

# CHARTE GRAPHIQUE



MANON JEANPIERRE

# SOMMAIRE

---

1

Brief.....	2
Carte heuristique.....	3
Personas.....	4
Analyse du logo existant.....	6
Analyse concurrentielle.....	7

2

Concepts et croquis.....	11
Recherches numériques.....	15

3

Proposition finale.....	18
Déclinaison.....	19
Mockups.....	20

The background image shows a top-down view of a bowl of orange-colored soup, likely butternut squash or pumpkin. The soup is garnished with crumbled white cheese (possibly feta), some red chili flakes, and several green pumpkin seeds. A small green leaf is visible in the bottom right corner. The bowl has a blue rim and sits on a light-colored marble surface. In the top left corner, there's a partial view of another bowl containing a similar orange soup.

1

Brief  
Carte heuristique  
Personas  
Analyse du logo existant  
Analyse concurrentielle

# BRIEF

---

## QU'EST CE QUE INDIGLU ?

INDIGLU est une association qui œuvre pour le diabète. Le nom INDIGLU est la contraction de INDIce GLUcidique. L'indice glucidique détermine la teneur en glucides de l'aliment, à ne pas confondre avec l'indice glycémique, qui détermine le taux de sucre dans le sang.

## À QUI EST-CE DESTINÉ ?

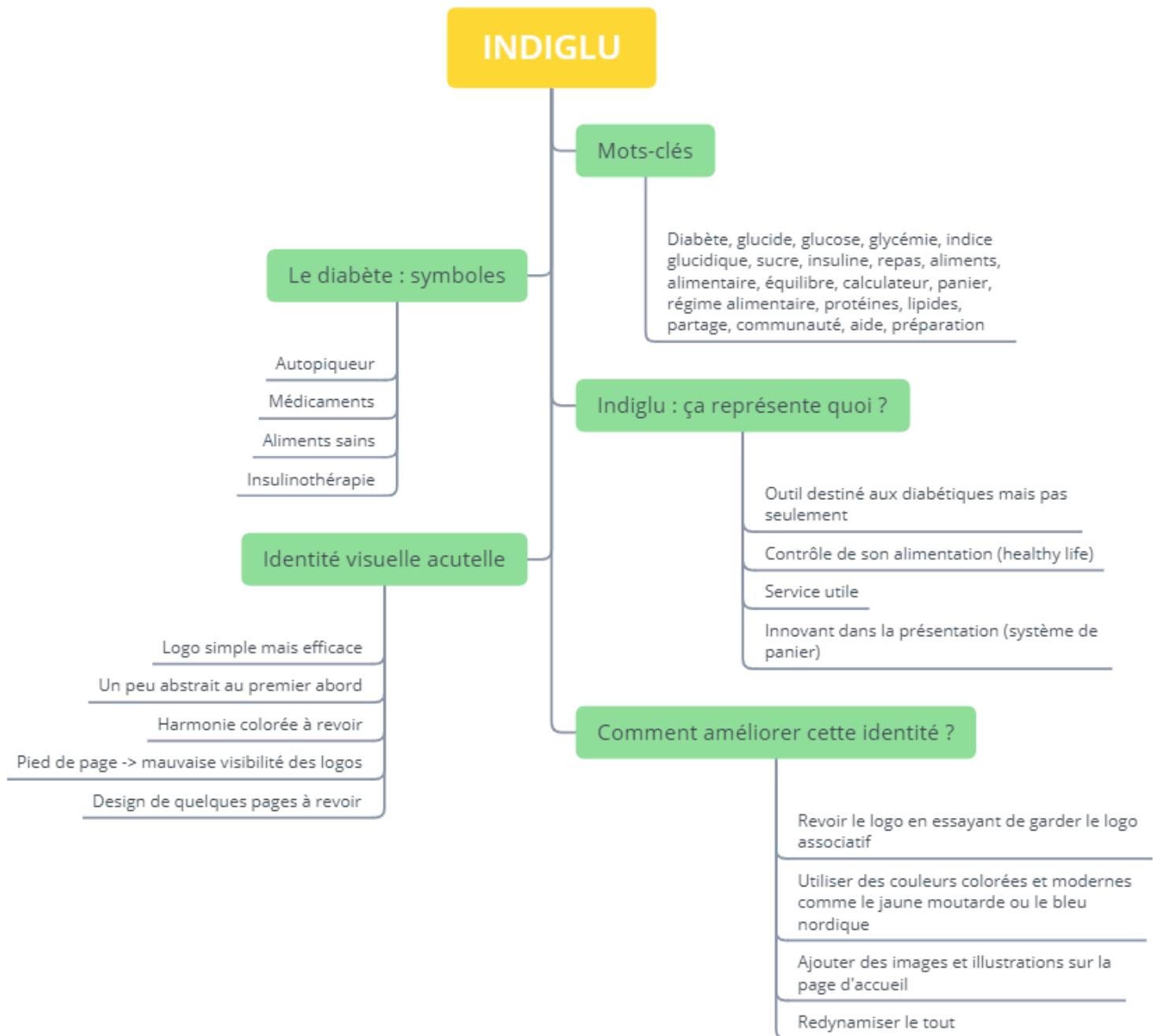
Le site web d'Indiglu (<http://indiglu.com/>) a pour vocation d'aider les diabétiques à calculer leurs doses nécessaire d'insuline en se basant sur l'indice glucidique du repas. C'est une façon innovante qui change l'approche de l'alimentation pour les diabétiques. Sur le site, les utilisateurs peuvent ainsi confectionnés des repas à partir d'une banque de donnée d'aliments et ainsi connaître le taux d'insuline nécessaire pour chaque repas.

