

---

## Les éléments clés de votre identité visuelle

- ❑ **Mission et vision** : Mission expliquer pourquoi votre entreprise existe tandis que votre vision expliquera vers quoi vous tendez..
- ❑ **Audience cible** : décrivez vos clients et pourquoi ils sont vos clients
- ❑ **Personnalité** : Faites une liste de quatre ou cinq adjectifs qui décrivent le mieux votre entreprise. Cela donnera le ton à vos designs autant qu'à vos textes.
- ❑ **Astuces** : lister les quatre ou cinq adjectifs qui sont opposés à votre marque peut également vous aider.
- ❑ **Valeurs** : Plus vos valeurs seront faciles à se rappeler, plus il sera facile pour votre équipe de les appliquer.

- 
- ❑ Histoire de la marque
    - Bonjour, nous sommes MARQUE, voici ce qu'on fait.
    - Notre mission, notre vision et nos valeurs sont...
  - ❑ Logo
    - Voici comment utiliser notre logo.
    - Voici comment ne pas utiliser notre logo.
  - ❑ Palette de couleurs
    - Voici notre palette de couleurs.
    - Voici les références CMJN
  - ❑ Typographie
    - Voici la police principale que nous avons choisie.
    - Voici la police secondaire que nous avons choisie. Elle est belle, hein ?
  - ❑ Images
    - Voici les images qui correspondent à notre marque.
  - ❑ Ton
    - Voici la manière dont nous parlons.
  - ❑ Website
    - Voici ce à quoi ressemble notre page d'accueil et voici ce que vous pouvez et ne pouvez mettre dessus.

---

## Première étape : la construction de votre identité visuelle

**Principe n°1** : votre identité visuelle incarne l'essence de votre marque

**Principe n°2** : une bonne identité visuelle sert à vous distinguer de la concurrence

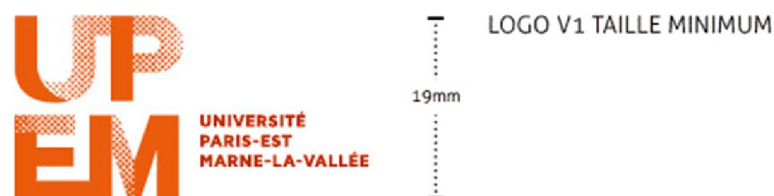
**Principe n°3** : l'identité visuelle de votre entreprise dicte le design de l'ensemble de vos supports marketing via une charte graphique précise



---




## Deuxième étape : l'élaboration de votre charte graphique

**Logo, couleurs et typographies** : bien déterminer le cadre d'utilisation de vos éléments visuels. Les proportions ainsi que les tailles maximum et minimum à respecter lors de la reproduction des différents éléments visuels.



---

Les codes pantone des couleurs de base ainsi que des variations de couleurs autorisées.

		PANTONE C	C M J N	R V B	WEB
SIGLE		173	0 75 100 0	234 91 12	EA5A0B
DENOMINATION		187	0 90 100 20	194 46 12	CC3300
		Black process	0 0 0 100	29 29 27	000000

---

Les codes typographiques à utiliser en fonction du contexte.

La mise en page type des différents documents de communication, avec marges et fonds. Les déclinaisons possibles de votre logo.

MONOPRIX

monop'

monop'beauty

monop'daily

monop'station

---

## Les modifications interdites de votre logo.

 Ne pas convertir le logo en niveaux de gris



 Ne pas mettre de fond blanc



 Ne pas déformer le logotype



 Ne pas changer de police



 Ne pas dissocier les éléments



 Ne pas mettre d'ombre portée



# POLICE DE CARACTÈRES

---

2 types de polices: police sans empattement et avec empattement

3 grandes familles : égyptiennes, elzévir, didots

A a

**LES POLICES ANTIQUES** (sans empattement) sont simples dynamiques, sobres et modernes.

Exemple : Arial / Calibri

A a

**LES ÉGYPTIENNES**, par leurs empattements en forme de brique, représentent la lourdeur, la solidité.

Exemple : Rockwell

A a

**LES ELZÉVIRS**, par leurs empattements en forme de triangle, représentent l'élégance, la finesse, le classicisme.

Exemple : Garamond / Times






A a

**LES DIDOTS** ou didones, par leurs empattements en forme de traits fins, représentent la clarté, la rigueur, le romantisme.

