

**MEDIAMEETING**

# **Guide de marque**

Février 2025

# Présentation

Mediameeting est le **leader français du podcast et de la radio d'entreprise**.

Depuis plus de 20 ans, Mediameeting accompagne les entreprises dans leur communication grâce à la force de la voix et de l'audio.

Nous transformons vos projets de communication d'entreprise en prises de parole dynamiques et engageantes. Grâce à un accompagnement personnalisé et une approche unique (**conseil, création, stratégie de diffusion, mesure d'audience et d'impact social**), nous créons des solutions audio sur mesure qui renforcent votre stratégie de communication !

Chaque jour, nous créons **le meilleur des podcasts, webradios (radio d'entreprise) et émissions live**. Nous avons réuni le plus grand pôle d'expertise vocale dédié aux entreprises, avec 180 salariés passionnés, répartis à Paris, Toulouse et Bordeaux.

Aujourd'hui Mediameeting compte parmi ses clients de grandes entreprises et organisations françaises.

Mediameeting fait partie du **Groupe AMI (Audio Media Impact)**, le premier groupe national de médias audio à impact positif.

# Identité visuelle

# Logo principal

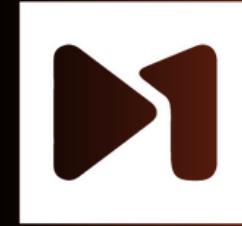


**MEDIAMEETING**

## Logo standard

Version principale du logo, adaptée à la plupart des fonds (clairs, perturbés). Privilégier ce logo autant que possible, notamment sur les supports de communication.

IDENTITÉ VISUELLE



**MEDIAMEETING**

## Logo alternatif

Version alternative à utiliser sur fond orange, foncés ou perturbés. Cette version doit être évitée au maximum sur les supports de communication.

# Logo allongé

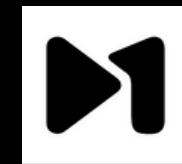


MEDIAMEETING

## Logo allongé standard

Version principale du logo, adaptée à la plupart des fonds (clairs, perturbés). Privilégier ce logo autant que possible, notamment sur les supports de communication.

IDENTITÉ VISUELLE



MEDIAMEETING

## Logo allongé alternatif

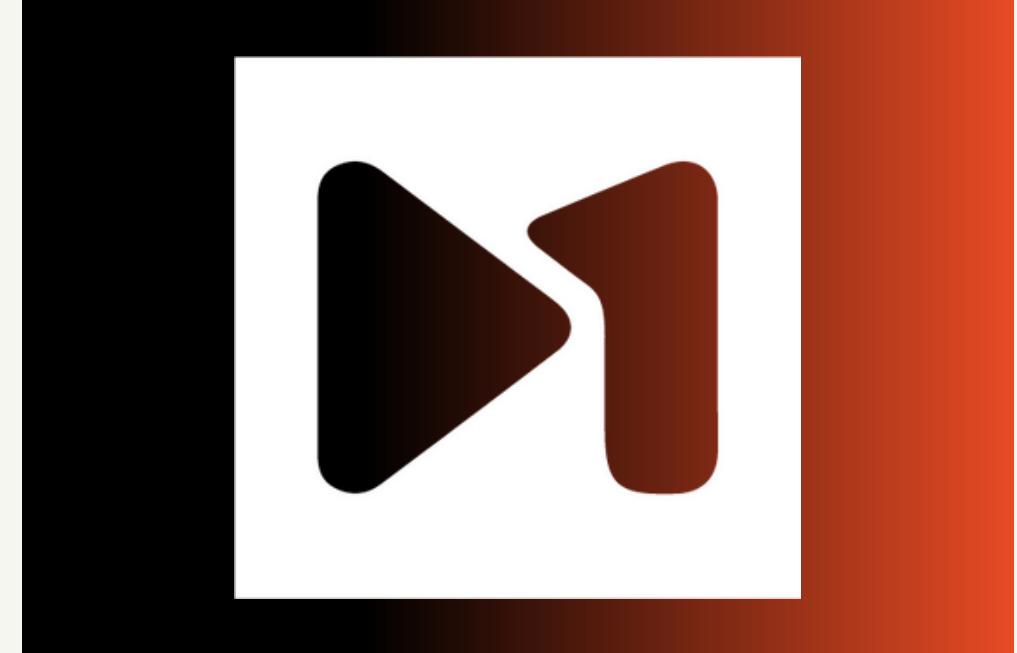
Version alternative à utiliser sur fond orange, foncés ou perturbés. Cette version doit être évitée au maximum sur les supports de communication.

# Icône



**Icône standard**

Pour les photos de profil sur les réseaux sociaux,  
l'icône du site web etc...



