

MOBILITÉ
HABITAT
SANTÉ BIEN-VIVRE
JURIDIQUE

CHARTE GRAPHIQUE.

Cette charte graphique décline l'ensemble des règles et codes visuels définissant notre Groupe et ses activités.

Ce document est l'outil de référence qui nous permet, ensemble, de donner une image claire, harmonieuse et cohérente d'IMA dans toutes nos prises de parole et supports.

Nous comptons sur vous pour l'appliquer.

N'hésitez pas à nous contacter pour avis sur tout document à destination de vos publics externes via cette adresse e-mail : com@ima.eu

LA DIRECTION GROUPE DE LA COMMUNICATION.

01

4 LES LOGOTYPES.

LE LOGOTYPE GROUPE IMA

- 5 Présentation, zone de protection et taille minimum
- 6 Versions couleurs du logotype
- 7 Exemples de mauvaises utilisations
- 8 Usage modéré du logotype

CERTIFICATION AFRC RELATION CLIENT 100% FRANCE

- 9 Règles essentielles d'utilisation du logotype
- 10 Préconisations d'utilisation du logotype

LES LOGOTYPES FILIALES ET ENTITÉS JURIDIQUES

- 12 Principe d'endossement, zone de protection, taille minimum et exception
- 13 Exemples, cas d'usage et cas particuliers filiales
- 14 Exemples et cas d'usage entités juridiques
- 15 Versions couleurs et mauvaises utilisations

LES LOGOTYPES PRODUITS

- 16 Principe d'endossement, construction, taille minimum et exception
- 17 Typographies, couleurs, univers d'activités transverses et règles d'utilisation

LES CAS SPÉCIFIQUES

- 18 Prise de parole avec un ou des partenaires

02

19 LES FONDAMENTAUX.

LES COULEURS GROUPE

- 20 Palette de couleurs essentielles Groupe, gammes de couleurs et couleurs de titrage

LES COULEURS UNIVERS

- 21 Palette de couleurs univers d'activités, gammes de couleurs et couleurs de titrage

LES TYPOGRAPHIES

- 22 Police de titrage, texte courant et polices de substitution
- 23 Police IMA Black
- 24 Mélange des typographies et couleurs

LES CODES GRAPHIQUES

- 25 Obliques
- 26 Frise univers d'activités
- 27 Lettres monogrammes, rappel des couleurs
- 28 Motifs, rappel des couleurs
- 29 Dataviz
- 30 Guillemets

L'ICONOGRAPHIE

- 31 Visuels emblématiques et secondaires
- 32 Visuels emblématiques Groupe, ambiance
- 33 Visuels emblématiques des univers d'activités, ambiance

LES PICTOGRAMMES

- 34 Construction, zone de protection, couleurs, et petite taille

03

35 LES APPLICATIONS.

L'ÉDITION

- 36 Placement du logotype sur les formats verticaux et horizontaux
- 37 Règles d'utilisation des codes graphiques sur les supports Groupe
- 38 Règles d'utilisation des codes graphiques sur les supports univers d'activités

LE DIGITAL

- 39 Design system
- 40 Communiqués de presse

LA BUREAUTIQUE

- 41 Masque PowerPoint
- 42 Signature e-mail

LA PAPETERIE

- 43 Carte de visite
- 44 En-tête de lettre et carte de correspondance

45 PANORAMA

46 VOS CONTACTS



01

LES LOGOTYPES.



LE LOGOTYPE GROUPE IMA.

PRÉSENTATION

Le logotype Groupe IMA est immuable. Il est composé du symbole et du nom GROUPE IMA tout en capitales. Sa couleur est monochrome gris ardoise. Les références de la couleur sont données ci-contre en RVB, hexadécimal, quadrichromie CMJN et ton direct Pantone (PMS).

ZONE DE PROTECTION

La zone de protection minimum définie autour du logotype est égale à la hauteur du « A » de IMA. Aucun élément graphique ne doit venir dans cet espace (sauf cas spécifiques p. 15).

TAILLE MINIMUM

La largeur minimum d'utilisation du logotype est de 15 mm pour les supports imprimés ou 80 pixels pour les supports digitaux. Dans ce cas spécifique, la zone de protection peut être réduite de 50 %.



COULEUR

R 91
V 110
B 131

#5b6e83

C 42
M 18
J 0
N 45

PMS 2165 C

ZONE DE PROTECTION



TAILLE MINIMUM



PRINT : 15 mm
WEB : 80 px

FAVICON



16 x 16 px

LE **LOGOTYPE** GROUPE IMA.

VERSIONS COULEURS DU LOGOTYPE

1. Version en gris ardoise, à privilégier sur un fond blanc ou clair.

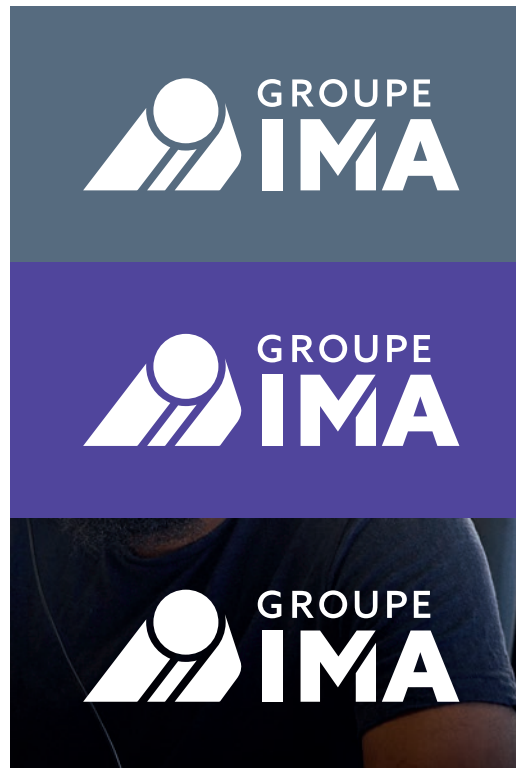
2. Version en blanc à utiliser sur un fond de couleur Groupe (voir p. 17) ou sur un visuel foncé.

3. Version en noir tramé à 75 % à utiliser sur fond blanc ou très clair pour les supports imprimés en N&B.

4. Version en noir aplat à utiliser sur fond blanc ou très clair quand aucune autre version n'est possible.



1



2



3



4

LE LOGOTYPE GROUPE IMA.

EXEMPLES DE MAUVAISES UTILISATIONS

1. Déformer le logotype.
2. Changer la couleur du logotype.
3. Modifier les proportions des éléments du logotype.
4. Changer la typographie ou la configuration du logotype.
5. Utiliser le logotype comme forme d'accueil d'une image.
6. Utiliser IMA seul.
7. Ajouter la mention d'un univers au logotype.



1



2



3



4



5



6



7

LE LOGOTYPE GROUPE IMA.

USAGE MODÉRÉ DU LOGOTYPE

Faire un usage modéré du logotype pour gagner en visibilité et qualité. Deux principes sont à intégrer aux usages :

- ne pas logotyper les applications qui « salissent » la marque ;
- ne pas logotyper les applications réglementaires.

Exemples d'applications à ne pas logotyper (liste non exhaustive) :

1. Panneaux parking, panneaux livraison, panneaux de signalétique directionnelle (sortie)
2. Affichage réglementaire (plan d'évacuation)
3. Paillasse...



1



2



3

LA **CERTIFICATION** AFRC RELATION CLIENT 100% FRANCE.

RÈGLES ESSENTIELLES D'UTILISATION DU LOGOTYPE

Certification valable jusqu'au
29 octobre 2027.

1. Le numéro d'attestation AFRC Relation 100% Client **106710** doit toujours figuré sous le logo.
2. La marque de garantie est toujours monochrome et sa taille d'**utilisation minimum** est de 12 mm de hauteur.
3. Le logo peut être reproduit uniquement en :
 - Gris sur fond blanc ou clair
 - Blanc sur fond foncé
 - Blanc sur cadre bleuToutes les versions comportent le bandeau tricolore.

Tous les supports externes mettant en avant ces logos doivent être envoyés, pour validation, aux organismes de certification, aux adresses suivantes :
communication@servicefrancegaranti.fr
et **info@relationclientfrance.fr**
+ mettre en copie **julie.lespinas@ima.eu**

