

**MEA**<sup>®</sup>  
Group

# Restez au top

Après tous les efforts déployés pour créer un design de marque cohérent, nous voulons nous assurer qu'il en soit ainsi lorsqu'il se propage dans le monde. En respectant ces consignes, vous vous assurez que le logo est utilisé de manière à respecter les normes esthétiques et à donner à votre marque une apparence professionnelle et cohérente.

**20**

**MEA**

# CHARTRE

[www.meaconsult.com](http://www.meaconsult.com)

**21**

# Moodboard

Un nouveau logo pour MEA consult. Pour retravailler le logo MEA consult nous avons pense à la nouvelle identité du groupe MEA afin de rendre une image cohérente et unitaire. Chaque pôle décline le nouveau design du logotype. Le logo MEA group est sobrement noir ou blanc tandis que les logos activités se distinguent par leurs intitulés secondaires et une nouvelle gamme de couleurs élargie. Un univers de marque confiant et sobre pour une expertise qui intervient avec rigueur et discrétion.

EXPERTISE  
TECHNOLOGIE  
MODERNITÉ



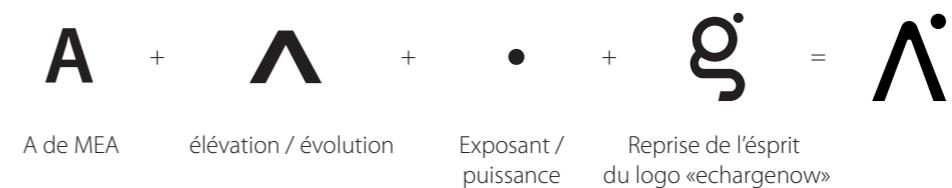
# Logo principal

Logotype principalement typographique. L'icône est plutôt un caractère stylisé qui sort de l'ensemble. Nous allons voir que ce projet de refonte ne pouvait pas se limiter à un simple nouveau design mais qu'il fallait revoir en profondeur comment mieux communiquer une société dont les services se diversifient.

**MEA**  
Groupe

Le concept du logo MEA :

Plusieurs idées se retrouvent graphiquement dans le logo.



Le A se retrouve dans tous les logos du groupe, c'est pourquoi il devient l'icône de la marque.

# Une question de fond

Le logo MEA se décline en noir et blanc uniquement.

## Proportions



Les dénominations du groupe  
MEA doivent être ferré à droite,  
avec un alignement sur le point.

**MEA**  
Group

**MEA**  
Groupe

# Logos secondaires

Les logos EChargeNow doit être utilisé dans la majorités des cas dans son format horizontal. Le logo secondaire, moins large doit uniquement être utilisé lorsque le format du support n'est pas adapté au format du logo principale. L'icône et le logo secondaire ne doivent jamais être utilisés directement à côté du logo principal. Par exemple, n'utilisez pas A en tant qu'image de profil si le logo principal est utilisé pour l'en-tête : il a l'air répétitif et ne constitue pas une bonne utilisation des éléments de la marque.

L'icône (E) peut être utilisé lorsque le logo principal complet n'est pas nécessaire ou dans des cas où le nom de la marque est déjà affichée en texte. Par exemple, le monogramme pourrait être utilisé comme une image de profil sur instagram puisque le nom d'utilisateur sera adjacent à celui-ci en texte seul.

- A. Logo principal regroupant toute les filiales MEA group
- B. Logo de la filiale MEA consult
- C. Logo de la filiale MEA Energies
- D. Logo de la filiale MEA Transport
- E. Iconographie du groupe MEA
- F. Logo secondaire du groupe MEA
- G. Logo secondaire de la filiale MEA Consult
- H. Logo secondaire de la filiale MEA Energies
- I. Logo secondaire de la filiale MEA Transport