## QUEL EST NOTRE OBJECTIF ?

Aujourd'hui, l'association souhaite avoir plus de visibilité aussi bien auprès des personnes atteintes de diabète que du corps médical. Son objectif est également de trouver de nouveaux partenariats (collectivités locales et territoriales, laboratoires pharmaceutiques, fondations caritatives...). Je vais donc à travers cette charte graphique, proposer à cette association une toute nouvelle identité visuelle et une nouvelle image de marque qui sera plus en adéquation avec les besoins de Indiglu.



# CARTE HEURISTIQUE



# PERSONAS —

## PERSONA PRIMAIRE

Ce persona primaire correspond à la cible principale à laquelle s'adresse Indiglu.

### Christophe Aubry



« S'il n'y a pas de difficultés, il n'y a pas de progrès. »

**Âge:** 47 ans

**Niveau d'étude:** BTS bioanalyses et contrôles

**Travail:** Laborantin

**Famille:** Marié, deux enfants

**Lieu d'habitation :** Toulouse

#### Personnalité

Christophe est quelqu'un d'introverti qui n'exprime jamais ses inquiétudes. Gentil et calme, il sait écouter les autres avec attention. Il est très optimiste et n'hésite pas à partager sa bonne humeur avec sa femme et ses enfants.

#### Biographie

Christophe Aubry est un homme de 47 ans vivant à Toulouse. Plutôt sédentaire, il aime sa vie de famille à la maison. À l'âge de 45 ans, on lui diagnostique un diabète de type 2. Pour l'instant, les médicaments suffisent et l'insulinothérapie n'est pas encore envisagée. Ne se laissant pas abattre, Christophe essaye de surveiller quotidiennement sa glycémie grâce à son autopiqueur et essaye de faire attention à son alimentation.

#### Principaux défis

- ne pas avoir recours à l'insuline pour l'instant
- devenir plus sportif et bouger au maximum
- avoir une alimentation saine et pauvre en sucre

#### Ses objectifs

Christophe veut tout d'abord être un bon père de famille et être un exemple pour ses enfants. C'est pourquoi sa santé est primordiale : il veut trouver un moyen de contrôler facilement son alimentation.

#### Ses freins

Christophe a toute la volonté du monde mais certaines choses le freinent dans son élan. Sa timidité l'empêche quelquefois de réaliser réellement ce qu'il souhaite. Il ne suit pas vraiment les tendances mais essaye de s'améliorer en écoutant ses enfants.

#### Moyens de communication préférés

Christophe est un homme simple qui aime lire les magazines et les revues pour se tenir informé. Il regarde souvent la télévision et notamment le journal de 20h. Facebook est son seul réseau social sur lequel il va de temps en temps

#### Outils nécessaires au quotidien

Même si Christophe n'est pas un grand amateur de réseaux sociaux il a tout de même un compte Facebook où il partage des articles avec sa famille et ses amis. Il aime beaucoup écrire et tient un journal où il s'exprime.

#### Utilisation d'Internet

Ordinateur bureau



Smartphone



Tablette



#### Influences



# PERSONAS —

## PERSONA SECONDAIRE

Ce persona secondaire correspond à la cible secondaire qui partage les mêmes besoins et objectifs que le persona primaire, mais qui ne constitue pas la cible prioritaire de Indiglu.

