

# Origami

## Benchmark

### Partie 1 : Benchmarking – Le cahier des charges

#### L'entreprise :

Créer en chine, et introduit au japon, l'origami et un art du papier plié. Lors de mon voyage professionnel au japon sur un film d'animation, j'ai découvert énormément de fournitures artistiques mises en place pour les employés. En partant de fourniture artistique de base, jusqu'à des accessoires et équipements (tables, chevalets, palettes...). Mon mentor lors de ce projet était Natsuki Ichimoto, il m'a appris toutes les techniques orientales et artistiques qui font le charme des films d'animation japonais. Lors de ces explications, il adorait exercer l'art de l'origami. Et en créant Origami, j'ai voulu moi aussi faire découvrir à de jeunes artistes les techniques et moyens utilisés par les professionnels japonais.

#### Etat des lieux : Magasin de vente axé sur le matériel d'art Japonais.

#### Secteur d'activité :

- Fourniture de base (gomme, crayon, crayon de couleurs, feutre...)
- Peinture (acryliques, à l'huile, aquarelles, pinceaux, toiles...)
- Papeterie (carnet, papiers spéciaux pour peinture, feutre...)
- Accessoires et équipements (Chevalets, Palettes, Boîtes de rangement pour fournitures artistiques...)
- Matériel de découpe et de collage (Ciseaux artistiques, Colle, artistiques Cutters...)
- Sculpture (Argile, Outils de sculpture, matériaux pour moulage...)

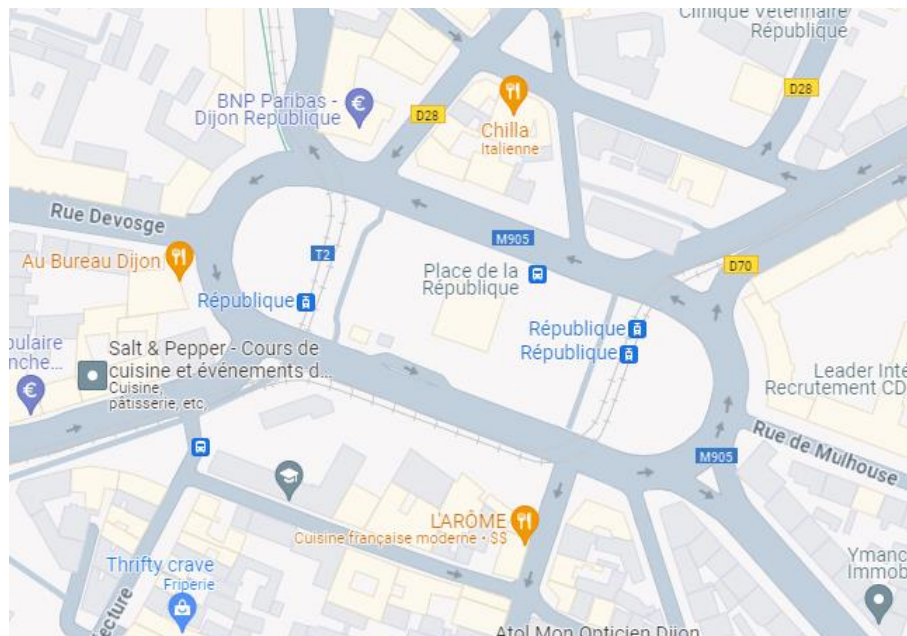
#### Historique de la marque :

Fondation : La marque Origami a été fondée en 2003, inspirée par l'expérience professionnelle vécu au Japon avec mon mentor Natsuki Ichimoto. La marque trouve ses racines dans la passion pour l'art oriental, et l'objectif est de partager les techniques artistiques japonaises avec de jeunes artistes. Le nom provient de mon apprentissage avec mon mentor qui adorait faire des origamis lors de ces explications.

Activité : faire connaître et promouvoir les techniques et matériels japonais. Alliant fournitures de base et accessoires et équipements. Pour ainsi inspirer les jeunes artistes avec du matériels de qualités que des professionnels utilisent.

Implantation économique : magasin fournissant des matériels d'art, Origami collabore avec les écoles d'art tel que l'ENSA, elle collabore également avec des initiatives culturelles tel que le festival de la bande dessinée à Angoulême.

Implantation géographique : Origami s'est installé sur la place République à Dijon, il s'est positionné dans des quartiers animés et fréquentés, au cœur d'une ville axée sur la scène artistique... (Musée Beaux Art, école d'art ENSA, L'entreprise s'est également installée en ligne pour toucher un public plus vaste et faciliter l'accès à ses produits.



