



OLYMPUS TRIBUTE

## Identité Visuelle de FERTIG

FERTIG

*GENTRIC Gaël LUKASZCZYK Eliott SANZ Irulan SIMON Titouan ZHU Fanny*

*-26/05/2025-*

**FERTIG**

## Sommaire

<b>1</b>	<b>Introduction</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Logo</b>	<b>2</b>
2.1	FERTIG . . . . .	2
2.2	Olympus Tribute . . . . .	3
<b>3</b>	<b>Site web</b>	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>Packaging</b>	<b>4</b>
<b>5</b>	<b>Conclusion</b>	<b>5</b>

## 1 Introduction

Ce dossier présente l'identité visuelle du projet Olympus Tribute, développé par notre équipe FERTIG. On y explique nos choix graphiques pour les différents éléments : le logo de l'entreprise, celui du jeu, le site web, et le packaging. L'idée est de montrer comment chaque décision a été prise avec cohérence, pour donner une image claire, accessible et reconnaissable du projet.

## 2 Logo

### 2.1 FERTIG



*Logo FERTIG*

Le logo de FERTIG reflète à la fois l'identité de notre équipe et notre secteur d'activité. Le nom vient d'un acronyme formé à partir de nos prénoms : Fanny, Eliott, Titouan, Irulan et Gaël. Avec un "R" placé au centre pour symboliser le lien qui nous unit. Ce mot, qui signifie également "fini" en allemand, exprime notre volonté de proposer des projets aboutis, complets et prêts à l'usage.

Visuellement, le logo adopte une police en gras, sans empattement, qui favorise la lisibilité sur tous les supports. Ce choix typographique donne au mot une apparence moderne et affirmée, en accord avec notre posture de studio jeune et professionnel. La couleur noire du texte apporte à la fois neutralité et contraste : elle assure une lecture claire sur tout type de fond, et renforce l'aspect sobre et sérieux de notre identité visuelle.

Un détail graphique vient ancrer notre activité dans l'univers du jeu vidéo : la lettre "I" est stylisée sous forme de joystick. Ce clin d'œil discret, placé au cœur du mot, permet d'évoquer immédiatement notre domaine, sans surcharge visuelle. Il donne aussi un aspect plus vivant et identifiable au logo.



L'ensemble reste épuré, efficace et facilement déclinable : il fonctionne aussi bien sur le site web, les documents officiels ou le packaging. À travers ce logo, on retrouve notre envie d'un design simple mais réfléchi, qui parle autant à un public curieux qu'aux amateurs de jeux vidéo.

## 2.2 Olympus Tribute



OLYMPUS TRIBUTE

*Logo Olympus Tribute*

Le logo du jeu Olympus Tribute a été conçu pour représenter l'univers du jeu dès le premier coup d'œil. Il s'appuie sur cinq couleurs fortes : bleu, noir, rouge, jaune et vert. Ces cinq couleurs sont une référence directe aux anneaux olympiques. Cette référence à la Grèce antique est pleinement assumée : elle renvoie à l'époque dans laquelle se déroule notre jeu, et donne un repère visuel culturel immédiat.

La structure du logo repose sur cinq hexagones, organisés de manière à rappeler les anneaux olympiques. Ce choix n'est pas seulement esthétique : il fait référence au système de tuiles hexagonales qui compose la carte du jeu. Cette forme particulière enrichit le gameplay en offrant plus de directions de déplacement, tout en donnant au jeu une identité graphique qui le distingue clairement des autres titres à grille carrée.

La typographie utilisée s'inspire des gravures antiques visibles sur les temples grecs. Elle reste cependant bien lisible, ce qui permet de garder un bon équilibre entre immersion historique et accessibilité. Aucun personnage n'est représenté dans le logo, en cohérence avec l'univers du jeu où les figures restent invisibles : ce sont les royaumes, leur évolution et leur stratégie qui sont au cœur de l'expérience.

L'ensemble du logo est cohérent, simple mais marquant. Il attire l'œil par sa composition géométrique et ses couleurs vives, tout en exprimant clairement le cadre mythologique et stratégique du jeu. Il s'adresse à un public large : adolescents, jeunes adultes ou joueurs passionnés, tous peuvent s'y retrouver.

## 3 Site web

Le site web de FERTIG a été pensé pour être clair, simple et agréable à parcourir. Son design repose sur un fond blanc uni et une structure minimaliste, sans effets visuels superflus. Ce choix permet de mettre les contenus en valeur tout en assurant une lecture fluide et accessible, quel que soit le niveau du visiteur en informatique.

La navigation s'effectue via une barre latérale à gauche de l'écran. Ce système permet de passer facilement d'une section à une autre sans perdre ses repères. La police choisie est classique et bien lisible, toujours dans l'optique de garantir une bonne compréhension des textes pour tous les profils de visiteurs.

Le site est divisé en deux grandes parties. La première présente l'entreprise FERTIG et les membres qui la composent, avec une explication sur le choix du nom et sur notre démarche collective. La seconde est dédiée au jeu Olympus Tribute, et s'organise en plusieurs pages : une pour les fonctionnalités, une pour le lore du jeu, une autre sur les inspirations artistiques et historiques, une qui regroupe les rapports d'avancement du développement, et enfin une page de téléchargement avec un manuel complet (d'installation, désinstallation, utilisation), ainsi que le jeu en lui-même au format .Zip.