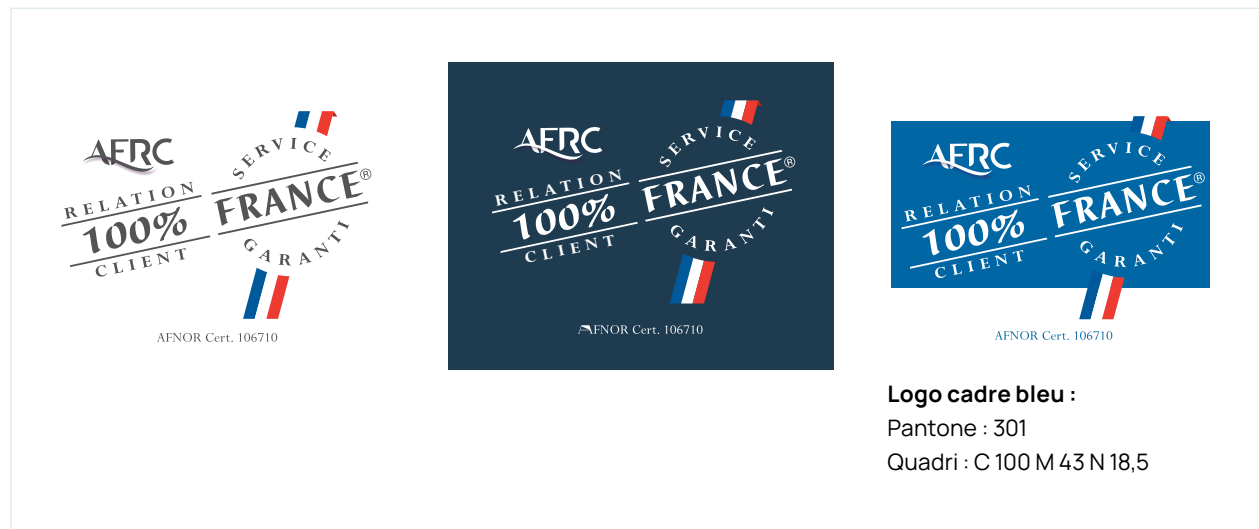


1

ZONE DE PROTECTION =
TAILLE DU "F" DE FRANCE



2



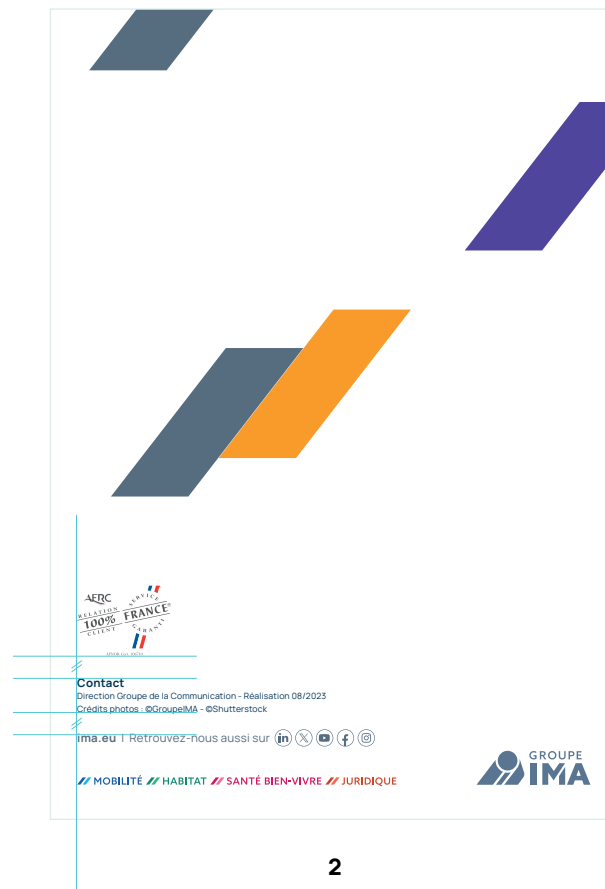
Logo cadre bleu :
Pantone : 301
Quadri : C 100 M 43 N 18,5

LA **CERTIFICATION** AFRC RELATION CLIENT 100% FRANCE.

PRÉCONISATIONS D'UTILISATION DU LOGOTYPE DANS UNE COMPOSITION

1. Exemple d'une affiche : en bas à droite de la composition à gauche du logo Groupe ou entité.

2. Exemple d'une 4^e de couverture d'un livret : au-dessus à gauche du bloc contact ou frise univers.



Tous les supports mettant en avant ces logos doivent être envoyés, pour validation, aux organismes de certification, aux adresses suivantes :
communication@servicefrancegaranti.fr
et info@relationclientfrance.fr
+ mettre en copie julie.lespinas@ima.eu

Taille logo hors
bandeau tricolore =
taille logo Groupe
ou entité



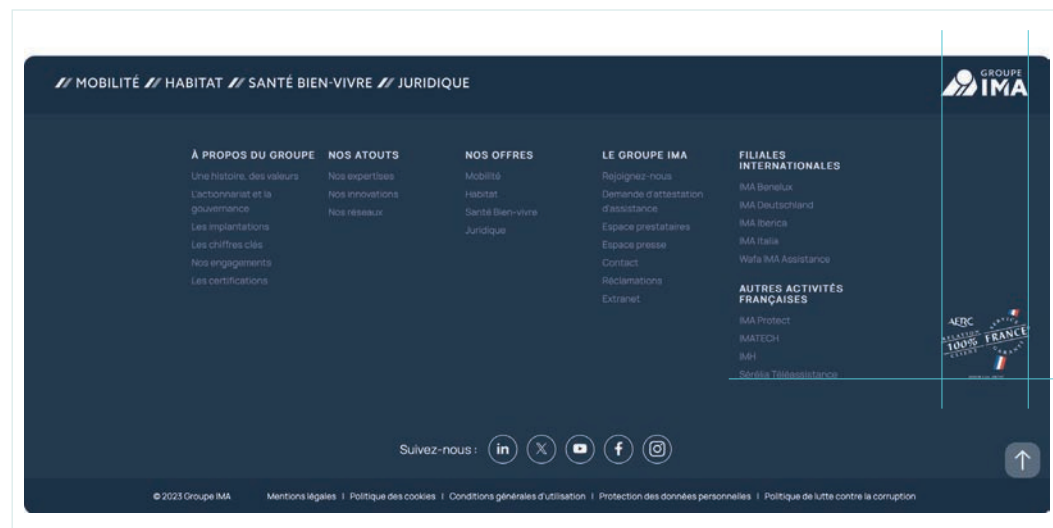
Hauteur filet
de séparation

LA **CERTIFICATION** AFRC RELATION CLIENT 100% FRANCE.

PRÉCONISATIONS D'UTILISATION DU LOGOTYPE DANS UNE COMPOSITION

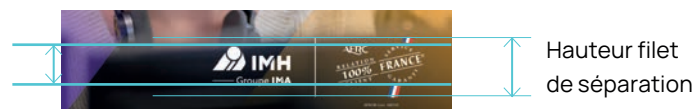
3. Exemple des sites web entités France :
en bas à droite du footer.

4. Exemple vignettes Réseau Sociaux : en
bas à droite avec séparation par un filet
vertical.



3

Tous les supports mettant en avant ces
logos doivent être envoyés, pour validation,
aux organismes de certification, aux
adresses suivantes :
communication@servicefrancegaranti.fr
et **info@relationclientfrance.fr**
+ mettre en copie **julie.lespinas@ima.eu**



4

LES LOGOTYPES FILIALES ET ENTITÉS JURIDIQUES.

PRINCIPE D'ENDOSSEMENT

Les logotypes filiales et entités juridiques sont modernisés (idem logotype Groupe) et endossés « Groupe IMA ».

Ils ne peuvent pas être utilisés sans leur endossement au Groupe. Leur couleur est monochrome gris ardoise. Voir les références de la couleur données ci-contre.

ZONE DE PROTECTION

La zone de protection minimum définie autour des logotypes filiales est égale à 60 % de la hauteur (X) du bloc principal (soit l'équivalent du cercle du logo).

Aucun élément graphique ne doit venir dans cet espace.

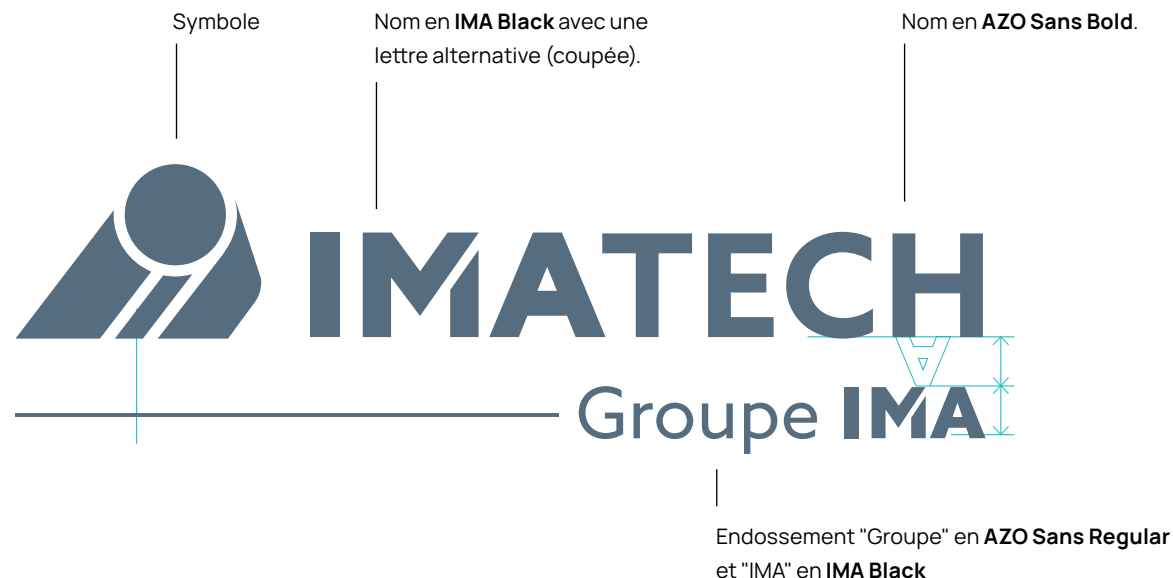
TAILLE MINIMUM

La hauteur minimum d'utilisation des logotypes est de 10 mm pour les supports imprimés ou 40 pixels pour les supports digitaux. Selon le procédé de reproduction utilisé, la taille minimum peut être augmentée.

EXCEPTION

Dans le cas où la hauteur minimum d'utilisation ne peut être respectée, les logos peuvent être utilisés sans endossement (goodies, application mobile...). La mention du Groupe IMA doit tout de même apparaître sur le support.