Développement : Au fil des ans, Origami a étendu sa gamme de produits pour inclure une variété de fournitures artistiques de haute qualité, notamment des fournitures de base, des peintures, des outils de sculpture, de la papeterie artistique et des accessoires. L'entreprise s'est efforcée de rester à jour avec les dernières tendances artistiques japonaises et d'introduire des produits innovants pour répondre aux besoins changeants des artistes.

Analyse Sémiotique : Le terme "Origami" est un mot d'origine japonaise qui évoque immédiatement l'art traditionnel du pliage de papier. En tant que signe linguistique, le mot "Origami" est composé de plusieurs éléments : "ori" signifie plier et "gami" signifie papier en japonais. Le nom "Origami" porte donc une signification directe, en évoquant l'activité créative et artisanale associée au pliage du papier, faisant référence à une entreprise liée à l'art.

Analyse Plastique : Sur le plan visuel, le nom "Origami" est simple et épuré, composé de six lettres avec une esthétique harmonieuse. Le choix d'un nom court et mémorable facilite la reconnaissance et la mémorisation de la marque. La sonorité du mot "Origami" peut également être perçue comme élégante et exotique, renforçant ainsi son attrait esthétique. La simplicité du nom permet une grande flexibilité en termes de branding et d'identification visuelle, offrant de nombreuses possibilités pour la conception de logos et d'éléments graphiques associés à la marque.

## Concurrence :

### Le Coin des Arts – DALBE :





Analyse sémiotique : Au départ, Dalbe était une association de commerçants parisiens spécialisés dans les Beaux-Arts. Son nom était la contraction de leur nom, et leur objectif consistait à bénéficier d'avantages sur les prix, sur les produits fournis par leurs fournisseurs. Désormais, l'entreprise a choisi pour le nom la signification Dessin, Arts graphiques, Loisirs créatifs, Beaux-Arts et Encadrement. Le logo utilise la typographie Letterstitch Plain Bold. Sa typographie est simple et minimaliste. Les bords arrondies et l'utilisation de majuscule inscrit à DALBE une esthétique distinctive. Autrement dit, les Majuscules permettent à Dalbe d'offrir un visuel plus attrayant et facile à comprendre.

Analyse Plastique : De plus, La combinaison du blanc sur fond noir attire immédiatement l'attention, tandis que la simplicité de la typographie et l'harmonie des couleurs jaune, rouge et noir créent une atmosphère artistique distinctive pour la marque. Le logo met en valeur des courbes, en particulier avec la forme jaune au centre, évoquant l'idée d'un pinceau artistique et faisant ainsi référence au monde des arts. Ces formes uniques et la palette de couleurs choisie permettent de communiquer clairement l'essence de l'art et des techniques de dessin.



Offre : Dalbe offre des matériels d'art qui s'inscrit à travers les techniques du moment, les univers de l'art. Commençant par les matériaux de base, passant par la sérigraphie et finissant par la résine et les accessoires des beaux-arts. Dalbe s'inscrit dès lors dans toutes les catégories pour offrir la meilleure expérience aux jeunes artistes.

Custom		
		
<p>SPEEDBALL</p> <p>Encres Sérigraphie tissus 236 ml 18 couleurs</p> <p>À partir de 16,95€</p>	<p>SPEEDBALL</p> <p>Kit initiation 4 encres Sérigraphie 118 ml</p> <p>34,50€</p>	<p>DALBE</p> <p>Pâte à modeler auto-durcissante terre cuite</p>

Localisation géographique : 20 Bd de la Trémouille, 21000 Dijon







Dès lors, à travers le logo, les lignes et les couleurs, cela crée un univers abstrait qui fait référence au monde des beaux-arts. On peut en conclure, que l'identité visuelle est en relation avec les produits que propose la marque.