Exemple : Bodoni / Jessica

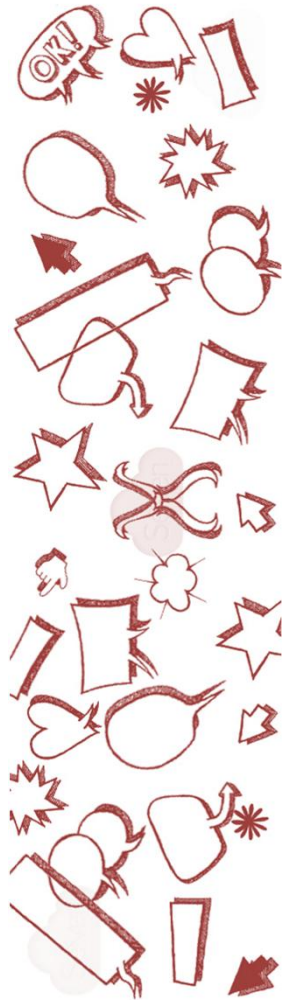


# FORMES ET MESSAGES

	<b>CERCLE / POINT</b> Perfection, Absolu, Infini, Unité, Éternité
	<b>TRIANGLE</b> Harmonie, Proportion, Équilibre, Sécurité, Puissance, Amour, Sagesse
	<b>CARRÉ</b> Solide, Stable, Rassurant, Neutre Objectif, Absence de tension.
	<b>LOSANGE</b> Vie, Passage, Échange
	<b>FLÈCHE</b> Mouvement, Direction

# FORMES ET MESSAGES

---



**LES VERTICALES** : évoquent la force, la dignité, l'équilibre. Elles s'apparentent aussi à la rigidité, l'immobilisme.

**LES HORIZONTALES** : synonymes de quiétude, de repos, de tranquillité, d'ouverture.

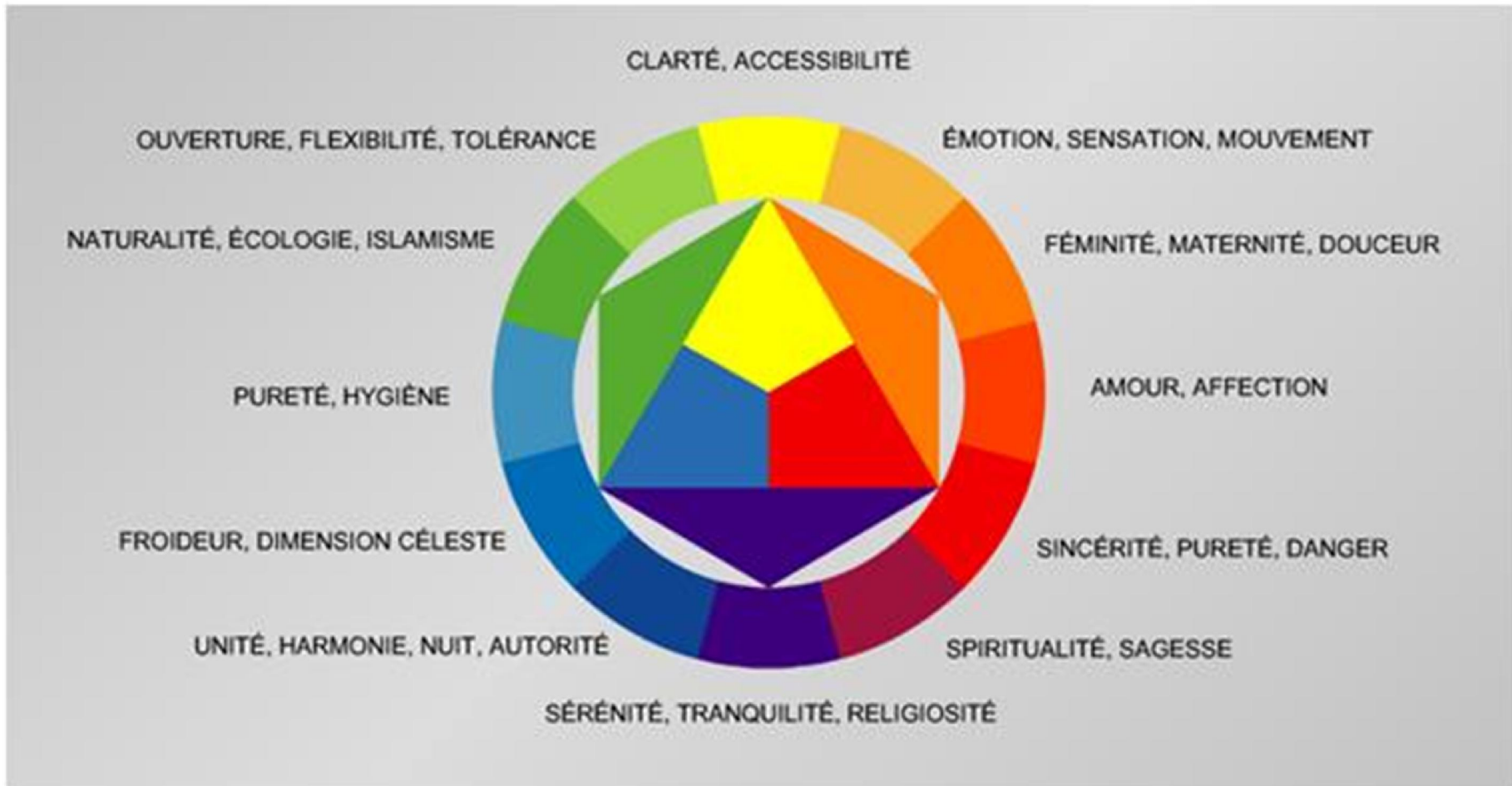
**LES OBLIQUES** : symbolisent un mouvement rapide et dynamique. Orienté vers le bas elles évoquent la chute.