PRINCIPE



COULEUR

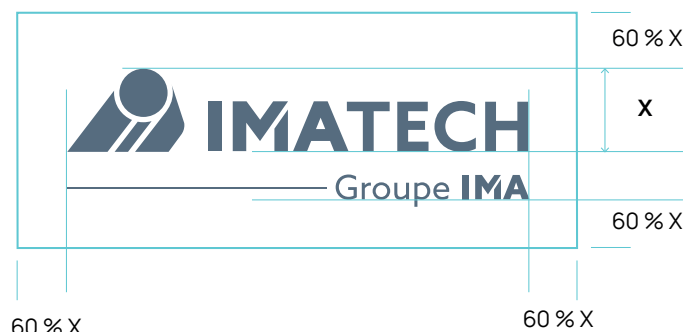
R 91
V 110
B 131

#5b6e83

C 42
M 18
J 0
N 45

PMS 2165 C

ZONE DE PROTECTION



TAILLE MINIMUM



FAVICON



16 x 16 px

LES LOGOTYPES FILIALES ET ENTITÉS JURIDIQUES.

EXEMPLES

Exemples ci-contre de logotypes filiales modernisés et endossés au Groupe.

CAS D'USAGE

Les logotypes filiales sont à utiliser sur les documents juridiques, cartes de visite, signatures e-mail et sites web. Dans tous les autres cas, le logo Groupe IMA est à privilégier.

LOGOTYPES FILIALES AVEC ENDOSSEMENT



CAS PARTICULIERS

Les logotypes Wafa IMA ASSISTANCE et IMA BENELUX ASSISTANCE ne sont pas harmonisés graphiquement ni endossés, car ils vivent déjà aujourd'hui comme des entités à part du Groupe (pluri actionnaires).

CAS PARTICULIERS



LES **LOGOTYPES** FILIALES ET ENTITÉS JURIDIQUES.

EXEMPLES

Exemples ci-contre de logotypes entités juridiques modernisés et endossés au Groupe.

CAS D'USAGE

Les logotypes des entités juridiques sont à utiliser uniquement sur les documents juridiques. Dans tous les autres cas, le logo Groupe IMA est à privilégier.

LOGOTYPES ENTITÉS JURIDIQUES AVEC ENDOSSEMENT



LES **LOGOTYPES** FILIALES ET ENTITÉS JURIDIQUES.

VERSIONS COULEURS

1. Version en gris ardoise, à privilégier sur un fond blanc ou clair.
2. Version en blanc à utiliser sur un fond de couleur Groupe ou sur un visuel foncé.
3. Version en noir tramé à 75 % à utiliser sur fond blanc ou très clair pour les supports imprimés en N&B.
4. Version en noir aplat à utiliser sur fond blanc ou très clair quand aucune autre version n'est possible.

MAUVAISES UTILISATIONS

Les mauvaises utilisations des logotypes filiales sont identiques aux exemples présentés p. 7 pour le logotype Groupe IMA.



1



2



3



4

PRINCIPE D'ENDOSSEMENT

Tous les logotypes produits doivent être endossés et respecter le modèle ci-contre. L'endossement peut être placé en dessous du logotype ou bien à sa droite en fonction des supports.

CONSTRUCTION

La phrase d'endossement est composée en AZO Sans Regular pour la partie texte et avec le monogramme IMA.

TAILLE MINIMUM

La hauteur minimum d'utilisation de l'endossement est égale à 4 mm pour les supports imprimés ou 20 px pour les supports digitaux.

EXCEPTION

Dans le cas où la hauteur minimum d'utilisation de l'endossement ne peut être respectée, les logos peuvent être utilisés sans endossement (goodies, application mobile...). La mention du Groupe IMA doit tout de même apparaître sur le support. Seuls les logos IMAWAY, TOOLTO et IMACARE sont utilisés sans endossement.

PRINCIPE D'ENDOSSEMENT



CONSTRUCTION

PRINT : le "o" de Groupe avec lettres g, j, p, q et y

TAILLE MINIMUM



PRINT : 8 mm
WEB : 32 px

Endossement "Groupe" en **AZO Sans Regular**
et "IMA" en **IMA Black**

ALTERNATIVE DE PLACEMENT POSSIBLE DE L'ENDOSSEMENT



PRINT : taille du "A"
de Groupe IMA

PRINT : 5 mm
WEB : 25 px



LES LOGOTYPES PRODUITS.

TYPOGRAPHIES

Si le mot « IMA » est utilisé dans le nom du produit, il doit être en typographie IMA Black avec le M en lettre alternative (coupée). Pour le reste du nom du produit, il n'est pas obligatoire d'utiliser une typographie de la charte Groupe.

COULEURS

Les logotypes produits doivent comporter une touche de couleur en lien avec leur univers d'activité : bleu pour la Mobilité, vert pour l'Habitat, rose pour la Santé Bien-vivre et terracotta pour le Juridique (exception pour IMAWAY, IMACARE et IMA PROTECT).

Une deuxième couleur de la palette Groupe peut être utilisée (voir p. 17). En revanche, il est interdit d'utiliser des couleurs hors charte.

UNIVERS D'ACTIVITÉS

TRANSVERSES

Les logotypes des produits transverses (qui ne sont pas en lien avec un univers en particulier, par exemple les produits de gestion assurantielle, de formation...) adoptent une mise en couleur spécifique, en violet ou en jaune selon l'univers d'activité.

// MOBILITÉ

ask**jacques**
— Groupe IMA

DIAG
Groupe IMA

CYCLO+
— Groupe IMA

Mobiflex.
— Groupe IMA

movy**fleet**
— Groupe IMA

mon rdv
AUTO
— Groupe IMA

GLOBAL
SUPPORT
— Groupe IMA

assur'
Panne
— Groupe IMA

// HABITAT

Dépannage.**help**
— Groupe IMA

Travaux.**help**
— Groupe IMA

ELECARE
— Groupe IMA

// SANTÉ BIEN-VIVRE

IMA santé
— Groupe IMA

Serelia
— Groupe IMA

SÉRIMALIS
— Groupe IMA

// JURIDIQUE

mon rdv
JURIDIQUE
— Groupe IMA

alex
Groupe IMA

ÉLOÏSE
— Groupe IMA

// UNIVERS D'ACTIVITÉS TRANSVERSES

IMA SKILLS
— Groupe IMA

CAS PARTICULIERS

Les logotypes IMAWAY, TOOLTO et IMACARE n'évoluent pas. Celui d'IMA PROTECT est modernisé mais garde ses couleurs d'origine.



TOOLTO



RÈGLES D'UTILISATION

Seuls les offres et outils avec des enjeux de visibilité et de développement sont logotés. Les projets internes n'ont pas besoin de logos spécifiques. Si vous avez une interrogation sur la création d'un nom / logo pour un de vos projets, contactez la Direction de la Communication.

LES CAS SPÉCIFIQUES.

PRISE DE PAROLE AVEC UN OU DES PARTENAIRES

Dans les cas où le Groupe IMA cosigne un document avec un ou plusieurs partenaires, on veillera dans la mesure du possible à ce que le logotype Groupe IMA soit placé à droite, espacé du logotype partenaire de six largeurs du « I » d'IMA avec au centre un filet vertical noir ou gris, de 0,5 pt. Sa hauteur est justifiée sur le logotype Groupe IMA.

PRINCIPE DE CONSTRUCTION



NOTICE D'INFORMATION ASSISTANCE SANTÉ INDIVIDUELLE RÉFÉRENCE MIG 100 - EX-MSG

Parce que certaines situations peuvent fortement perturber votre quotidien et nécessitent un accompagnement de proximité, KLÉSIA Mut' vous propose un service d'assistance adapté à vos besoins et disponible 24h/24 et 7j/7.

05 49 34 81 36 OU +33 5 49 34 81 36 depuis l'étranger





02

LES **FONDAMENTAUX.**



LES COULEURS GROUPE.

PALETTE DE COULEURS

ESSENTIELLES GROUPE

Les couleurs essentielles du Groupe sont à utiliser sur tous les supports de communication Groupe (rapport annuel, site web, newsletter, brochure...). Elles peuvent être associées à celles correspondant aux univers d'activités (p. 22) si le sujet s'y prête.

Exemple : un article sur le sujet du « bien vieillir » dans le rapport annuel pourra utiliser les codes couleurs de l'univers Santé Bien-vivre (rose).

GAMMES DE COULEURS

Les couleurs essentielles Groupe sont déclinées en camaïeu. Le gris, violet et jaune sont les couleurs à privilégier sur l'ensemble des supports.

COULEURS DE TITRAGE

Les couleurs les plus foncées sont à utiliser pour les titrages en digital.

Valeurs principales

R 91	C 42
V 110	M 18
B 131	J 0
	N 45
#5b6e83	PMS 2165 C

R 100	C 75
V 25	M 80
B 190	J 0
	N 0
#6419be	PMS 267 C

R 245	C 0
V 155	M 45
B 20	J 100
	N 0
#f59b14	PMS 130 C

R 75	C 70
V 170	M 10
B 170	J 35
	N 0
#4baaaa	PMS 631 C

Valeurs secondaires

R 135	C 35
V 155	M 15
B 175	J 0
	N 35
#879baf	

R 130	C 65
V 65	M 70
B 225	J 0
	N 0
#8241e1	

R 255	C 0
V 185	M 30
B 30	J 90
	N 0
#ffb91e	

R 130	C 55
V 200	M 0
B 200	J 25
	N 0
#82c8c8	

R 230	C 10
V 235	M 5
B 240	J 0
	N 5
#e6ebf0	

R 240	C 10
V 235	M 15
B 250	J 0
	N 0
#f0ebfa	

R 255	C 0
V 245	M 5
B 230	J 10
	N 0
#fff5e6	

R 230	C 10
V 240	M 0
B 240	J 5
	N 0
#e6f0f0	

Pour les textes en digital

R 40	C 90
V 60	M 40
B 80	J 0
-	N 70
Ratio 11,3	
#283c50	

R 80	C 85
V 15	M 95
B 160	J 0
-	N 0
Ratio 10,9	
#500fa0	

R 240	C 0
V 135	M 55
B 10	J 100
	N 0
#f0870a	

R 20	C 85
V 130	M 35
B 130	J 50
-	N 0
Ratio 4,6	
#148282	

LES COULEURS UNIVERS.