### Camille Simon



"Exposez-vous à vos peurs les plus profondes et après cela, la peur ne pourra plus vous atteindre."

**Age:** 26 ans  
**Niveau d'étude:** DUT GACO  
**Travail:** Assistante comptable  
**Famille:** En couple  
**Lieu d'habitation :** Lille

#### Personnalité

Camille Simon est depuis toujours quelqu'un de rêveuse et optimiste. Elle aime passer du temps pour les autres mais a tendance à s'oublier elle-même. C'est une femme mature et posée qui sait ce qu'elle veut.

#### Biographie

Camille Simon est une jeune femme Lilloise pétillante et qui a toujours le sourire. Entre sortie avec ses amis et cinéma, elle adore passer du temps avec ses proches. Pourtant, elle ne se sent pas très bien dans sa peau et a entamé un programme sportif depuis peu. Gourmande et bonne vivante, elle aime cuisiner et se faire plaisir. Son métier ne lui permet pas forcément de se dépenser dans la journée. Encouragée par sa famille, ses amis et particulièrement par son compagnon, elle veut changer son mode de vie et son alimentation qui ne lui conviennent plus.

#### Principaux défis

- être présente pour ses proches
- aller quotidiennement à la salle de sport sans se démotiver
- contrôler le sucre dans ses repas pour perdre du poids

#### Ses objectifs

Son principal objectif est de faire du sport, c'est pourquoi elle s'est inscrit à une salle près de son domicile. Elle sait aussi qu'elle a besoin d'avoir une alimentation équilibrée sans trop de sucre pour atteindre son corps idéal, elle recherche donc un outil adapté.

#### Ses freins

Camille est motivée mais à un problème de confiance en elle. Ce reflet ne lui plaît plus et joue sur son moral. Elle n'a pas l'impression de pouvoir y arriver. Camille est aussi très gourmande donc elle redoute de devoir se priver de tout ce qu'elle aime.

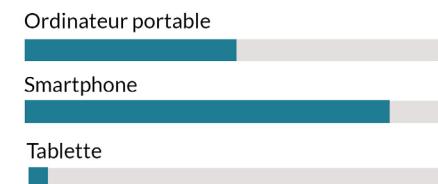
#### Moyens de communication préférés

Jeune et dynamique, Camille aime utiliser les réseaux sociaux. Pour communiquer avec sa famille et ses amis elle se sert de WhatsApp. Instagram est devenu ses derniers temps son réseau préféré. Elle suit énormément de compte "body positive".

#### Outils nécessaires au quotidien

Camille aime s'informer de l'actualité en parcourant tous ses réseaux sociaux, elle aime également regarder de temps en temps des vidéos YouTube pour se divertir. Le soir, elle a l'habitude de lire un roman pour se détendre.

#### Utilisation d'Internet



#### Influences



# ANALYSE DU LOGO —

## EXISTANT



### ANALYSE DENOTÉE

Le logo du site web Indiglu est une association d'un nom et d'une icône. D'abord, le nom de marque « Indiglu » qui est présent dans le logo est un nom artificiel ; un néologisme formé de deux mots « indice » et « glucidique ». La typographie utilisée est linéale, moderne et bien lisible. L'icône, rattachée au nom « Indiglu », est figurative mais symbolise tout de même le site et le service qu'il propose. Graphiquement, l'icône est en forme de cercle et contient à l'intérieur un quart de cercle d'un côté et un demi-cercle de l'autre. On remarque que la première moitié du cercle forme un G et l'autre moitié du cercle forme un D. Cela fait évidemment référence au nom de la marque Indiglu. Le logo est = déclinable comme on peut le voir sur la page « partenaires » où le texte est directement placé à l'intérieur.

### ANALYSE CONNOTÉE

Pourtant, quand on le regarde à première vue, il représente, selon moi, une sorte de diagramme qui symboliserait le taux de glucide dans les aliments. Aux niveaux des couleurs utilisées, on en retrouve trois : du vert, du rose et du bleu. Ces trois couleurs sont celles de l'harmonie colorée du site. Elles sont vivantes et légèrement pastel, ce qui permet d'obtenir un logo coloré qui permet de dynamiser le site. Pour conclure, ce logo est figuratif mais permet de représenter la marque. Ce genre de logo est évolutif puisqu'au fil du temps et de la notoriété du site l'icône pourra être suffisante.

