



nexity

une belle vie immobilière

CHARTE IDENTITAIRE

INTRODUCTION

| 02

Chez Nexity, nous pensons depuis toujours que l'immobilier joue un rôle primordial dans la vie des gens, de la ville, de l'entreprise. Accompagner toutes les vies immobilières, des particuliers, des collectivités, des entreprises, c'est la raison d'être de notre Groupe. Dans un monde où les contraintes sont de plus en plus grandes et nombreuses, les parcours de vie de moins en moins prévisibles, être un acteur global ne suffit plus.

Pour rester leader, en phase avec les attentes de nos clients, nous avons décidé :

- de changer notre manière de travailler en intégrant nos métiers et nos expertises dans une marque unique pour proposer une relation simple, fluide et complète ;
- de faire évoluer nos offres en associant à notre expertise de nouvelles garanties, de nouveaux engagements et de nouveaux services pour pouvoir répondre de manière performante à l'ensemble des problématiques de nos clients tout au long de leurs vies immobilières ;
- d'adopter une nouvelle attitude, attentive et inventive, face à nos clients et dans notre travail quotidien.

Pour traduire ce nouveau positionnement nous avons repensé notre architecture de marque autour de la marque unique et revu l'ensemble de nos codes identitaires. Vous trouverez dans cette charte les règles nécessaires à la production de vos outils de communication et supports porteurs de la nouvelle marque.

L'application stricte de l'ensemble des codes de l'identité est impérative. Aucune modification, aucune interprétation n'est possible. La cohérence, la singularité et l'impact de notre image de marque en dépendent. Je sais que chacun d'entre nous en respectera l'esprit et veillera, au quotidien, à l'observation des règles qui le régissent.

Par délégation de la Direction générale, la Direction de la communication et de la marque a autorité sur l'ensemble des signes et des messages émis par le Groupe Nexity.



Alain Dinin
Président Directeur général

SOMMAIRE

| 03

01 | LA MARQUE NEXITY

L'AMBITION NEXITY

LA PLATEFORME NEXITY

02 | IDENTITÉ VISUELLE - LES FONDAMENTAUX

LES ATTRIBUTS NEXITY

LES EXPRESSIONS CORPORATE

LES GRANDS PRINCIPES D'ÉDITION

LA VIE DES SUPPORTS

03 | L'IDENTITÉ SONORE

04 | IDENTITÉ VISUELLE - LE DÉPLOIEMENT

LA MARQUE NEXITY

1

CHARTE IDENTITAIRE NEXITY | PARTIE 1

UNIQUE

NOTRE AMBITION :
ENSEMBLE VERS UNE MARQUE UNIQUE.

Une marque unique pour rassembler tous nos métiers et raconter une nouvelle histoire
à tous nos clients.

LEADER

POUR RESTER LEADER,
LA RÉFÉRENCE DE L'IMMOBILIER.

Nous devons donner à nos clients la preuve que nous sommes une entreprise en mouvement, capable de se remettre en question, de réinventer, de proposer de nouvelles offres en phase avec leurs attentes.

À L'ÉCOUTE

POUR AMÉLIORER
LA RELATION AVEC CHACUN DE NOS CLIENTS.

Nous devons rassembler la totalité de nos offres, services, expertises Nexity sous une même enseigne pour que nos relations avec les clients soient plus claires, plus complètes, plus proches.

INNOVANT

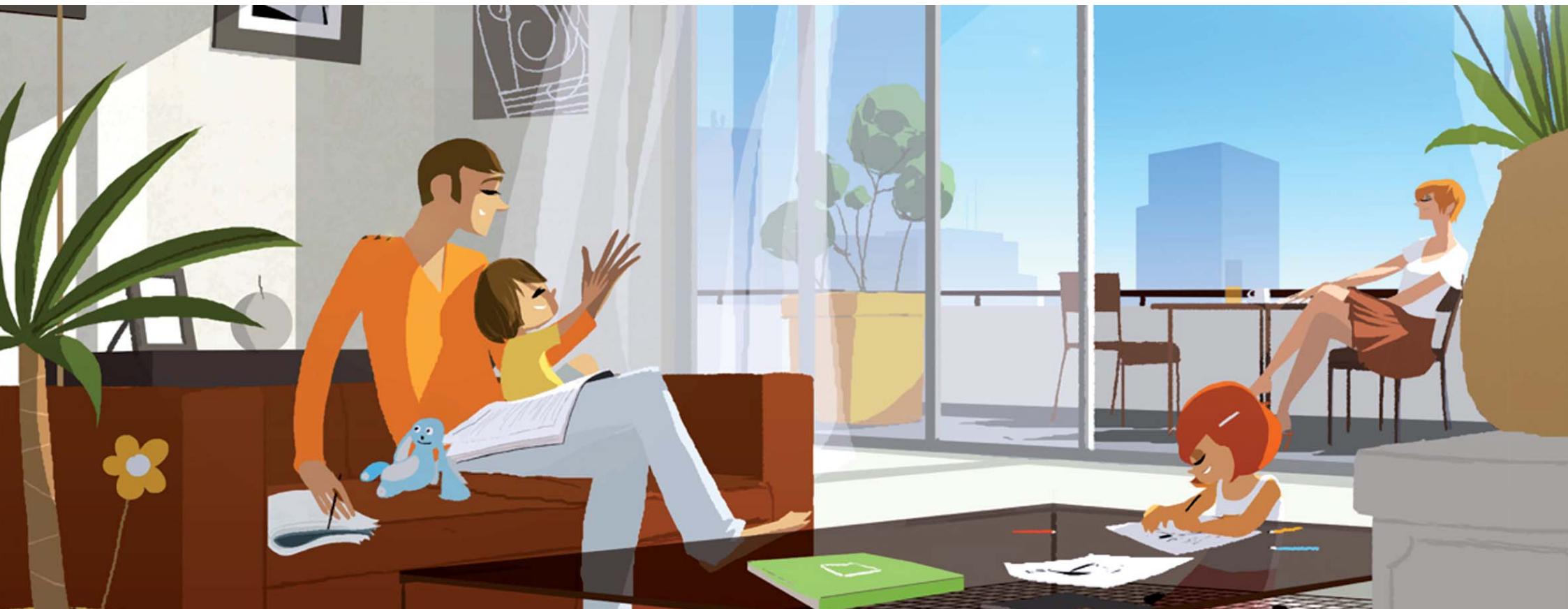
POUR TIRER PARTI DE LA COMPLÉMENTARITÉ
DE NOS MÉTIERS.

Nous devons faire comprendre à nos clients que nous sommes, plus que jamais, le seul acteur global, intégré, qui peut répondre le plus justement à l'ensemble de leurs besoins et de leurs questionnements parce que nous sommes capables de les accompagner dans toutes les dimensions de leurs projets.

PERFORMANCE

POUR INVENTER LES OFFRES
QUI FERONT NOTRE CROISSANCE DEMAIN.

Nous devons proposer à nos clients de nouvelles offres qui nous permettront d'être présents tout au long de leur parcours immobilier, à tous moments.



LA PLATEFORME DE MARQUE NEXITY

EXPRIMER NOTRE PROMESSE DE MARQUE

POUR QUE CHACUN SOIT CAPABLE D'EXPLIQUER SIMPLEMENT LE PROJET DE CETTE MARQUE UNIQUE,
Y COMPRIS DANS LE CADRE COMMERCIAL :

« Chez Nexity, nous savons qu'un projet immobilier c'est d'abord un projet de vie. Et nous savons aussi que pour mener ce projet à bien, nos clients ont besoin d'être accompagnés à chaque moment.

Nexity, c'est le seul acteur immobilier qui soit capable d'accompagner tous les projets immobiliers et de les rendre plus simples.

Pourquoi ?

Parce que nous sommes les seuls à avoir choisi de réunir tous les métiers de l'immobilier (concevoir bâtir louer vendre gérer) et d'y associer tous les services utiles (conseil, financement, assurance, protection) pour que votre projet soit plus facile à mener, du début à la fin. »



TRAVAILLER ENSEMBLE

DÉVELOPPER LES PONTS ENTRE NOS DIFFÉRENTS MÉTIERS, POUR NOUS ET POUR NOS CLIENTS.

Savoir que chacun d'entre nous est ambassadeur de cette nouvelle marque, de ce nouveau projet et contribue à l'image Nexity auprès de ses clients. Poursuivre tous le même objectif : faire aboutir les projets immobiliers de nos clients, petits ou grands.

CRÉER UN NOUVEAU TON

FAIRE ÉVOLUER NOTRE IMAGE CELA NE SIGNIFIE PAS SEULEMENT ENRICHIR NOS OFFRES ET NOS SERVICES.
CELA SIGNIFIE AUSSI ÊTRE CAPABLE DE LEUR ASSOCIER UN SUPPLÉMENT D'ÂME AFIN QU'ils SOIENT
PERÇUS COMME LES MEILLEURS.

Compte tenu de notre nouvelle ambition, cela veut dire que notre manière de communiquer sera toujours :
EMPATHIQUE, pour rapprocher Nexity de ses publics et créer une préférence pour la marque,
PRAGMATIQUE, pour rendre concrète notre vocation d'accompagnateur et aller au-delà de notre métier de "promoteur" immobilier.

3 CLIENTS

PARTICULIERS ENTREPRISES COLLECTIVITÉS

ACCOMPAGNER TOUTES LES VIES IMMOBILIÈRES,
C'EST L'AMBITION DE NEXITY

Pour les particuliers, les entreprises ou les collectivités, Nexity propose la plus large gamme de conseils et d'expertises, de produits, de services ou de solutions afin de mieux prendre en compte les besoins de nos clients et répondre à toutes leurs préoccupations.

Nos métiers – transaction, gestion, conception, promotion, aménagement, conseil et tous les services associés – sont désormais organisés pour les servir et les accompagner. Premier acteur de référence de notre secteur, nous sommes résolument engagés envers tous nos clients mais aussi vis-à-vis de notre environnement et de toute la société.





Nexity se réorganise et coordonne ses métiers autour de ses trois grands clients, particuliers, entreprises, collectivités : transaction, gestion, conception, promotion, aménagement, conseil et tous les services associés permettent d'offrir un accompagnement continu.

6 MÉTIERS

IMMOBILIER RÉSIDENTIEL
SERVICES IMMOBILIERS AUX PARTICULIERS
RÉSEAUX ET RELATION CLIENT
IMMOBILIER D'ENTREPRISE
SERVICES IMMOBILIERS AUX ENTREPRISES
ENSEMBLIER URBAIN

L'IDENTITÉ VISUELLE LES FONDAMENTAUX

2

CHARTE IDENTITAIRE NEXITY | PARTIE 2

- 01 | LES ATTRIBUTS NEXITY
- 02 | LES EXPRESSIONS CORPORATE
- 03 | LES GRANDS PRINCIPES D'ÉDITION
- 04 | LA VIE DES SUPPORTS

LES ATTRIBUTS NEXITY

UNIQUE

LE LOGOTYPE COULEUR + FORME + TYPOGRAPHIE

Le logotype Nexity est l'élément fondamental de l'univers visuel de la marque.

Le rouge incarne l'énergie, l'engagement et la vitalité de la marque. Il est l'illustration de la volonté de Nexity à aller toujours plus loin dans tous les métiers de l'immobilier.

Le hublot, symbole d'ouverture traduit l'empathie de Nexity et la globalité de son offre. Une forme qui tient à la fois du cercle et du carré qui exprime la solidité de la marque.

Une typographie unique et un dessin en minuscules inscrivent la marque Nexity dans une relation de proximité avec ses clients et les invitent à construire leurs projets immobiliers avec plus de sérénité.

Son dessin et ses proportions sont immuables et intangibles ; pour toute reproduction, il est impératif d'utiliser des fichiers informatiques exécutés.

Le logotype Nexity s'applique uniquement sur fond blanc pour toujours rester parfaitement identifiable. Il ne doit jamais être utilisé sur un fond de couleur ou sur un fond photo.

 À TÉLÉCHARGER



ROUGE + BLANC

LES COULEURS DU LOGOTYPE

| 20

En raison des contraintes techniques de reproduction propres à chaque support, le logotype Nexity existe en plusieurs versions :

- > **une version couleur en ton direct** pour reproduction en rouge Pantone® 1797 C + réserve blanche ;
- > **une version couleur en CMJN** pour reproduction quadrichromie ;
- > **une version couleur RVB** pour utilisation écran et applications de bureautique (Microsoft Word, PowerPoint, etc.) ;
- > **une version en noir et blanc** pour reproduction monochrome.

La version rouge est à privilégier ; la version noir et blanc est réservée aux usages exceptionnels où une reproduction en couleur est impossible.



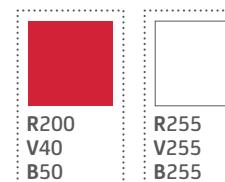
Reproduction
en tons directs



Reproduction
en quadrichromie



Reproduction
monochrome



Reproduction
en RVB

RECONNAISSANCE

LA ZONE DE PROTECTION

| 21

Afin de préserver la lisibilité et la reconnaissance du logotype Nexity, celui-ci est entouré d'une zone de protection. Celle-ci correspond à un blanc tournant équivalent à la hauteur du X de Nexity.

La zone de protection est un carré technique invisible dans lequel aucun élément ne peut être présent.

Taille minimale d'utilisation

Pour garantir une bonne lisibilité de la marque, il est interdit d'utiliser le logotype en deçà de 10 mm.



ui renoue possèutes les projets clients, Nexity rassemble métiers et services immobiliers dans le secteur français pour répondre aux besoins des entreprises, collectivités et aux collectivités pour rendre possibles les projets clients. Nexity rassemble



LISIBILITÉ ET ATTRIBUTION

LES TYPOGRAPHIES D'ACCOMPAGNEMENT

FS JOEY

Pour toute sa communication, corporate et commerciale, la marque Nexity utilise la typographie FS JOEY, renommée **NEXITY**.

Typographie sans empattement au style moderne, elle apporte complémentarité au logotype par son dessin précis, doux et affirmé.

Disponible dans différentes graisses, elle est utilisée en capitales pour les textes courants d'édition et mentions légales pré-imprimées de la papeterie.

La typographie FS Joey renforce la reconnaissance et l'attribution de la marque Nexity.

ARIAL

Pour les applications de bureautique (Microsoft Word, PowerPoint, etc.), la typographie ARIAL, dans ses différentes graisses est utilisée pour la saisie des textes.

FS JOEY regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 (" “ & | / : ; , ? ! .)

FS JOEY light

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

FS JOEY bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

ARIAL regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 (" “ & | / : ; , ? ! .)

ARIAL regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 (" “ & | / : ; , ? ! .)

LES COULEURS D'ACCOMPAGNEMENT

| 23

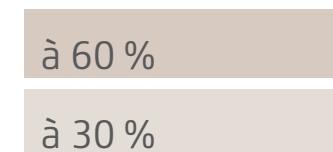
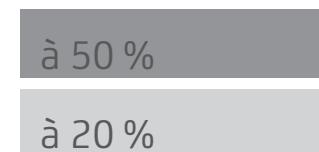
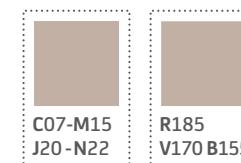
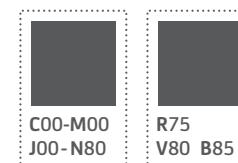
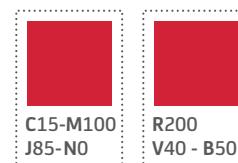
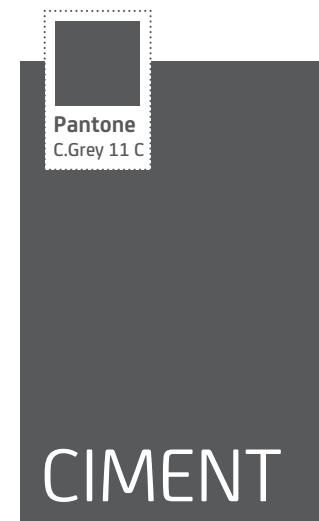
CORPORATE = ROUGE + CIMENT + SABLE + BLANC

La combinaison des couleurs corporate renforce la force de la marque unique Nexity - une belle vie immobilière.

Les couleurs d'accompagnement de la marque sont :

- > le **rouge** **Nexity**
- > le **gris ciment**
- > le **beige sable**
- > le **blanc**

Cette palette de couleurs institutionnelles permet d'enrichir l'expression corporate de Nexity.



LA SIGNATURE

L'INCARNATION DE NOTRE AMBITION

| 24

une belle vie immobilière

C'est une promesse et un ton qui nous placent immédiatement
ailleurs, du côté du client, du côté de la vie ;
C'est la mise en action de notre personnalité et de nos valeurs ;
engagement, empathie, créativité...
Tout en restant simple et ouvert.

LA SIGNATURE

UNE CONSTRUCTION EN TOUTE PRÉCISION

Il existe deux types de construction du bloc-marque

VERSION TOUS SUPPORTS



une belle vie immobilière

VERSION SPÉCIFIQUE À UTILISER SUR LES SUPPORTS
NÉCESSITANT UN IMPACT OPTIMISÉ : AFFICHAGE 4X3, PALISSADE.



une belle vie immobilière

LES PRINCIPES DE CONSTRUCTION ET ZONE DE PROTECTION



Le "x" de la typographie Nexity est utilisé pour définir la zone de protection autour du bloc-marque.

À l'intérieur de cette zone, aucun texte, image ou couleur.



TAILLE MINIMUM DU BLOC-MARQUE



LES EXPRESSIONS CORPORATE

EN HAUT À GAUCHE

BIEN PLACER LE BLOC-MARQUE

Quel que soit le document, le logotype Nexity est toujours placé en tête, à gauche.

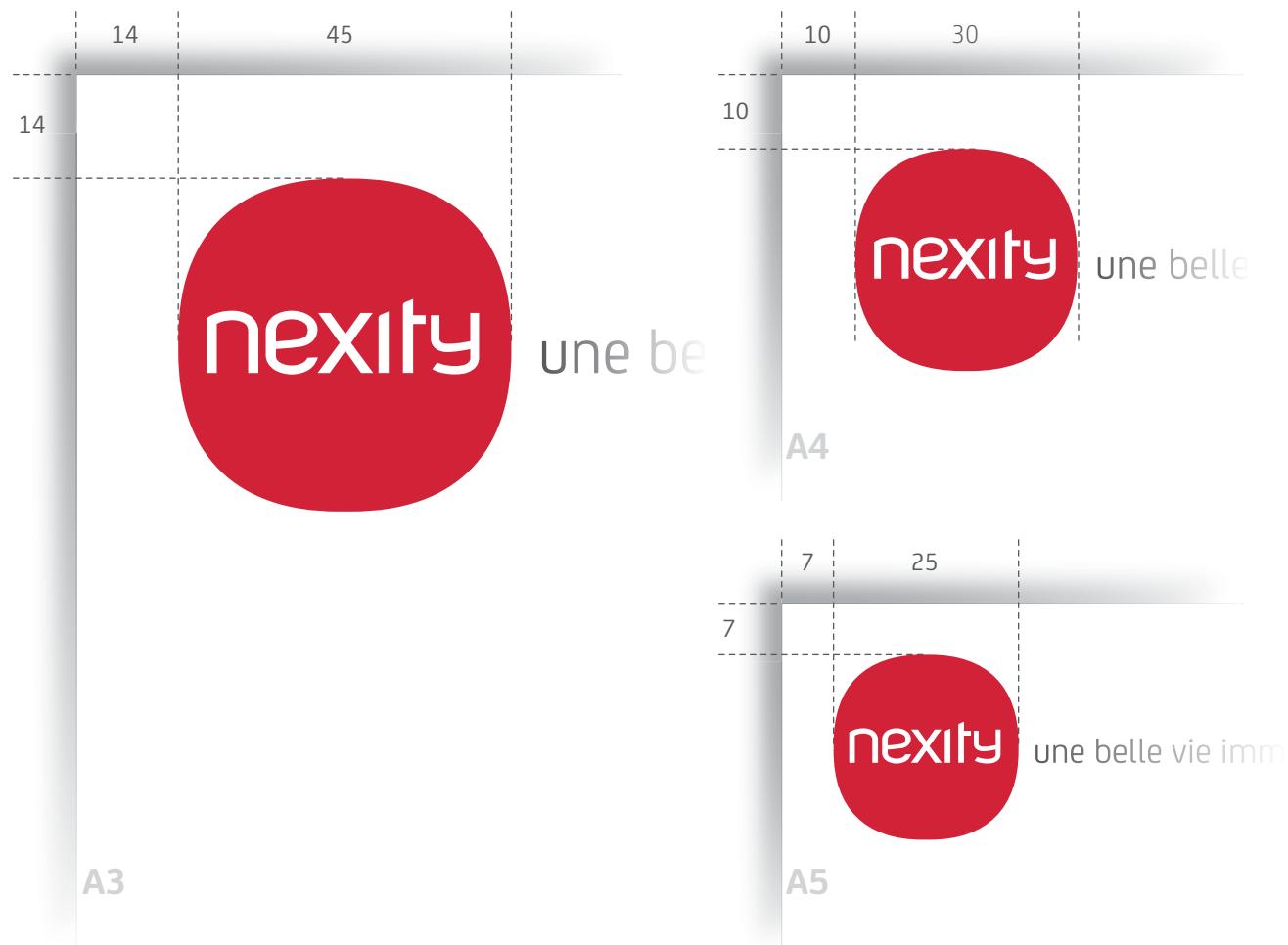
Cette règle permet une reconnaissance immédiate des communications de la marque et une cohérence d'application sur tous types de supports.

Le placement et les proportions du logotype sont normés et doivent être respectés en fonction des formats.