**Cultura :**

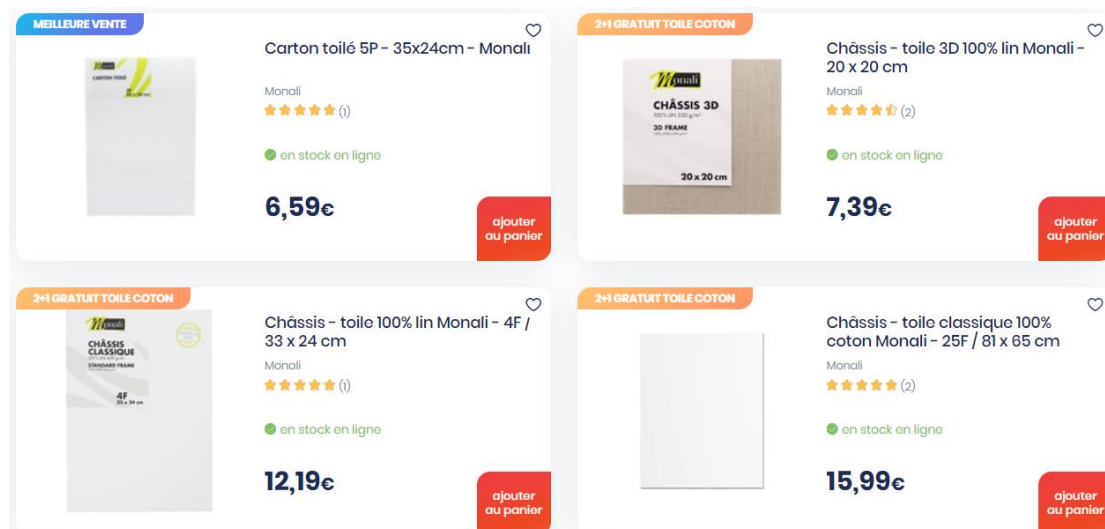
**Analyse sémiotique :** Cultura voit le jour en 1998, fondée par Philippe Van Der Wees elle offre à toute la France le pouvoir de se cultiver et d'apprendre, d'où son nom faisant référence à offrir la culture là où elle n'est pas présente. Le logo, en utilisant la typographie Museo Sans Cyril 700, fait référence elle-même aux valeurs de l'entreprise, Cultura est la définition même de culture, avec une typographie où les lettres sont mieux liées. De plus, le sourire présent à la fin du mot nous fait comprendre que chez Cultura le bonheur de se cultiver est présent.

**Analyse Plastique :** Le logo Cultura est encadré dans un rectangle bleu qui contraste fortement avec sa couleur blanche. Le design du logo intègre une forme arrondie de la lettre "C" donne une impression de douceur et de flexibilité, tandis que les bords nets et précis suggèrent une certaine durabilité. Il faut dire également que ce logo utilise uniquement deux couleurs principales, pour éviter toute confusion potentielle pour les spectateurs. Ces choix esthétiques créent au logo de Cultura des valeurs fondamentales de qualité, de fiabilité et d'innovation.



 <p>Boîte Faber-Castell - Pitt Pastel - 60 crayons Faber Castell ★★★★★ (3) ● en stock en ligne <b>118,89€</b> ajouter au panier</p>	 <p>Coffret en bois Faber-Castell - Polychromos - 120 crayons de... Faber Castell ★★★★★ (7) ● en stock en ligne <b>326,89€</b> ajouter au panier</p>
<p>MEILLEURE VENTE</p>  <p>Taille-crayon aluminium - 1 trou - Monali Monali ★★★★★ (1) ● en stock en ligne <b>1,79€</b> ajouter au panier</p>	 <p>Planche à dessin TK-SYSTEM A3 - Faber Castell Faber Castell ★★★★★ (2) ● en stock en ligne <b>82,59€</b> ajouter au panier</p>





Offre : Cette enseigne propose tout type de produits en partant d'outils artistiques jusqu'au livre culturel. Elle s'implante dans tous les domaines culturels pour offrir le meilleur, et faire découvrir à ses clients la culture. Cultura se situe au parc commercial de la Toison d'Or, lieu où afflue énormément de potentiel client. Autrement dit, Cultura s'est installé dans un secteur économique bénéfique



En conclusion, l'identité visuelle de Cultura est en lien avec les produits qu'elle propose. Son nom est directement lié à son univers, elle veut mettre en avant les produits culturels qui existent dans le monde tel que les produits des beaux-arts, des œuvres littéraires ou produits multimédias.

**Rougier & Plé :**

**Analyse sémiotique :** Fondée à Paris au 19e siècle, Rougier & Plé veut toujours fournir à ses clients une variété de produits et un bon service. En 1854, elle vendait principalement des outils courants, mais au fil du temps, elle est devenue un grand nom dans les fournitures artistiques. Son magasin principal, ouvert il y a plus de 50 ans au boulevard des Filles du Calvaire, est devenu un point de repère dans la ville. La société s'est étendue dans toute la France dans les années 1970 et 1980, et a même commencé à vendre en ligne en 2012. Aujourd'hui, Rougier & Plé continue d'innover pour satisfaire ses clients, tant dans ses magasins physiques que sur son site web.