**LES COURBES** : représentent la plénitude, le raffinement. Elles adoucissent l'espace. Elles peuvent également évoquer la mollesse.

**LES BRISÉES** : signe d'agitation, de confusion. Leur aspect anguleux rappellent les graphiques techniques ou médicaux. Elles expriment l'incohérence.

**LES CONVERGENTES** : ambiguës, elles symbolisent le choc, la violence, mais aussi l'expansion, l'éloignement.

# COULEURS ET MESSAGES



---

## Voici un résumé simple de la signification des couleurs :

**Bleu** : calme, tranquillité, paix.

**Rouge** : passion, amour.

**Jaune** : joie, énergie, chaleur, inspiration.

**Vert** : relaxation, espoir, environnement.

**Violet** : nostalgie.

**Orange** : bonheur, courage, confiance, succès, optimisme, gaîté.

**Noir** : sérieux et luxe.

---

# Les couleurs tendances

## PANTONE Fashion Color Report - Printemps 2017

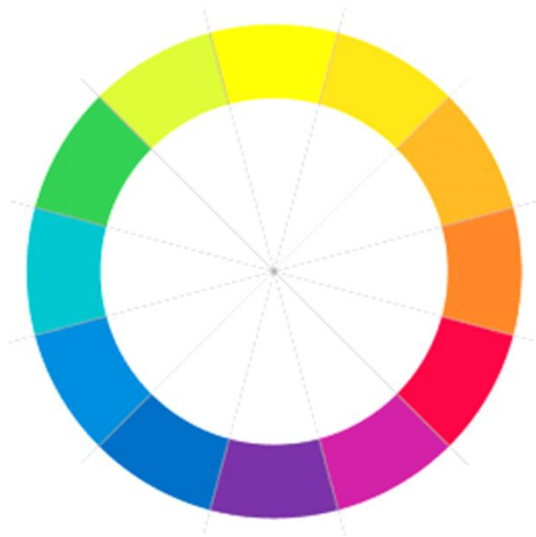
Un mélange de vitalité, de relaxation et de grands espaces



*Les 10 couleurs phares de Pantone pour le printemps 2017*

# Créez une palette de couleurs harmonieuse

---



- Combinaisons monochromes**
- Combinaisons triades**
- Combinaisons analogues**
- Combinaisons complémentaires**

<https://color.adobe.com/fr>

# CYCLE DES COULEURS

---



**Le cycle des couleurs, ou cercle chromatique,** roue sur laquelle se positionnent différentes couleurs correspondant aux trois degrés de base de l'univers chromatique : primaire, secondaire et tertiaire. Identifie les teintes et indique leur concordance et / ou possible co-habitation.