# ANALYSE — CONCURRENTIELLE

## LOGO DE GLUCOCOMPTEUR



## ANALYSE DENOTÉE

L’application mobile appelée « Glucocompteur » est un concurrent direct d’Indiglu. Ce nom de marque est tout d’abord un nom artificiel : un néologisme formé du mot « Glucide » et de « Compteur ». Le mot glucide a été abrégé « Gluco ». Intéressons-nous maintenant au logo à proprement parlé. Il s’agit d’une marque métaphorique, qui est donc motivée. En effet, ce logo renvoie à son objet par le biais d’une qualité qu’il partage avec lui. Tout d’abord, on remarque au centre de ce logo la lettre « G ». Elle est en majuscule et dans une typographie linéale et grasse. Cette lettre est imposante puisqu’elle occupe la majorité de l’espace. À la droite et à la gauche de cette lettre, on retrouve deux pictogrammes : un représentant une fourchette et l’autre un couteau.

## ANALYSE CONNOTÉE

Ces éléments font référence à la nourriture et au repas. Le « G » central représente donc les glucides qui se trouvent dans l’assiette : celle-ci représentée par les deux traits arrondis au-dessus et en dessous de cette lettre. Ce logo fait donc bien référence au but de l’application qui est de calculer les glucides de ses repas. Les couleurs utilisées sont le violet et le blanc ; ici le violet est légèrement dégradé. L’ensemble est plutôt moderne, attractif et représente bien le service que met en place l’application.

# ANALYSE —

## CONCURRENTIELLE

### LOGO DE GLUCI-CHEK



### ANALYSE DENOTÉE

L'application mobile « Gluci-Chek » est un concurrent direct d'Indiglu. D'abord, ce nom de marque est un nom artificiel composé de deux mots « Gluci » qui est l'abréviation de « Glucides » et « Chek » qui fait probablement référence à « Check » qui veut dire en anglais « Vérifier ». Cela est complètement en accord avec le service de l'application qui est de vérifier le taux de glucide dans les repas des personnes diabétiques. Ce logo est un logo texte basé sur le nom de l'entreprise. La typographie utilisée est sur un axe oblique, Elle est épaisse mais à des pleins et déliés un peu particulier, c'est ce qui lui donne son originalité. Les deux lettres « G » et « C » sont dans une taille un peu plus grande que les autres lettres pour insister sur les deux mots Il est déclinable comme on peut le voir avec leur marque « ACCU-CHECK » qui est basée sur la même typographie et le même design.

### ANALYSE CONNOTÉE

La couleur utilisée pour ce logo est le blanc, une couleur épurée et moderne qui ressort très bien sur un fond foncé. Le choix d'un tel logo permet à l'utilisateur de tout de suite reconnaître la marque, il est intemporel et peut suivre l'entreprise pendant de nombreuses années.

# ANALYSE —

## CONCURRENTIELLE

### CONCLUSION

Ces trois logos sont complètement différents mais sont tous autant intéressant. Deux d'entre eux ont décidé d'y inclure le nom de la marque : celui d'Indiglu et celui de Gluci-Check. Ce choix permet à l'utilisateur de tout de suite reconnaître la marque, contrairement avec celui de « Glucocompteur » qui ne contient pas son nom d'entreprise. En effet, celui-ci est métaphorique en symbolisant l'assiette et les couverts ; on retrouve réellement la fonction de l'application. En adoptant des pictogrammes, le logo devient peut être plus attractif .

Quand notre service n'est pas assez connu pour n'avoir besoin que d'une icône, l'association comme l'a utilisé Indiglu me parait-être un très bon choix puisqu'on retrouve une touche graphique avec l'icône, qui rappelle le service de l'application, et un rappel du nom de l'entreprise pour que l'utilisateur garde ce nom en tête.