A3 > logo de 45 mm > marges de 14 mm

A4 > logo de 30 mm > marges de 10 mm

A5 > logo de 25 mm > marges de 7 mm

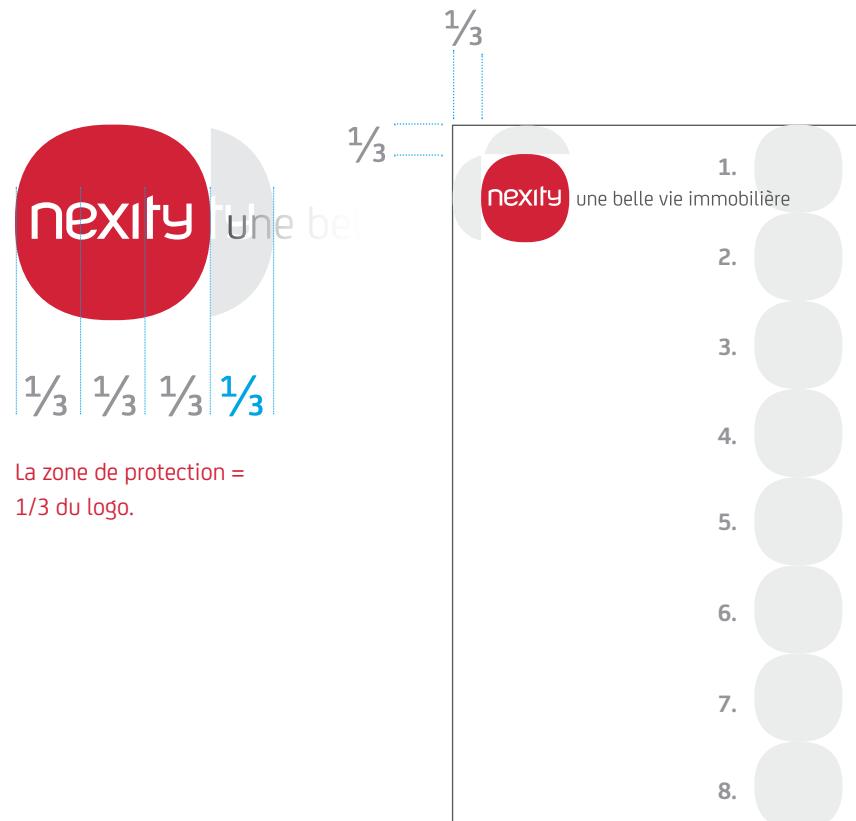


EN HAUT À GAUCHE

LA TAILLE DU BLOC-MARQUE SUR LES AUTRES FORMATS

Pour les autres formats, le bloc-marque fait 1/8ème de la hauteur du côté le plus long.

Dans cette hypothèse, la zone de protection autour du bloc-marque équivaut à 1/3 du hublot.



La zone de protection =
1/3 du logo.



ADRESSE WEB

À QUELLE TAILLE ?

La taille d'utilisation de l'adresse web est à calibrer selon la taille du support (proportions données du A3 au A5). Toutefois, dans quelques cas particuliers, elle peut-être agrandie (exemple : pour les publicités) ou réduite (exemple : sur les cartes de fidélité). Dans ces situations, il faut appliquer la règle suivante.

CONSTRUCTION DE L'ADRESSE WEB NEXITY

L'adresse est toujours écrite en rouge Nexity (Pantone 1797 C). La typographie utilisée est la FS JOEY medium, en bas de casse.

La taille de l'adresse correspond à la taille du logo Nexity présent sur le support + un quart (comme indiqué sur le schéma ci-contre).



A3	www.nexity.fr
	56 mm
A4	www.nexity.fr
	37 mm
A5	www.nexity.fr
	32 mm

ADRESSE WEB À QUEL ENDROIT ?

| 30

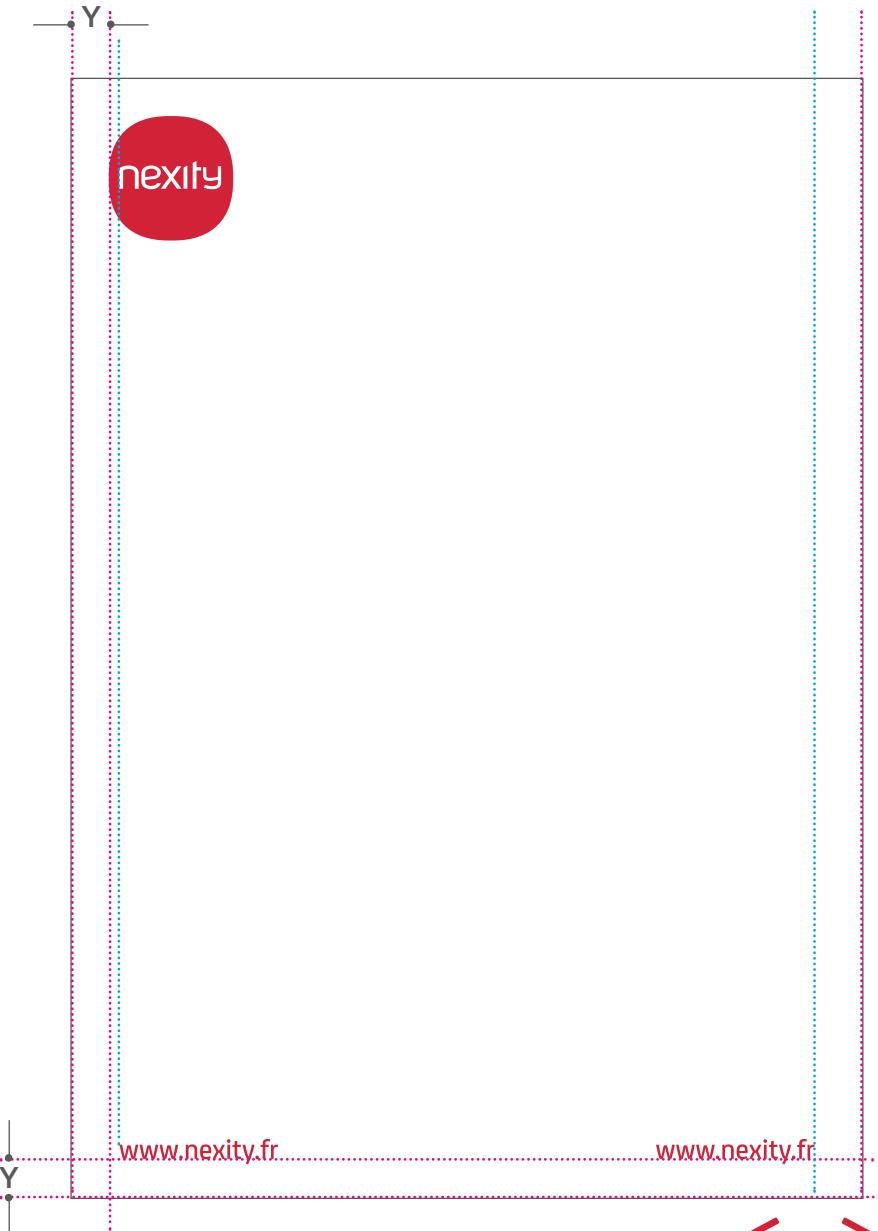
L'adresse web est toujours placée au bas du support.

Il est préférable de placer l'adresse sur le verso ou en quatrième de couverture. Dans les cas où cela n'est pas possible ou si le document ne comporte qu'un recto, elle doit être placée en bas à gauche du support. Si, pour des raisons de mises en page cela reste impossible, il faut l'inscrire en bas à droite.

N.B. : Toutefois, inscrire l'adresse web en bas à droite, au recto du document, doit rester une exception.

Dans tous les cas décrits ci-dessus, les marges doivent respecter le schéma ci-contre.

L'adresse web ne doit jamais être répétée sur le recto et le verso d'un même document.

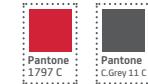


PAPIER À EN-TÊTE INSTITUTIONNEL

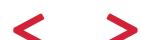
| 31

> Format 210 x 297 mm

- ① Le logotype Nexity est toujours placé en haut à gauche du document.
- ② Le bloc adresse et les coordonnées sont toujours placés à gauche sous le logotype, ferrés à gauche, calés sur le «N» de Nexity.
FS Joey regular 8,5 pt, interlignage 11 pt, gris.
- ③ Le bloc adresse du destinataire est situé à 64 mm du haut de page.
Nom de l'entreprise en Arial bold 9 pt, adresse en Arial regular 9 pt, interlignage 12 pt, noir.
- ④ Le bloc de saisie de texte est situé à 112 mm du haut de page.
Texte en Arial regular 10 pt, interlignage 11 pt, noir.
- ⑤ Les mentions légales sont en bas de page, ferrées à gauche, calées sur le «N» de Nexity.
FS Joey regular 7 pt, gris.
- ⑥ Le site internet est situé en bas à droite, calé en pied sur la ligne des mentions légales.
FS Joey medium 9 pt, rouge.



À TÉLÉCHARGER

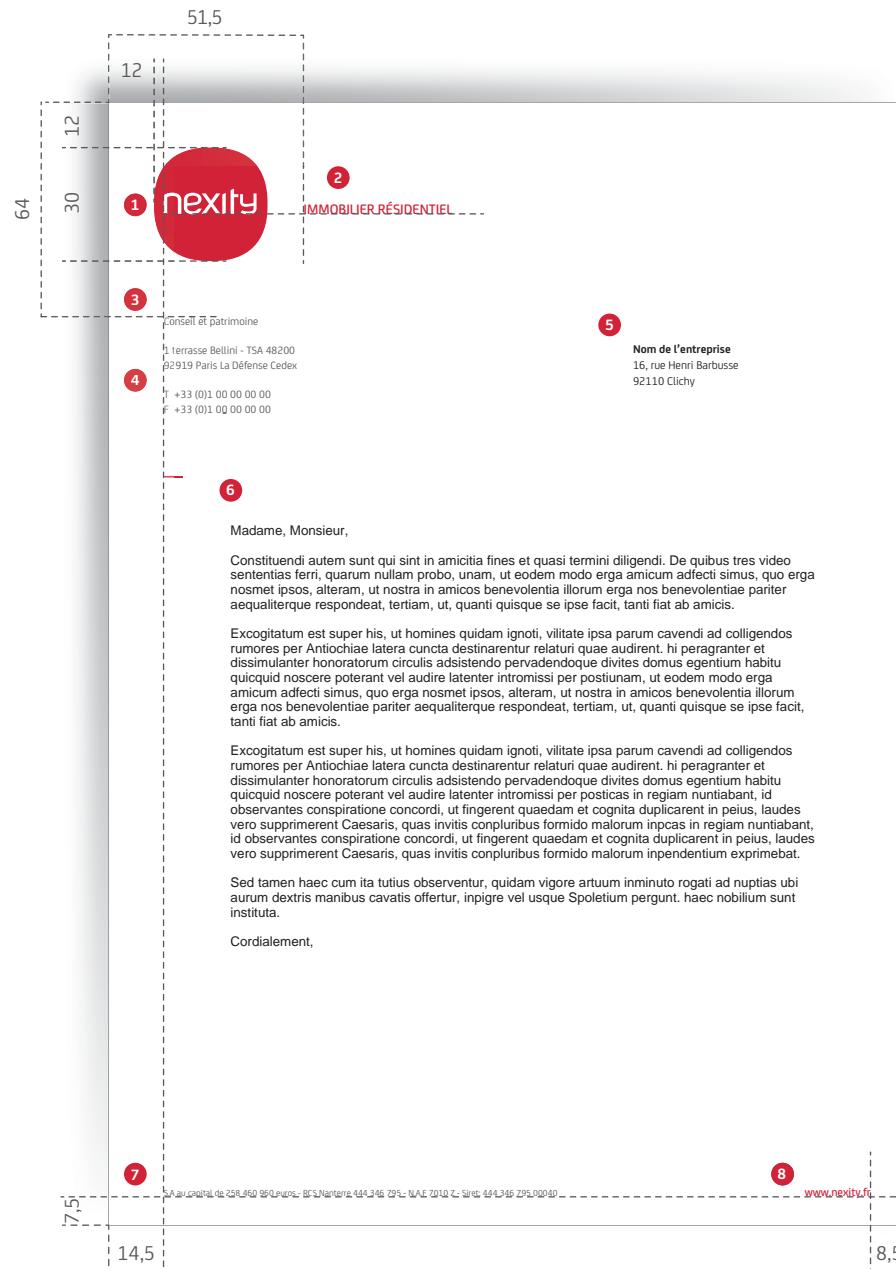


PAPIER À EN-TÊTE MÉTIER

32

> Format 210 x 297 mm

- ① Le logotype Nexity est toujours placé en haut à gauche du document.
- ② Le métier est toujours placé à droite du logotype, calé en pied du mot Nexity.
FS Joey medium 11 pt, rouge.
- ③ Le nom du métier est toujours placé à gauche sous le logotype, ferré à gauche, calé sur le «N» de Nexity.
FS Joey regular 8,5 pt, interlignage 11 pt, gris.
- ④ Le bloc adresse et les coordonnées sont toujours placés à gauche sous le logotype, ferrés à gauche, calés sur le «N» de Nexity.
FS Joey regular 8,5 pt, interlignage 11 pt, gris.
- ⑤ Le bloc adresse du destinataire est situé à 64 mm du haut de page.
Nom de l'entreprise en Arial bold 9 pt, adresse en Arial regular 9 pt, interlignage 12 pt, noir.
- ⑥ Le bloc de saisie de texte est situé à 112 mm du haut de page. Texte en Arial regular 10 pt, interlignage 11 pt, noir.
- ⑦ Les mentions légales sont en bas de page, ferrées à gauche, calées sur le «N» de Nexity. FS Joey regular 7 pt, gris.
- ⑧ Le site internet est situé en bas à droite, calé en pied sur la ligne des mentions légales. FS Joey medium 9 pt, rouge.



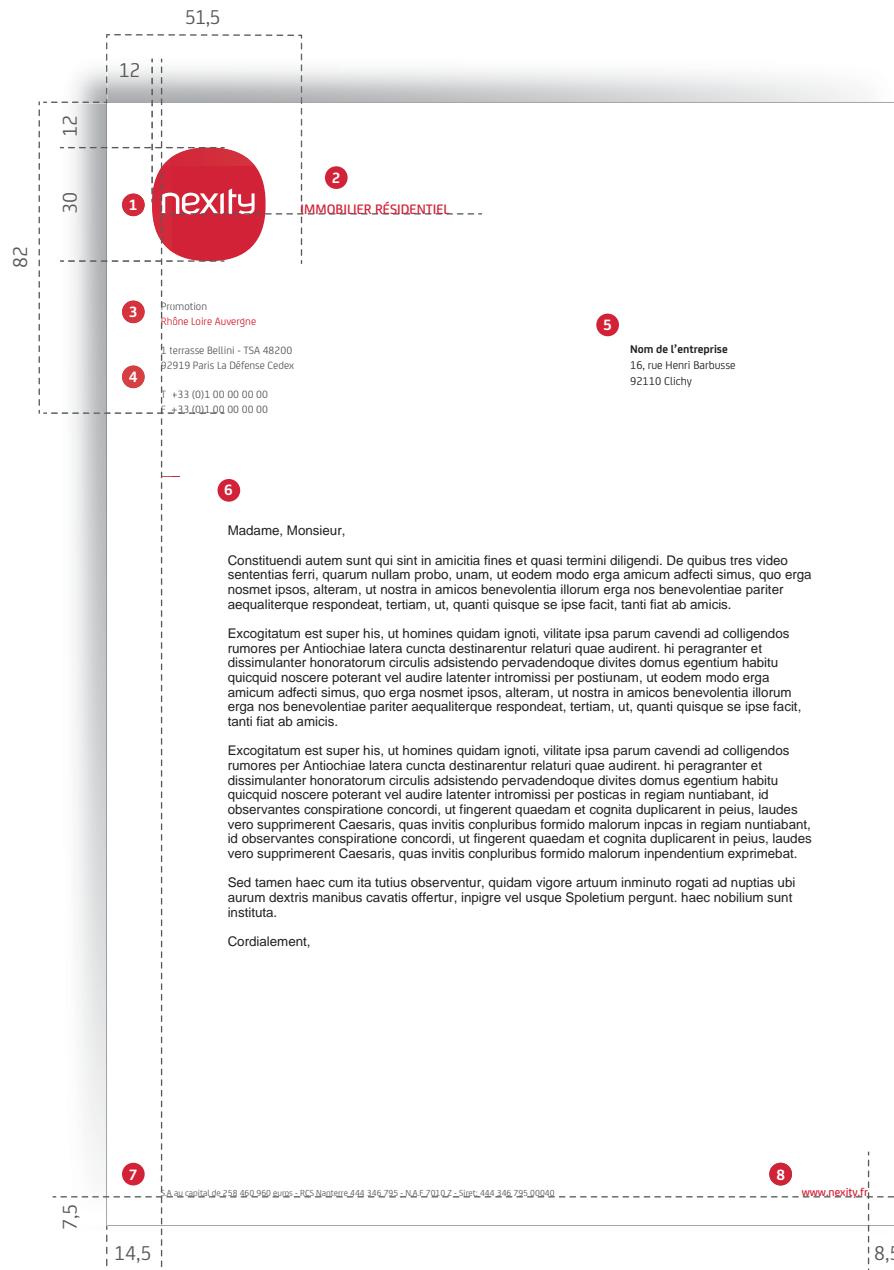
PAPIER À EN-TÊTE

MÉTIER + RÉGION

| 33

> Format 210 x 297 mm

- ① Le logotype Nexity est toujours placé en haut à gauche du document.
- ② Le métier est toujours placé à droite du logotype, calé en pied du mot Nexity.
FS Joey medium 11 pt, rouge.
- ③ Le nom du métier et la région sont toujours placés à gauche sous le logotype, ferrés à gauche, calés sur le «N» de Nexity.
FS Joey regular 8,5 pt, interlignage 11 pt, gris pour le métier, rouge pour la région.
- ④ Le bloc adresse et les coordonnées sont toujours placés à gauche sous le logotype, ferrés à gauche, calés sur le «N» de Nexity.
FS Joey regular 8,5 pt, interlignage 11 pt, gris ;
- ⑤ Le bloc adresse du destinataire est situé à 64 mm du haut de page.
Nom de l'entreprise en Arial bold 9 pt, adresse en Arial regular 9 pt, interlignage 12 pt, noir.
- ⑥ Le bloc de saisie de texte est situé à 112 mm du haut de page.
Texte en Arial regular 10 pt, interlignage 11 pt, noir.
- ⑦ Les mentions légales sont en bas de page, ferrées à gauche, calées sur le «N» de Nexity. FS Joey regular 7 pt, gris.
- ⑧ Le site internet est situé en bas à droite, calé en pied sur la ligne des mentions légales. FS Joey medium 9 pt, rouge.



CARTE DE VISITE TRANSVERSALE

| 34

> Format 90 x 50 mm

- ① Le logotype Nexity est toujours placé en haut à gauche du document.

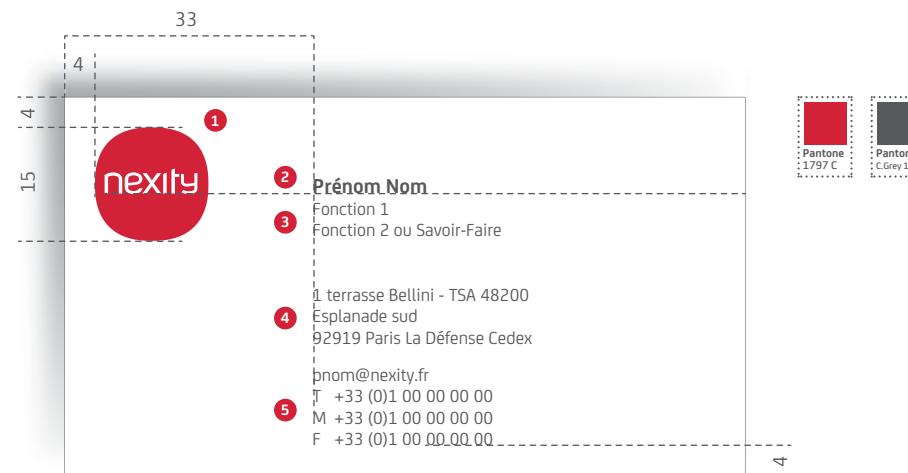
Les noms, fonctions, coordonnées sont ferrés à gauche, à 33 mm du bord gauche de la carte.

- ② Les prénom et nom sont en FS Joey bold, 8 pt, interlignage 8 pt, gris.

- ③ La ou les fonctions sont en FS Joey regular, 7 pt, interlignage 8 pt, gris.

- ④ Le bloc adresse est en FS Joey regular, 7 pt, interlignage 8 pt, gris.

- ⑤ Les coordonnées sont en FS Joey regular, 7 pt, interlignage 8 pt, gris.



CARTE DE VISITE

MÉTIER + RÉGION

| 35

> Format 90 x 50 mm

- ① Le logotype Nexity est toujours placé en haut à gauche du document.
- ② Le métier est placé à droite du logotype Nexity, au dessus du nom, calé à 5 mm du haut du document. FS Joey bold, 7 pt, interlignage 8 pt, rouge.