A



B



C



D



E



F



G



H

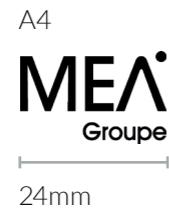


I



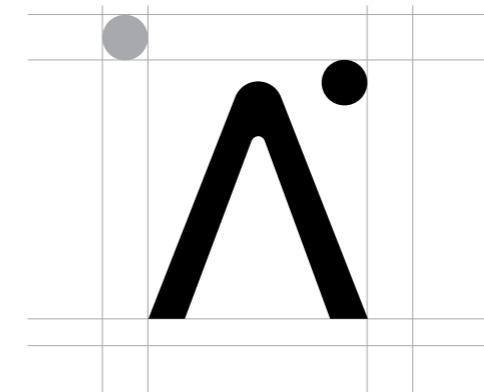
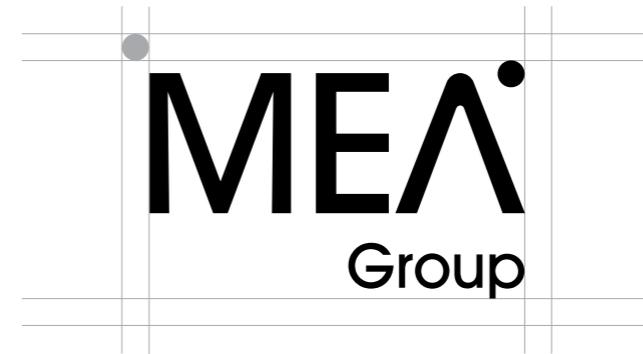
# Format usuels

Les différentes dimensions indiquées ci-dessous sont des recommandations de l'échelle à adopter selon les formats et sont valables pour tous les logos de la charte MEA groupe.



## Espace libre ou zone de protection

Pour assurer la lisibilité, gardez toujours un espace minimum autour du logo. Cet espace isole la marque de tous les éléments graphiques en concurrence, tels que les autres logos ou la copie de corps, qui pourraient entrer en conflit avec, surcharger et atténuer l'impact de la marque. La hauteur et la largeur du «e» permettent de définir l'espace à respecter pour le logo principale et le point du «g» pour l'icône.



# Utilisation non autorisée

Quelques règles sont nécessaires pour maintenir l'intégrité de la marque. Ne compromettez en aucun cas l'aspect général du logo en effectuant une rotation, une inclinaison ou une distorsion - cela inclut l'ajout de décorations de texte inutiles et peu attrayantes telles que des ombres portées et des contours. Voici quelques exemples à ne **JAMAIS** faire en utilisant le logo. →

A. Ne pas tourner le logo.

B. Ne pas écrasé ou étirer.

C. Ne pas placer d'élément sur l'espace libre du logo.

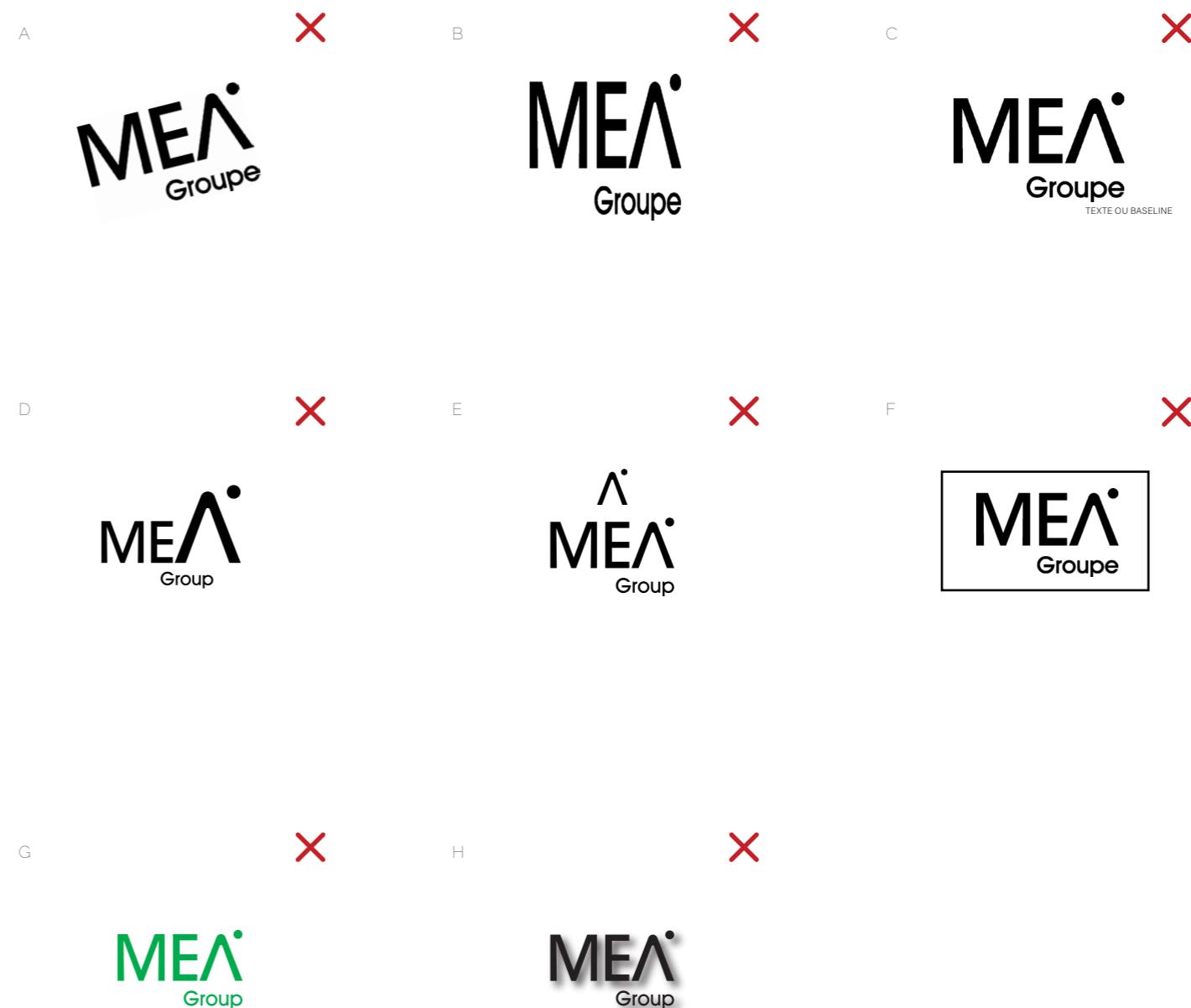
D. Ne pas changer de taille certains éléments du logo.