2

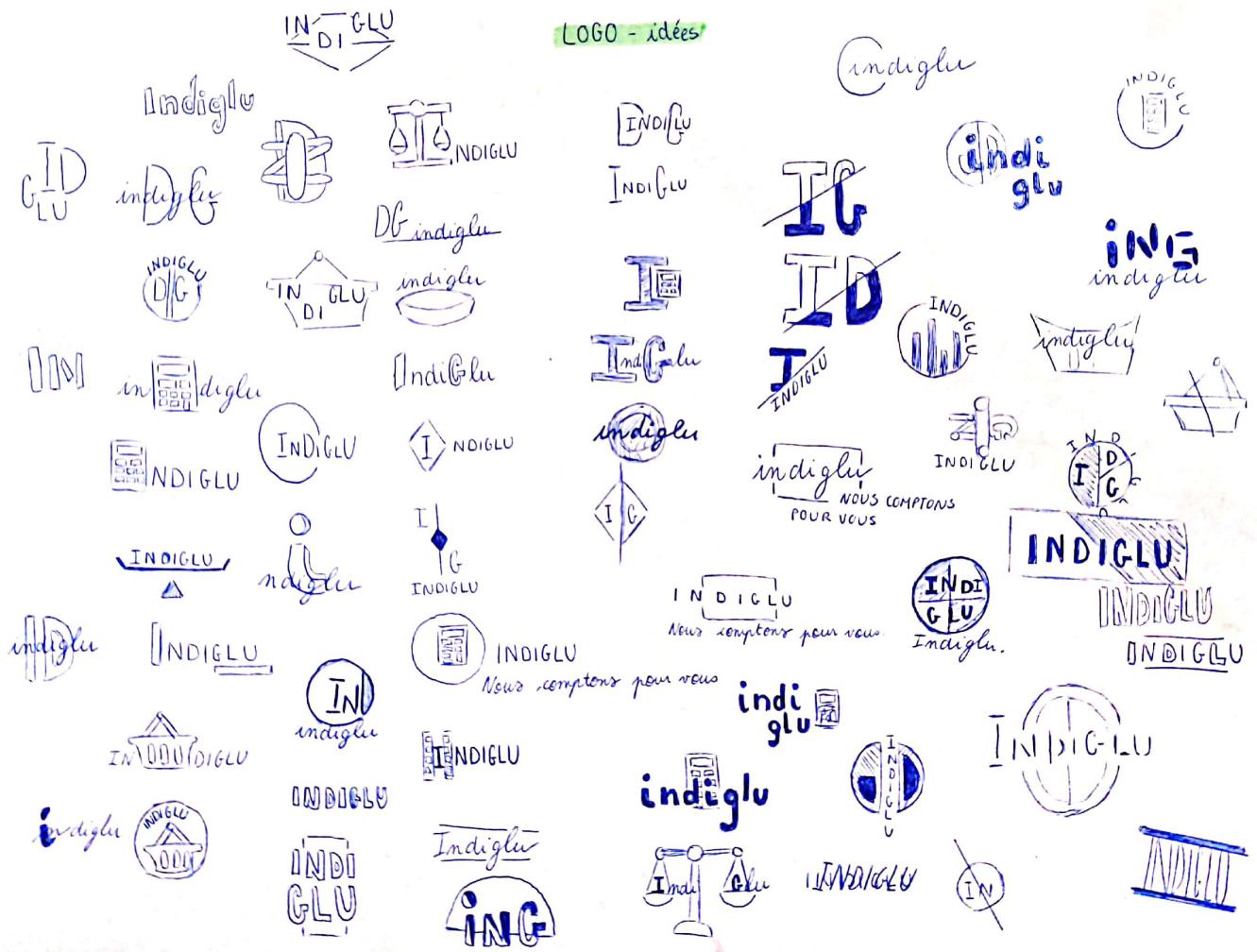
Concepts et croquis  
Recherches numériques