PALETTE DE COULEURS UNIVERS

D'ACTIVITÉS

Les couleurs des univers d'activités sont à utiliser sur les supports dédiés à ces univers. Exemple pour l'utilisation du bleu : brochure commerciale sur une offre Mobilité. En complément de ces quatre couleurs, les couleurs du Groupe peuvent être utilisées.

GAMMES DE COULEURS

Chaque gamme de couleurs correspond à un univers :

- **le bleu** pour Mobilité,
- **le vert** pour Habitat,
- **le rose** pour Santé Bien-vivre,
- **le terracotta** pour Juridique.

Les couleurs sont déclinées en camaïeu. La couleur principale est à utiliser pour débiter un support dédié, sur un monogramme ou un aplat de couverture, par exemple. Les couleurs secondaires sont uniquement disponibles pour les graphiques, tableaux, etc., et toujours en soutien de la couleur principale de l'univers.

COULEURS DE TITRAGE

Les couleurs les plus foncées sont à utiliser pour les titrages en digital.

Valeurs principales

R 15	C 80
V 145	M 30
B 210	J 0
	N 0
#0f91d2	PMS 2925 C

Valeurs secondaires

R 40	C 70
V 180	M 5
B 235	J 0
	N 0
#28b4eb	

R 220	C 15
V 240	M 0
B 255	J 0
	N 0
#dcf0ff	

Pour les textes en digital

R 25	C 90
V 85	M 65
B 155	J 5
-	N 0
Ratio 8,9	
#19559b	

R 0	C 77
V 170	M 0
B 120	J 65
	N 0
#00aa78	PMS 339 C

R 0	C 60
V 195	M 0
B 120	J 55
	N 0
#00c378	

R 215	C 20
V 245	M 0
B 230	J 15
	N 0
#d7f5e6	

R 0	C 90
V 135	M 25
B 105	J 70
-	N 0
Ratio 4,5	
#008769	

R 240	C 0
V 70	M 85
B 125	J 20
	N 0
#f0467d	PMS 205 C

R 255	C 0
V 110	M 70
B 150	J 15
	N 0
#ff6e96	

R 255	C 0
V 230	M 15
B 240	J 0
	N 0
#ffe6f0	

R 210	C 10
V 10	M 100
B 90	J 40
-	N 0
Ratio 5,3	
#d20a5a	

R 225	C 5
V 70	M 83
B 50	J 80
	N 0
#e14632	PMS 7625 C

R 245	C 0
V 95	M 65
B 70	J 60
	N 0
#f55f46	

R 255	C 0
V 230	M 15
B 220	J 15
	N 0
#ffe6dc	

R 200	C 20
V 60	M 85
B 30	J 100
-	N 0
Ratio 5,1	
#c83c1e	

LES **TYPOGRAPHIES.****POLICE DE TITRAGE**

La police de titrage est l'AZO Sans (Regular ou Light) combinée à l'IMA Black. Cette dernière, basée sur l'AZO Sans Black, propose des glyphes alternatifs qui possèdent une découpe évoquant celle du logotype (cf. page suivante).

Si les logiciels utilisés ne permettent pas d'accéder aux glyphes alternatifs, on utilisera exceptionnellement la police IMA Alt. La police AZO Sans est disponible sur Adobe Fonts :

<https://fonts.adobe.com/fonts/azo-sans>

IMA Black et IMA Alt sont des polices disponibles auprès de la Direction de la Communication.

TEXTE COURANT

La police de texte courant est la Manrope. Elle est disponible sur Google Fonts :

<https://fonts.google.com/specimen/Manrope?query=manrope>

POLICES DE SUBSTITUTION

Pour le titrage, la police est l'Arial Black combinée à l'Arial Regular. Pour le texte courant, l'Arial Regular et Bold sont à utiliser.

TITRAGE :
AZO SANS + IMA COMBINÉES

ABC A
123 A
ABC B
123 B

AZO SANS REGULAR
AZO SANS LIGHT

+

IMA BLACK
IMA ALT

TEXTE COURANT :
MANROPE

LOREM IPSUM SIT AMET COLOREM

Iquaerchil ipicillaut ut ommodi blabo.
Estis ex estem voloreprae eumquae
nonsect atquiant.

Sed ut aditios etur ? Etur audandae autem evel is perem harum fugia quaeceaque plitatur sit, ad mod magnis alit, nonectotati idiam archil iuntorrum hit, exercit iistenia destem corepe pero is doluptius ut recum dolupta ipsam que as endicit que nihiciandit endus, sitio magnimini beat eaqui rem.
Dolupta ipsam que as endicit que nihiciandit endus, sitio magnimini beat eaqui rem et latus.

MANROPE ExtraBold
MANROPE Bold
MANROPE SemiBold
MANROPE Medium
MANROPE Regular

POLICE DE SUBSTITUTION
EN BUREAUTIQUE :
TITRAGE ET TEXTE COURANT
ARIAL

ABC
abc
123

LOREM IPSUM SIT AMET ET COLOREM

Iquaerchil ipicillaut ut ommodi blabo.
Estis ex estem voloreprae eumquae
nonsect atquiant.

Sed ut aditios etur? Etur audandae autem evel is perem harum fugia quaeceaque plitatur sit, ad mod magnis alit, nonectotati idiam archil iuntorrum hit, exercit iistenia destem corepe pero is doluptius ut recum dolupta ipsam que as endicit que endus, sitio magnimini beat eaqui rem et latus.

ARIAL Black
ARIAL Bold
ARIAL Regular

POLICE IMA BLACK

La typographie IMA Black comprend des lettres et chiffres alternatifs accessibles via les glyphes : ils ont été créés avec une découpe évoquant le logotype du Groupe IMA. Leur utilisation est limitée à une seule lettre par mot ou expression.

Un double slash a été créé en suivant l'inclinaison du logotype pour mentionner les univers d'activités du Groupe (voir p. 23).

Si les logiciels utilisés ne permettent pas d'accéder aux glyphes alternatifs, on utilisera exceptionnellement la police IMA Alt.

Les typographies IMA Black et IMA Alt sont disponibles auprès de la Direction de la Communication.

A B D E F G H J K L M N
O P R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . //

**ASSISTER
 DÉPANNER
 RÉPARER
 SOUTENIR
 CONSEILLER
 ÉCOUTER**

// MOBILITÉ

// HABITAT

// SANTÉ BIEN-VIVRE

// JURIDIQUE

MÉLANGE DES TYPOGRAPHIES

Pour mettre en avant un titre, un mot ou une expression, nous utilisons la typographie IMA Black avec une seule lettre découpée par ligne.

Le point concluant le titrage est aussi en IMA Black.

Le reste du titre est en capitales en AZO Sans Regular ou Light selon les contraintes de lisibilité.

COULEURS

Seules deux couleurs sont utilisées sur un titre. S'il s'agit d'un titre d'un document Groupe, les couleurs à utiliser sont celles du Groupe. La logique est la même pour un titrage relevant d'un univers d'activité.

Les couleurs Groupe et univers d'activités ne doivent pas être mélangées au sein d'un même titre. Seul le gris ardoise peut être utilisé avec les couleurs Groupe et comme les couleurs univers.

Une seule lettre découpée par ligne est autorisée et doit se trouver dans le mot ou l'expression mis en avant.

Un mot ou une expression est mis en exergue dans une des couleurs du Groupe ou de l'univers d'activité et en typographie **IMA Black**.

VOUS **ACCOMPAGNER** AU QUOTIDIEN.

Le reste du titrage est en **AZO Sans Regular** ou **Light**, selon les contraintes de lisibilité, et en gris ardoise (couleur du Groupe) ou noir.

Un point en typographie **IMA Black** ponctue chaque titre. Il adopte une couleur du Groupe ou de l'univers d'activité. Cette couleur doit être la même que celle du mot ou de l'expression mis en avant.

LES CODES GRAPHIQUES.

OBLIQUES

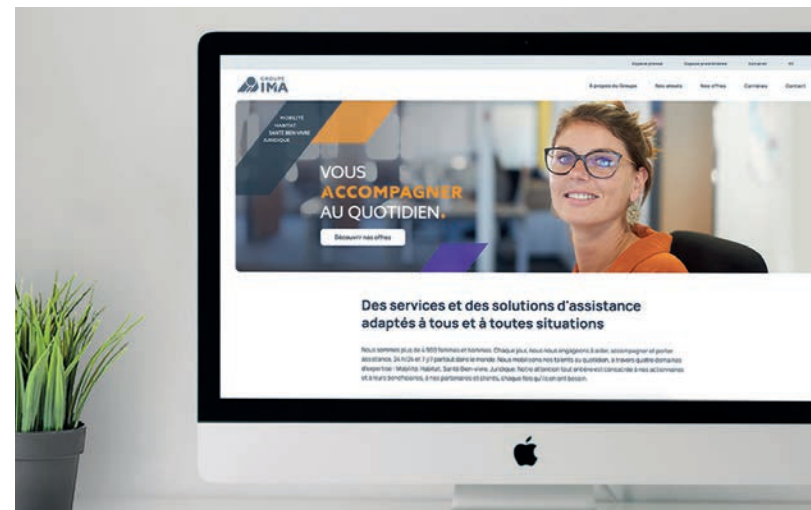
Des obliques inspirées du logotype viennent marquer les différents supports.

