

CHARTRE GRAPHIQUE



Projet :

Développer la communication autour de paniers de légumes Bio pour une nouvelle société.

Client :

Camille DURAND.

Lieu d'activité :

131 Rue Ferdinand Vest, 49800 Trélazé - Maine-et-Loire.

Objectif :

Développer la communication en faisant connaître l'activité du client et ses produits Bio. Mettre en avant le côté «Bio» des produits.

Souhait :

Design moderne et actuel.



Les Cagettes

de Camille

EXPLICATION DU LOGO

1 - Les formes

Le polygone : le but était un peu de représenter une maison mais sans que la forme soit totalement exacte, par cela les clients pourront penser aussi bien à un entrepôt, une serre. Il fallait entourer la main et permettait une écriture plus propre du texte à l'intérieur.

La main : elle pouvait le mieux montrer l'amour de la personne pour son métier puisque celle-ci tient en plus une pousse au creux de sa main, pour montrer l'origine de toute chose, nous rappeler que les produits que nous consommons pour survivre viennent de la terre et qu'il faut en prendre soin. La main est plutôt imposante, visible, elle sort du cadre et dépasse le polygone pour montrer que les produits viennent de l'intérieur et qu'ils vont vers l'extérieur, c'est-à-dire que le fruit de l'exploitation est «donné» au client. La main qui dépasse représente également l'ouverture sur le monde qui l'entoure, l'accessibilité.

Le nom de la société : la typographie calligraphique a été reprise, le but était d'harmoniser l'ensemble avec une écriture joviale mais sérieuse en même temps. La taille permet une bonne visibilité de la société.

2 - Les couleurs

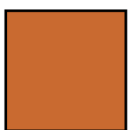
Suite à la planche de tendances imaginées, il convenait de s'orienter vers des couleurs plutôt dynamiques mais complémentaires.

Le orangé-maron : le marron étant une couleur un peu trop «neutre», «dure» dans ce contexte de convivialité, il fallait se pencher plutôt sur une couleur qui aurait rappelé l'ouverture, la communication, l'optimisme, l'énergie, tout en restant terre à terre et accessible.

Le rouge : le but était une couleur plus contrastée qui aurait mis encore plus en avant la main sortant du polygone, mais tout en restant agréable à l'oeil avec le orangé. Le rouge foncé pourrait de plus ici faire penser au sérieux de la marque et son engagement auprès de ses clients. Rouge couplé à cet orange émet aussi une sorte de chaleur, d'empathie tout en s'imposant, de protection et de bienveillance.

Le blanc : ce blanc cassé permet d'adoucir le texte au sein du logo en plus de le démarquer pour plus de visibilité. Incarne également la pureté, donc fait le lien avec le symbolisme des autres couleurs/formes. Il a été réutilisé pour le fond pour une meilleure harmonisation mais, par la suite, si la cliente ou l'équipe souhaite supprimer le fond pour une incorporation spécifique sur le site web, pourrait être supprimé sans changer le symbolisme du logo.

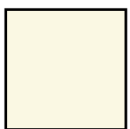
3 - Spécifications techniques



#b36b37



#88200f



#fcf7e4

Police : **against regular**