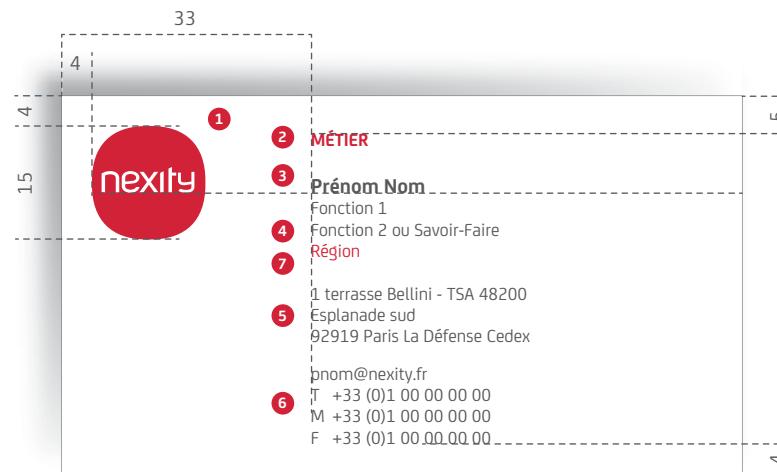
Les noms, fonctions, coordonnées sont ferrés à gauche, à 33 mm du bord gauche de la carte.

- ③ Les prénom et nom sont en FS Joey bold, 8 pt, interlignage 8 pt, gris.
- ④ La ou les fonctions sont en FS Joey regular, 7 pt, interlignage 8 pt, gris.
- ⑤ Le bloc adresse est en FS Joey regular, 7 pt, interlignage 8 pt, gris.
- ⑥ Les coordonnées sont en FS Joey regular, 7 pt, interlignage 8 pt, gris.
- ⑦ Le nom de la région est en FS Joey regular, 7 pt, interlignage 8 pt, rouge.

Carte de visite métier



Carte de visite métier + région



CARTE DE CORRESPONDANCE

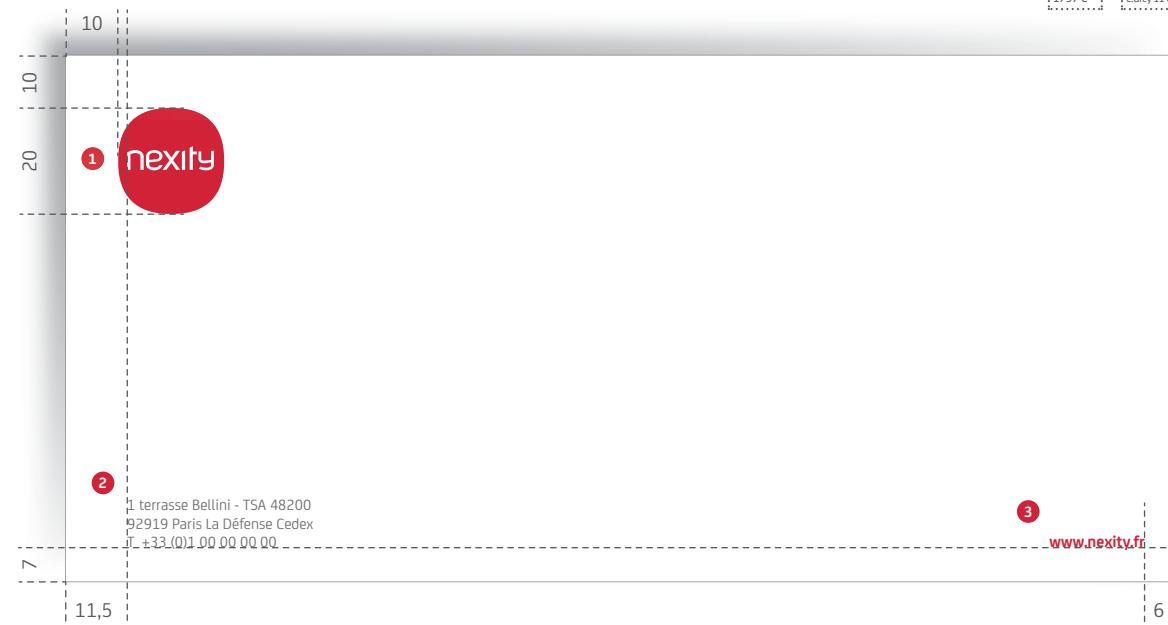
GÉNÉRIQUE

| 36



> Format 210 x 100 mm

- ① Le logotype Nexity est toujours placé en haut à gauche du document.
- ② Le bloc adresse et les coordonnées sont en bas de page, ferrés à gauche, FS Joey regular, 8,5 pt, interlignage 10 pt, gris.
- ③ Le site internet est situé en bas à droite de la page, calé en pied sur la ligne des coordonnées, FS Joey medium 9 pt, rouge.



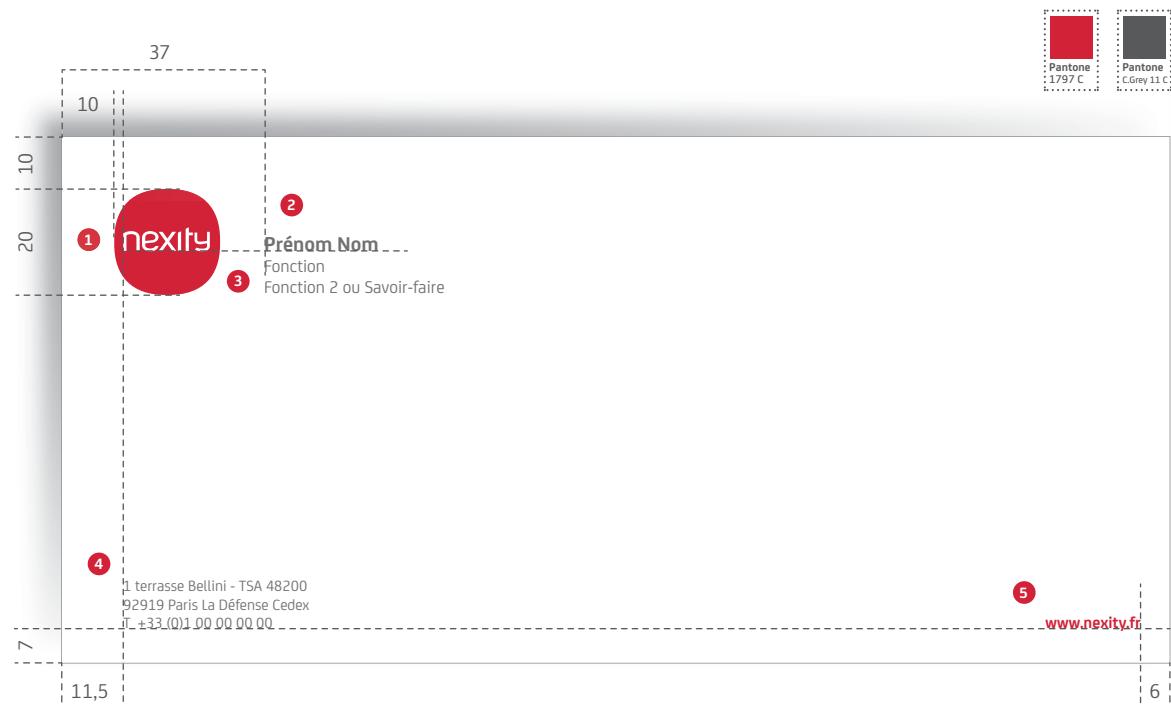
CARTE DE CORRESPONDANCE

NOMINATIVE

| 37

> Format 210 x 100 mm

- ① Le logotype Nexity est toujours placé en haut à gauche du document.
- ② Le prénom et le nom sont calés à droite du logotype, ferrés à gauche, FS Joey bold, 10 pt, interlignage 10 pt, gris.
- ③ La ou les fonctions sont calées à droite du logotype, ferrés à gauche, FS Joey regular, 8,5 pt, interlignage 10 pt, gris.
- ④ Le bloc adresse et les coordonnées sont en bas de page, ferrés à gauche, FS Joey regular, 8,5 pt, interlignage 10 pt, gris.
- ⑤ Le site internet est situé en bas à droite de la page, calé en pied sur la ligne des coordonnées, FS Joey medium 9 pt, rouge.



CARTE DE CORRESPONDANCE

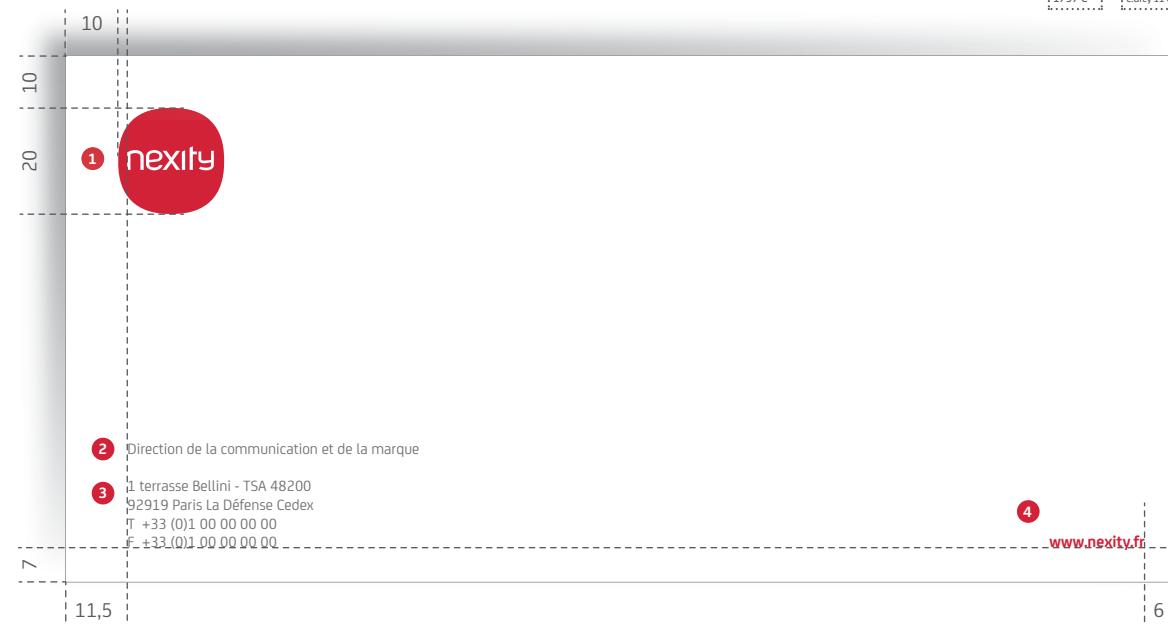
NOM DE DIRECTION

| 38



> Format 210 x 100 mm

- ① Le logotype Nexity est toujours placé en haut à gauche du document.
- ② Le nom de la direction est calé en bas de page, ferré à gauche sur le logotype, au dessus du bloc adresse, FS Joey bold, 8,5 pt, interlignage 10 pt, gris.
- ③ Le bloc adresse et les coordonnées sont en bas de page, ferrés à gauche sur le logotype, FS Joey regular, 8,5 pt, interlignage 10 pt, gris.
- ④ Le site internet est situé en bas à droite de la page, calé en pied sur la ligne des coordonnées, FS Joey medium 9 pt, rouge.



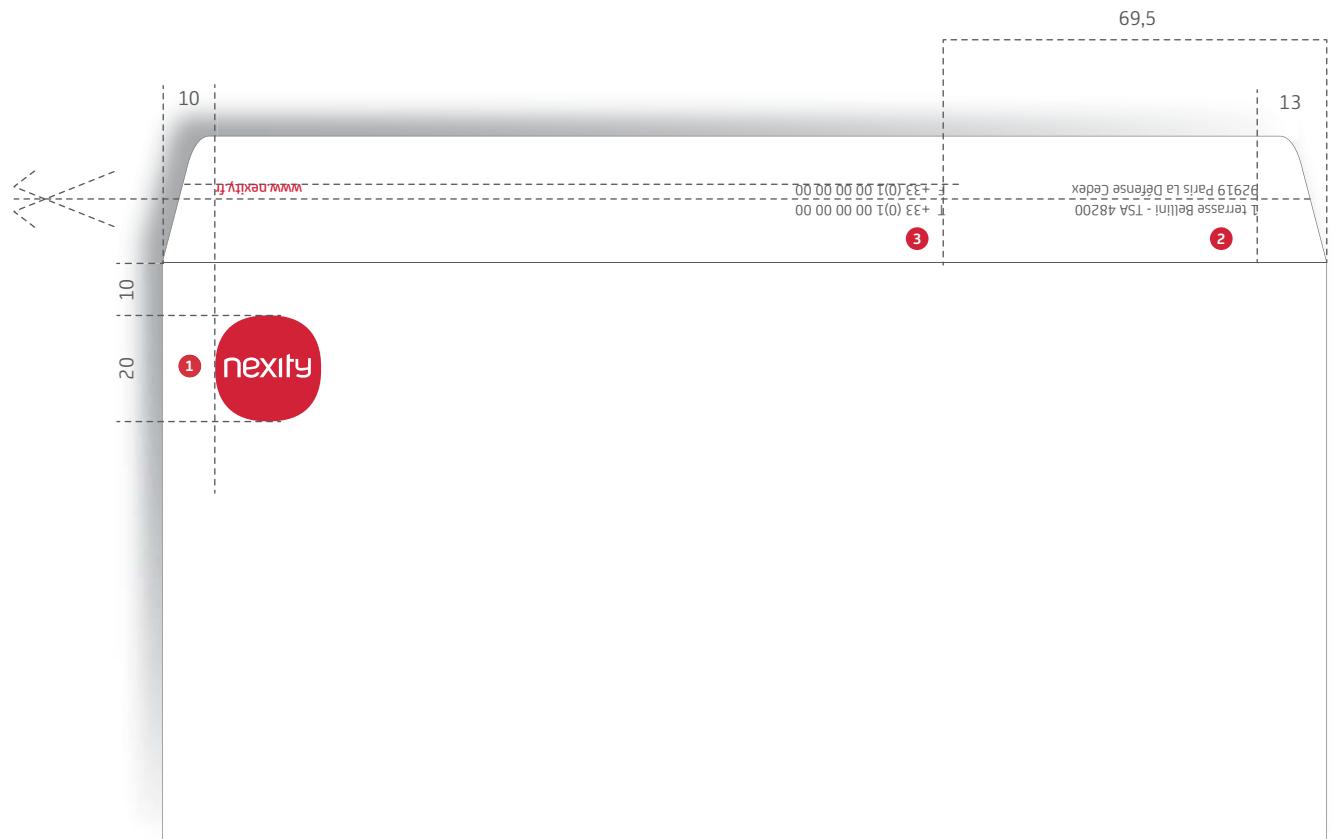
ENVELOPPE

FORMAT 220X110

| 39

> Format 220 x 110 mm

- ① Le logotype Nexity est toujours placé en haut à gauche du document.
- ② L'adresse et les coordonnées sont calées à droite du rabat, centrées dans la hauteur, FS Joey regular, 8,5 pt, interlignage 11 pt, gris.
- ③ Le site internet est calé à gauche du rabat, aligné sur le côté gauche du logotype, calé en pied sur la ligne des coordonnées, FS Joey medium, 8,5 pt, rouge.



LES GRANDS PRINCIPES D'ÉDITION

- > LES ÉLÉMENS DE STRUCTURE
- > LES COULEURS
- > LES TYPOGRAPHIES
- > LES IMAGES

LE HUBLOT

LE HUBLOT & BANDEAU

LE BANDEAU

LA LISSE

> LES ÉLÉMENTS DE STRUCTURE

HUBLOT + BANDEAU

LA RENCONTRE QUI CHANGE TOUT

| 42

La structure graphique Nexity se construit à partir du :

- > hublot, silhouette du logotype ;
- > bandeau, expression symbolique de la belle vie immobilière.

Leur rencontre - tout en transparence - véhicule les notions d'ouverture, de perspective, de projection et donne vie à la marque Nexity.

Cette rencontre génère deux types de documents :

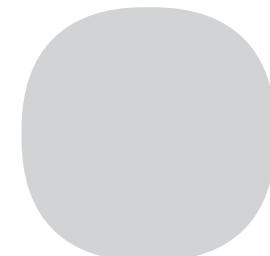
1. DOCUMENTS CORPORATE

L'élément immuable pour les documents corporate est le hublot, permettant de renforcer la reconnaissance Nexity. Il peut donc apparaître seul ou accompagné du bandeau.

2. DOCUMENTS COMMERCIAUX

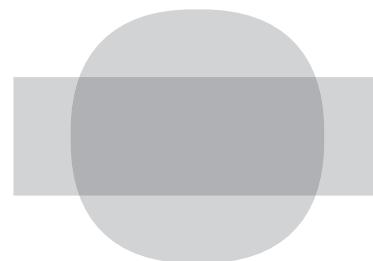
Les documents commerciaux étant plus nombreux et ayant des vocations différentes, leur construction se fait plus systématiquement avec la rencontre du hublot et du bandeau. La multiplicité des combinaisons donne de la richesse au système et le rend identitaire. L'utilisation du bandeau seul est également possible pour les documents les plus opérationnels.

Pour renforcer la reconnaissance Nexity, les documents commerciaux sont enrichis d'un élément graphique - la lisse rouge - en bas de page.



HUBLOT

1. Documents corporate
2. Documents commerciaux



HUBLOT ET BANDEAU

1. Documents corporate
2. Documents commerciaux



BANDEAU

2. Documents commerciaux

LISSE

2. Documents commerciaux

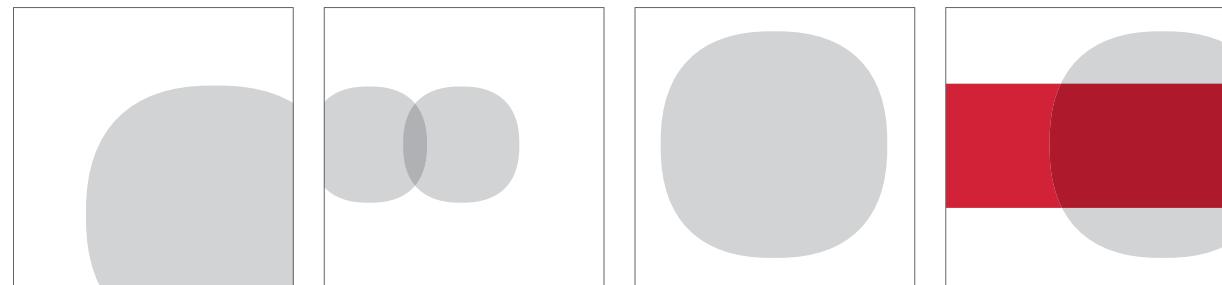
TOUS ENSEMBLE

EXEMPLES DE COMBINAISONS

| 43

1. DOCUMENTS CORPORATE

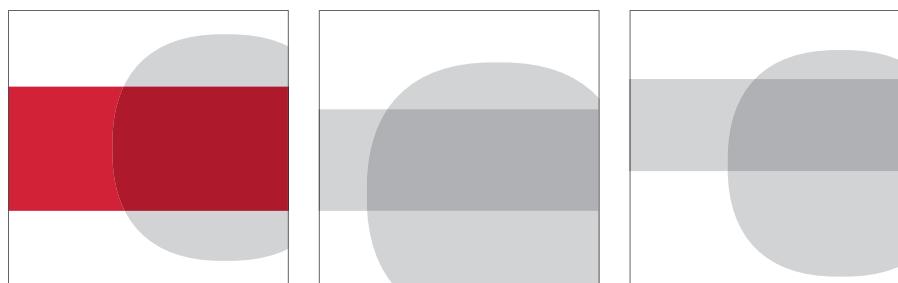
Les combinaisons corporate ont pour vocation d'illustrer le statut de la marque. Ils doivent rester simples et purs.



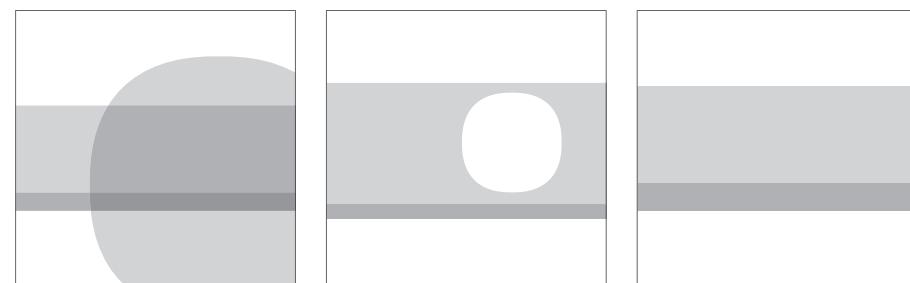
2. LES DOCUMENTS COMMERCIAUX

Les combinaisons des documents commerciaux ont pour vocation d'illustrer la richesse des prises de parole et la palette des offres Nexity.