Elles reprennent les couleurs du Groupe et sont placées en décalage. Elles peuvent être utilisées côte à côte ou bien à distance pour créer un rythme dans la composition de la page (entre 1 et 5 obliques par page au maximum). Lorsque les obliques sont côte à côte, celle de gauche doit systématiquement se situer en dessous de celle de droite (voir exemple ci-contre).

Elles arrivent de préférence par le haut du document, mais une oblique peut aussi venir du bas pour dynamiser l'ensemble si besoin.

Les obliques peuvent également venir habiller certains supports univers d'activités en complément des monogrammes et des motifs. Elles sont alors à utiliser en blanc ou nuances de gris.

Les éléments graphiques (obliques, frise univers d'activités, monogrammes...) sont disponibles auprès de la Direction de la Communication.



LES CODES GRAPHIQUES.

FRISE UNIVERS D'ACTIVITÉS

Les univers apparaissent toujours dans l'ordre ci-contre. Ils sont précédés de deux slashes, dessinés à partir du logotype, aux couleurs de l'univers qu'ils précèdent.



1. COUVERTURE SUPPORTS

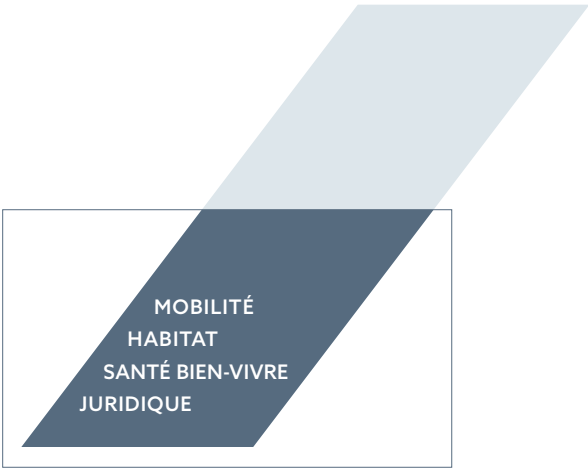
Les univers sont intégrés aux obliques des premières de couverture et suivent leur inclinaison. Ils sont blancs sur fond foncé ou gris sur fond clair.

2. DOS / PIED DE PAGE

Les univers peuvent exister en couleur, en gris sur fond clair ou en blanc sur fond foncé.

Les univers d'activités sont traduits pour chacune des filiales internationales.

Les éléments graphiques (obliques, frise univers d'activités, motifs...) sont disponibles auprès de la Direction de la Communication.



1

// MOBILITÉ // HABITAT // SANTÉ BIEN-VIVRE // JURIDIQUE

// MOBILITÉ // HABITAT // SANTÉ BIEN-VIVRE // JURIDIQUE

// MOBILITÉ // HABITAT // SANTÉ BIEN-VIVRE // JURIDIQUE

2

FRANÇAIS	ANGLAIS	ESPAGNOL	PORTUGAIS	ITALIEN	ALLEMAND	NÉERLANDAIS
MOBILITÉ	MOBILITY	MOVILIDAD	MOBILIDADE	MOBILITÀ	MOBILITÄT	MOBILITEIT
HABITAT	HOME	HOGAR	LAR	ABITAZIONE	HAUS UND WOHNEN	WONING
SANTÉ BIEN-VIVRE	WELLNESS	SALUD	SAÚDE E BEM-ESTAR	SALUTE E BENESSERE	GESUNDHEIT UND PFLEGE	GEZONDHEID EN WELZIJN
JURIDIQUE	LEGAL	LEGAL	JURÍDICO	LEGALE	RECHTLICHES	RECHTSBIJSTAND

LES CODES GRAPHIQUES.

LETTRES MONOGRAMMES

Pour chaque univers d'activité, une lettrine en caractère alternatif de l'IMA Black dans la couleur principale de leur palette respective vient compléter l'iconographie : M bleu pour Mobilité, H vert pour Habitat, S rose pour Santé Bien-vivre et J terracotta pour Juridique.

Ces lettres sont à utiliser principalement en transparence (75 % d'opacité) sur les visuels et ne doivent pas être placées sur les visages.

L'utilisation d'un monogramme doit obligatoirement être accompagnée d'une étiquette mentionnant en toutes lettres le nom de l'univers.

RAPPEL DES COULEURS

R 15	C 80	R 0	C 77
V 145	M 30	V 170	M 0
B 210	J 0	B 120	J 65
	N 0		N 0

R 240	C 0	R 225	C 5
V 70	M 85	V 70	M 83
B 125	J 20	B 50	J 80
	N 0		N 0

Les éléments graphiques (obliques, frise univers d'activités, motifs...) sont disponibles auprès de la Direction de la Communication.



MOBILITÉ



HABITAT



SANTÉ BIEN-VIVRE



JURIDIQUE

LES CODES GRAPHIQUES.

MOTIFS

Les motifs des univers d'activités reprennent la lettrine en caractère alternatif de l'IMA Black et une couleur de leur palette respective : M bleu pour Mobilité, H vert pour Habitat, S rose pour Santé Bien-vivre et J terracotta pour Juridique.

Les fichiers exécutés des motifs ci-contre sont disponibles auprès de la Direction de la Communication.

RAPPEL DES COULEURS

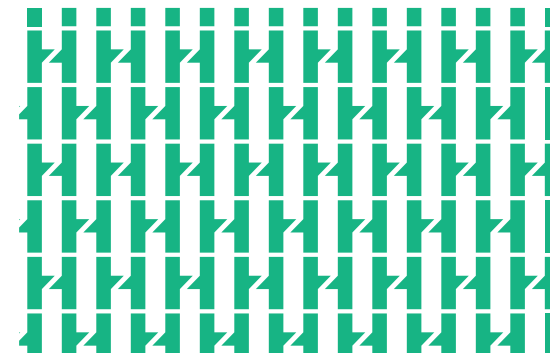
R 15 V 145 B 210	C 80 M 30 J 0 N 0	R 0 V 170 B 120	C 77 M 0 J 65 N 0
R 240 V 70 B 125	C 0 M 85 J 20 N 0	R 225 V 70 B 50	C 5 M 83 J 80 N 0

À noter qu'il est également possible d'utiliser les couleurs secondaires des univers d'activités sur certains supports.

Les éléments graphiques (obliques, frise univers d'activités, motifs...) sont disponibles auprès de la Direction de la Communication.



