

**INTRODUCTION**

La charte graphique est un ensemble de normes et de règles sur la communication permettant de créer une identité visuelle (l’image que vous donnez de votre structure et de ses valeurs.).

Ces règles pourront s’appliquer à l’ensemble des supports de communication afin d’avoir une cohérence et qu’immédiatement on sache qui est à l’origine de la communication :

* Logo ;
* Enseigne ;
* Carte de visite ;
* Enveloppes ;
* signalétiques (panneaux, affiches…) ;
* Thème Powerpoint ;
* Papier à entête ;
* Modèle de devis / facture ;
* les uniformes de l’hôtel ;
* les serviettes, plats, verres… si vous êtes un restaurant ;
* Site internet ;
* Les futurs apps Smartphone ;
* Générique vidéo ou annonce publicitaire Ads.

Il est question de mettre en place tout l’univers de la communication visuelle (code graphique) de cette dernière.

**CONTEXTE**

L’Hôtel Mendong est un hôtel nouvellement sortir sur terre situe à Mendong carrefour Mendong. Cet Hôtel est constitué d’un immeuble de 4niveau d’un parking d’un restaurant bar et dispose de véhicule de transport. Sa construction se veut Ecoresponsable.

Les critères sur lesquels sont basés la proposition ainsi faite de la charte graphique:

* secteur d’activité : hôtelier
* La cible : les particuliers c’est-à-dire des hommes et/ou femmes (ex. homme d’affaire, entrepreneur, touriste) individus d’une certaine tranche d’âge à partir de 16ans.

1. **CHOIX DES COULEURS ET DECLINAISON DE CHAQUE COULEUR**
   * **Le Bleu** : la confiance, le calme, la sérénité, la sécurité… le bleu fait penser à la technologie et confère également une sensation reposante



* + - **Le violet** : la spiritualité, la cérémonie, le mystère, la royauté…
  + **Le Blanc** : la pureté, l’innocence, la neutralité, l’impartialité…
  + **Le noir** est souvent synonyme de luxe

1. **Typographie et désignation**

* **Les aspects que votre marque doit communiquer**

Pour faire un choix de police de caractère a utilisé, nous nous proposons de répondre aux questions suivantes :

* quelles sont les qualités les plus marquantes de votre marque ?
* Quelle est sa personnalité ? Est-elle sérieuse, ou plutôt joviale ?
* Quelles valeurs défend-t-elle ?

Pensez également à la cible.

* Quels sont ses intérêts, ses motivations ?
* Comment allez-vous les toucher ?

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **SERIF** | **SANS SERIF** | **MANUSCRITES** | **LES NOUVELLES POLICES** |
| petites « pattes » et véhiculent une image classique et traditionnelle. Elles sont généralement associées à l’idée d’autorité, de fiabilité de confiance et de respectabilité. **Ex** Baskerville, Garamond, Caslon  Un sous-ensemble appelé « **slab serif** » englobe des polices qui comportent des « pattes » plus épaisses, souvent utilisées pour des titres. On citera notamment Rockwell, Archer, Egyptian Slate ou encore Memphis. | pas de « pattes », aspect clair, épuré et moderne. Facebook, [Hulu](https://www.shutterstock.com/pic-188728943/stock-photo-circa-march-berlin-the-logo-of-the-brand-quot-hulu-quot.html?pl=CONTENT-blog&cr=businessfonts), ou encore [YouTube](https://www.shutterstock.com/pic-262453658/stock-photo-kiev-ukraine-march-youtube-logotype-printed-on-paper-youtube-is-a-video-sharing.html?pl=CONTENT-blog&cr=businessfonts) utilisent ce type de typographie dans leurs logos. Certains experts recommandent les polices sans serif pour le web car elles sont plus faciles à lire sur un écran – un argument de moins en moins convaincant étant donné l’évolution de la résolution de nos écrans. Des classiques de la typographie comme Helvetica, Avenir, Arial ou encore Futura font partie de cette catégorie. | Les polices cursives (qui incluent les polices manuscrites) incarnent généralement la féminité, l’élégance, la créativité et la convivialité. Parmi les marques qui utilisent ce type de police pour leur logo, on peut citer [Cartier](https://www.shutterstock.com/pic-221350390/stock-photo-nagoya-japan-september-fashion-house-cartier-cartier-designs-manufacturers.html?pl=CONTENT-blog&cr=businessfonts), [Instagram](https://www.shutterstock.com/pic-283160093/stock-photo-kiev-ukraine-may-instagram-logotype-camera-icon-on-pc-screen-instagram-free.html?pl=CONTENT-blog&cr=businessfonts), et bien sûr [Coca-Cola](https://www.shutterstock.com/pic-270948935/stock-photo-kiev-ukraine-march-coca-cola-logo-printed-on-paper-and-placed-on-white-background.html?pl=CONTENT-blog&cr=businessfonts). Utilisez-les sporadiquement : elles ne conviennent pas aux textes longs car elles sont peu lisibles en paragraphes. | [Font Squirrel](http://www.fontsquirrel.com/) et [Google Fonts](https://www.google.com/fonts). |

**LE LOGOTYPE**

|  |
| --- |
|  |

Le logo proposé capitalise sur les points forts de la marque le plombier Sarl sans affaiblir ses vecteurs de reconnaissance. Il va dans le sens de l’épure et de l'efficacité, tout en affirmant une certaine modernité et une grande proximité.

Stylisée, le globe est volontairement très présent, mettant symboliquement en avant les secteurs d’activité principale de **PLOMBIER SARL**.

Ce nouveau logo pourra être utilisé sur l'ensemble des documents émis par l’Hôtel (papeterie, édition, signalétique...). Son dessin très compact lui confère une excellente lisibilité. Il peut aussi bien être utilisé en petit format que sur des supports de grande taille.

**POLICE UTILISEE**

La police utilisée pour le logo est la Microgramma medium extended. Attention, le logo ne doit pas être recréé ou recomposé pour éviter de dégrader celui-ci et ainsi nuire à l’image de marquer de la structure. Il est impératif d'utiliser les fichiers vectoriels fournis par **Ets IANA**.

|  |
| --- |
|  |