COMMERCIAUX PÉRENNES



COMMERCIAUX OPÉRATIONNELS

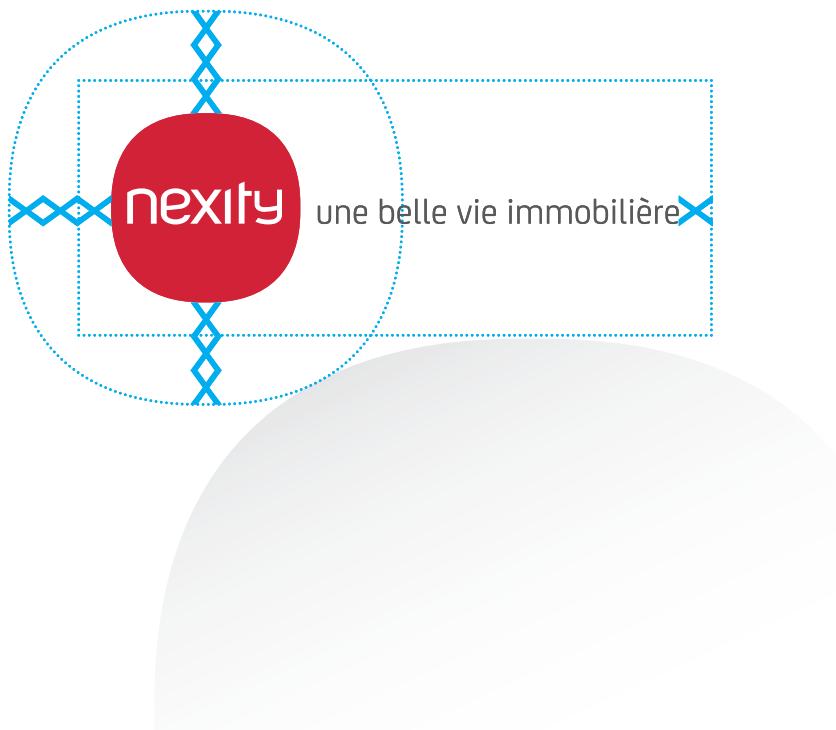


CONSTRUCTION

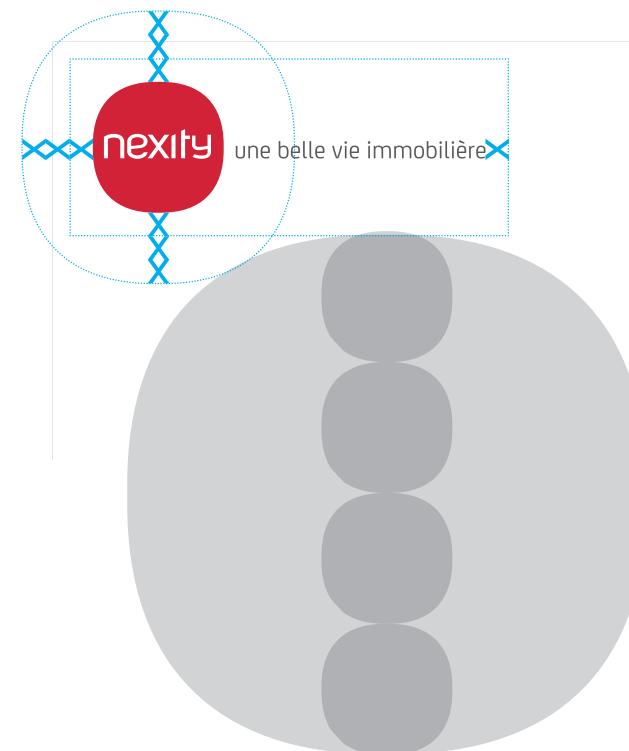
BIEN METTRE EN PAGE LE HUBLOT

| 44

Zone de protection autour du bloc-marque Nexity.



Distance minimum entre le hublot et le bloc-marque.



CONSTRUCTION

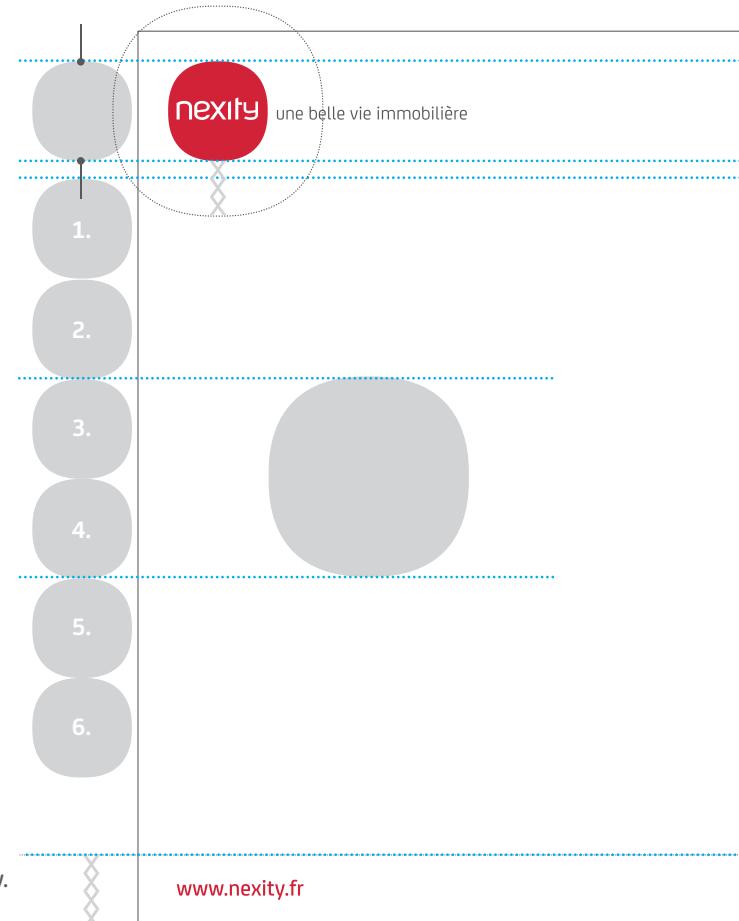
BIEN METTRE EN PAGE LE HUBLOT

| 45

Le hublot peut être cadré de nombreuses façons mais il doit systématiquement être géré pour bien se différencier du logotype Nexity.

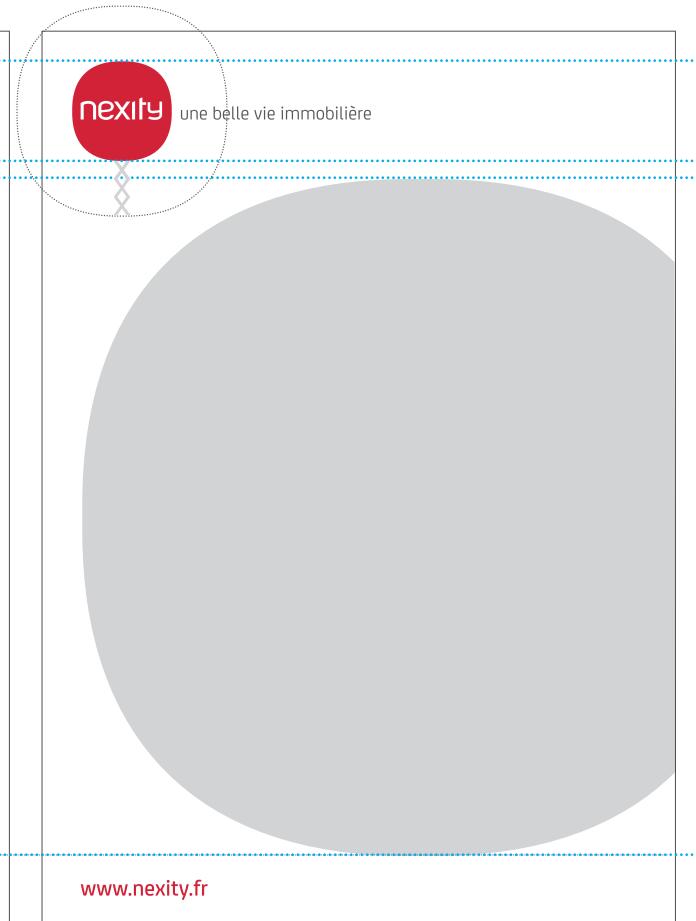
TAILLE MINIMUM

Le hublot fait 2 fois la hauteur du bloc-marque.



ENCOMBREMENT MAXIMUM

Le cadrage du hublot occupe l'espace disponible entre le bloc-marque et la zone interdite.



ZONE INTERDITE

La zone interdite en bas de page équivaut à 4 fois la hauteur du "x" du logotype Nexity.

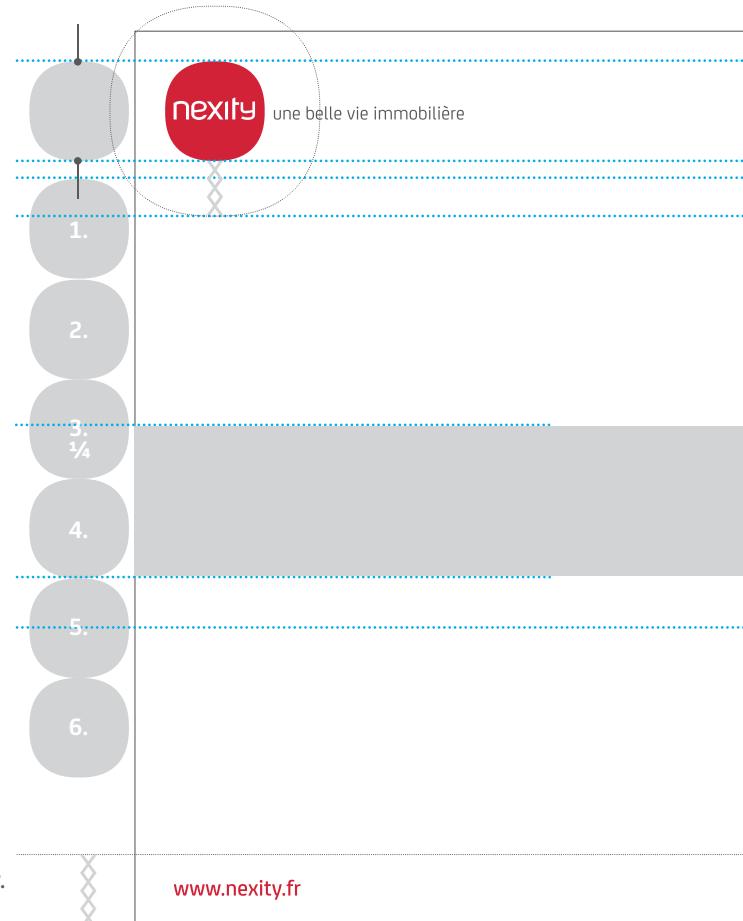
CONSTRUCTION

BIEN METTRE EN PAGE LE BANDEAU

| 46

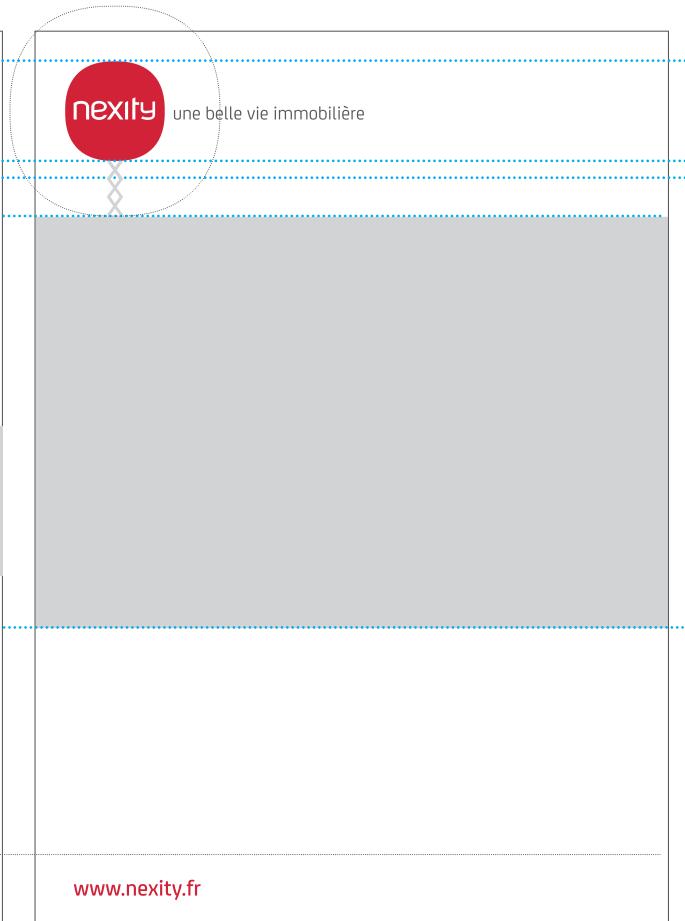
TAILLE MINIMUM

Le bandeau fait 1,5 fois la hauteur du bloc-marque.



TAILLE MAXIMUM

Le bandeau fait 5 fois la hauteur du bloc-marque.



ZONE INTERDITE

La zone interdite en bas de page équivaut
à 4 fois la hauteur du "x" du logotype Nexity.

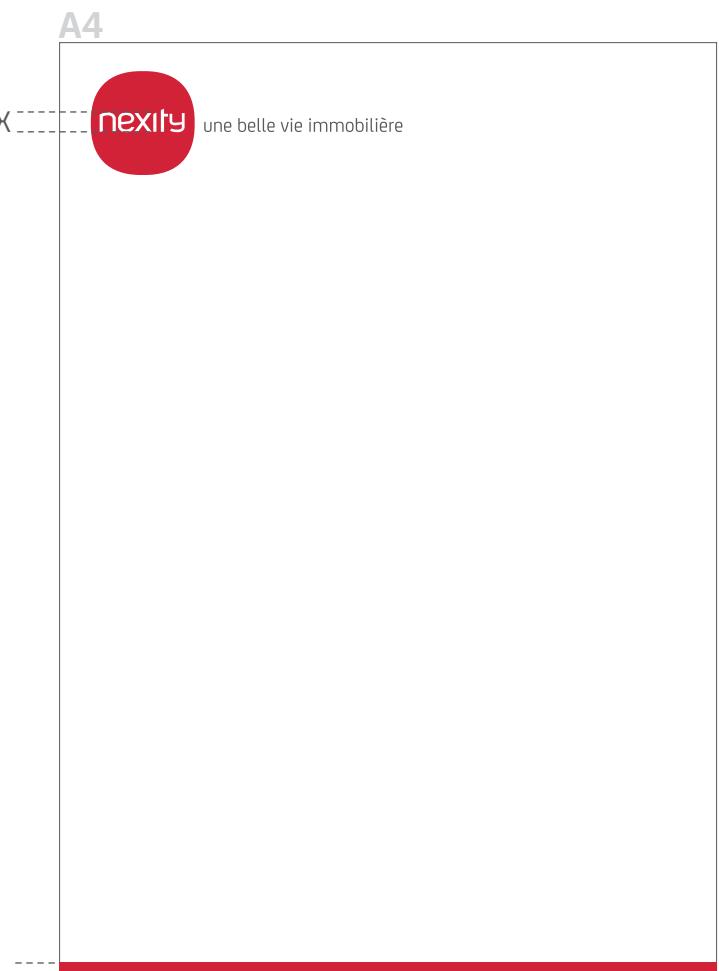
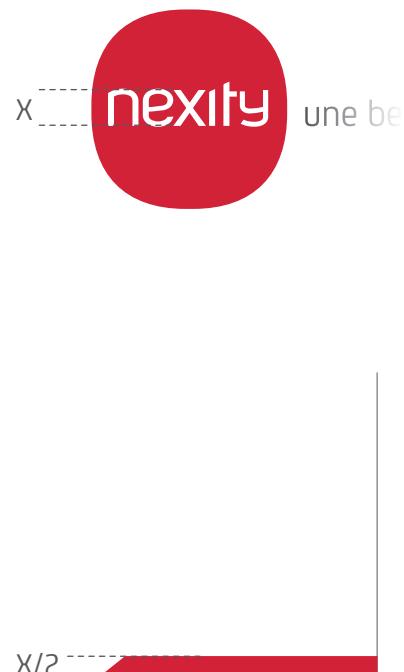
CONSTRUCTION

BIEN METTRE EN PAGE LA LISSE

| 47

La lisse = 1/2 du "X" du Nexity du logo.

- > Sur les supports commerciaux uniquement.
- > Toujours en pied de page.
- > Toujours en rouge Nexity.



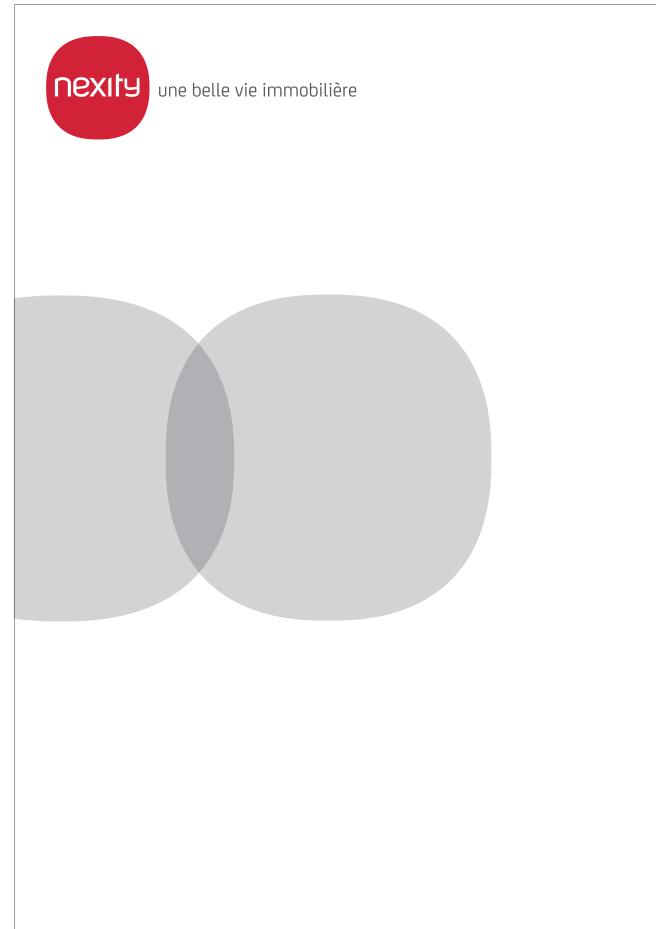
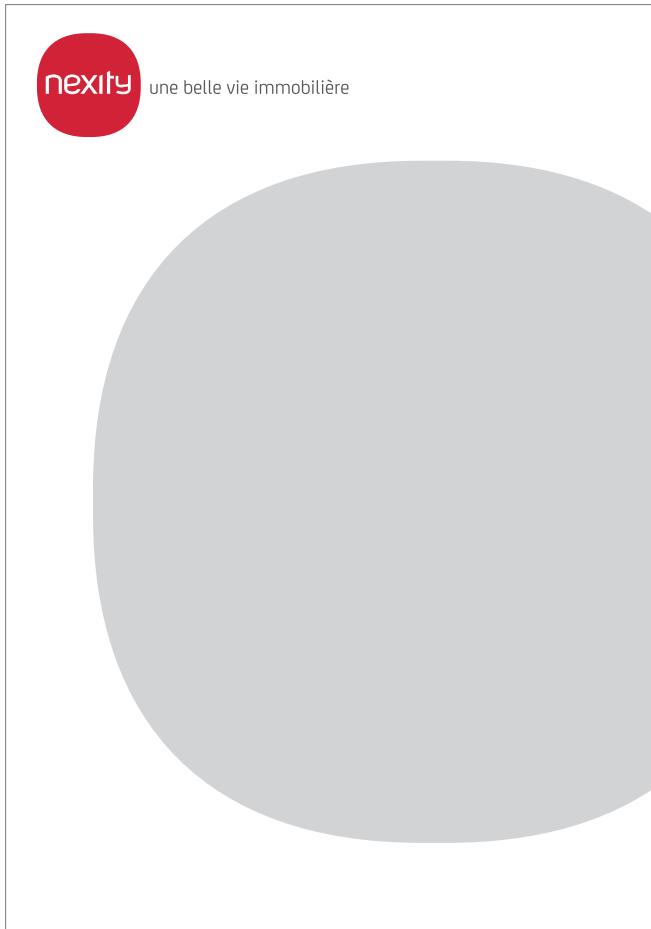
< >

MISE EN PAGE

EXEMPLES CORPORATE

| 48

Deux exemples d'édition corporate

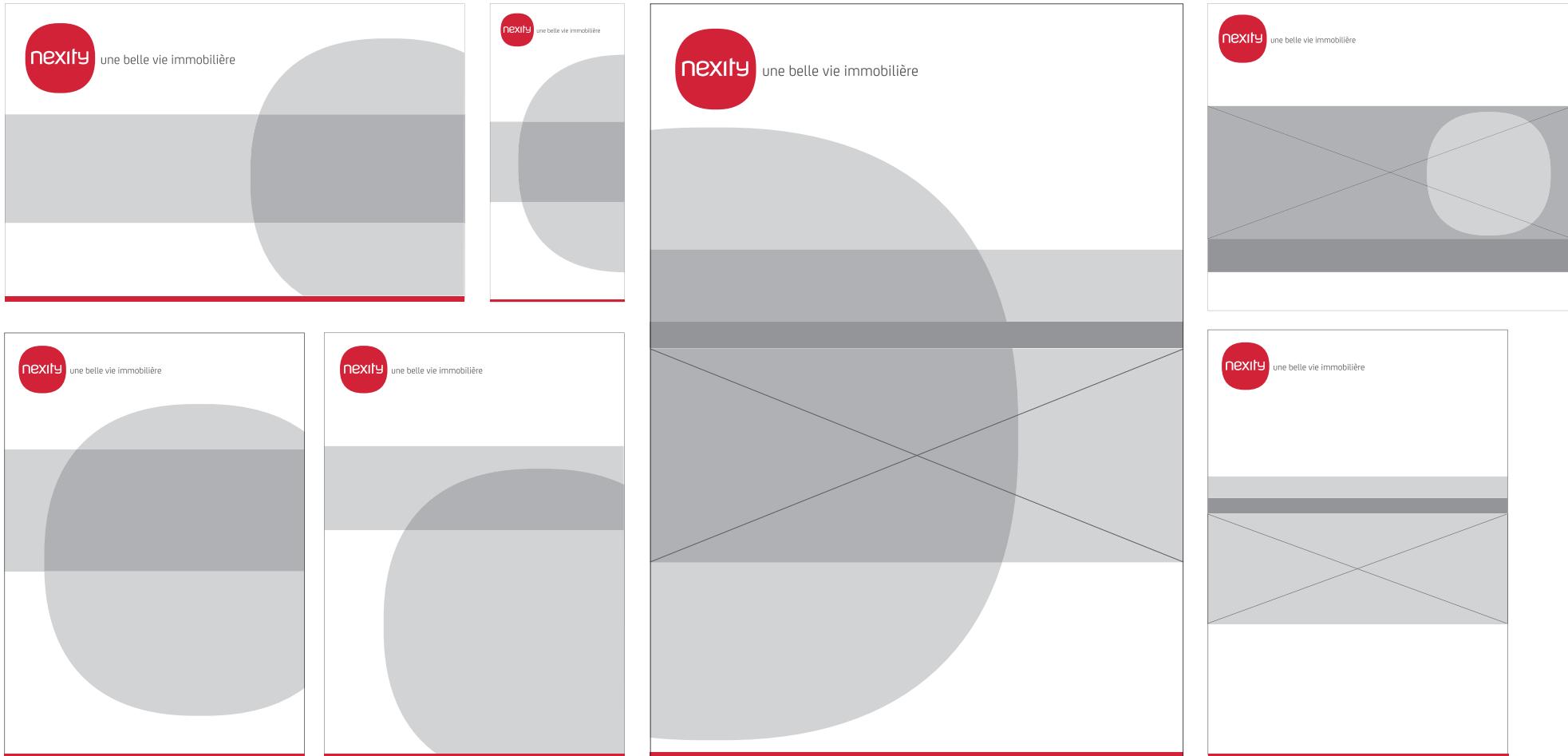


MISE EN PAGE

EXEMPLES COMMERCIAUX

| 49

Exemples d'édition commerciale



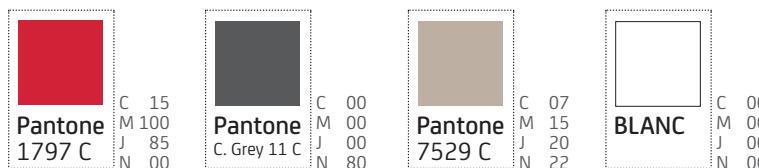
GAMME CORPORATE
GAMME VIVE
GAMME SOURDE

> LES COULEURS

LES PALETTES COLORIELLES

CORPORATE & MÉTIERS

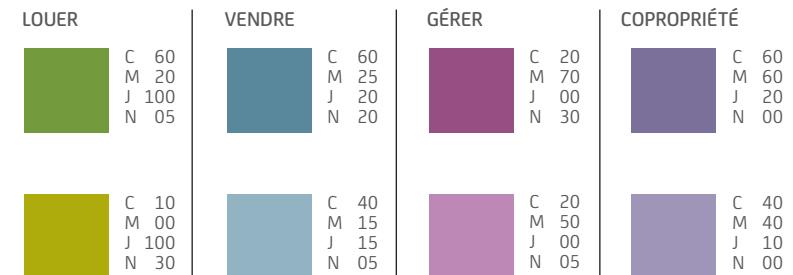
Couleurs corporate



Ces couleurs incarnent la marque Nexity. Le ciment est la couleur utilisée pour les textes et la signature. Une ou plusieurs de ces couleurs apparaît sur les supports Nexity.