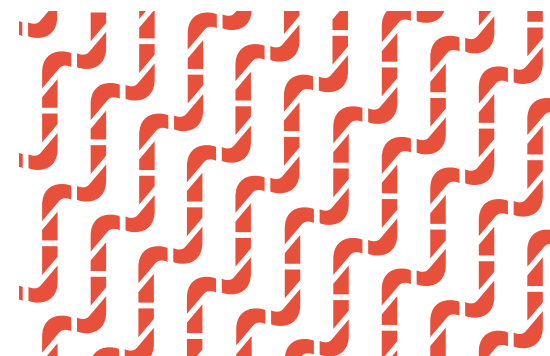
MOBILITÉ



HABITAT



SANTÉ BIEN-VIVRE

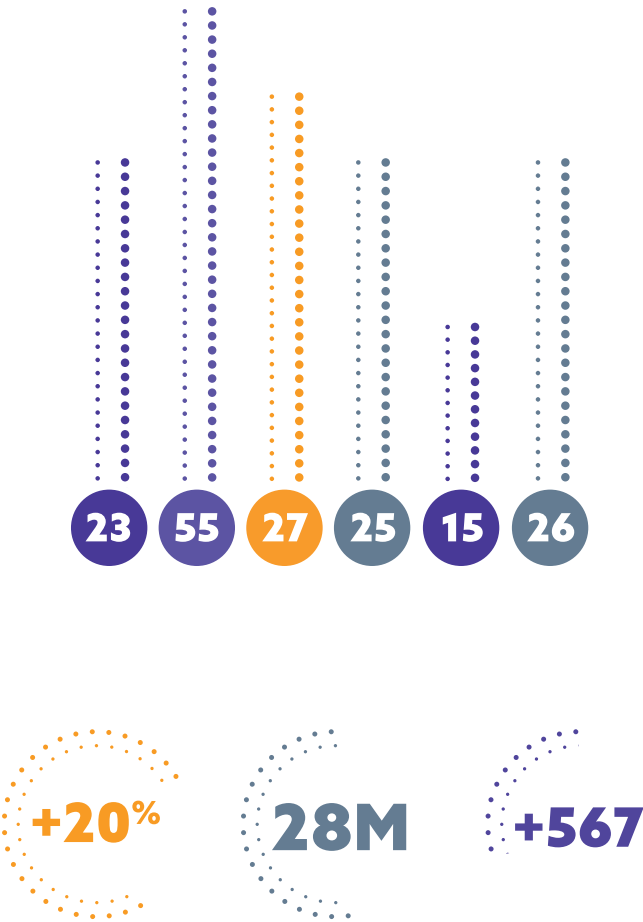


JURIDIQUE

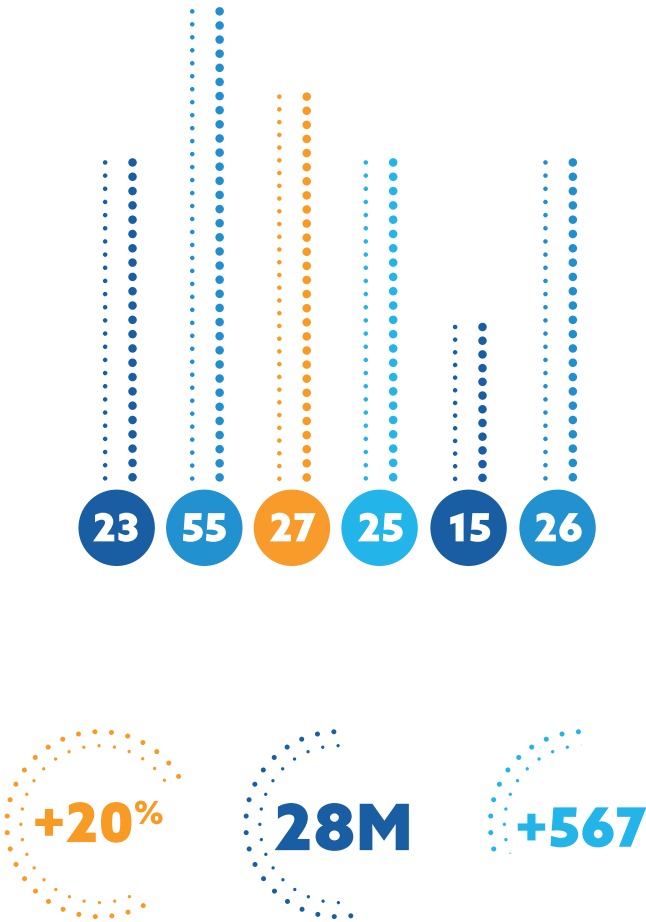
LES CODES GRAPHIQUES.

DATAVIZ
Pour renforcer la cohérence du territoire graphique du Groupe IMA, on veillera pour la présentation des données à utiliser les couleurs des palettes Groupe et univers d'activités respectives et les typographies définies.

EXEMPLE DE DATAVIZ
VERSION GROUPE IMA



EXEMPLE DE DATAVIZ
VERSION UNIVERS D'ACTIVITÉ MOBILITÉ

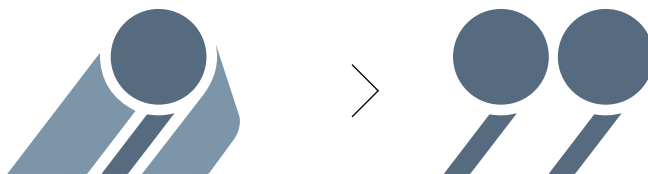


LES CODES GRAPHIQUES.

GUILLEMETS

Issus du logotype, ils permettent de marquer des prises de parole. Ils peuvent prendre les couleurs du Groupe ou des univers d'activités selon le contexte d'utilisation. Ils sont à utiliser avec parcimonie.

Les éléments graphiques (obliques, frise univers d'activités, motifs...) sont disponibles auprès de la Direction de la Communication.



LA PAROLE À HELOISE MIRON.

Victus universis caro ferina
est lactisque abundans copia
qua sustentantur, et herbae
multiplices et siquae alites
capi per aucupium possint.



Quiam rere vollignimus. Consent
laccat. Beriti tet quid et labo.
Nat idiciis aut labo. Em fuga. Itas
ea quunt quia deliquatus aut
velicium namet eaqui aperuptur
anda duciae nos eate a cupa
estiatur. Dicit ma conseditatem
eate eumquos int quodi que iscit
aut lia dellab iscimincia expedit
versperio modiosam vende nis
ipsanis poresequia velignihil maior
aborerem. Facerit ium enti volorep
taspatatqui ipsant quatia incem
fugiamendis a dolupta spiende.



HÉLÈNE MARGAND
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.



Quiam rere vollignimus. Consent
laccat. Beriti tet quid et labo.
Nat idiciis aut labo. Em fuga. Itas
ea quunt quia deliquatus aut
velicium namet eaqui aperuptur
anda duciae nos eate a cupa
estiatur. Dicit ma conseditatem
eate eumquos int quodi que iscit
aut lia dellab iscimincia expedit
versperio modiosam vende nis
ipsanis poresequia velignihil maior
aborerem. Facerit ium enti volorep
taspatatqui ipsant quatia incem
fugiamendis a dolupta spiende
quat quam, si apis site et offic te.



CHARLES DUBEAU
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.

VISUELS EMBLÉMATIQUES

Les visuels emblématiques apparaissent sur les couvertures ou en tant que visuel principal de supports. Les sujets posent face à l'objectif. Ils laissent transparaître la fierté du métier qu'ils pratiquent. Ils doivent inspirer confiance en tant que professionnels et experts.

Pour les visuels Groupe, nous mettons les collaborateurs en avant. Pour les visuels univers d'activités, nous mettons plutôt notre réseau en avant.

VISUELS SECONDAIRES

Ces visuels, utilisés à l'intérieur d'un document ou dans une page de contenus, prennent la forme du reportage. Les sujets ne doivent pas regarder la caméra. Les visuels se concentrent sur l'action menée. Elle est saisie sur le vif.

Les visuels emblématiques et secondaires doivent si possible être lumineux.

Vous pouvez accéder à un large choix de photos sur la médiathèque du Groupe : mediatheque.ima.eu

VISUEL EMBLÉMATIQUE



Sujet posant face caméra, regardant l'objectif.

Ambiance lumineuse.

VISUEL SECONDAIRE



Concentration sur l'action, saisie sur le vif.

Sujet ne regardant pas l'objectif.

Règles d'application des crédits sur les photos

- Visuels issus de banques d'images : crédit ©Nom de l'artiste / Nom de la banque d'images
- Visuels issus de reportages photos réalisés pour le Groupe IMA : crédit ©GroupeIMA ou ©Nom du photographe (se référer au contrat signé avec le photographe)

Dès lors qu'un partenaire / client utilise une de nos photos, le crédit ©GroupeIMA est obligatoire.

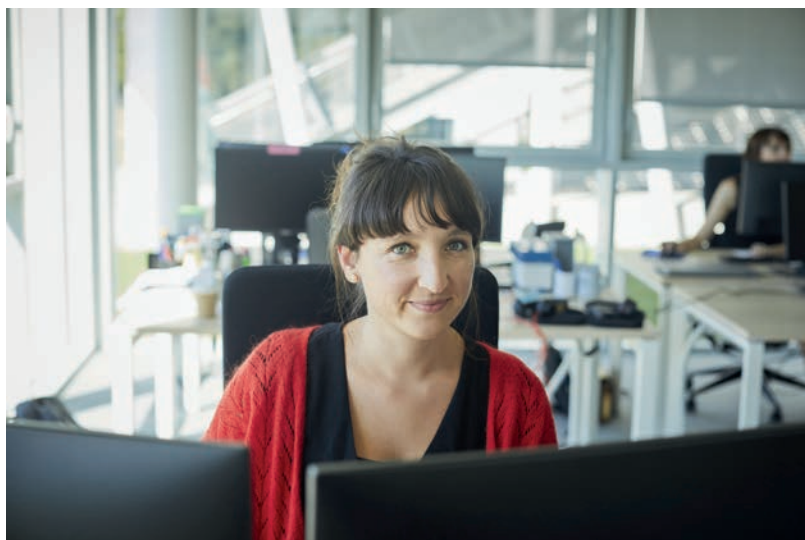
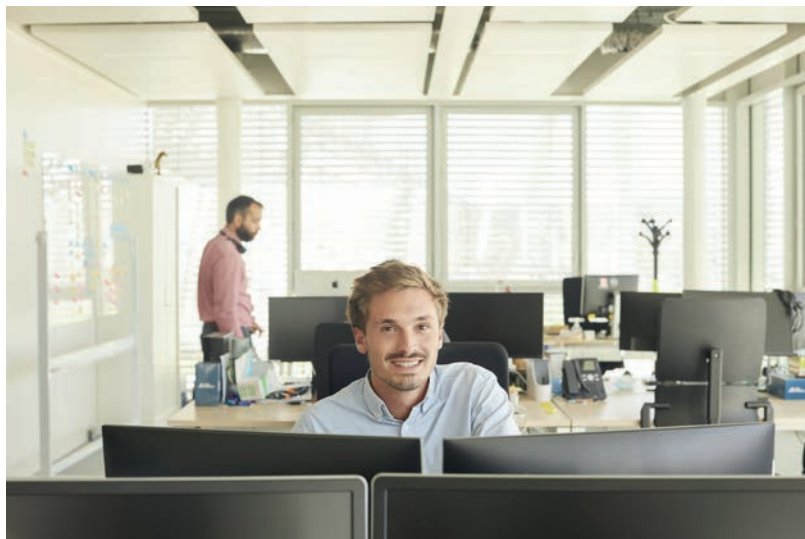
VISUELS EMBLÉMATIQUES

GROUPE

Les visuels emblématiques apparaissent sur les couvertures ou en tant que visuel principal. Pour les supports Groupe, nous mettons en avant ceux qui font la force et la fierté d'IMA au quotidien : les collaborateurs. Ils posent face à l'objectif et laissent transparaître la fierté du métier qu'ils pratiquent.

AMBIANCE

Si possible, l'ambiance doit être lumineuse mais pas surexposée.