**Analyse Plastique :** Le logo de Rougier & Plé, utilisant la typographie simple et régulière de l'ITC Avant Garde Gothic Paneuropean Bold, montre la fiabilité et la confiance, tandis que le contraste entre le rouge, le noir et le blanc évoque l'harmonie et l'équilibre. Mettant en avant des courbes, notamment à travers le symbole "&" représentant un crayon, le logo fait référence aux produits de l'entreprise. Les carrés rouges utilisés pour le point du "i" et l'accent du "é" ajoutent du contraste, renforçant l'aspect artistique. En tant que fournisseur de fournitures artistiques, le logo de Rougier & Plé incarne l'esprit créatif de l'entreprise. En résumé, à travers ses couleurs et ses formes, le logo reflète l'environnement artistique et créatif de l'entreprise, établissant ainsi une connexion directe avec son domaine d'activité.

**MA MATIÈRE PREMIÈRE****MATIÈRES**

Porte-Mine et Mine  
Crayon Graphite  
Crayon de Couleur  
Feutre et Marqueur  
Stylo et Stylo Plume  
Encre  
Fixatif

**MON SUPPORT****SUPPORTS**

Papier Dessin  
Bloc Papier  
Carnet de croquis  
Feuille et Bloc de Calque, Film Transparent,  
Papier Millimètre  
Carton Plume, Mousse, Bloc Polystyrène  
Cadres  
Rouleau pour traceur

**MA MATIÈRE PREMIÈRE****MATIÈRES**

Peinture acrylique  
Coffret peinture acrylique  
Auxiliaire peinture acrylique  
Vernis peinture acrylique  
Pigment

**MON SUPPORT****SUPPORTS**

Châssis pour l'acrylique  
Châssis Nu  
Carton Entoilé  
Toile  
Papier  
Bloc Papier  
Cadres




Offre : Rougier & Plé propose une vaste sélection de produits artistiques, allant du dessin à la papeterie, pour répondre aux besoins variés des jeunes artistes. La société est présente dans divers domaines artistiques, offrant ainsi une gamme complète pour soutenir la créativité. Ses magasins principaux sont situés principalement à Lyon et à Paris, offrant ainsi un accès facile à leurs produits et services.



Pour conclure, les couleurs, les lignes, Rougier & Plé a su retranscrire l'environnement créatif et artistique du monde des beaux-art. En d'autre terme, son logo est en lien avec l'environnement dans laquelle l'entreprise se développe.



Nom	Dalbe	Cultura	Rougier et Plé
Logo de la concurrence			
Analyse sémiotique du nom	Au départ, Dalbe était une association de commerçants parisiens spécialisés dans les Beaux-Arts. Son nom était la contraction de leur nom, et leur objectif consistait à bénéficier d'avantages sur les prix, sur les produits fournis par leurs fournisseurs. Désormais, l'entreprise a choisi pour le nom la signification Dessin, Arts graphiques, Loisirs créatifs, Beaux-Arts et Encadrement.	Le mot "Cultura" met en avant le lien avec la culture et les arts. La typographie simple suggère une approche moderne, adaptée à un large public. La couleur bleue peut être interprétée comme évoquant la confiance véhiculée des valeurs de culture, de modernité et de confiance.	La typographie simple et régulière évoque la fiabilité et la confiance. De plus, le contraste entre le rouge, le noir et le blanc peut être interprété comme symbolisant l'harmonie et l'équilibre. Le logo de Rougier & Plé transmet visuellement une marque présente sur le marché des fournitures artistiques.
Analyse de la typo : Elzévir, Garamond, etc... Serif, sans serif Chasse constante, etc...	Letterstitch Plain Bold son aspect sans serif créer es lettres claires et bien définies, avec des lignes épaisses et uniformes qui donnent une apparence solide au texte.	Museo Sans Cyr1 700, cette typographie est assez simple, et moderne. Elle unie les lettres les unes aux autres ce qui créent une harmonie au logo.	ITC Avant Garde Gothic Paneuropean Bold, ces lignes épaisses et définies, sans serif, mettent en avant la simplicité et la régularité.
Analyse plastique du logo	La combinaison du blanc sur fond noir attire immédiatement l'attention, tandis que la simplicité de la typographie et les couleurs jaune, rouge et noir créent une atmosphère artistique pour la marque. Le logo met en valeur des courbes, en particulier avec la forme jaune au centre, évoquant l'idée d'un pinceau artistique et faisant ainsi référence au monde des arts. Ces formes uniques et la palette de couleurs choisie permettent de communiquer clairement l'art et des techniques de dessin.	Le logo de Cultura est inséré dans un rectangle bleu qui crée un contraste avec sa couleur blanche. Son design intègre une forme arrondie pour le "C", qui crée de la douceur, tandis que les bords nets créent de la durabilité. L'utilisation de seulement deux couleurs principales évite toute confusion potentielle pour les spectateurs. Ces choix esthétiques confèrent au logo de Cultura des valeurs fondamentales telles que la qualité, la fiabilité et l'innovation.	Le logo de Rougier & Plé choisie une typographie simple et régulière de l'ITC Avant Garde Gothic Paneuropean Bold. Le contraste entre le rouge, le noir et le blanc transmet harmonie et équilibre. Les courbes, notamment représentées par le symbole "&" qui ressemble à un crayon, font référence aux produits de l'entreprise. Les carrés rouges utilisés pour le point du "i" et l'accent du "é" ajoutent du contraste, renforçant l'aspect artistique. En tant que fournisseur de fournitures artistiques, le logo de Rougier & Plé incarne l'esprit créatif de l'entreprise, ses couleurs et ses formes, et