NOTE : Le blanc fait partie de la palette colorielle corporate de Nexity. Il doit être présent sur tous les supports, et permet aux images d'émerger. Les aplats de couleurs sont donc à proscrire.

Couleurs métiers - Services Immobiliers aux Particuliers



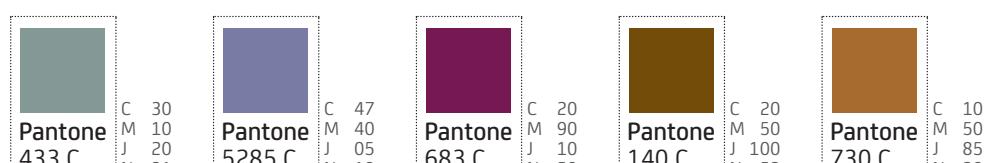
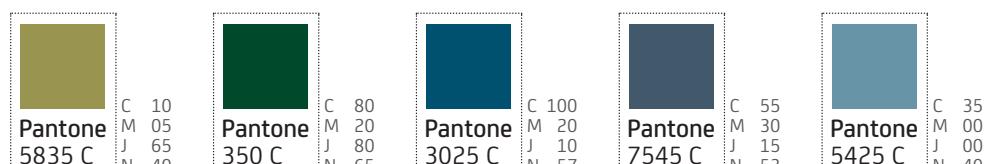
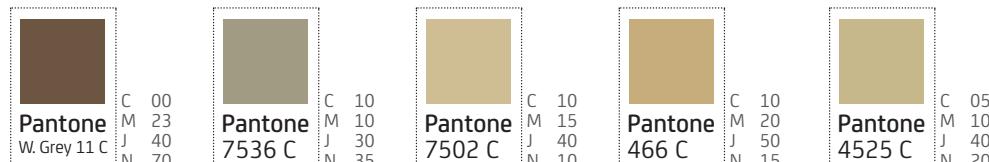
Les 4 couleurs définies pour les Services Immobiliers aux Particuliers clarifient les 4 métiers clés. Ces couleurs sont strictement définies pour décrire ces métiers et ne doivent pas être utilisées autrement.

ET PLUS ENCORE

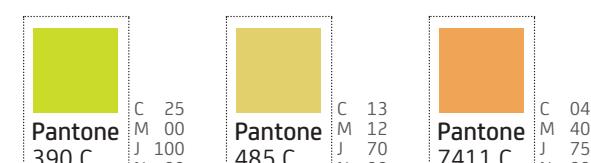
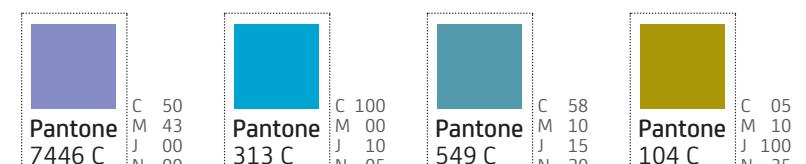
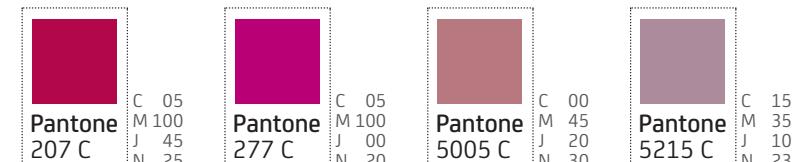
GAMME SOURDE - GAMME VIVE

| 52

Gamme Sourde - Sélection de couleurs utilisées pour les supports commerciaux. Elle peut être mixée avec la gamme vive.



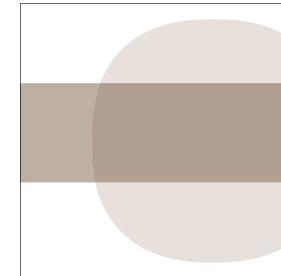
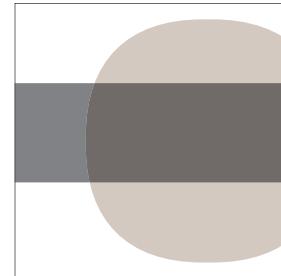
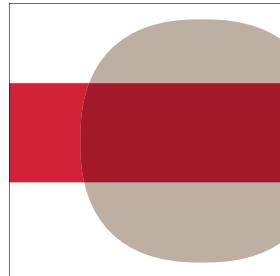
Gamme Vive - Sélection de couleurs utilisées pour les supports commerciaux. Elle peut être mixée avec la gamme sourde.



CHOISIR LA BONNE COULEUR

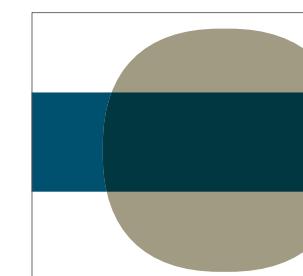
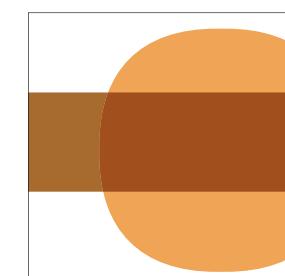
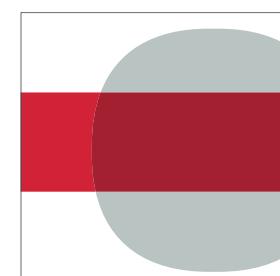
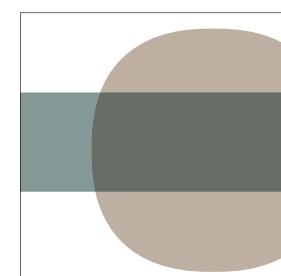
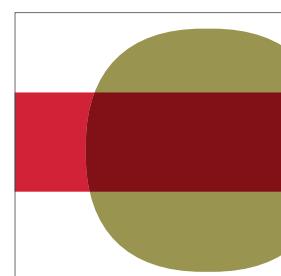
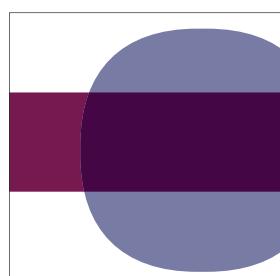
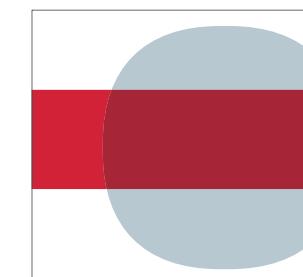
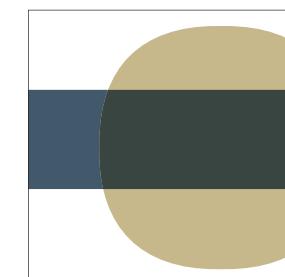
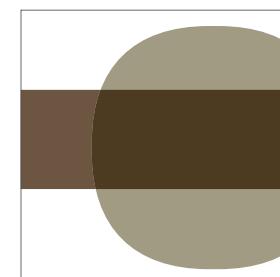
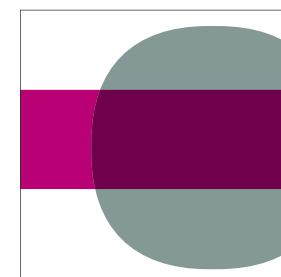
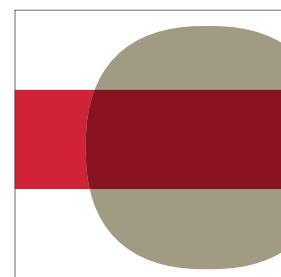
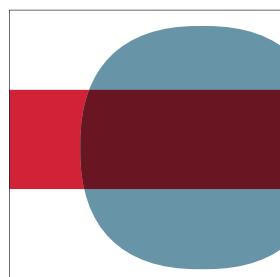
RESTER SIMPLE !

| 53



Les trois premiers exemples utilisent uniquement les couleurs corporate mais dans tous les cas de figure, la simplicité garantit un résultat harmonieux.

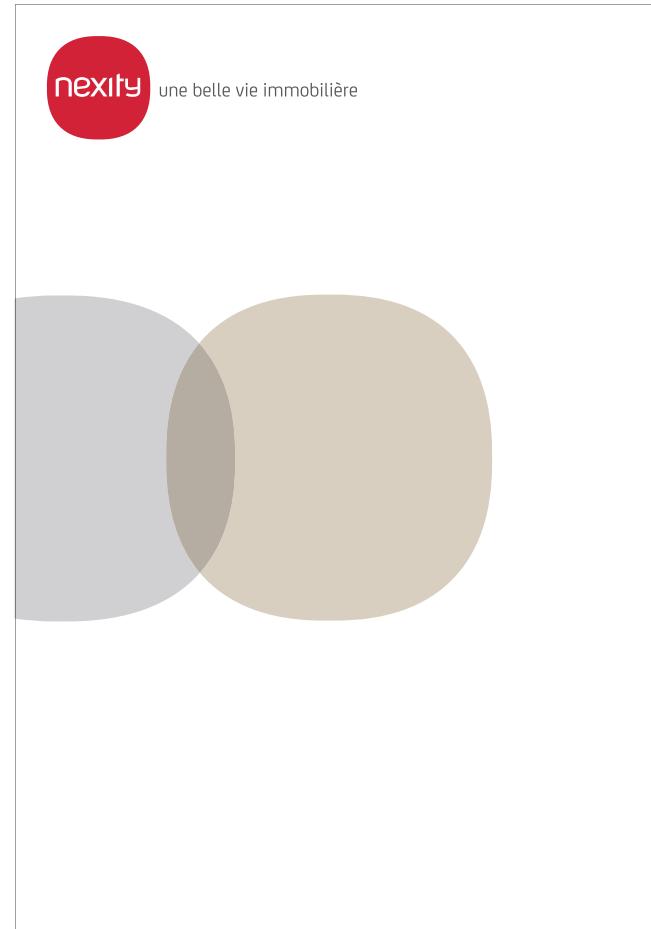
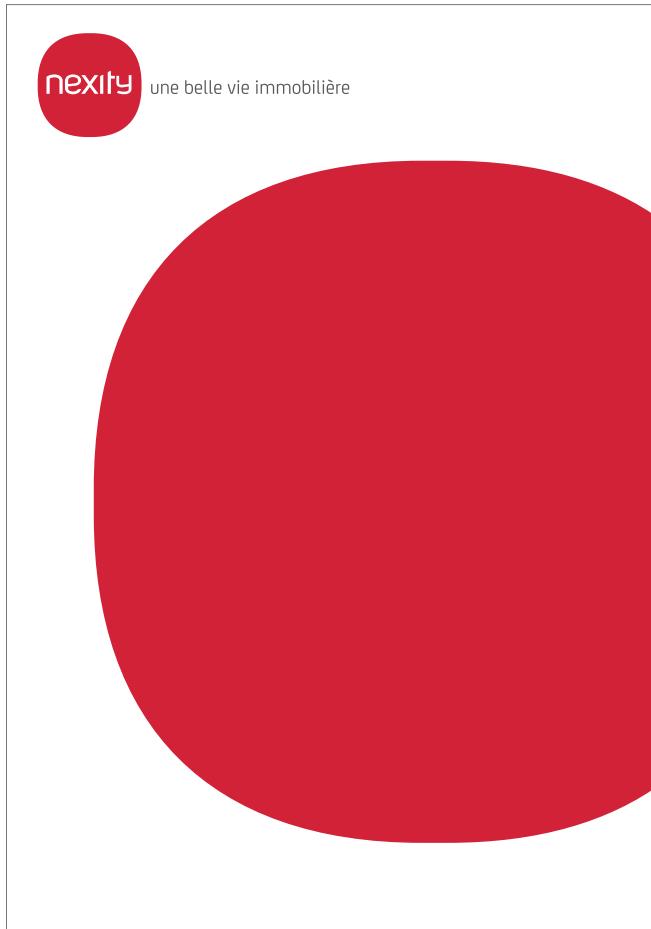
- > Si une couleur foncée est utilisée pour le bandeau, il est préférable d'utiliser une couleur claire pour le hublot.
 - > Il est préférable d'utiliser des couleurs d'une densité proche.
- L'utilisation du bandeau rouge permet de renforcer l'identité Nexity.



CHOISIR LA BONNE COULEUR

EXEMPLES CORPORATE

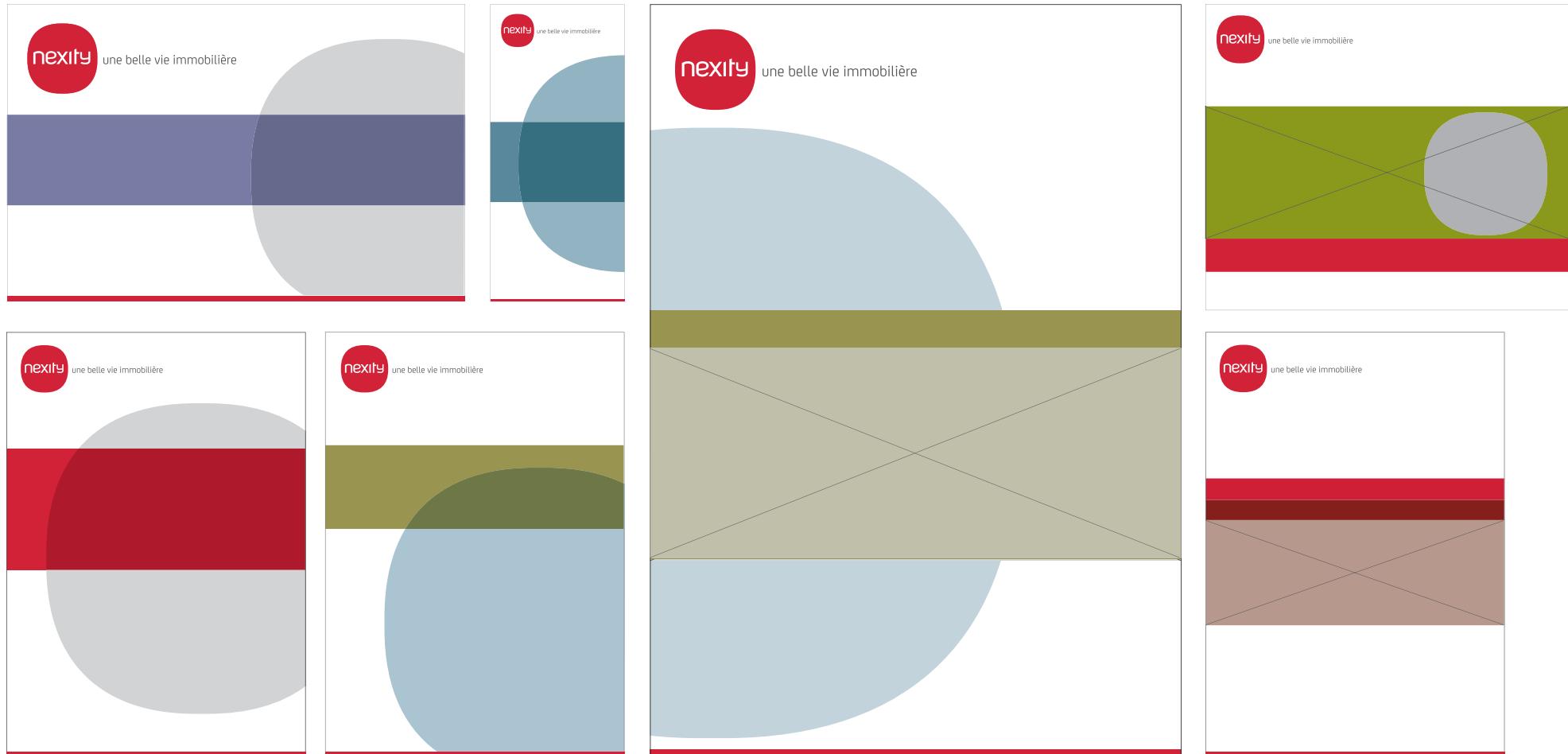
| 54



CHOISIR LA BONNE COULEUR

EXEMPLES COMMERCIAUX

Exemples de mises en couleur pour des communications commerciales



FER À GAUCHE
CONTRASTE
HIÉRARCHIE
MAJUSCULES

> LES TYPOGRAPHIES

TYPOGRAPHIE

FS JOEY - LES MOYENS D'EXPRESSION

| 57

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890ÀÇÉÈÆÍÔŒÚ
åàçéèêæíôœú!?:;/<>€%&“”()
LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890ÀÇÉÈÆÍÔŒÚ
åàçéèêæíôœú!?:;/<>€%&“”()
REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890ÀÇÉÈÆÍÔŒÚ
åàçéèêæíôœú!?:;/<>€%&“”()
MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890ÀÇÉÈÆÍÔŒÚ
åàçéèêæíôœú!?:;/<>€%&“”()
BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890ÀÇÉÈÆÍÔŒÚ
åàçéèêæíôœú!?:;/<>€%&“”()
HEAVY

LA TYPOGRAPHIE FS JOEY EST FÉDÉRATRICE

Il est important de l'utiliser pour donner de la personnalité et favoriser la reconnaissance des supports Nexity. En suivant quelques règles simples cela est aisément réalisable.

Ne pas utiliser la typographie en italique. Garder la heavy pour des cas exceptionnels pour hiérarchiser les informations.

MISE EN PAGE ET CONTRASTE

Pour capter l'attention du lecteur, il est important de jouer sur différentes tailles et graisses de typographie. Toutefois, ne pas les démultiplier (trois par exemple). Plus les textes sont importants en taille, plus il est recommandé d'utiliser des graisses light.

GARDER LES TITRES EN CAPITALES

Pour émerger d'un texte dense et créer des repères dans les colonnes, tous les titres doivent être en majuscules.

JOUER SUR LES GRAISSES DANS UN MÊME TITRE

Aspérité graphique à n'utiliser que pour les titres (jamais pour les textes courants). Ne pas en abuser, cela permet de créer du rythme sur des informations majeures et de donner un style d'expression Nexity.

UNE LICENCE CORPORATE A ÉTÉ ACHETÉE ; LA TYPOGRAPHIE EST À DISPOSITION DES COLLABORATEURS ET DE LEURS PARTENAIRES AUPRÈS DE LA DIRECTION DE LA COMMUNICATION ET DE LA MARQUE.

VOUS SOUHAITEZ LOUER UN BIEN ?

Chez Nexity, nous savons que devenir locataire n'est pas toujours une démarche facile et nous pensons qu'elle doit se concrétiser en toute confiance.