**Icône alternative**

# Utilisations Logo

EXEMPLES D'UTILISATION



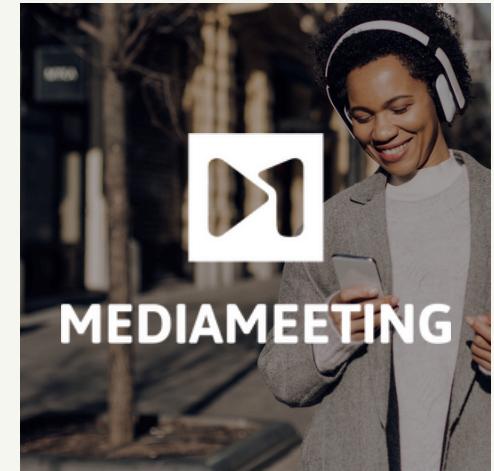
Fond clair : version principale



Fond perturbé avec ajout  
d'un filtre blanc : version  
principale



Fond orange ou foncé :  
version alternative



Fond perturbé avec ajout  
d'un filtre noir : version  
alternative

# Couleurs

La charte graphique de Mediameeting est composée de plusieurs couleurs, certaines liées au logo, d'autres réservées à une utilisation print ou numérique.

## Palette principale



**ORANGE**  
**#E84B23**  
Pantone 16 55 C  
RGB 232, 75, 35  
CMJN 0 81 90 0



**GRIS CORPORATE**  
**#ECECEC**  
RGB 236, 236, 236  
CMJN 0 0 0 10



**BLANC**  
**#FFFFFF**  
RGB 255, 255, 255  
CMJN 0 0 0 0



**NOIR**  
**#000000**  
RGB 0, 0, 0  
CMJN 0, 0, 0, 100

## Palette secondaire



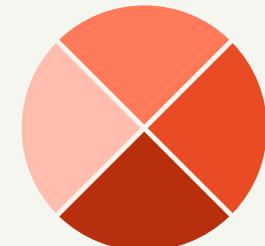
**LIGHT ORANGE**  
**#FF7452**  
RGB 255, 116, 82  
CMJN 0, 55, 68, 0



**FOND PRÉSENTATION**  
**#EDECE7**  
RGB 237, 236, 231  
CMJN 0, 0, 3, 7



**GRIS FONCÉ**  
**#373A3C**  
RGB 55, 58, 60  
CMJN 8, 0, 0, 75



# Typographie

Les polices d'écritures de la marque Mediameeting sont identiques sur tous les supports.

Il s'agit de Poppins.

Cette typographie se décline en Bold, en italic, en semi-bold, light etc... ce qui en fait une police adaptée à tous les usages ! Elle est accessible gratuitement sur le site Google Fonts.

- **Poppins Bold** est utilisé pour tous les titres quel que soit leur niveau.
- **Poppins Medium** sera idéal pour les sous-titre ou mettre en avant des mots dans un texte.
- **Poppins Regular** est utilisé pour tous les autres textes, notamment les paragraphes.
- *Poppins en italic* sera idéal pour les légendes.

**Bonjour, je suis  
Poppins Bold !**  
**Et moi Poppins Medium !**

Et moi je suis Poppins Regular, utilisez moi pour tous vos paragraphes et longs textes.

*Poppins Regular en italic sera idéal pour les légendes !*

# Univers iconographique

# Lignes directrices



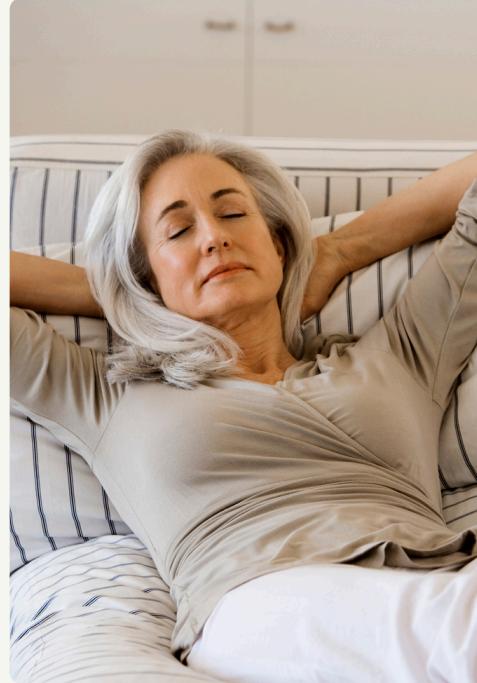
## L'audio, la voix

Le cœur de notre activité : podcasts, radios, émissions en direct... Tous les formats sont imaginables et créés sur mesure pour répondre à vos besoins.



## L'humain, la communication

L'audio, la voix permettent de transmettre, de partager, d'échanger... Un média chaleureux et profondément humain qui facilite la communication.