E. Ne réorganisez pas les éléments et ne créez pas de compositions qui ne sont pas déjà fournies.

F. N'ajoutez pas d'élément graphique non officiel au logo.

G. N'utilisez pas de couleurs qui ne sont pas dans la charte. Référez la palette de couleur.

H. N'utilisez pas d'ombre portée ou d'autres effets de style.

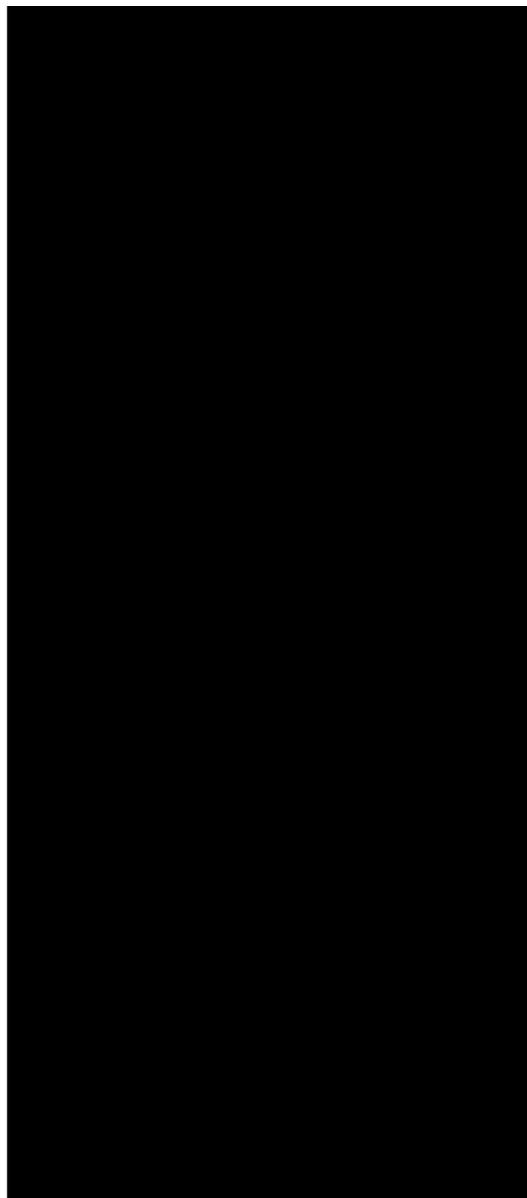


# Typo- graphie

La typographie est un outil de marque puissant lorsqu'elle est utilisée de manière cohérente. Cet ensemble de caractères représente le mieux le style audacieux et moderne de la marque et doit être utilisé sur tous les supports imprimés ou numériques.