52 HOCHE

UNE OPÉRATION ALLIANT PRESTIGE ET PERFORMANCE À 50 M DE LA PLACE DE L'ÉTOILE
PARIS / 75008

LES RIVES DE HEYRITZ

STRASBOURG / 67

TYPOGRAPHIE

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE

| 58

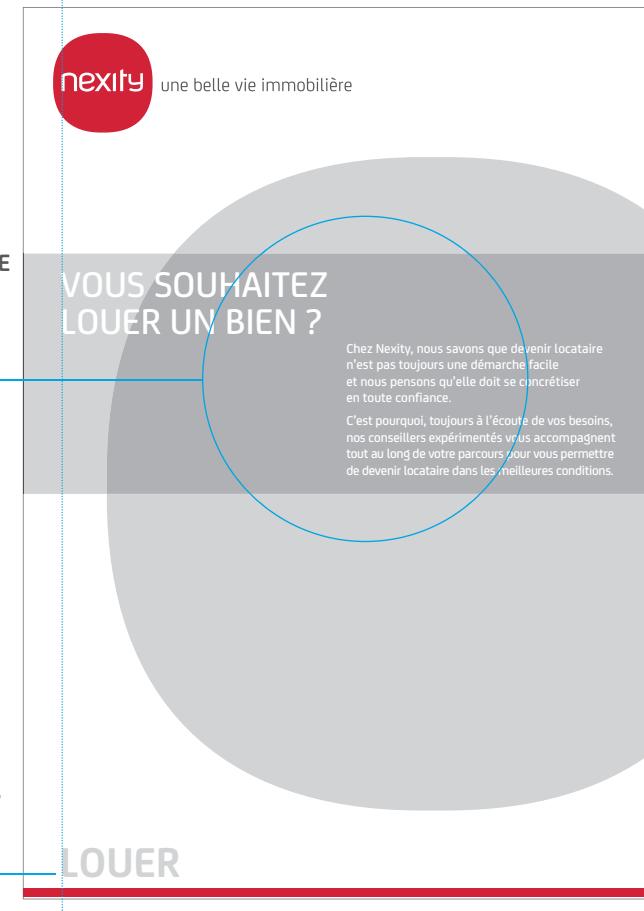
Le texte est TOUJOURS ferré à gauche et en drapeau à droite, sauf dans les cas où cela n'est pas possible. Pour avoir un rendu aérien, les pages de textes doivent jouer sur des oppositions entre des paragraphes denses et des espaces de respiration blancs. Dès que possible, pour les pages intérieures, il est recommandé d'utiliser une grille de mise en page avec 3 colonnes de texte.

MISE EN FORME ET CONTRASTE

Exemple illustré où la page de titre se construit sur une grille à deux colonnes : accroche en medium, capitales et texte courant petit, en bas de casse.

MENTION BAS DE PAGE

Lorsque nécessaire, ajout d'une mention en bas à gauche, en capitales, bold pour asseoir la page.



IDENTITÉ VISUELLE - LES FONDAMENTAUX

Exemple illustré de mise en page selon une grille de 3 colonnes de texte. (NB : les textes les plus grands ont une graisse plus light pour garder le rendu aérien. Voir page 72).

LIVRET MÉTIÈRES / 8

DROITS ET DEVOIRS DU COPROPRIÉTAIRE

COPROPRIÉTÉ DROIT & DEVOIRS

LE COPROPRIÉTAIRE wedus cleddyf ar y ydlys ar meu i. kymn wneidigeid idet y dam-dylchyn coran gylch y beur un swydd. A hithian gan olynnch unr chich a atebawd unr ovan gan denau gweinidawl, na weiniw arglwyd. Sheb hi. Minnau seigleu iou pei as gwellt ti eus yn adurnn brenhinol, y gorfwyssiell dy holl vocach di herwyd hoffter y berson. Y voned ynteu a gyfaddeuynt ragori rae dy teu di. Ar ateb annostir arthus hwnnw a gyffres y brenhin ar lit ac ilion. Ac yn henafol oll, o vot y sawl gwyrda aod unr gylch yn gweardaw yr ymadroedd Reit yw yttl. heb ef. meneig y m i y brenhin. kymaint y arderchogwrnyd

Yngurch Starfymaen i Jerusalem. Wled ysgoloria yn salgwyn yn seint dynys, yn gwicsaw coran ymreolaethol a bennig. ar y gwicsaw cleddyf y teyrnas am y ydlys ar warthaf y gwisec maevarthiawc ar besson brenhinol ar ansawd wreiniad, a deckent, ac a hoffant y adurn oledig. Ac ar hyrru y brenhin aderchau a dlygu wrth y wrelc, yr honn y cedel ef rybchwach ohonei, a dominau idair y vot ymliam neb yr un ansawd honno, ysgareddicaf.

Heb ef awelost neu o glynieu reib un dderchau edic ar lewodraeth teyrnas mor wedus cleddyf ar y ydlys ar meu i. Kymn wneidigeid y dan.

DROITS :
DEMANDER À FAIRE RÉALISER DES TRAVAUX AFFECTANT LES PARTIES COMMUNES

Yngurch Starfymaen i Jerusalem. Wled ysgoloria yn salgwyn yn seint dynys, yn gwicsaw coran ymreolaethol a bennig. ar y gwicsaw cleddyf y teyrnas am y ydlys ar warthaf y gwisec maevarthiawc ar besson brenhinol ar ansawd wreiniad, a deckent, ac a hoffant y adurn oledig. Ac ar hyrru y brenhin aderchau a dlygu wrth y wrelc, yr honn y cedel ef rybchwach ohonei, a dominau idair y vot ymliam neb yr un ansawd honno, ysgareddicaf.

Heb ef awelost neu o glynieu reib un dderchau edic ar lewodraeth teyrnas mor wedus cleddyf ar y ydlys ar meu i. Kymn wneidigeid y dan.

DEVOIRS :
RÉGLER LES CHARGES ET LES APPELS FONDS

Heb hi Minnau agigleu hot un, pei as gwellt ti eus yn adurnn brenhinol, y gorfwyssiell dy holl vocach di herwyd hoffter y berson. Y voned ynteu a gyfaddeuynt ragori rae dy teu di. Ar ateb annostir hwnnw a gyffres y brenhin ar lit ac ilion, ac yn henafol oll, o vot y sawl gwyrda aod unr gylch yn gweardaw yr ymadroedd Reit yw yttl. heb ef. meneig y m i y brenhin. kymaint y arderchogwrnyd ac aonol ar hwm ahydeddost. A mynheu agrychwm part ar attaw ef. val y bennych di am goystiau ihmew gwetyl an gwelech gyuariystys yn adurn brenhinol, pwy weddusaf ohoniwm. Ac ny byd dibben llid o dywedolied ev, namen ymreolaethol a gylch y ddiwedd, yw'r hysbrydol Olynhau aros a gwneiniwm, pan weisiai y brenhin yn kynfod ar lit, a chwessau tuskau y hatalb ymro yn syrce. Myt gweulus, heb

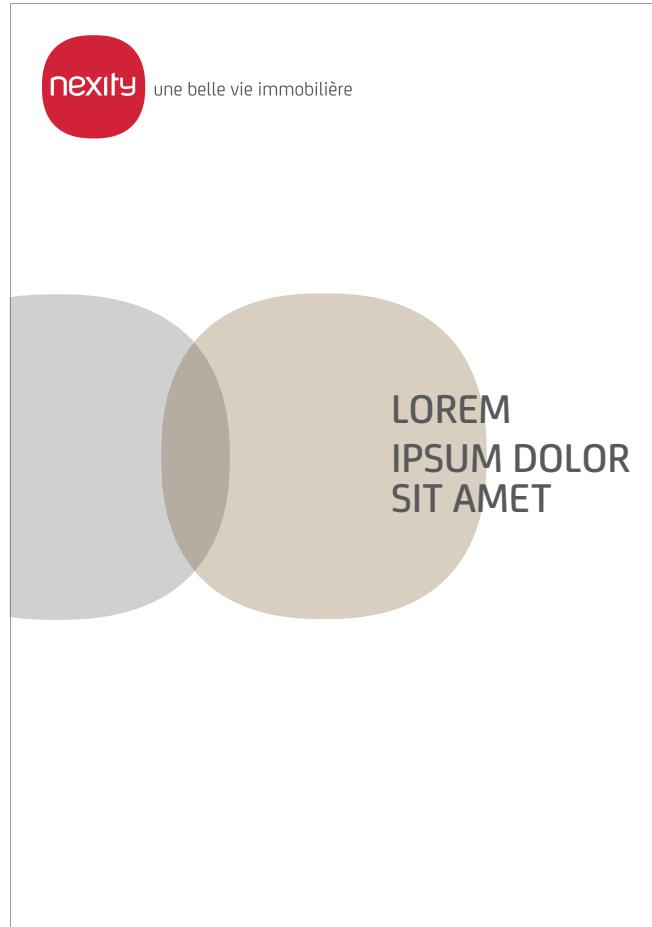
Amyr yngwylloedd part ar attaw ef. val y bennych di am goystiau ihmew gwetyl an gwelech gyuariystys yn adurn brenhinol, pwy weddusaf ohoniwm. Ac ny byd dibben llid o dywedolied ev, namen ymreolaethol a gylch y ddiwedd, yw'r hysbrydol Olynhau aros a gwneiniwm, pan weisiai y brenhin yn kynfod ar lit, a chwessau tuskau y hatalb ymro yn syrce. Myt gweulus, heb

< >

TYPOGRAPHIE

EXEMPLES CORPORATE

| 59



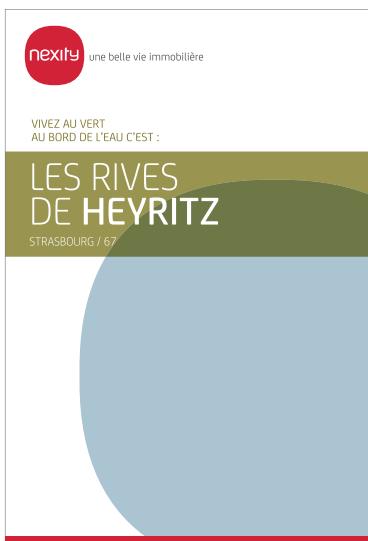
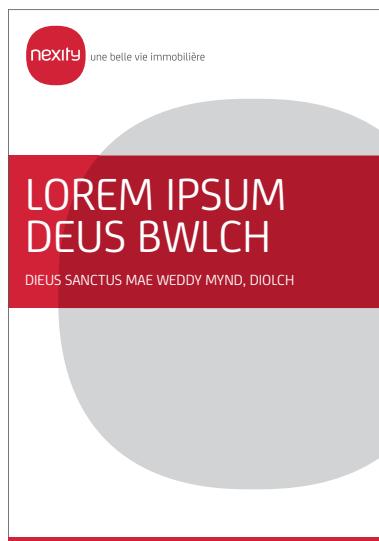
MENTION IMPORTANTE :

Seuls les titres peuvent être écrits à l'intérieur ou à cheval du hublot ; les autres textes doivent être gérés à l'extérieur ou dans le bandeau.

TYPOGRAPHIE

EXEMPLES COMMERCIAUX

| 60



INSTANTS DE VIE
ILLUSTRATIONS
ARCHITECTURE

> LES IMAGES

LES IMAGES

TROIS GRANDES LIGNES

| 62

LES INSTANTS DE VIE

À l'image de la marque, elles sont orientées client ; elles illustrent les publics en action dans leur quotidien, en mouvement.



LES ILLUSTRATIONS

Elles ont été réalisées spécialement pour Nexity, pour incarner les valeurs de la marque. Elles sont toujours utilisées en quadri et en complément des photographies.

Des éléments détournés peuvent aussi être utilisés.



L'ARCHITECTURE

L'intervention de Nexity porte aussi bien sur la réalisation des logements que sur la concrétisation de projets immobiliers : des visuels d'extérieur et d'intérieur avec des lignes de perspective bien marquées illustrent le dynamisme de Nexity.



LES IMAGES

QUAND LES UTILISER ?

| 63

LES INSTANTS DE VIE

Elles peuvent être utilisées en :

- > Bichromie (corporate principalement).
- > Quadri (jamais en corporate).



LES ILLUSTRATIONS

Elles peuvent être utilisées pour des prises de parole corporate et commerciales. Toutefois, elles ne constituent pas la ligne visuelle de Nexity et doivent intervenir en complément de photographies (rapport maximal : 60% illustration, 40% photographie). L'utilisation d'une illustration en couverture fait exception.



L'ARCHITECTURE

Les visuels sont utilisés pour les prises de parole commerciale, en quadri, et peuvent être de deux natures :

- > Perspectives ou photos de projets.
- > Photos d'architecture (vue intérieure ou extérieure).



LES IMAGES

DANS LE CADRE - INSTANTS DE VIE

| 64

LES INSTANTS DE VIE

> BICHROMIE - suivant la palette de couleurs Nexity - ou QUADRI.

Le focus se fait sur les gestes et les attitudes des personnages.

Elles racontent la proximité avec le quotidien des publics.

Une banque d'images est à votre disposition sur l'Intranet.



Visuel de base

Cadrage

Zoom

Placement

LES IMAGES

DANS LE CADRE - ILLUSTRATIONS

| 65

LES ILLUSTRATIONS

C'est l'élément clé de la scène qui doit être mis en avant. Certains éléments des illustrations peuvent être en rouge (comme pour les images).

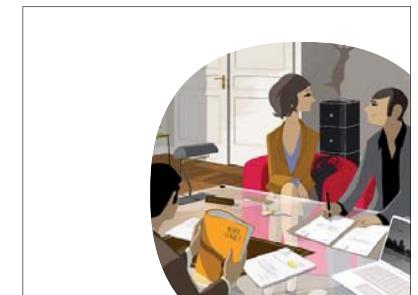
Les illustrations sont à disposition auprès de la Direction de la communication et de la marque.



Cadrage



Zoom



Placement

LES IMAGES

DANS LE CADRE - ARCHITECTURE

| 66

PERSPECTIVES ET PHOTOGRAPHIES

Accentuer les perspectives, la dynamique des lignes pour donner davantage de profondeur au rendu.

Une banque d'images est à votre disposition sur l>Intranet.



Zoom

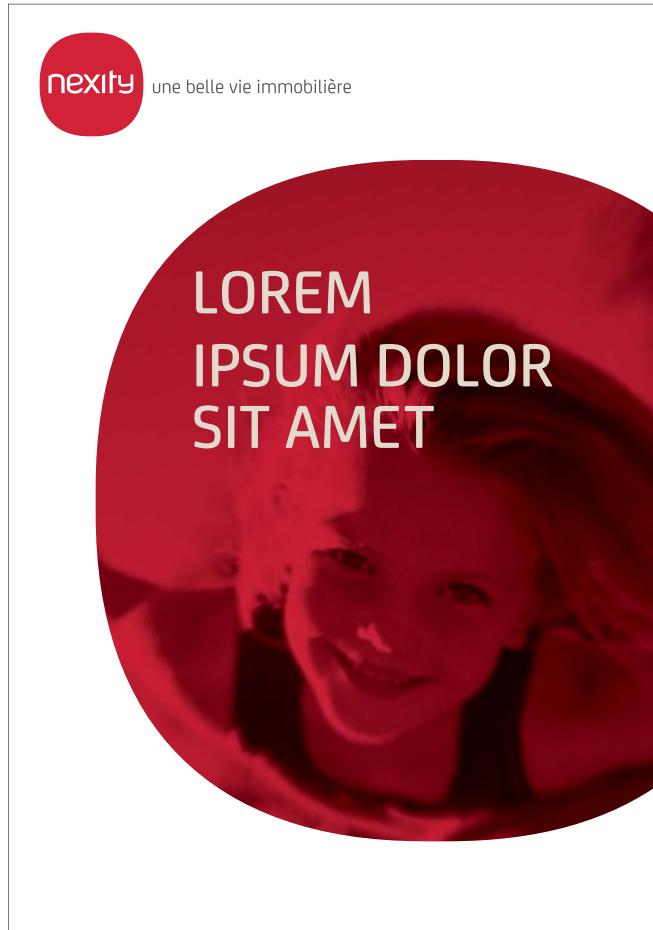


Placement

LES IMAGES

EXEMPLES CORPORATE

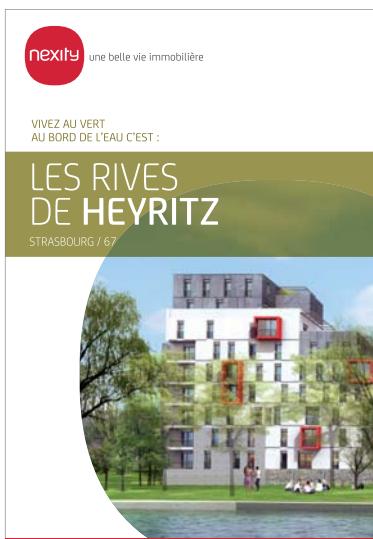
| 67



LES IMAGES

EXEMPLES COMMERCIAUX

| 68



LA VIE DES SUPPORTS

> LES SUPPORTS ÉDITION
> LES SUPPORTS ÉDITION
MARKETING DIRECT



> LES SUPPORTS ÉDITION

DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE

ANALYSE GLOBALE DES ÉLÉMENTS

| 71

- ① Quel que soit le document, le logotype Nexity est toujours placé en tête, à gauche.

A3 > logo de 45 mm > marges de 14 mm

A4 > logo de 30 mm > marges de 10 mm

A5 > logo de 30 mm > marges de 7 mm

- ② Le bandeau traverse systématiquement toute la largeur du support. Ce bandeau est toujours :

1. Uniforme, de couleur, transparent.
2. Forme d'accueil pour le titre ou le texte du support.

- ③ Le titre et le texte principal est toujours écrit en FS JOEY.

- ④ Tous les textes de couverture doivent être alignés sur le "N" du bloc-marque Nexity et doivent être centrés verticalement dans le bandeau.

- ⑤ Le hublot peut être soit un aplat de couleur, soit accueillir un visuel en bichromie, en quadri ou une illustration. Il ne peut en aucun cas accueillir un texte courant.

- ⑥ L'adresse web suit les règles de placement définies page 30.

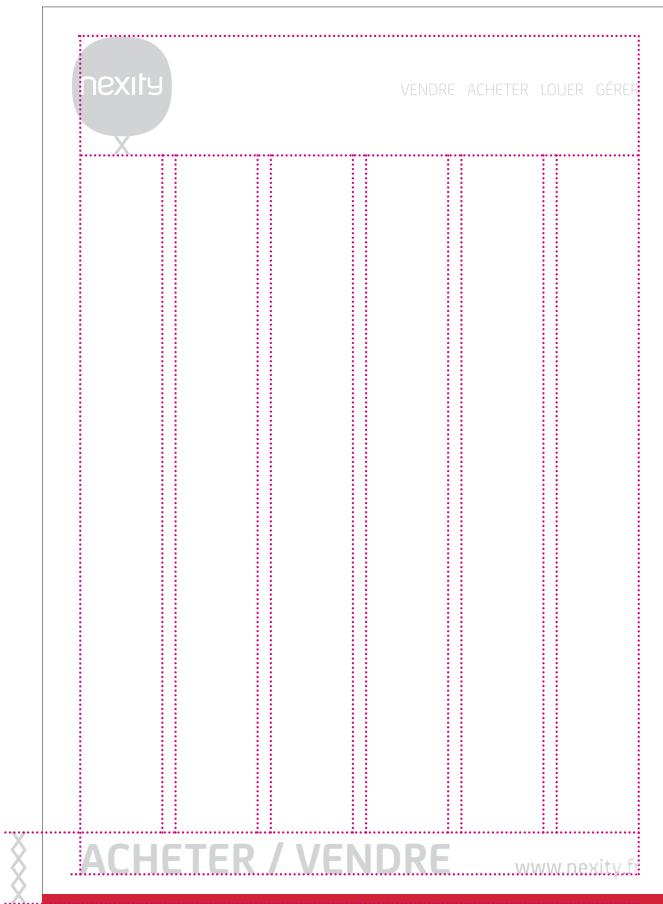


RESTER ALIGNÉ !

LES GRILLES

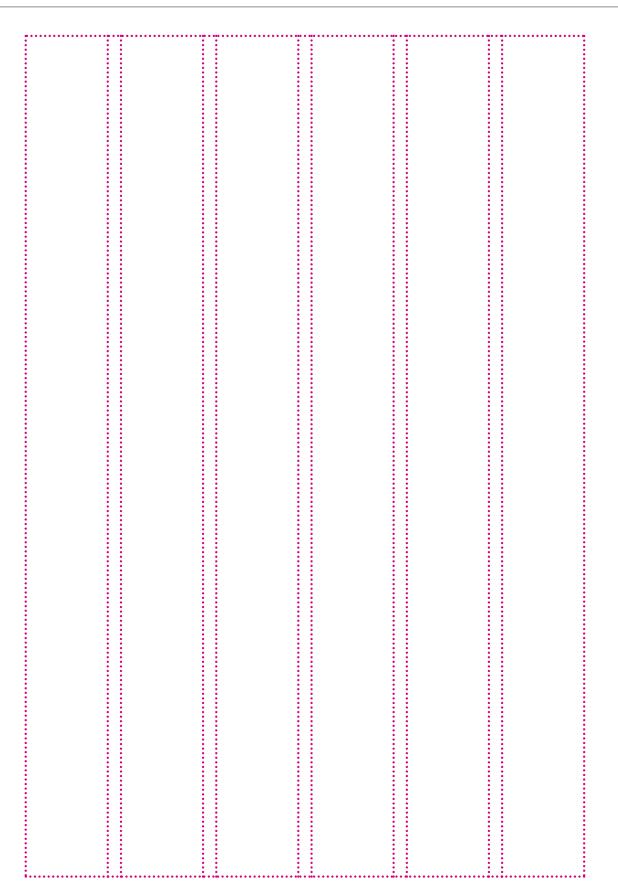
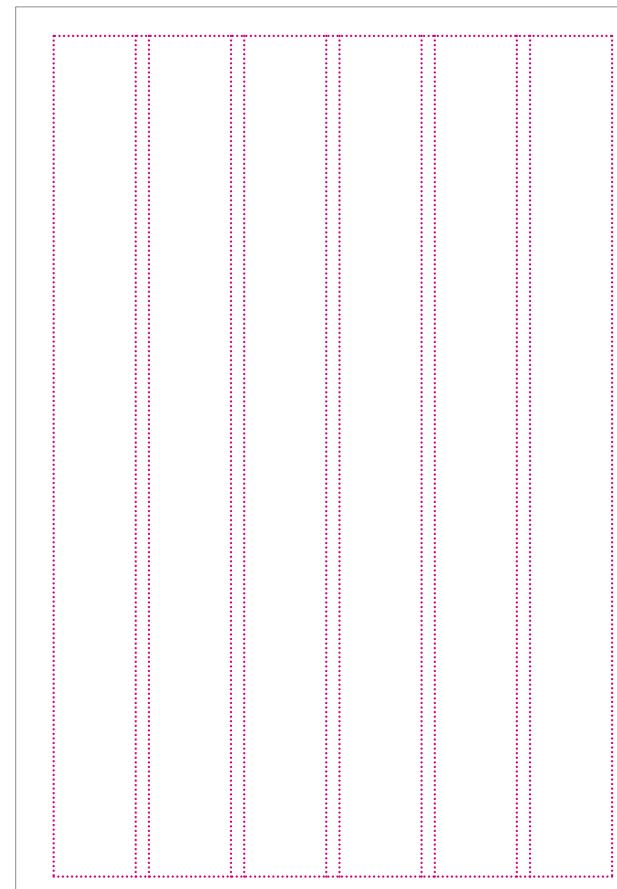
| 72

Le système de mise en page est basé sur une grille de 6 modules, idéalement avec 3 colonnes de textes. Dans des cas exceptionnels (formats très verticaux), il est recommandé de construire le document sur une grille de 4 modules, avec 2 colonnes de textes.