## L'entreprise

Communication interne ou externe, nous développons des solutions efficaces pour dynamiser et améliorer la communication des entreprises.



## L'impact social

La puissance de l'audio permet de toucher vos salariés, qu'ils soient connectés ou non, sur le terrain ou en mobilité ! Nous mesurons l'impact social de nos formats.

# L'audio, la voix



## De la joie, du plaisir

Mettre en avant un sourire, un moment joyeux, le rire et le bonheur sont communicatifs, ils peuvent être partagés.



Symboles associés à l'audio  
(micro, casque, player...)



Représenter l'audio ET le côté professionnel



Podcaster amateur ou trop grand public



Sourires forcés, poses pas naturelles, trop "musique et danse", sur fond uni type studio

# L'audio, la voix

## EXEMPLES



# L'humain, la communication



## De véritables moments

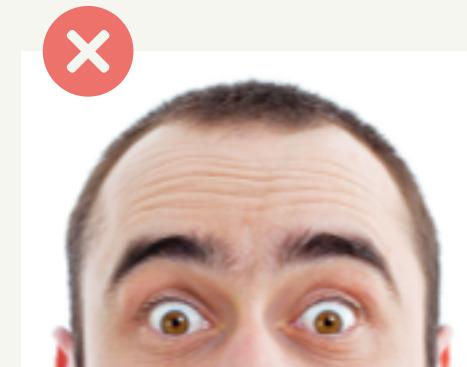
La vraie vie apporte du bonheur, elle est concrète, on peut s'y identifier : mettre en avant les moments joyeux, privilégier la spontanéité.



## Scènes de vie sans visages



## Illustrations vectorisées



## Attitudes non spontanées, visuels "banque d'image".



## Illustrations abstraites sans sujet humain apparent.

# L'humain, la communication

## EXEMPLES

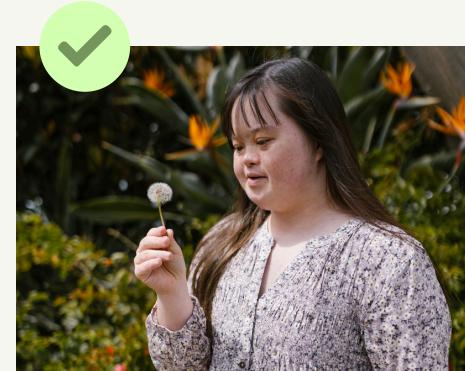


# L'entreprise



## Diversité culturelle

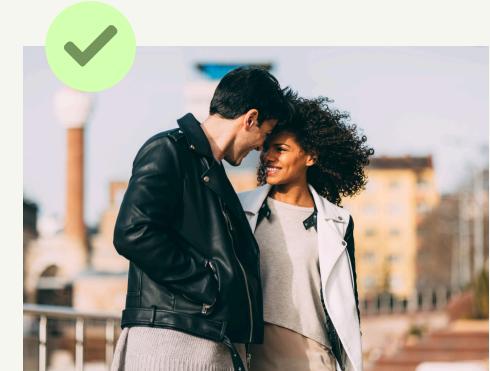
**Chacun doit pouvoir s'identifier aux valeurs d'AMI,  
ressentir la possibilité d'engager un changement dans sa  
vie, se sentir mieux et partager des valeurs positives.**



**Aider les personnes ayant  
un handicap à s'identifier**



**Promouvoir la diversité**



**Illustrer les changements  
sociaux**



**Personnages  
redondants/non diversifiés :  
vêtements, sexe...**

# L'entreprise

EXEMPLES



# L'impact social



## Diversité culturelle

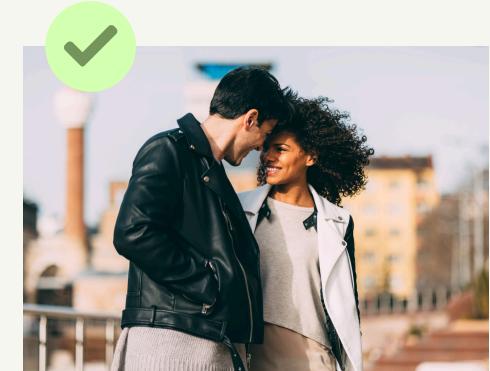
**Chacun doit pouvoir s'identifier aux valeurs d'AMI,  
ressentir la possibilité d'engager un changement dans sa  
vie, se sentir mieux et partager des valeurs positives.**



**Aider les personnes ayant  
un handicap à s'identifier**



**Promouvoir la diversité**



**Illustrer les changements  
sociaux**



**Personnages  
redondants/non diversifiés :  
vêtements, sexe...**

# L'impact social

## EXEMPLES





**Guide de marque – février 2023**