

Bâtir une identité visuelle forte et cohérente

Fondations stratégiques

- Définir la plateforme de marque (mission, vision, valeurs et personnalité) pour assurer la cohérence visuelle.
- Créer un moodboard pour établir la direction artistique, incluant ambiances, textures et palettes de couleurs.

Palette de couleurs et typographie

- Limiter la palette à 3 ou 5 couleurs maximum.
- Appliquer la règle 60-30-10 (dominateur, secondaire, accent) pour un équilibre visuel optimal.
- Sélectionner 2 à 3 polices de caractères maximum, en vérifiant leur lisibilité sur tous les supports.

Déclinaisons du logo

- Préparer trois formats techniques : vertical, horizontal et icône (favicon).
- Créer des versions polyvalentes : couleur, noir sur fond clair et blanc sur fond sombre (monochrome).

Harmonisation et déploiement

- Établir des consignes graphiques pour les photos et icônes (style, filtres, cadrage).
- Centraliser les règles d'utilisation (tailles minimales, zones de protection, codes couleurs CMJN/RVB/HEX) dans une charte graphique transmise aux collaborateurs.