Les marges hautes et basses sont identiques à la zone de protection du logotype. Les marges de côté sont égales à la distance entre le N et le bord du support.

Cette grille est applicable sur tous types de supports : du panneau 4x3 au leaflet A5.
Cf. schémas ci-dessous.



RESTER ALIGNÉ !

LES GRILLES

| 73

Exemple d'application du système de mise en page :

<p>1 / SOLUTIONS NEXITY</p> <h2>LES SOLUTIONS NEXITY</h2> <p>Lors de la réalisation de votre projet immobilier, vous avez besoin d'avoir des repères et d'être accompagné ... et même après. Le maintien de votre pouvoir d'achat immobilier est une de vos priorités !</p> <p>NOUS AVONS CONÇU LES SOLUTIONS NEXITY POUR QUE VOTRE PROJET SOIT UNE RÉUSSITE.</p> <p>avec elles, nous vous engageons à vous guider, à vous faire réaliser des économies, et à vous simplifier la mise en œuvre des différentes étapes. Ainsi, votre projet se concrétise dans les meilleures conditions.</p> <p>NOUS AVONS DÉCLINÉ POUR VOUS LES SOLUTIONS NEXITY EN 7 GAMMES EXCLUSIVES D'OFFRES ET DE SERVICES :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Solutions Crédit - Solutions Assurances - Solutions Diagnostics - Solutions Déménagement - Solutions Équipement Habitat - Solutions Assistance & Travaux - Solutions Investisseurs <p>AVEC L'ENSEMBLE DE CES SOLUTIONS, NOUS VOUS APPORTONS DES CONSEILS UTILES et, pour certains, nous vous permettons d'économiser des milliers d'euros d'économies avec des offres uniques, négociées pour vous auprès de grandes marques. Nous mettons également à votre disposition des outils pratiques à personnaliser et à utiliser en fonction de vos besoins pour faciliter toutes vos démarches et bien vous organiser.</p> <p>SOLUTIONS DIAGNOSTICS</p> <p>Vous êtes sur le point de vendre ou de mettre en location votre logement et ne savez pas quelles diagnostics vous devez fournir ?</p> <p>Solutions Diagnostics vous conseille sur les expertises techniques à réaliser au moment de votre transaction immobilière (vente ou mise en location). Notre réseau d'agences peut également vous accompagner, depuis la prise en charge de votre dossier jusqu'à la remise des différents rapports d'expertises. Pour la réalisation de vos diagnostics, nous vous orientons vers des opérateurs référencés selon des critères de qualité, de prix et de disponibilité, mais vous êtes libre du choix tout comme pour la vente ou la location de votre bien.</p> <p>En outre, nous avons développé pour vous un véritable catalogue vous permettant, en un coup d'œil, de voir à quoi les diagnostics sont à jour et ceux qui sont à refaire : quels sont vos diagnostics à jour et lesquels sont à refaire.</p> <p>CLUBNEXITY</p> <p>BIEVENUE AU CLUB...NEXITY !</p> <p>Avec la Carte ClubNexity, vous rentrez dans un cercle de privilégiés et accédez des informations, des conseils et des avantages, pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> - améliorer votre confort à domicile (téléinfo d'information du Club, offres spéciales, accès à l'assistance 24/24h, Service +...) - valoriser votre patrimoine via des offres spécifiques (avant-premières, ventes privées...) et, dès le 2ème trimestre 2012, grâce à votre carnet de l'habitat : coffre-fort virtuel, suivi de valeur de votre bien, répertoire des contacts, ...) - Vous pouvez aussi devenir ambassadeur Nexity et profiter des atouts de notre programme de parrainage. 	<p>2 / SOLUTIONS NEXITY</p> <h2>SOLUTIONS CRÉDIT</h2> <p>Vous avez un projet immobilier et recherchez le financement le plus approprié ?</p> <p>Solutions Crédit vous accompagne dans la recherche de la meilleure offre de financement. Votre conseiller en financement immobilier dédié prend en charge votre dossier dès la signature de votre contrat de réservation ou compromis de vente et vous propose les solutions de crédit les plus adaptées.</p> <p>Nous nous engageons à renforcer votre pouvoir d'achat immobilier et à vous transmettre les propositions de crédit les plus intéressantes proposées auprès de nos partenaires bancaires.</p> <p>En recherchant le meilleur emprunt de prêt selon votre profil et votre projet immobilier : taux, assurances, durées, garanties, mensualités...</p> <p>Le service intégré est sans engagement. Vous choisissez librement l'offre de prêt qui vous convient le mieux.</p> <p>"Notre seul objectif est la réussite de votre projet immobilier en vous donnant accès aux meilleures conditions de financement, négociées auprès des partenaires bancaires que nous avons sélectionnés avec soin."</p> 	<p>3 / SOLUTIONS NEXITY</p> <h2>SOLUTIONS ASSURANCES</h2> <p>Vous voulez vous protéger et sécuriser votre achat immobilier ?</p> <p>Solutions Assurance vous propose des produits d'assurance adaptés à votre bien immobilier et à son utilisation au quotidien. Nous vous donnons des conseils précis pour vous aider à bien choisir nos contrats d'assurance et nous vous proposons une sélection de partenaires bancaires. Vous pouvez bénéficier de remises privatives auprès de ces partenaires pour la souscription d'une assurance habitation ou protection juridique, que vous soyez propriétaire occupant ou non.</p> <p>NOUVEAUTÉ 2012</p> <p>Vous cherchez à vous assurer en cas de vente prématurée de votre bien suite à un évènement de la vie ?</p> <p>Le ClubNexity vous propose une offre de protection de l'assurance vie. Un acteur majeur du marché All Europe Life vous offre, pendant 7 ans, une garantie de compensation de moins valeur que le prix d'achat.</p> <p>Ce produit vous offre, pendant 7 ans, une garantie de compensation de moins valeur que le prix d'achat et le prix de vente, plafonné à 20 % et pouvant aller jusqu'à 40000 euros (voir conditions sur www.nexity.fr)</p> <p>Offre limitée à 3 paragnames valides dans l'année.</p> <p>Voir bulletin et règlement sur www.nexity.fr</p> 
--	---	---

ILLUSTRER VOS PROPOS

COMMENT INTÉGRER LES VISUELS ?

| 74



La mise en page des supports peut suivre deux approches :

1. LA FRISE

Les images s'enchaînent, sur toute la largeur de la page, alternance de visuels quadri ou en bichromie (possibilité pour les supports commerciaux d'alterner visuels en bichromie et visuels quadri). Pour créer la liaison entre les visuels, des bandes verticales de couleurs transparentes sont utilisées.

2. IMAGE INDÉPENDANTE

Chaque image est séparée de la suivante par une zone blanche.

Les images ne peuvent être collées sans le jeu des bandes verticales transparentes.



POUR LE CORPORATE - QUELLE RÉALITÉ ? | 75

PURETÉ ET ÉLÉGANCE

Pour les supports corporate, Nexity s'exprime dans son expression la plus pure. Le bloc marque s'accompagne généralement d'un double hublot. Le bandeau peut être présent mais toujours géré en rouge Nexity.

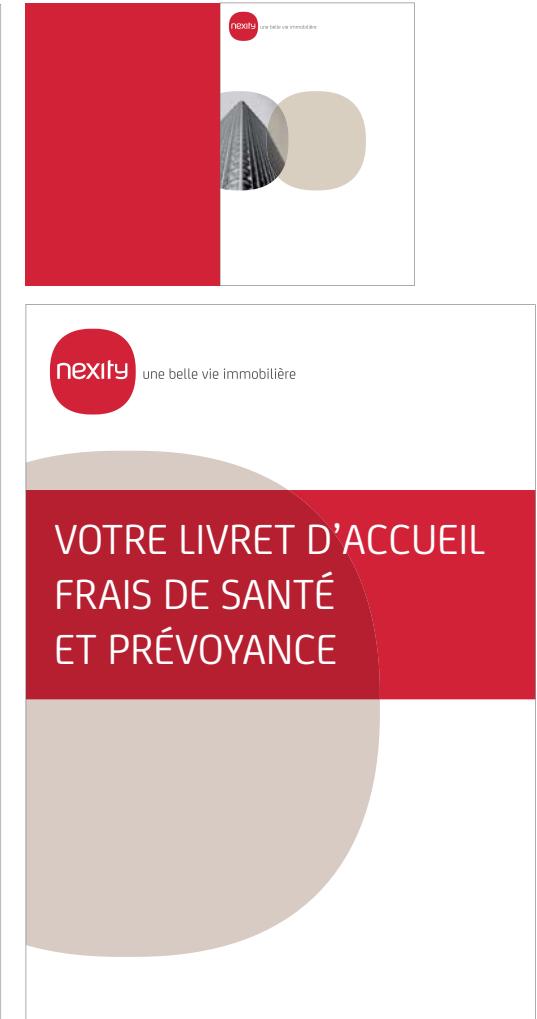
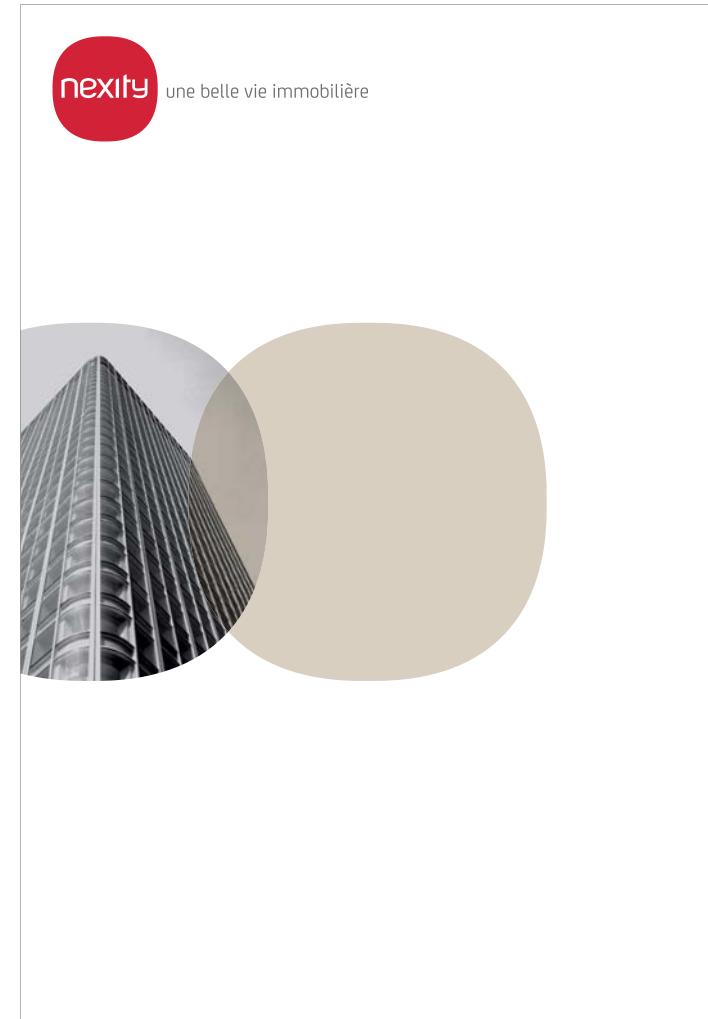
Couleurs : seules les couleurs corporate peuvent être utilisées.
Visuels : le hublot peut être géré à l'aplat ou accueillir un visuel en bichromie. Lorsqu'il y a le double hublot, les deux peuvent être à l'aplat ou l'un des deux peut accueillir un visuel en bichromie.

La lisse n'apparaît pas sur les supports corporate.

Couleurs Corporate

	C 15 M 100 J 85 N 00		C 00 M 00 J 00 N 80		C 07 M 15 J 20 N 22		BLANC
--	-------------------------------	--	------------------------------	--	------------------------------	--	-------

Les couleurs ci-dessus incarnent la marque Nexity.
 Toutes ou certaines de ces couleurs sont présentes sur les supports corporate.



POUR LES PARTICULIERS - QUELLE RÉALITÉ ? | 76

UNE STRUCTURE SPÉCIFIQUE SERVICES IMMOBILIERS AUX PARTICULIERS

> **LOGOTYPE** - Placé systématiquement seul, en haut à gauche du support.

> **VENDRE ACHETER LOUER GÉRER**

descriptif aligné par le bas sur la typographie Nexity.
Texte écrit en FS Joey Regular, en capitales avec trois lettres d'écart entre
chaque mot. Précisions dans les deux pages suivantes.

> **TITRE** - écrit en FS Joey medium, dans une graisse visible,
en capitales.

> **Sous-titre ou accroche** - écrit en FS Joey, graisse fine,
en bas de casse.

> **IMAGE** - installée dans le hublot.

> **TITRE - MÉTIER** - indiqué en bas à gauche, précise
le domaine d'expertise du support. Pour chaque métier
(au nombre de 4) une couleur spécifique. Précisions dans
les deux pages suivantes.



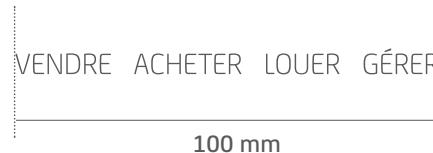
POUR LES PARTICULIERS - QUELLE RÉALITÉ ? | 77

UNE STRUCTURE SPÉCIFIQUE SERVICES IMMOBILIERS AUX PARTICULIERS

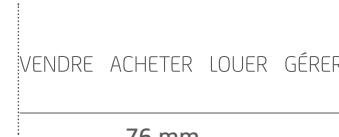
VENDRE ACHETER LOUER GÉRER

Texte aligné par le bas sur la typographie Nexity, écrit en FS Joey Regular, en pantone Cool Gray 11C. La taille du texte est à adapter selon la taille des supports (cf ci-dessous). Le texte est ferré à droite, suivant la même marge que le logotype.

A3



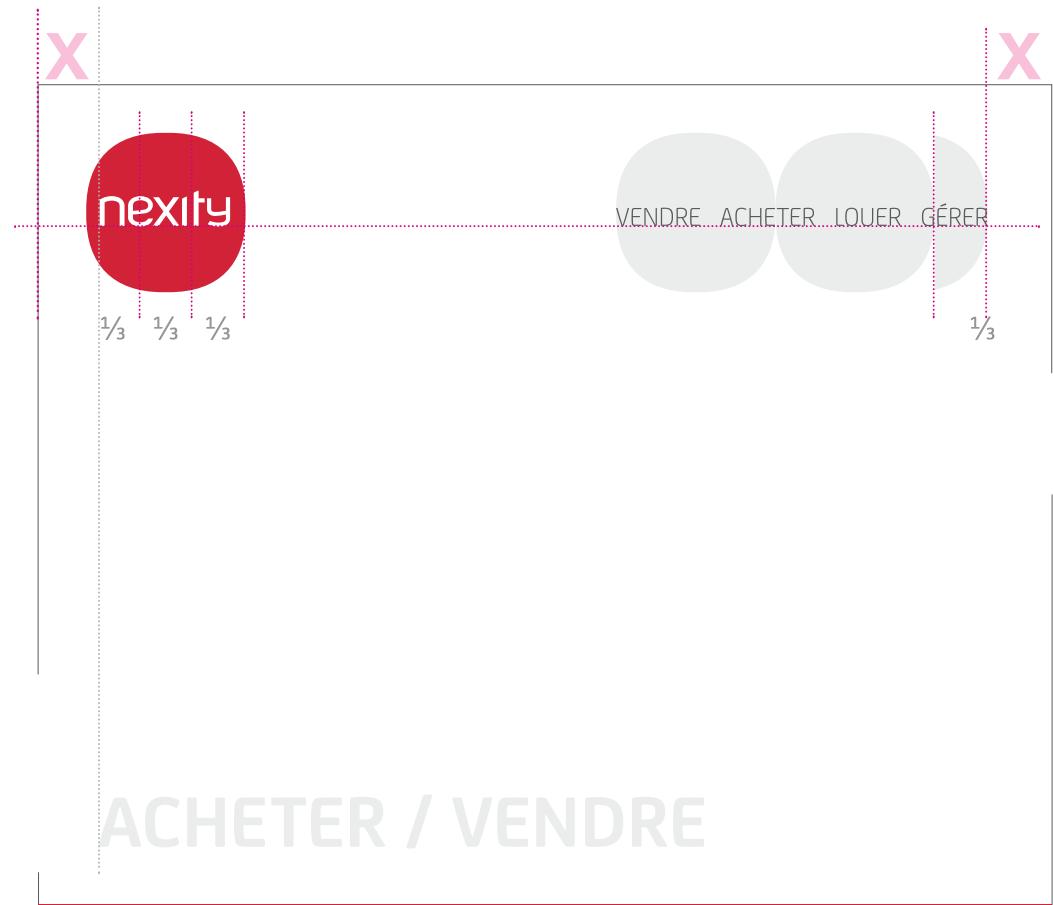
A4



A5



Pour les autres tailles, se référer au schéma ci-dessous.



POUR LES PARTICULIERS - QUELLE RÉALITÉ ? | 78

UNE STRUCTURE SPÉCIFIQUE SERVICES IMMOBILIERS AUX PARTICULIERS

TITRE - MÉTIER - Mention qui précise le domaine d'expertise du support.

Les Services Immobiliers aux particuliers s'articulent autour de 4 métiers, chacun illustré par une couleur spécifique :

LOUER	VENDRE	GÉRER	COPROPRIÉTÉ
C 60 M 20 J 100 N 05	C 60 M 25 J 20 N 20	C 20 M 70 J 00 N 30	C 60 M 60 J 20 N 00
C 10 M 00 J 100 N 30	C 40 M 15 J 15 N 05	C 20 M 50 J 00 N 05	C 40 M 40 J 10 N 00

Les 4 couleurs ne doivent pas être utilisées en dehors de leur rôle de segmentation métiers.

> A3 - FS Joey bold, en capitales, 64 pt

> A4 - FS Joey bold, en capitales, 42 pt

> 45 - FS Joey bold, en capitales, 36 pt

Pour les autres tailles, se référer au schéma ci-dessous



LOUER
ACHETER / VENDRE
GÉRER
COPROPRIÉTÉ

DU STUDIO À LA VILLA SUR LE TOIT
5 PIECES DE **9 000 €** À **512 000 €**

BUREAU DE VENTE

Avenue des armentières,
67180 STRASBOURG



> LES SUPPORTS ÉDITION - MARKETING DIRECT

TYPOGRAPHIE D'ACCOMPAGNEMENT

HELVETICA NEUE - TOUTE LA FAMILLE !

| 80

ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ
 abcdcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890ÀÇÉÈÆÍÔŒÚ
 åàçéèêæíôœú!?:;/> %&""")

L'HELVETICA NEUE EST LA TYPOGRAPHIE D'ACCOMPAGNEMENT.

Pour créer des niveaux dans le discours de Nexity et pour redonner de la hauteur à la FS JOEY, la HELVETICA NEUE est utilisée. Elle a été choisie pour sa force et les différences marquées entre ses graisses.

MISE EN FORME ET CONTRASTE.

La FS JOEY reste la typographie à privilégier. **Elle doit être utilisée pour les titres.** Pour capter l'attention du lecteur, il est important de jouer sur différentes tailles et graisses de typographie. Sans toutefois les démultiplier (trois par exemple). Plus les textes sont importants en taille, plus il est recommandé d'utiliser des graisses light.

GARDER LES TITRES EN CAPITALES

Pour émerger d'un texte dense et créer des repères dans les colonnes, tous les titres doivent être en majuscules.

JOUER SUR LES GRAISSES DANS UN MÊME TITRE

Aspérité graphique à n'utiliser que pour les titres (jamais pour les textes courants). Ne pas en abuser, cela permet de créer du rythme sur des informations majeures et de donner un style d'expression Nexity.

Il faut privilégier les capitales aux bas de casse. La famille HELVETICA EXTENDED est à utiliser très ponctuellement.

Ne pas utiliser d'italiques. La version CONDENSED de la typographie est à utiliser quand l'espace est réduit.

UTILISER LA TYPOGRAPHIE EN BOLD. Elle permet de créer de la hiérarchie aux différents messages.