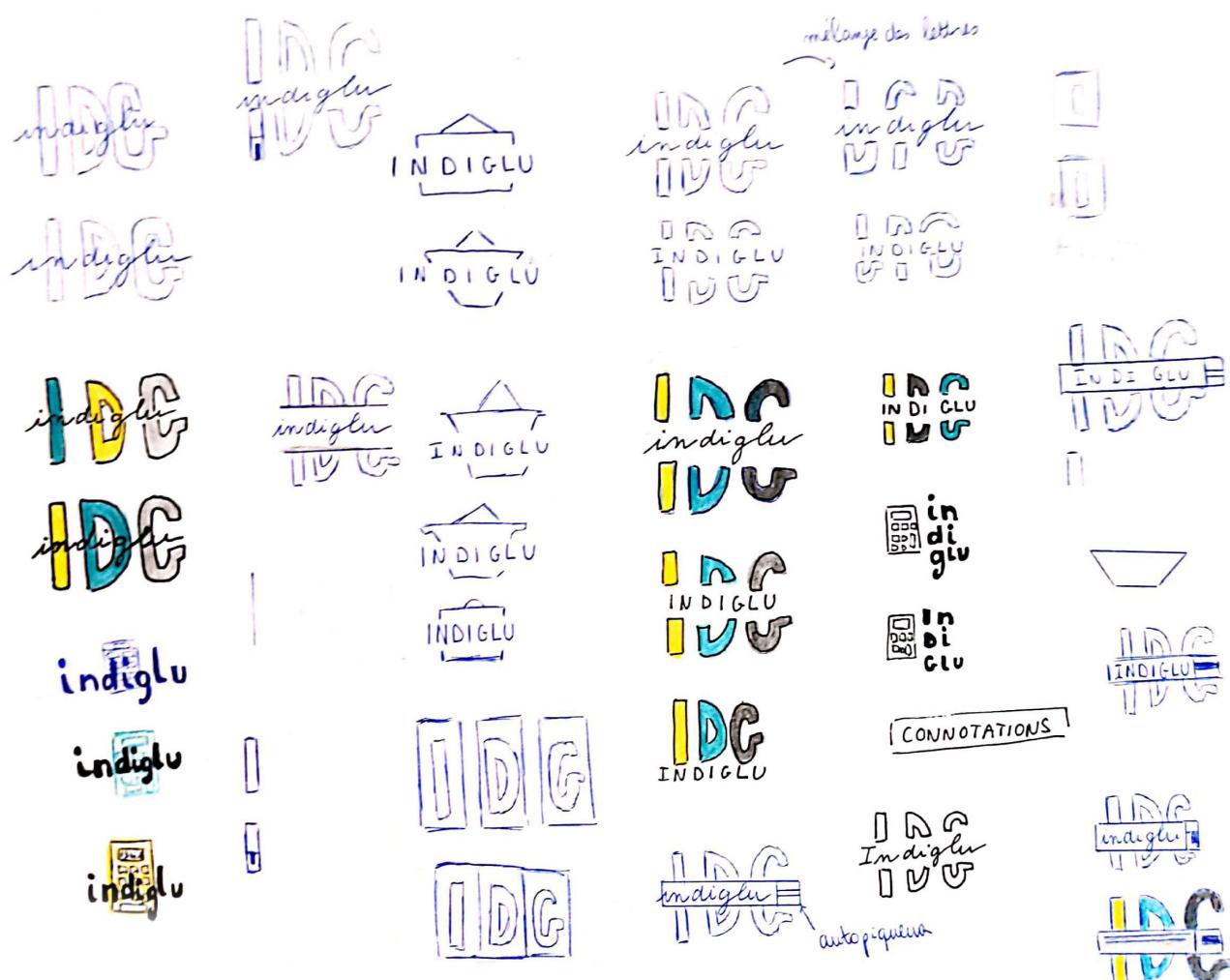
# CONCEPTS —

## ET CROQUIS

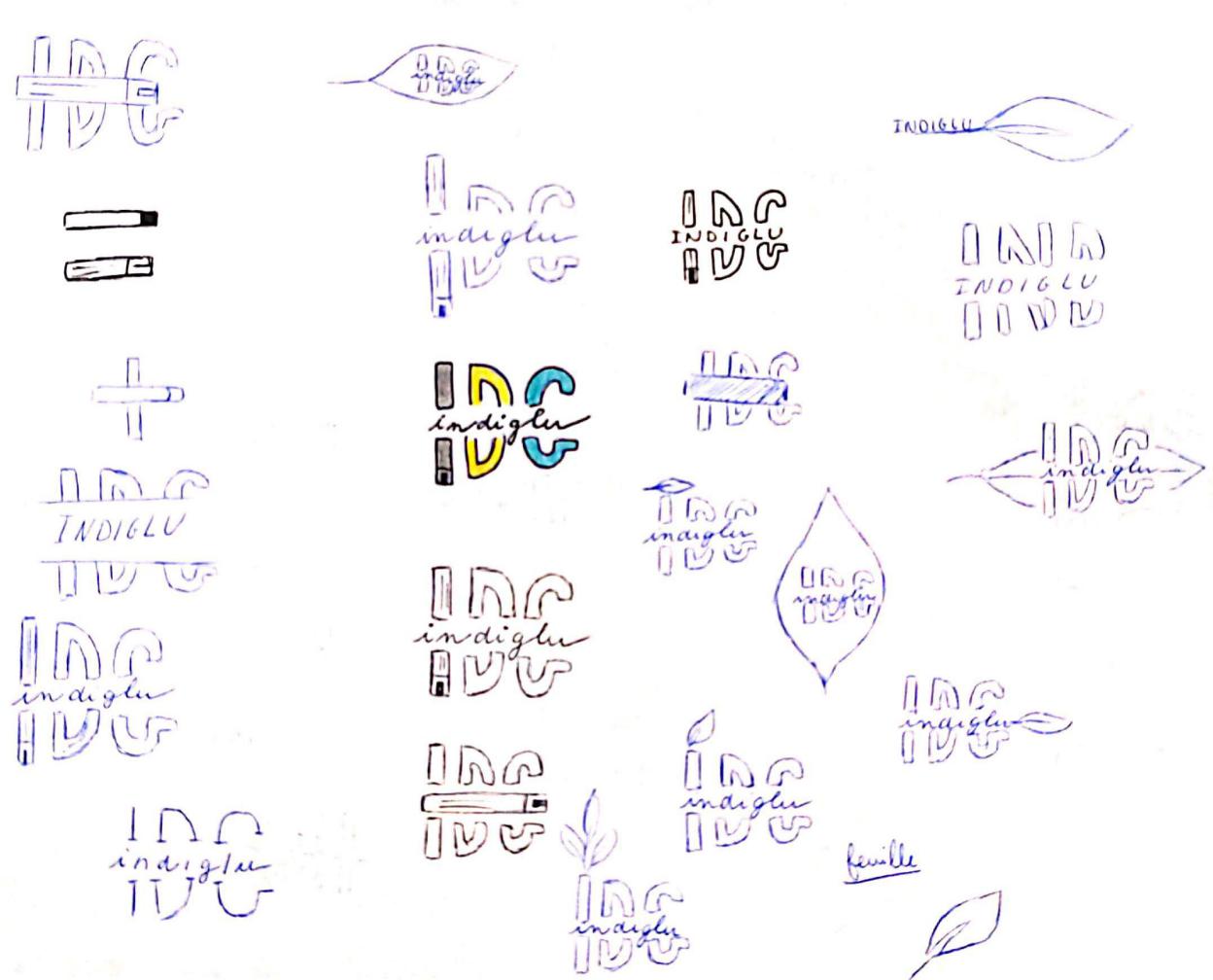
### PREMIÈRE PAGE DE CROQUIS



# CONCEPTS — ET CROQUIS

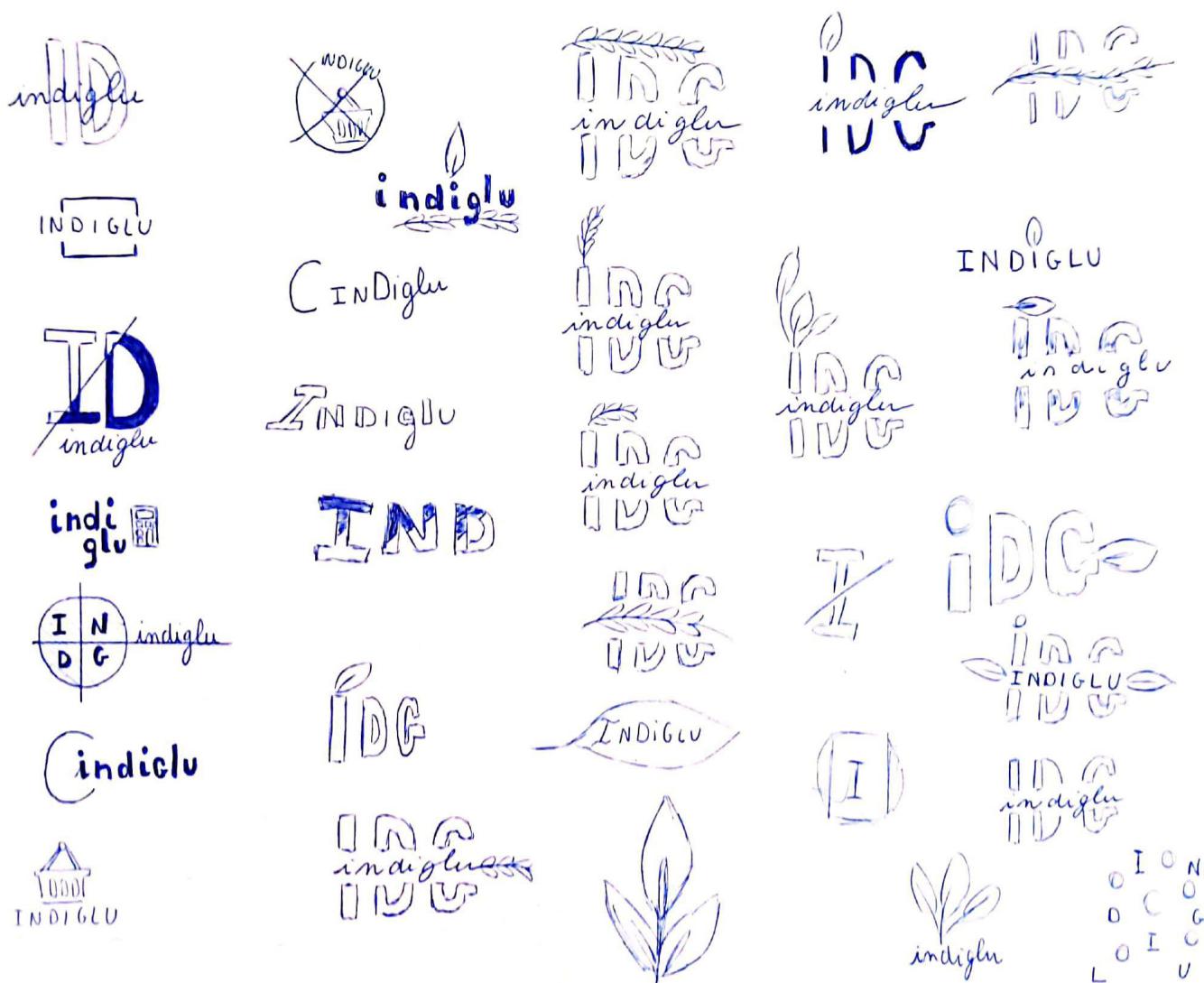


# CONCEPTS — ET CROQUIS



# CONCEPTS — ET CROQUIS

# QUATRIÈME PAGE DE CROQUIS



# RECHERCHES

---

## NUMÉRIQUES



# RECHERCHES

---

## NUMÉRIQUES



# 3

Proposition finale  
Déclinaison  
Mockups

# PROPOSITION ————— FINALE

Ma proposition finale du nouveau logo d'Indiglu a été choisi de manière à vraiment changer le design de celui-ci, le moderniser et apporter des couleurs plus tendances. J'ai choisi trois couleurs pour ce logo qui sont celles de l'harmonie colorée du site. D'abord, un vert clair qui symbolise la nature et les produits naturels et sains. Ensuite, j'ai choisi deux couleurs qui sont, selon moi, très modernes : un jaune