

3.6

CHARTE GRAPHIQUE

UNE RÉFLEXION CONSTRUISTE...

Pour pouvoir réaliser l'élaboration du logo et de la charte graphique de la marque G.Graph, nous sommes passé par plusieurs étapes d'analyse, de recherche et de conception. Ces différentes étapes s'organisent donc en suivant un plan chronologique.

SOMMAIRE

Identité ----- 2

Genèse de la marque
Les valeurs de la marque

Recherches ----- 3 à 4

Recherches concurrentielles
Recherches et développement

Chartes officielles ----- 5 à 9

Éléments de langage
Les couleurs
Typographie

Les supports de communication ----- 10 à 12

Modèles de mise en page
Mockups

Les règles d'usage du logo ----- 12 à 13

Règles de visibilité
Règles d'espacement

IDENTITÉ

LA GÉNESE DE G-GRAF

G-Graph est de l'esprit de trois étudiants soucieux de faire rayonner la culture pop street-art locale ainsi que de valoriser les artistes ubaines et leurs œuvres. L'objectif de la marque G-Graph est de rendre la culture du Street-art à Grenoble accessible et ludique via, entre-autres, un site web dynamique qui promeut le tourisme ainsi que les grands lieux de l'art urbain dans la région Rhône-Alpes.

LES VALEURS ET LA VOLONTÉ DE LA MARQUE

La marque G-Graph veut refléter l'essence de l'art urbain en transmettant un sentiment de créativité, de modernité et d'audace. La charte graphique se veut cohérente avec ses valeurs en utilisant des couleurs vives et péchues, une typographie moderne, des images accrocheuses et une mise en page minimalistes pour transmettre une image professionnelle, cassant avec les préjugés et les clichés associés à la culture du street-art.

La charte graphique de G Graph souhaite également inspirer la confiance et la qualité en présentant des images de haute résolution.

En somme, la charte graphique de G Graph doit refléter l'énergie créative de l'art urbain, tout en restant professionnelle et accessible.

Un mot clé : adaptation.

Nous réfléchissons à décliner le logo et la charte graphique sur différents supports (application mobile, affiches, site web...) pour étendre notre stratégie de communication.

RECHERCHES

RECHERCHES CONCURRENTIELLES

Dans le cadre de notre benshmark et de notre étude de marché, nous avons pu récupérer les logos de nos concurrents afin de réfléchir à un logo adapté au public et au marché que G Graph vise.

VOICI LES LOGOS DES CONCURRENTS DIRECTS



Street Art
Cities

Spacejunk Art Centers



RECHERCHES

RECHERCHES ET DÉVELOPPEMENT DU LOGO G GRAP

G.GRAPH
city exploration

G.GRAPH
— city exploration —



3.GRAPH

G.GRAPH
city exploration

G.GRAPH
— city exploration —



G.GRAPH
city exploration

G.GRAPH
city exploration

G.GRAPH
— city exploration —

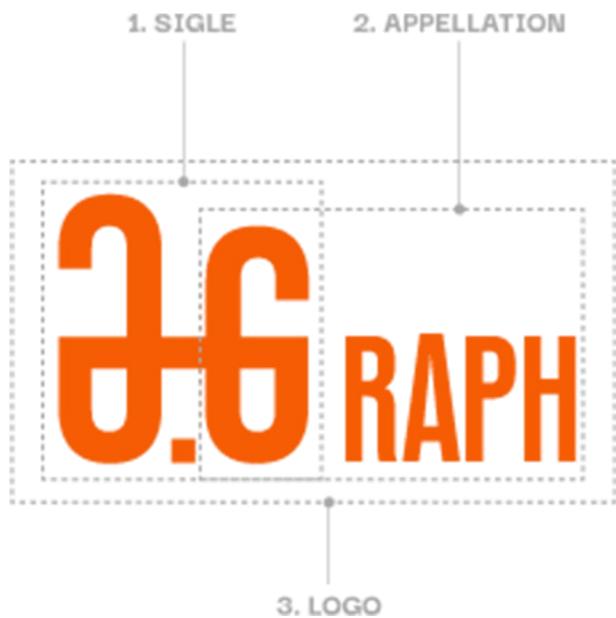


CHARTE OFFICIELLE

ÉLÉMENTS DE LANGAGE

Afin de communiquer efficacement, il est nécessaire de faire le point sur quelques notions :

- Le sigle désigne l'acronyme visuel de G-Graph, situé sur la partie gauche de l'identité graphique,
- L'appellation correspond à la partie typographiée en police Bebas Nueue, qui inclut l'acronyme "G-Graph",
- Enfin, le logo rassemble le sigle et l'appellation dans un même bloc-marque.



ag
u.s

LES COULEURS



HÉXADÉCIMAL
#F75C03

RGB 247 92 3
R 247
V 92
B 3
CMJN
C 0
M 74
J 97
N 0



HÉXADÉCIMAL
#705CFD

RGB 112 92 253
R 112
V 92
B 253
CMJN
C 76
M 69
J 0
N 0



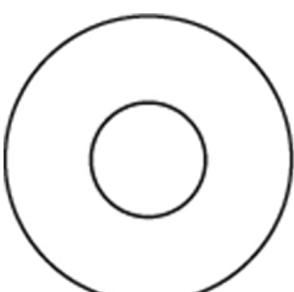
HÉXADÉCIMAL
#55D6BE

RGB 85 213 189
R 85
V 213
B 189
CMJN
C 60
M 0
J 36
N 0



HÉXADÉCIMAL
#000000

RGB 0 0 0
R 0
V 0
B 0
CMJN
C 91
M 79
J 62
N 97



HÉXADÉCIMAL
#FFFFFF

RGB 255 255 255
R 255
V 255
B 255
CMJN
C 0
M 0
J 0
N 0

LA TYPOGRAPHIE

La typographie utilisée est la même pour l'ensemble de la marque G-Graph. Elle est disponible en plusieurs graisses mais est majoritairement utilisée en BEBAS NEUE Regular, DARKER GROTESQUE ExtraBold et Medium. Le logotype est dessiné sur cette base typographique.