VISUELS EMBLÉMATIQUES DES UNIVERS D'ACTIVITÉS

Les visuels emblématiques apparaissent sur les couvertures ou en tant que visuel principal. Pour les supports univers d'activités, nous mettons en avant la force du réseau IMA ou nos experts à travers les professionnels Mobilité (dépanneur, pilote...), Habitat (peintre, plombier...), Santé Bien-vivre (infirmier, médecin...) et Juridique (conseiller juridique).

AMBIANCE

Si possible, l'ambiance doit être lumineuse mais pas surexposée.



MOBILITÉ



HABITAT



SANTÉ BIEN-VIVRE



JURIDIQUE

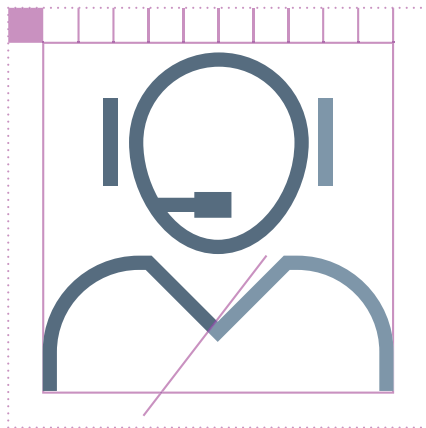
LES PICTOGRAMMES.

CONSTRUCTION DES PICTOGRAMMES

Les pictogrammes sont dessinés en tracé filaire. Une découpe calée sur l'inclinaison du logotype indique le changement de couleur d'une partie du pictogramme. Elle peut être placée librement sur le pictogramme en fonction de son dessin.

ZONE DE PROTECTION

La zone de protection autour de la grille de construction des pictogrammes correspond à 1/10^e de la largeur de cette grille. Aucun élément graphique ne doit venir dans cette zone.



COULEURS

Les pictogrammes sont composés de deux couleurs, chacune relevant du Groupe ou de leur univers d'activité. La couleur utilisée à gauche doit toujours être la plus foncée des deux.

PETITE TAILLE

Les pictogrammes sont disponibles en version monochrome pour une utilisation en petite taille. Pour les cas extrêmes de lisibilité ou de contraintes techniques, les pictogrammes peuvent être simplifiés et gérés en blanc sur fond foncé.

Retrouvez notre bibliothèque de pictogrammes sur la médiathèque du Groupe : mediatheque.ima.eu

EXEMPLE DE PICTOGRAMMES GROUPE



EXEMPLE DE PICTOGRAMMES UNIVERS D'ACTIVITÉS



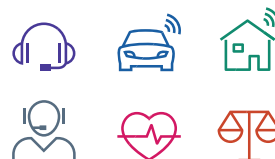
Mobilité

Habitat



Santé Bien-vivre

Juridique





03

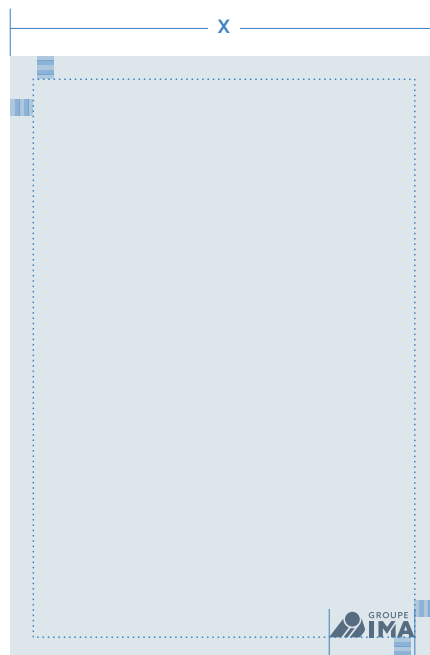
LES APPLICATIONS.



L'ÉDITION.

PLACEMENT DU LOGOTYPE SUR LES FORMATS VERTICAUX

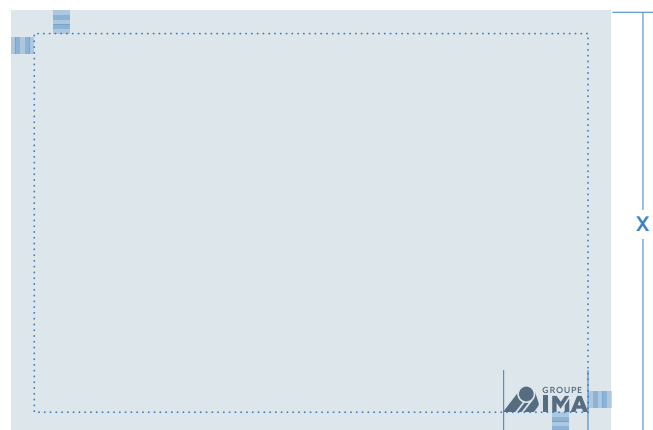
Le logotype du Groupe IMA est placé en bas à droite du document.
Sa largeur est égale à $1/5^e$ de la largeur du plus petit côté du support.
La marge est égale à $5 \times$ largeur du « I » de IMA.



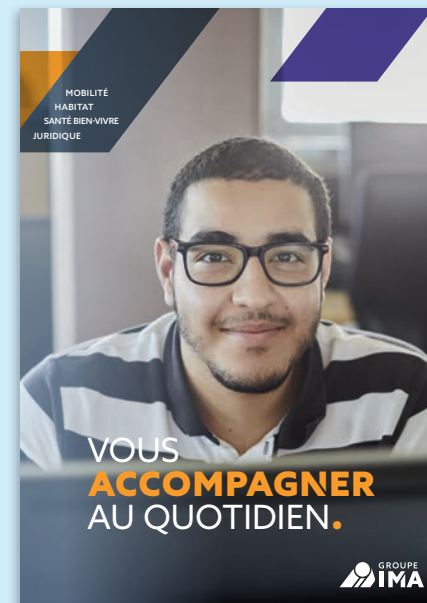
1/5 X

PLACEMENT DU LOGOTYPE SUR LES FORMATS HORIZONTAUX

Le logotype du Groupe IMA est placé en bas à droite du document.
Sa largeur est égale à $1/5^e$ de la largeur du plus petit côté du support.
La marge est égale à $5 \times$ largeur du « I » de IMA.



1/5 X



RÈGLES D'UTILISATION DES CODES GRAPHIQUES SUR LES SUPPORTS GROUPE

Les codes graphiques (obliques, frise univers d'activités, lettres monogrammes, motifs, guillemets) présentés dans les pages précédentes ne sont pas tous à utiliser sur un même support. Tout dépend de sa taille et de son contenu.

Exemples de supports Groupe (communication institutionnelle ou sujets transverses) : plan stratégique, rapport annuel...

EXEMPLE DE BROCHURE GROUPE

Obliques couleurs Groupe avec univers d'activités



Logo Groupe IMA
en bas à droite

Titre : mélange des
typographies
IMA Black + Azo Sans Regular

Obliques couleurs Groupe



Titre : mélange des typographies IMA Black + Azo Sans Regular
Contenus : typographie Manrope
Couleurs Groupe



Frise univers
d'activités

Logo Groupe IMA
en bas à droite

RÈGLES D'UTILISATION DES CODES GRAPHIQUES SUR LES SUPPORTS UNIVERS D'ACTIVITÉS

Les codes graphiques (obliques, frise univers d'activités, lettres monogrammes, motifs, guillemets) présentés dans les pages précédentes ne sont pas tous à utiliser sur un même support. Tout dépend de sa taille et de son contenu.

Exemples de supports : double-page d'une brochure sur la Mobilité, fiche produit...

Obliques couleurs Groupe avec univers d'activités



Logo Groupe IMA
en bas à droite

Titre : mélange des
typographies
IMA Black + Azo Sans Regular

EXEMPLE DE BROCHURE MOBILITÉ



Titre : mélange des typographies IMA Black + Azo Sans Regular
Contenus : typographie Manrope
Couleurs Groupe + univers d'activité
Monogramme + étiquette univers d'activité

Obliques couleurs Groupe



Frise univers
d'activités

Logo Groupe IMA
en bas à droite

DESIGN SYSTEM

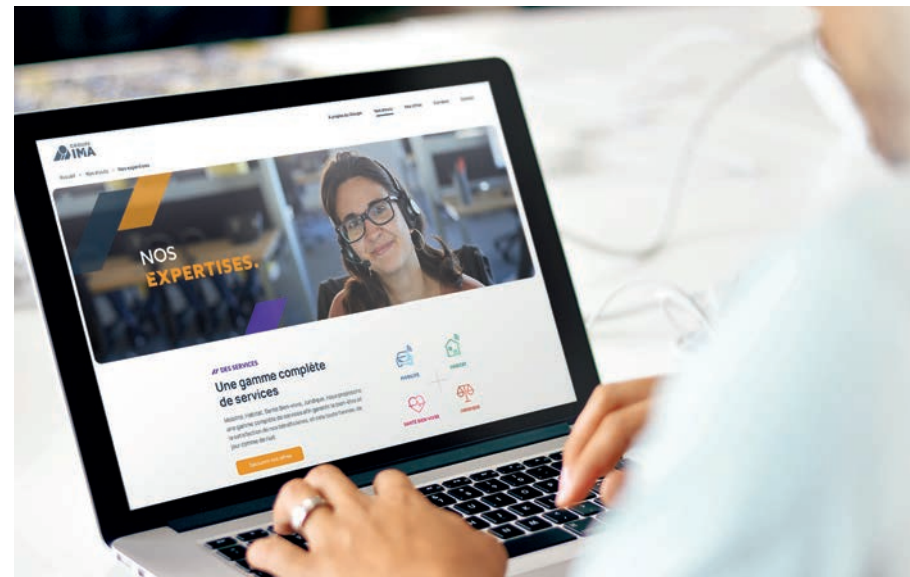
Un Design System est disponible pour aider les équipes de projets à concevoir des expériences utilisateurs cohérentes.