			établissent une connexion directe avec son domaine d'activité.
Représentation/abstraction	Dalbe présente des formes abstraites, des cercles, des coups de pinceau...	Cultura est une représentation textuelle, elle met en avant le mot culture en utilisant la langue écrite pour transmettre le nom.	Rougier & Plé met en valeur avec des courbes, et à travers le &, un crayon. Ce qui fait référence directement aux produits qu'elle propose à la vente.
Couleurs	<p>Les couleurs utilisées sont le jaune(#ffdc04), le noir(#000000), le rouge(#e4202a) et le blanc(#ffffff)</p> 	<p>Les couleurs utilisées sont le bleu(#134573) et le blanc(#ffffff)</p> 	<p>Les couleurs utilisées sont le rouge (#e80015), et le noir(#000000).</p> 
Lignes	La courbe jaune centrale évoque l'utilisation d'un pinceau artistique, tout comme le cercle rouge, le carré noir mais sur le côté gauche des lignes sinusoïdale. Et enfin, le tout sur un carré jaune en arrière plan.	Le sourire présent en dessous du A utilise 3 courbes. Le nom est légèrement penché ce qui crée une ligne oblique et enfin un carré bleu est utilisé comme fond.	Rougier & Plé utilise pour le point du "i" et l'accent du "é", des carrés de couleur rouge pour créer du contraste. De plus, les courbes du "&" met en valeur un crayon.
Identité visuelle du logo en relation avec l'entreprise	En tant qu'entreprise de fourniture d'art, Dalbe est en relation avec le logo qu'elle propose. Les lignes, courbes et couleurs nous rappellent le monde de l'art. Par exemple, la courbe qui rappelle l'utilisation du pinceau.	Cultura est une entreprise qui propose tout type de produits culturels, passant de produit artistique à des produits multimédia. L'utilisation de courbe nous rappelle la solidarité et le plaisir de découvrir.	Rougier & Plé est une entreprise où l'art est au rendez-vous. Elles proposent énormément de fourniture artistique et c'est pour cela que l'identité visuelle de son logo est en rapport avec l'entreprise car le crayon faisant directement référence au monde créatif
<b>Synthèse pour chaque logo</b>	Dès lors, à travers le logo, les lignes et les couleurs, cela crée un univers abstrait qui fait référence au monde des beaux-arts. On peut en conclure, que l'identité visuelle est en relation avec les produits que propose la marque.	En conclusion, l'identité visuelle de Cultura est en lien avec les produits qu'elle propose. Son nom est directement lié à son univers, elle veut mettre en avant les produits culturels qui existent dans le monde tel que les produits des beaux-arts, des œuvres littéraires ou produits multimédias.	Pour conclure, les couleurs, les lignes, Rougier & Plé a su retranscrire l'environnement créatif et artistique du monde des beaux-arts. En d'autre terme, son logo est en lien avec l'environnement dans laquelle l'entreprise se développe.