**Les couleurs analogues** se positionnent de façon directement mitoyenne dans le cercle chromatique. Elles offrent souvent des trios de couleurs présents dans la nature. graphisme cohérent, riche et harmonieux.



**Les couleurs complémentaires** positionnées de façon diamétralement couleurs sont toujours contrastées démarquées graphiquement l'une de l'autre. Lorsque l'on utilise une teinte donnée en fond, sa couleur complémentaire est le meilleur compromis pour coloriser les textes et les blocs



**Les couleurs complémentaires** par analogie correspondent à un trio de teintes permettant de donner un design avec un haut degré de contraste. Il s'obtient en utilisant les deux couleurs voisines d'une teinte et en les utilisant avec la couleur opposée de cette teinte.



**Analogie triangulée (triade isocèle).** teintes équidistantes. Donne des jeux de couleurs équilibrés mais très colorés et vifs. A utiliser pour véhiculer des valeurs de dynamisme et de création.



# Les points à surveiller

## Ne surchargez pas vos pages



---

## Aérez vos pages avec des marges et de l'espace blanc (blanc tournant)



Augmenter la taille de la gouttière

# BOSTON : une ville dynamique et étudiante

**B**oston est la capitale et la plus grande ville de l'État du Massachusetts et de la région de la Nouvelle-Angleterre, dans le nord-est des États-Unis. La ville compte 617 294 habitants selon le recensement fédéral de 2010, et la zone métropolitaine de Boston-Cambridge-Quincy en comptait environ 4 588 680, ce qui fait d'elle la dixième agglomération des États-Unis.

Elle constitue le nom de la mégalopole américaine, communément appelée BosWash, et est traversée par le fleuve Charles. Centre économique et culturel de la Nouvelle-Angleterre, Boston est renommée pour l'existence de ses universités, notamment l'université Harvard et le Massachusetts Institute of Technology situés dans la ville de Cambridge.

Boston est l'une des plus anciennes villes des États-Unis. Fondée en 1630 sur le territoire de Shawmut (actuel sud de Boston Harbor), par des puritains anglais fuyant les persécutions religieuses de leur pays, elle s'est rapidement développée dès le XVII<sup>e</sup> siècle.



Harvard est notamment fondée en 1636. La ville reprend le nom d'une petite ville du nord-est de l'Angleterre, et les Français l'appellent « Boston » pendant le XVII<sup>e</sup> siècle. Vers 1770, elle compte 15 000 habitants et est alors la ville la plus peuplée des treize colonies britanniques d'Amérique du Nord.

Elle joue un rôle central durant la Guerre d'indépendance américaine et est le théâtre d'événements majeurs, tels que le Massacre de Boston, le siège de Boston et la Boston Tea Party (1773). Au XIX<sup>e</sup> siècle, l'immigration italienne et irlandaise fournit une importante main d'œuvre aux usines textiles et au secteur portuaire. Au cours du XX<sup>e</sup> siècle, son économie se reconstruit vers la finance et les industries de haute technologie, bien que l'enseignement supérieur demeure le principal domaine économique.

Enfin, le paysage urbain de Boston ne ressemble pas aux autres villes américaines : son centre a gardé de nombreux édifices de l'époque coloniale, ses rues ne sont pas rectilignes et la

Mettez de l'espace entre les paragraphes

Augmenter l'espace entre les lignes

Augmenter la taille de la marge du document



## CUSTOM SOLUTIONS

ALBIS PICES VENIO REGULA EA INFLA  
INFLAMM. NIS. QUA. ET AB OPA. NIS. CO  
PETO. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS.  
NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS.  
NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS.  
NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS.



## WEB SOLUTIONS

INFLAMM. NIS. QUA. ET AB OPA. NIS. CO  
PETO. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS.  
NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS.  
NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS.  
NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS.



## EBUSINESS SOLUTIONS

INFLAMM. NIS. QUA. ET AB OPA. NIS. CO  
PETO. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS.  
NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS.  
NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS.  
NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS. NIS.