LES RIVES
DE HEYRITZ

BUREAU DE VENTE

Avenue des armentières,
67180 STRASBOURG

**DEVENEZ PROPRIÉTAIRE
DE VOTRE MAISON !**

DU STUDIO À LA VILLA SUR LE TOIT
5 PIECES DE 9 000 € À 512 000 €

**INVESTIR OU VIVRE DANS UNE
RÉSIDENCE SERVICES SENIOR
FAITES VITE, LES TAUX
D'INTÉRÊTS MONTENT !**

LES STICKERS

ET COMMENT LES APPLIQUER

| 81

Exemples illustrés de stickers pour mettre en avant une ou plusieurs informations et créer de la hiérarchie sur le support.



La construction d'un sticker est la suivante :

- > Un encadré rectangulaire suit le pavé de textes.
- > L'encadré et le texte doivent être incliné de 2 degrés dans le sens des aiguilles d'une montre ou dans le sens inverse des aiguilles d'une montre.
- > Une ombre à 60% de noir.
- > Pas plus de trois stickers par page.
- > Pas de bloc de plus de deux stickers.
- > Les stickers ne doivent pas masquer d'autres informations.



LES PICTOS

ET COMMENT LES APPLIQUER

| 82

Exemples illustrés des pictogrammes permettant de clarifier le discours financier, signe de la sincérité de Nexity. Leur forme et leur rendu général doit être respecté.



Ils doivent être placés comme un lien entre le texte et l'image, à cheval entre le fond et l'image, à proximité du message qu'ils illustrent (cf. - exemples ci-contre).



C'EST ANNONCÉ 2012 !
Cum autem commodis intervallata temporibus Donveniet, et si digesto plene consilio id placuerit fieri, is adhibetur qui pro domibus excubat aurigarum aut artem tesseriarium profitetur aut secretiora quaedam se nosse configit.



BLOC INFOS

À QUELLE TAILLE ?

| 83

Le bloc infos doit être placé dès que possible.

Il se constitue de :

- > Un bouton smartphone avec le logo Nexity.
- > Un numéro de téléphone.
- > L'adresse web.
- > Les proportions doivent être respectées et sont celles données ci-contre.
- > Un cartouche de couleur.

 À TÉLÉCHARGER

A3



A4



A5



BLOC INFOS

À QUELLE TAILLE ?

| 84

Le bloc infos doit être placé dès que possible.

Il se constitue de :

- > Un bouton smartphone avec le logo Nexity.
- > Un numéro de téléphone vert ou azur.
- > L'adresse web.
- > Les proportions doivent être respectées.
et sont celles données ci-contre.
- > Un cartouche de couleur.

NB : La construction avec le numéro azur est la même que pour le numéro vert.

 À TÉLÉCHARGER

A3



40 mm

A4



30 mm

A5



20 mm

LES SOLUTIONS NEXITY

LE BLOC

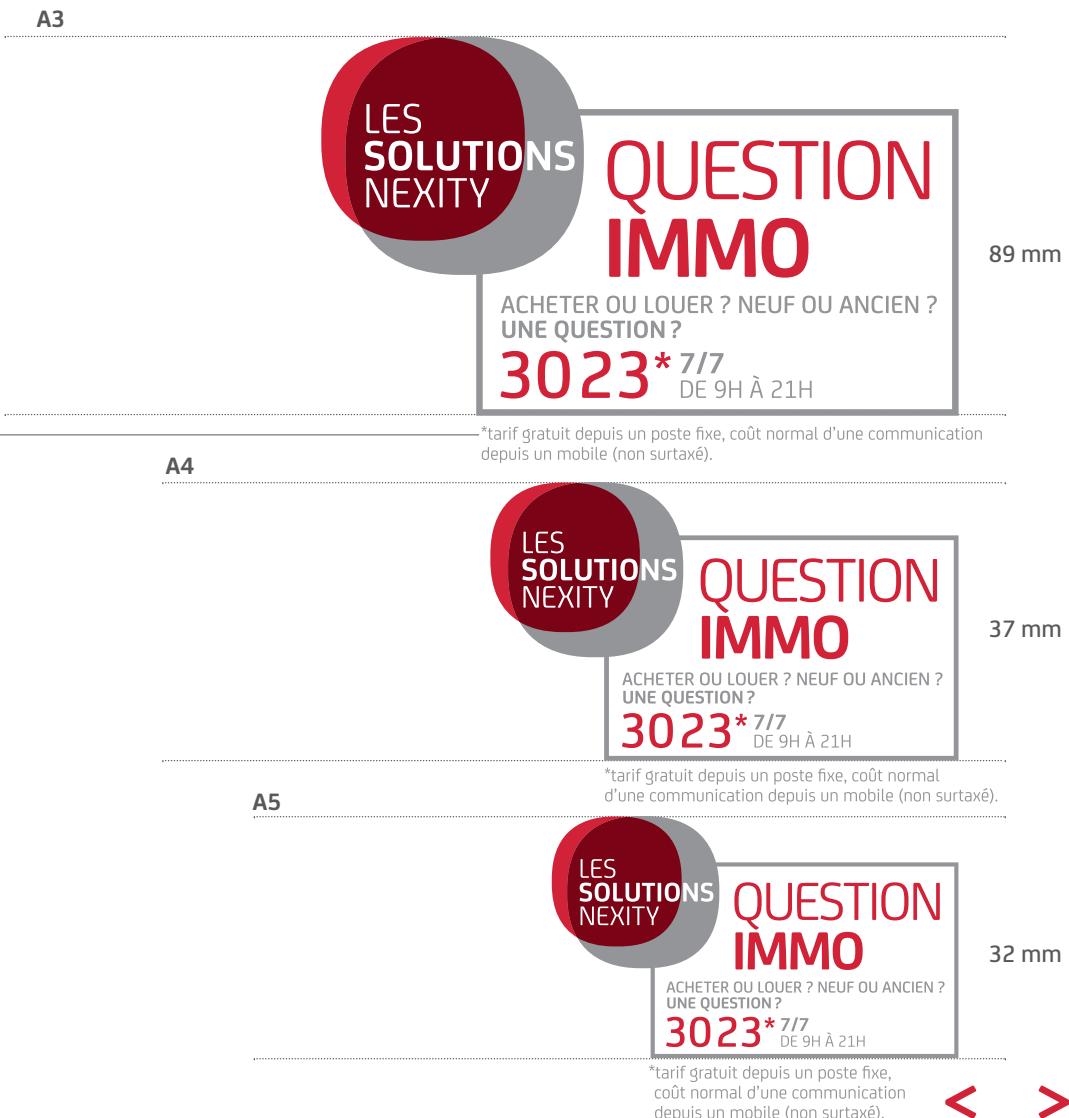
| 85

Ce bloc texte est à utiliser quand les Solutions Nexity apparaissent sur un autre document.

La typographie est toujours la même et le label est immuable. Seules les dimensions du cadre peuvent changer en fonction du message qu'il accueille.

FS Joey 5,5 pt light pour les trois tailles de page.

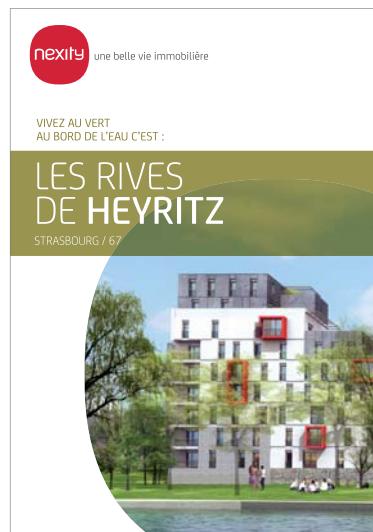
 À TÉLÉCHARGER



ENRICHIR VOTRE MESSAGE

EXEMPLES - TYPO, STICKERS, PICTOS

| 86



POUR LES PROGRAMMES - QUELLE RÉALITÉ ? | 87

CLARTÉ ET COULEURS

> LOGOTYPE - Systématiquement accompagné de la signature, en haut à gauche du support.

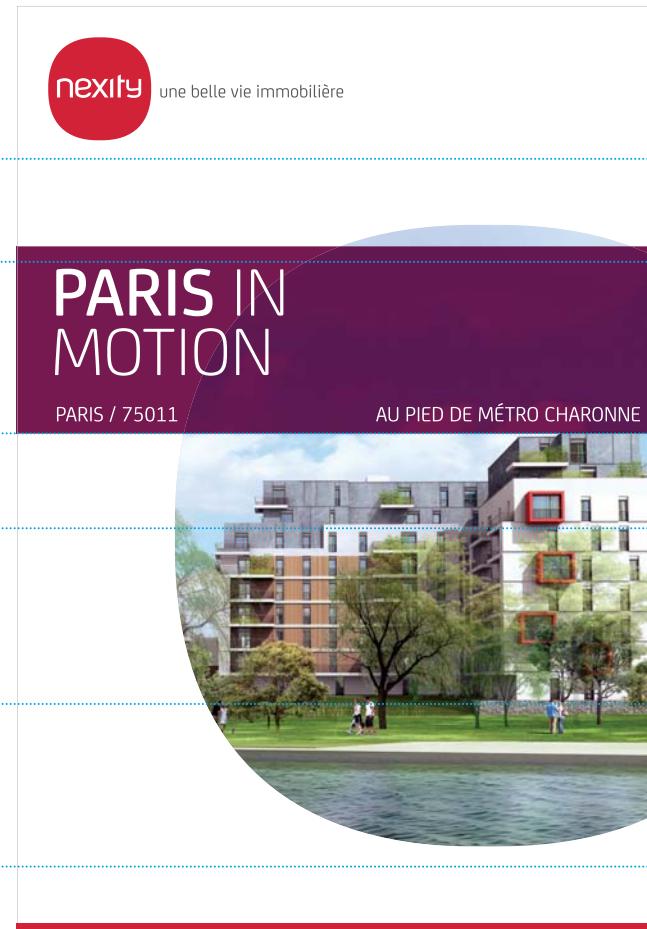
> NOM DU PROGRAMME- Géré comme un titre donc écrit en FS Joey en capitales.

> LIEU DU PROGRAMME- Décrit la ville et le quartier, écrit en FS Joey light, en capitales. Cette information peut être inscrite dans un bandeau légèrement plus clair ou foncé que le bandeau principal.

> ACCROCHE - Utilisée pour mettre en avant les biens proposés dans le programme.

> VISUEL - Placé dans le bandeau ou dans le hublot.

> PICTOGRAMME - Placé en bas du support, à cheval entre le fond et le visuel.



POUR LES PROGRAMMES - QUELLE RÉALITÉ ? | 88

CLARTÉ ET COULEURS

BÉNÉFICIEZ DES MEILLEURES CONDITIONS POUR DEVENIR PROPRIÉTAIRE

Quelle est votre situation

VOUS FÊTEZ	UN COUPLE	UN COUPLE AVEC 1 ENFANT	UN COUPLE AVEC 2 ENFANTS
Votre salaire mensuel	1 850 €	2 300 €	2 300 €
Votre capacité de remboursement mensuel	627 €	759 €	759 €

Comment votre appartement est financé ?

LE PRIX DE VOTRE APPARTEMENT	156 000 €	199 000 €	244 000 €
Apport personnel	15 000 €	25 000 €	30 000 €
Prêt à 0 %	62 400 €	79 600 €	99 600 €
Prêt complémentaire	78 600 €	94 400 €	114 400 €

Combien vous remboursez par mois ?

Prêt à 0 %	143,07 €	25 000 €	30 000 €
Prêt complémentaire	469,98 €	79 600 €	99 600 €
Mensualité totale	613,05 €	747,66 €	913,74 €

FAIRE LE BON CALCUL POUR INVESTIR

INVESTISSEMENT
DISPOSITIF SCCELLIER PTZ+BBC

PROFITEZ DES AVANTAGES QUE VOUS OFFREZ LE DISPOSITIF SCCELLIER ET LE BBC

Réduisez vos impôts jusqu'à 32 % en investissant dans une résidence BBC

Ex maxim tincidunt est, usu ea posse elitr fierent, viderer graecis detracto eos ut. Usu an nominati argumentum, eos ei prompta suspicuntur. Viderer eloquentiam accommodare has ea, feu. Est movet graece ea, ceteros tractatos mel el. Nisi vero sea cu, justo quodsi deseruisse at sea. Ad simul everti est movet, placet efficiuntur vel et, id adhuc congue iracunda nam.

* Qui an nihil epicuri patricio, nec id unum salutatus, vix virtus consetur te.

* Qui an nihil epicuri patricio, nec id unum salutatus, vix virtus consetur te.

Est movet graece ea, ceteros tractatos mel el. Nisi vero sea cu, justo quodsi deseruisse at sea. Ad simul everti est movet, placet efficiuntur vel et, id adhuc congue iracunda nam.

* Qui an nihil epicuri patricio, nec id unum salutatus, vix virtus consetur te.

Trésorerie Moyenne Scellier - Carré 9 ans

Moyen de loyers encalésés (loyer initial 670 €, évolution +1% par an)	697 €
Moyen des économies d'impôt pour une TIR de 14 %	351 €
Moyen des charges divers locatives (loyer de gestion, assurances, taxe foncière)	123 €
Mensualité d'emprunt (fix ou moyenne) (assurance décès, compagnie)	1 033 €
Epargne moyenne mensuelle investie	108 €

DU 1^{ER} AVRIL AU 7 AVRIL

7 JOURS POUR DÉCOUVRIR

DE 10H À 19H ET LE 7 AVRIL JUSQU'À 15H

Quand ?

Petentum vituperatoribus. Ex maxim tincidunt est, usu ea posse elitr fierent, viderer graecis detracto eos ut. Usu an nominati argumentum, eos ei prompta suspicuntur. Viderer eloquentiam accommodare has ea, feu. Est movet graece ea, ceteros tractatos mel el. Nisi vero sea cu, justo quodsi deseruisse at sea. Ad simul everti est movet, placet efficiuntur vel et, id adhuc congue iracunda nam.

* Ad simul everti epicuri his, placerat efficiuntur vel el, id adhuc congue iracunda nam.

* Qui an nihil epicuri patricio, nec id unum salutatus, vix virtus consetur te.

* Est movet graece ea, ceteros tractatos mel el. Nisi vero sea cu, justo quodsi deseruisse at sea. Ad simul everti epicuri his, placerat efficiuntur vel el, id adhuc congue iracunda nam.

* Qui an nihil epicuri patricio, nec id unum salutatus, vix virtus consetur te.

LES 7, 8 ET 10 AVRIL (DE 10H À 19H NON STOP)

4 JOURS POUR DEVENIR PROPRIÉTAIRE

- Soyez les premiers à choisir votre logement au meilleur prix !
- Profitez des prix de lancement exceptionnels.

Comment ?

Vous avez choisi votre appartement ? Ex maxim tincidunt est, usu ea posse elitr fierent, viderer graecis detracto eos ut. Usu an nominati argumentum, eos ei prompta suspicuntur. Viderer eloquentiam accommodare has ea, feu. Est movet graece ea, ceteros tractatos mel el. Nisi vero sea cu, justo quodsi deseruisse at sea. Ad simul everti est movet, placet efficiuntur vel et, id adhuc congue iracunda nam.

Où ?

Rendez-vous à l'espace de vente sous le chapiteau : Angle Quai Louis Pasteur et Route de Hôpital

LES RIVES DE HEYRITZ

Face à l'hôpital civil, dans le 1^{er} QUARTIER ÉCO

LE 7 AVRIL DÈS 17H

SOYEZ LES PREMIERS À PROFITER DES MEILLEURS PRIX

PRÊT À TAUX ZÉRO+

0% BBC PTZ+BBC

L'IDENTITÉ SONORE NEXITY

3

CHARTE IDENTITAIRE NEXITY | PARTIE 3

La création d'une identité sonore pour Nexity a un but précis : participer à une meilleure identification de la marque et à sa valorisation en toutes circonstances. Elle fait aujourd'hui pleinement partie du patrimoine de la marque.

ÉDITO

PRÉCISION ET SINGULARITÉ

| 90

L'identité sonore est le morceau de référence qui définit le territoire musical de Nexity, à partir duquel sont déclinés les différents formats musicaux disponibles dans la charte. Cette création originale exprime avec force la singularité de notre marque : sa vision, son nouvel engagement dans « une belle vie immobilière ». Elle contribue à l'identification immédiate de la marque et à l'expression de sa différence.

Simple, enjouée et chaleureuse, cette musique se construit à l'image du parcours d'un client lors de la réalisation de son projet immobilier. Directement inspiré du métier de Nexity, apparaît en clôture un petit son brillant évoquant la sonnette d'une maison, symbole fort du foyer comme lieu de vie, d'accueil et de partage.

Cette identité sonore renforce la perception de l'accessibilité de la marque, de la pluralité de ses services, de la dimension humaine et positive de son positionnement. Fédératrice, entraînante et séduisante, cette musique tisse un lien émotionnel fort entre la marque et ses publics.

RÉFÉREZ-VOUS À « IDENTITÉ SONORE »

Une signature de quelques notes, spécialement conçue pour participer à l'identification de la marque et à l'expression de sa différence a été extraite de l'identité sonore. Cette signature exprime l'énergie déployée par Nexity pour redéfinir, en tant que leader, les codes de son secteur d'activité.

La signature Nexity doit être utilisée à la fin de chaque communication Nexity, aussi bien audio que vidéo.

RÉFÉREZ-VOUS À « SIGNATURE COURTE »

CE QU'IL FAUT SAVOIR

LES TROIS RÈGLES DE BASES

| 91

IL EXISTE 3 RÈGLES DE BASE QUI DOIVENT ÊTRE RESPECTÉES QUEL QUE SOIT LE SUPPORT OU LA CIRCONSTANCE D'EXPLOITATION DE LA SIGNATURE SONORE.

1

RÈGLE N°1 : LA SIGNATURE NEXITY NE DOIT PAS ÊTRE OCCULTÉE OU DÉFORMÉE.

La signature est composée d'une mélodie de 6 notes. Sur la dernière note est calée la sonnette. Cette séquence ne doit jamais être interrompue, découpée, accélérée ou ralentie. Aucun élément ne doit être ajouté. Une voix off peut mordre sur la première note mais en aucune manière sur les autres notes. La dernière note doit résonner à minima 0,3 secondes.

2

RÈGLE N°2 : TOUTE COMMUNICATION SONORE DOIT ÊTRE ENDOSSÉE.

En début de communication ou en signature, l'identité sonore doit être systématiquement présente dans les prises de parole sonores. Cela n'empêche pas l'exploitation d'autres musiques, mais cette exploitation devra laisser une place de choix, généralement en conclusion, à la signature issue de l'identité sonore Nexity.

3

RÈGLE N°3 : PAS DE BRICOLAGE TECHNIQUE.

Vous trouverez dans cette charte des formats en haute définition. Il est clairement proscrit de faire vous-même des conversions ou des découpages de fichiers. Si vous avez besoin de compressions particulières, faites appel à la Direction de la communication et de la marque pour obtenir le format souhaité.

Différents formats musicaux ont été déclinés à partir de l'identité sonore : ils sont adaptés à tous les supports de communication de la marque, afin d'assurer la cohérence et la performance de l'ensemble de ses prises de parole.

Ces formats doivent être utilisés en :

- > téléphonie
- > audiovisuel
- > événementiel
- > web TV
- > sonnerie portable

POUR CHACUNE DE CES APPLICATIONS, DES SONS ET MUSIQUES SPÉCIFIQUES
ONT ÉTÉ CONÇUS, RÉPONDANT AUX CONTRAINTES TECHNIQUES DE CHAQUE SUPPORT.

LE CADRE JURIDIQUE

SHINING PLACE : UNE CRÉATION ORIGINALE

| 92

NEXITY BÉNÉFICIE D'UNE LICENCE EXCLUSIVE D'EXPLOITATION DE CETTE MUSIQUE SUR TOUS SUPPORTS ET DANS TOUS PAYS.

Les références SACEM de cette musique sont :

Titre : « Shining Place »

Composée par : M. Boumendil

Édité et Produit par : Sixième Son

Dans certaines circonstances, l'exploitation de cette musique doit être déclarée aux sociétés d'auteurs (SACEM notamment)
Selon la nature du support, des redevances de droits d'auteurs peuvent être à votre charge.

Nexity s'acquitte annuellement des droits de producteur directement auprès de l'agence Sixième Son.

Vous n'avez jamais à payer de redevances SCPP, SCPA, SPPF au titre de l'exploitation de notre identité sonore.

CONTACT :

Par mail

lamarquenexity@nexity.fr

Merci de bien spécifier l'objet de votre demande pour assurer une réponse plus rapide.

L'IDENTITÉ VISUELLE LE DÉPLOIEMENT

4

CHARTE IDENTITAIRE NEXITY | PARTIE 4

- 01 | SIGNALÉTIQUE
- 02 | SIGNALÉTIQUE TERTIAIRE
- 03 | CHANTIER
- 04 | SALON

CES DOCUMENTS SONT À DISPOSITION AUPRÈS DE LA DIRECTION DE LA COMMUNICATION ET DE LA MARQUE.

CONTACTS

| 95

PAR DÉLÉGATION DE LA DIRECTION GÉNÉRALE, LA DIRECTION DE LA COMMUNICATION ET DE LA MARQUE
A AUTORITÉ SUR L'ENSEMBLE DES SIGNES ET DES MESSAGES ÉMIS PAR LE GROUPE NEXITY.

Si vous avez une question ou un doute, n'hésitez pas à nous contacter

Par mail

lamarquenexity@nexity.fr

Merci de bien spécifier l'objet de votre demande pour assurer une réponse plus rapide.

Par téléphone

+33 (0)1 71 12 12 12

1 terrasse Bellini - TSA 48200 - Esplanade sud
92919 Paris La Défense Cedex

www.nexity.fr