Tout le site reflète notre volonté de proposer un travail structuré et professionnel. Nous avons évité de tomber dans les clichés du "site gamer" trop chargé, pour privilégier une interface sobre, lisible et fonctionnelle. Ce choix s'inscrit dans la continuité de notre identité visuelle et de notre démarche : proposer des contenus clairs, finis et accessibles à tous.

## 4 Packaging

Pour accompagner Olympus Tribute, nous avons imaginé un packaging original, à la fois fonctionnel et évocateur de l'univers du jeu. Plutôt que de proposer une boîte standard, nous avons voulu créer un objet qui remplisse à la fois le rôle de packaging et celui de figurine. L'idée est d'en faire, à terme, un objet collector, ce qui pourrait encourager le public à préférer la version physique plutôt que le téléchargement en ligne. C'est dans cette optique que nous avons choisi de représenter un bâtiment issu du jeu : l'Agora.

Dans Olympus Tribute, l'Agora est un lieu central. C'est le tout premier bâtiment que possède le joueur au lancement d'une partie. C'est à partir de lui que tout commence : c'est donc un symbole fort, qui représente à la fois les débuts, la construction, et l'enracinement dans l'univers du jeu. On s'est appuyés sur cette symbolique pour créer le packaging : un socle hexagonal représentant la base de l'Agora, surmonté de ses six colonnes, de son sol en marbre clair et de l'arbre central qui trône au milieu du bâtiment.

La structure est composée de plusieurs matériaux choisis pour leur aspect à la fois naturel et chaleureux. La base est réalisée en carton rigide, habillée de bois fin pour figurer les fondations du bâtiment, dans des tons marron clair. Le sol de l'Agora est blanc, avec un petit bassin bleu en son centre, fidèle à sa version dans le jeu. Ce bassin respecte non seulement l'architecture du bâtiment, mais souligne aussi l'importance de l'eau et, plus largement, de la nature dans l'univers d'Olympus Tribute.

Au centre du bassin se dresse un arbre. Son tronc, en bois foncé, est aimanté à la base, ce qui permet de le retirer facilement. Les feuilles, réalisées à la main en crochet vert clair, dissimulent une clé USB logée dans un petit renforcement à l'intérieur du tronc. Ce système est à la fois discret, pratique et en harmonie avec le reste de la structure, tout en restant fidèle au modèle 3D de l'Agora que nous avons modélisé.

Ce système permet deux usages : l'arbre peut être transporté indépendamment, en protégeant la clé, ou laissé en place pour que l'objet forme une véritable figurine de décoration. On a pensé ce choix pour qu'il puisse s'adapter aux envies de chacun : soit un objet utile et nomade, soit un élément visuel à garder chez soi comme possible décoration.

Le format hexagonal, identique aux tuiles du jeu et au logo, renforce cette cohérence entre les supports. Même si cette forme n'est pas la plus simple à empiler en rayon, elle reste facile à exposer côte à côte. D'ailleurs, placés les uns à côté des autres, ces packagings évoquent visuellement le terrain du

jeu : un clin d'œil qui, on l'espère, pourra intriguer les futurs acheteurs avant même qu'ils découvrent le contenu.

Pour ce qui est des couleurs, on a opté pour une palette naturelle et douce : du marron clair pour la base, du blanc pour le sol, une touche de bleu pour l'eau, du marron plus foncé pour le tronc, et du vert clair pour les feuilles. Ces teintes restent simples, mais fonctionnent bien ensemble et rappellent immédiatement l'ambiance du jeu : une Grèce antique stylisée, apaisante et lisible. Une teinte de couleurs que nous savons essayé dans la mesure du possible de rapprocher le plus des teintes que l'on retrouve dans le jeu que se soit pour l'Agora ou tout autres types de bâtiments

Ce packaging reflète notre envie de proposer quelque chose de pratique, original et fidèle à l'univers du jeu. C'est une manière concrète de commencer l'expérience du jeu dès l'achat et de la faire perdurer dans le temps avec un packaging qui peut faire office de figurine.

## 5 Conclusion

L'identité visuelle de FERTIG repose sur des fondations solides : un logo d'entreprise clair et marquant, un logo de jeu qui évoque immédiatement l'univers mythologique grec, un site web fonctionnel et lisible, et un packaging original qui attire la curiosité tout en s'ancrant dans le gameplay. L'ensemble forme une direction artistique cohérente, pensée pour refléter notre professionnalisme tout en restant fidèle à l'esprit du jeu vidéo.

Au-delà de l'aspect graphique, ce guide montre notre volonté de proposer un projet fini, structuré, et de qualité. C'est une façon de rendre visibles nos intentions, nos valeurs et notre travail, en donnant du sens à chaque choix visuel. FERTIG, c'est une équipe soudée, un projet abouti, et une identité graphique qui parle d'une seule voix.