### Résumé et synthèse des synthèses de chaque logo :

Les logos de Dalbe, Cultura et Rougier & Plé offrent chacun un logo pour représenter leur identité et leur domaine d'activité. Pour Dalbe, le logo présente des formes abstraites telles que des cercles et des coups de pinceau, rappelant visuellement les outils et les gestes artistiques. Cette représentation nous fait penser au monde créatif et invite les clients à explorer l'art à travers les produits de l'entreprise.

En revanche, Cultura opte pour une approche plus textuelle. L'entreprise met en avant le mot "Cultura" avec une typographie simple et moderne. Les couleurs bleu et blanc créent un contraste, tandis que le choix du mot "culture" dans le nom de l'entreprise montre l'engagement envers les arts et la créativité. Ainsi, le logo de Cultura crée un lien avec son domaine d'activité en mettant en avant la culture et les arts.

Quant à Rougier & Plé, le logo intègre des éléments graphiques tels qu'un crayon représenté par le symbole "&". Cette image évoque immédiatement les produits offerts par l'entreprise dans le domaine des fournitures artistiques. De plus, l'utilisation de couleurs contrastées comme le rouge, le noir et le blanc renforce l'impact visuel du logo. Cela transmet l'idée de fiabilité, d'équilibre et de créativité. Ainsi, le logo de Rougier & Plé permet de créer une représentation visuelle directe de son identité d'entreprise axée sur les arts et la créativité.

En résumé, ces logos ne se contentent pas de représenter les marques, mais ils communiquent également les valeurs de leurs entreprise dans le domaine des fournitures artistiques.

### Synthèse globale des codes du secteur :

Le secteur des fournitures artistiques se distingue par l'utilisation de couleurs dynamiques telles que le rouge, le jaune et le bleu. Ils utilisent également des formes abstraites et des symboles artistiques tels que des pinceaux et des crayons. Les typographies sont souvent simples et modernes. Cela permet de créer une image de créativité. Ces codes visuels montrent l'engagement des entreprises envers le monde créatif et la passion pour les arts, et invitent les clients à explorer leur créativité à travers une large gamme de produits et de services.

### Public-cible :

Âge : Principalement les jeunes adultes et les adultes, âgés de 18 à 45 ans, qui sont intéressés par les arts créatifs et l'artisanat. Cependant, cela peut également inclure des adolescents et des enfants plus jeunes qui s'intéressent également à ces activités.

Revenu : Le public cible serait probablement composé de personnes ayant un revenu moyen à élevé, car les produits d'art et d'artisanat de haute qualité peuvent parfois être plus coûteux. Cependant, la gamme de produits variés d'Origami peut également attirer ceux avec un budget plus modeste.

Situation familiale : Le public cible peut inclure des personnes de diverses situations familiales, y compris les célibataires, les couples sans enfants, les familles avec enfants, ainsi que les personnes âgées. L'activité d'origami peut être appréciée individuellement ou en groupe, ce qui la rend attrayante pour une variété de configurations familiales.

Goûts : Les personnes intéressées par Origami sont susceptibles d'avoir un intérêt pour l'art, la créativité et la culture japonaise. Elles peuvent être attirées par les produits de haute qualité, les outils spécialisés et les fournitures artistiques offerts par l'entreprise. De plus, elles pourraient être sensibles à l'esthétique et à la beauté des produits, ainsi qu'à l'aspect pratique et fonctionnel des fournitures d'art et d'artisanat.

En résumé, le public cible d'Origami est composé de jeunes adultes et d'adultes intéressés par l'art, l'artisanat et la culture japonaise, avec un revenu moyen à élevé, provenant de diverses situations familiales, et recherchant des produits de haute qualité pour soutenir leur créativité.

### Identité et valeurs d'Origami :

L'identité d'Origami se positionne sur la passion pour l'art, la créativité et la culture japonaise. Origami montre l'expression artistique et le plaisir de créer quelque chose de beau à partir de simples feuilles de papier. Ses valeurs sont l'authenticité, l'innovation et la qualité. L'entreprise propose des produits et des outils de haute qualité qui inspirent et permettent à chacun d'explorer sa créativité et de réaliser des œuvres créatifs. La marque veut respecter la tradition et l'artisanat, et encourager la découverte et le commencement de nouvelles techniques. Origami veut créer une communauté dynamique et passionnée d'artistes et d'amateurs d'art, partageant une fascination commune pour l'art du pliage et de la création.

En résumé, Origami se positionne comme une marque authentique, innovante et axée sur la qualité, offrant une expérience inspirante et enrichissante pour tous ceux qui explorent le monde fascinant de l'origami et de l'artisanat créatif.