moutarde et un bleu scandinave qu'on retrouve beaucoup aujourd'hui et qui dynamise beaucoup ce logo. Le jaune connote l'énergie et le bonheur, le bleu évoque quant à lui plutôt la tranquillité. À travers le choix de ces couleurs, j'ai voulu que ce logo symbolise le bien-être, la positivité et la modernité.



Concernant, la forme du logo, j'ai choisi de couper les lettres I, D et G pour insérer le nom « INDIGLU ». Ces trois lettres sont significatives et seront facilement reconnaissables par les clients. J'ai ajouté en remplacement du simple point au-dessus du I, une feuille. Cette feuille permet de donner une touche plus originale au logo et symbolise entre autres les produits biologiques qui sont réputés pour être bons pour la santé et l'environnement. Cela permet à l'utilisateur de bien comprendre que cette plateforme est en lien avec le domaine du bien-être et de la santé. Afin de le dynamiser, j'ai ajouté un léger dégradé sur chaque lettre et sur le texte pour lui donner plus de profondeur.

La typographie a également été repensée en choisissant une écriture fine et moderne. J'ai utilisé la police « Open Sans Condensed » pour le texte « INDIGLU ». En ce qui concerne les lettres je les ai créées moi-même. Le but était de faire contraster l'épaisseur des lettres IDG et du nom de la plateforme. Ce logo reste simple et inscrit Indiglu dans une toute nouvelle identité de marque plus recherchée et directement axée sur son but principal qui est de permettre à sa cible d'avoir une alimentation équilibrée et pauvre en sucre facilement.

# DÉCLINAISON

---



2 cm



3,5 cm



5 cm

# MOCKUPS

## MISE EN SITUATION NUMÉRIQUE



# MOCKUPS

---

## MISE EN SITUATION PRINT





---

MANON JEANPIERRE

---