Ce référentiel a vocation à simplifier et accélérer la démarche de création des sites en regroupant tous les éléments graphiques, composants, librairies dans un seul et même écosystème standardisé.

Rendez-vous sur :

<https://www.ima.eu/fr/Landing-page-Design-System/>

Pour toute question, vous pouvez contacter la Direction de la Communication.



LES COMMUNIQUÉS DE PRESSE.

COMMUNIQUÉS DE PRESSE INSTITUTIONNELS → OBLIQUES JAUNE ET VIOLET



Signature Partenariat :
logo partenaire
à gauche et **logo**
Groupe IMA à droite
séparé par un filet
vertical 1 px

Positionnement du
logo Groupe IMA en
corner pour reprise
ou **partage** sur les
Réseaux Sociaux

COMMUNIQUÉS DE PRESSE OFFRE OU PRODUIT → OBLIQUES COULEUR UNIVERS



MASQUE POWERPOINT

Ce modèle est à disposition de tous les collaborateurs du Groupe.

1. COUVERTURE

Les univers sont intégrés en obliques.

Les visuels de couverture peuvent être changés en fonction du sujet de la présentation. Vous pouvez accéder à un large choix de photos sur la médiathèque du Groupe :

mediatheque.ima.eu

2. INTERCALAIRES

Les intercalaires sont déclinés pour le Groupe et pour chaque univers d'activité.

3. PAGES INTÉRIEURES

Les pages intérieures sont personnalisées aux couleurs du Groupe ou des univers d'activités.

4. DOS

La dernière page du PowerPoint reprend les obliques et la frise univers d'activités.

EXEMPLE DE POWERPOINT

1



2



3

4

SIGNATURE E-MAIL

Chaque signature e-mail est composée selon les modèles ci-contre :

- partie de gauche : bloc image avec le logotype du Groupe IMA ou de la filiale souligné de l'oblique grise ;
- partie de droite : informations concernant le collaborateur alignées à gauche suivies d'un filet horizontal et d'une frise reprenant le lien du site web du Groupe IMA ou de la filiale et les réseaux sociaux du Groupe IMA ou de la filiale.

LOGO GROUPE OU LOGO FILIALE ?

Les collaborateurs utiliseront le logo de leur filiale. Seuls ceux rattachés à une Direction Groupe (ex : Direction Marketing Groupe) utiliseront le logo Groupe.

Couleur des textes



EXEMPLE DE SIGNATURE E-MAIL VERSION GROUPE IMA



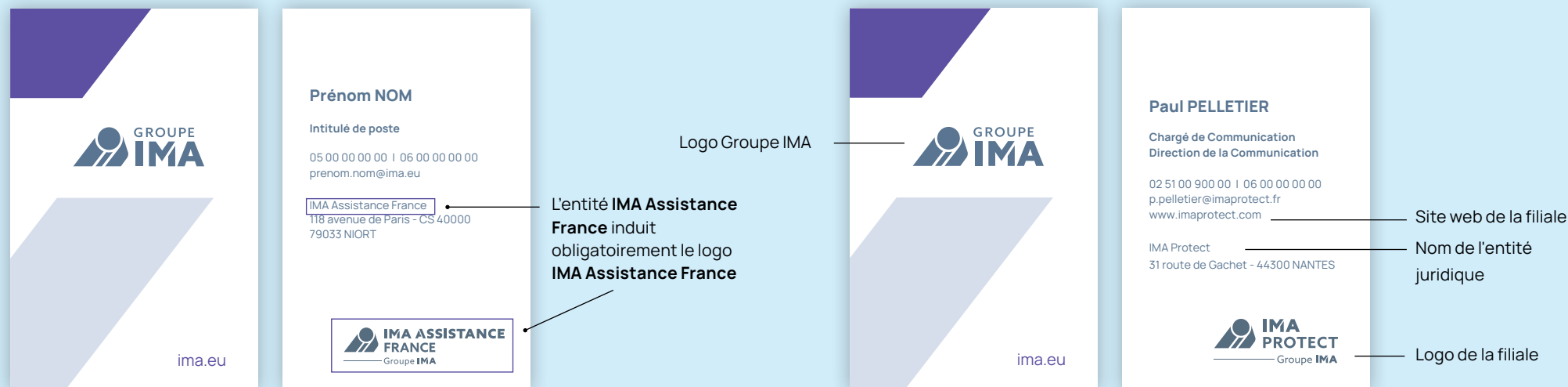
EXEMPLE DE SIGNATURE E-MAIL VERSION FILIALE



- Arial Bold 11pt
- Arial Regular 10pt
- Arial Black 10pt
- Arial Regular 10pt
- Arial Regular 10pt

CARTE DE VISITE → RÈGLES DE CONSTRUCTION LIÉES AUX FILIALES

VERSION FILIALES FRANÇAISES (EX : IMA ASSISTANCE FRANCE, IMA PROTECT, IMATECH, IMH, ...)



VERSION FILIALES INTERNATIONALES (EX : IMA ITALIA, IBERICA, BENELUX, DEUTSCHLAND)

LOGO GROUPE OU LOGO FILIALE ?

Les collaborateurs utiliseront le logo de leur filiale. Seuls ceux rattachés à une Direction Groupe (ex. : Direction Marketing Groupe) utiliseront le logo Groupe.

Carte de visite

Format : 55 x 85 mm

Impression recto verso en quadri

Couleur textes

C 40
M 18
J 0
N 45

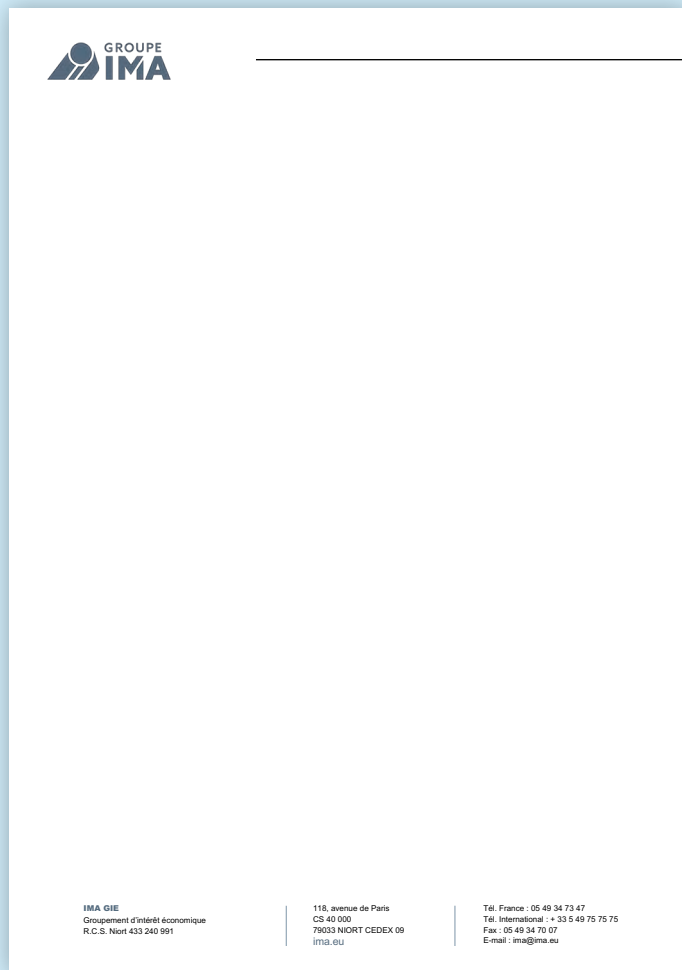
Couleurs obliques

C 75
M 80
J 0
N 0

C 10
M 5
J 0
N 5



EN-TÊTE DE LETTRE ET CARTE DE CORRESPONDANCE



EXEMPLE D'EN-TÊTE DE LETTRE

En-tête de lettre
Format : 210 x 297 mm (A4)
Impression recto seul en quadri

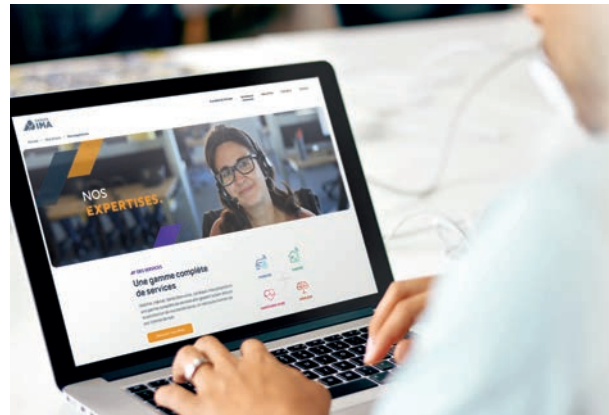
Carte de correspondance
Format : 210 x 105 mm
Impression recto seul en quadri



EXEMPLE DE CARTE DE CORRESPONDANCE VERSION GROUPE IMA



EXEMPLE DE CARTE DE CORRESPONDANCE VERSION FILIALE



VOS CONTACTS.

46

Vous avez une question sur la charte graphique ?

N'hésitez pas à contacter la Direction Groupe de la Communication : com@ima.eu

Contact

Direction Groupe de la Communication - Février 2026

Crédits photos : ©GroupeIMA - ©Shutterstock - ©GettyImages

ima.eu | Retrouvez-nous aussi sur     

 MOBILITÉ  HABITAT  SANTÉ BIEN-VIVRE  JURIDIQUE