La font AVANT GARDE est disponible uniquement en Medium BT mais n'est utilisé que pour les titres. Pour les textes, privilégiez la font Acumin Variable Concept en extra light mais différentes graisses sont disponibles et vous avez la possibilité de varier les graisses pour mettre en gras certains passage importants, sous-titre, ....

**ATTENTION** : Ne jamais redessiner les logos, utilisez toujours les fichiers fournis dans la charte.



**Avant garde**  
Utilisé pour les titres

**Medium BT**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
,;:=?./+&»'()-@•#}°!

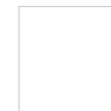
**Acumin Variable  
Concept**  
Utilisé pour les textes

Extra Light  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789  
,;:=?./+&»'()-@•#}°!

# Palette de couleurs

La couleur fait partie intégrante de l'identité de la marque. Une utilisation cohérente de la palette de couleurs renforce non seulement la cohésion de la marque, mais elle sert également un objectif psychologique en communiquant un sentiment particulier à votre public.

## Couleurs principales



**Blanc**  
 CMJN : 0 | 0 | 0 | 0  
 RVB : 255 | 255 | 255  
 HEX : #ffffff



**Noir**  
 CMJN : 0 | 0 | 0 | 100  
 RVB : 0 | 0 | 0  
 HEX : #000000



**Noir**  
 CMJN : 0 | 0 | 0 | 100  
 RVB : 0 | 0 | 0  
 HEX : #000000



**Rouge**  
 CMJN : 0 ; 92,36 ; 96,7 ; 0,09  
 RVB : 196 | 60 | 60  
 HEX : #d22d3b



**Rouge**  
 CMJN : 22,27 | 99,87 | 100 | 17,16  
 RVB : 156 | 44 | 41  
 HEX : #9b2920



**Noir**  
 CMJN : 0 | 0 | 0 | 100  
 RVB : 0 | 0 | 0  
 HEX : #000000



**Jaune**  
 CMJN : 36 ; 36 ; 95 ; 0  
 RVB : 222 | 179 | 47  
 HEX : #deb32f



**Orange**  
 CMJN : 2 | 72 | 91 | 0  
 RVB : 202 | 107 | 51  
 HEX : #ca6b33



**Noir**  
 CMJN : 0 | 0 | 0 | 100  
 RVB : 0 | 0 | 0  
 HEX : #000000



**Cyan**  
 CMJN : 68 ; 2 ; 18 ; 0  
 RVB : 82 | 184 | 183  
 HEX : #52B8B7



**Violet**  
 CMJN : 83 | 77 | 4 | 0  
 RVB : 55 | 42 | 138  
 HEX : #372A8A

# Les dégradés

Pour les logos des filières MEAgroup les dégradés sont toujours de la couleur la plus foncé (gauche) à la plus clare (droite). L'ordre des couleurs devra **toujours** apparaître comme préciser ci-dessous.



Couleur N°1

Couleur N°2



Couleur N°1

Couleur N°2



Couleur N°1

Couleur N°2



## Gestion du dégradé

OUI



NON



Le dégradé sera géré sur l'ensemble des éléments et non élément par élément.

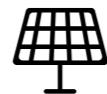
# Services / Avantages



Voiture électrique



Validation



Panneau solaire



CO2



Charge



Centrale



Centrale



Soleil



Energie



Temps



Éolienne



Environnement



Recyclage



Borne électrique



Vent



Vélo

## Contact



Adresse



Téléphone



Mail



Site

# Picto-grammes



Les expertises MEA sont symbolisés par des pictos linéaires en une couleur.  
Les dégradé seront apportés par les filiales comme expliqué en page 20.

# Applications



Exemples de mise en page pour le texte en fond noir,  
pour des intercalaires ou introductions.



# Informations

En cas de doute, reportez-vous à ce guide ou n'hésitez pas à me contacter ([coralie.valette@novelar.fr](mailto:coralie.valette@novelar.fr)). Ces directives sont assez souples et devraient permettre une liberté créative suffisante pour utiliser les logos à votre guise, tout en veillant à ce que la marque soit la meilleure possible dans toutes les applications.



NOVELAR

[contact@novelar.fr](mailto:contact@novelar.fr)

[www.novelar.fr](http://www.novelar.fr)