ATTENTION : Ne jamais redessiner les logos. Ils représentent l'image de la marque et ses valeurs alors veuillez à toujours utiliser les fichiers fournis dans la charte.

BEBAS NEUE REGULAR

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

! # % & ' () * , . / : ; ? @ [\] _ { } < > °

BOLD
REGULAR

BOOK

LIGHT

Darker Grotesque Medium

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U

V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

! # % & ‘ () * , . / : ; ? @ [\] _ { } < > °

Black
Extrabold
Bold
Medium
Regular
Light

LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

MODÈLE DE MISE EN PAGE

Les documents officiels internes comme externes devront respecter une mise en page type suivant des codes précis de la charte graphique de G-Graph.

DOLOR SIT AMET 36

Lore ipsum adisclicing sed diam

Aenean et nisl imperdiet, pellentesque purus quis, condimentum libero. Ut in iacut at nunc finibus egestas ut ullamcorper libero. Nam ultrices mauris eros. Fusce sit amet sagittis nisl, et scelerisque sem. Pellentesque hendrerit lorem ipsum, sed scelerisque ex commodo sed. Praesent et sapien quis diam sagittis condimentum. In non dolor. Morbi accumsan enim laoreet nisl dignissim hendrerit. Pellentesque sed ante massa. Nulla ut vulputate odio. Maecenas eleifend suscipit mauris et convallis. Aenean luctus non justo non hendrerit. Fusce eget elit pharetra, cursus elit tincidunt, placerat turpis. Donec egestas feugiat libero, non commodo odio.

Lore ipsum adisclicing sed diam

Nullam non sagittis urna, sit amet tincidunt justo. Vivamus vehicula purus sit amet turpis mollis, sit amet posuere turpis mattis. Sed ac venenatis nibh. Aenean eget risus tristique, vehicula nibh at, luctus massa. Mauris sapien magna, consequat in iacut et, ullamcorper iaculis justo. Etiam mattis, ante quis vulputate ornare, risus augue mattis ipsum, ac maximus nisi metus a nibh. Donec non diam auctor, facilisis turpis eget, congue metus. Nulla facilisi.

Lore ipsum adisclicing sed diam

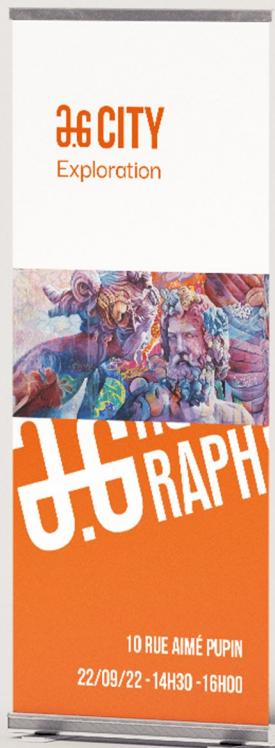
Phasellus porttitor libero vitae mauris tincidunt consequat. Donec luctus efficitur neque. Maecenas placerat metus non ornare auctor. Nullam laoreet et ante in mollis. Curabitur elementum laoreet efficitur.

Lore ipsum adisclicing sed diam

Pellentesque vitae iacut nunc, vel laoreet nisl. Sed vel iacut pulvinar, rhoncus justo in, tempus augue. Etiam mattis, ante quis vulputate ornare, risus augue mattis ipsum, ac maximus nisi metus a nibh. Donec non diam auctor, facilisis turpis eget, congue metus. Nulla facilisi.

LES SUPPORTS DE COMMUNICATION







LES REGLES D'USAGE DU LOGO

RÈGLES DE VISIBILITÉ

Deux choix sont possibles pour une représentation de G-Graph.

Le premier est d'utiliser le sigle pour son style épuré qui suggère la marque.

Lorsque le sigle est utilisé, veillez à utiliser la police Bebas Neue Regular pour un éventuel titre associé (cf. kakemono page 6).

Le second est d'utiliser le logo/sygle en plus de l'appellation à privilégier pour les communication officielles visant à présenter la marque.

Veuillez utiliser le logo uniquement sur un fond uni. La seule exception à cette règle est pour l'utilisation du logo en blanc sur une photo de grande résolution légèrement floutée. Sur un fond blanc, privilégiez le logo dans cet ordre de couleur : orange, cyon ou violet. Sur un fond foncé, privilégiez le blanc. Dans de rare cas, le logo G-Graph peut être orienté à -22,5° et sortir du cadre pour plus de dynamisme.

BONNES PRATIQUES

Exemple 1



Exemple 3



Exemple 2



Exemple 4



MAUVAISES PRATIQUES

Ici, sur le cinquième exemple, le contraste de couleurs n'est pas bon : le logo blanc aurait dû être employé. Sur le sixième exemple, le logo subit une rotation qui n'est pas la bonne, le rendant illisible. Dans le septième exemple, le fond n'est pas flouté, empêchant une bonne lisibilité. Enfin, dans le huitième exemple, le logo a subit des déformations, ce qu'il faut **absolument** éviter.

Exemple 1



Exemple 2



Exemple 3



Exemple 4



RÈGLES DE POSITIONNEMENT

Lorsque le sigle est utilisé pour une présentation pleine écran : le schéma d'alignement sigle, numéro, titre doit être le suivant.



03 ALIGNEMENT
DU TITRE

04 ALIGNEMENT
DU TITRE

