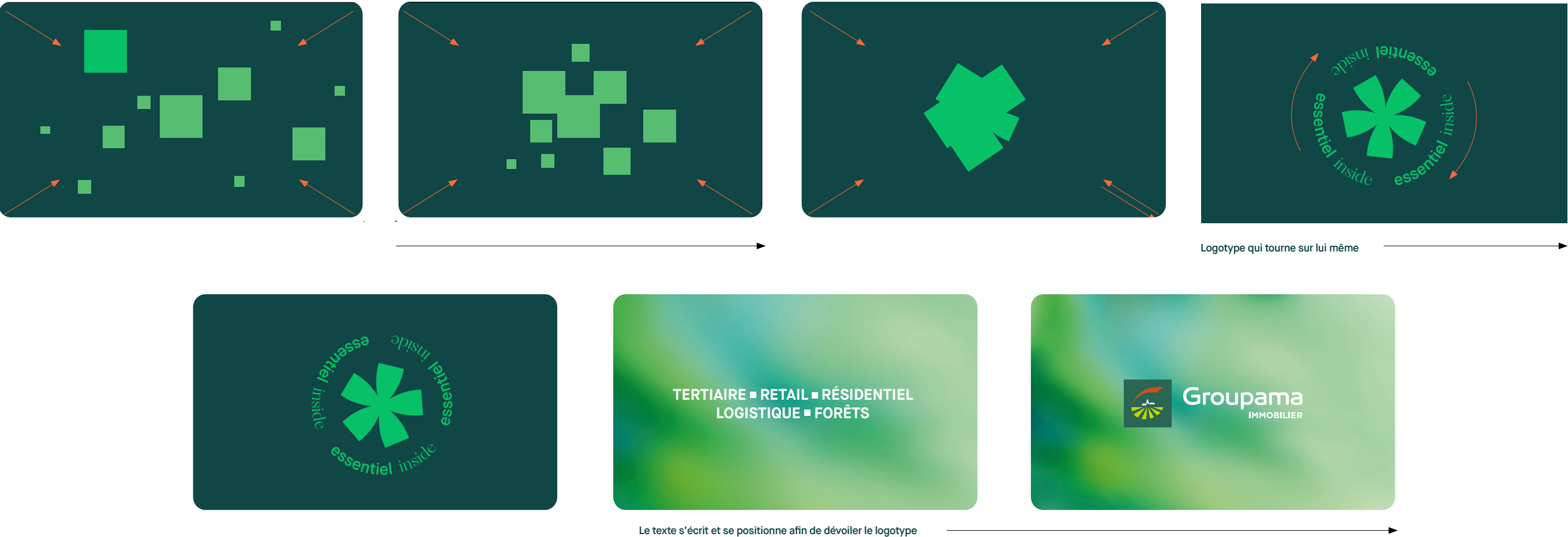
Visuels Instagram Conférence



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