

2023

**Charte graphique de
l'agence EARZ'**

**MOTENGO BAUTI
Ornella**

Three solid pink squares are positioned around the title. One square is on the left, partially behind the 'S'. Another is on the right, partially behind the 'RE'. A third, wider square is centered below the 'MM' and 'MA' of 'SOMMAIRE'.

SOMMAIRE

3

Couleurs
Couleur principale
Couelurs secondaires

5

Déclinaisons
Déclinaisons
Utilisations

1

Logo
Description et Identité
Préconisation
Interdits

4

Typographie

2

Proportion

NOTE D'INTENTION

Earz' est une agence de communication événementielle spécialisée dans l'accompagnement des start-ups. Le but premier de cette charte graphique est de garantir l'identité visuelle de notre agence. En effet, elle permet de maintenir une cohérence précise et professionnelle dans toutes nos actions de communication web ou print. Elle assure une cohérence et une harmonisation sur tous nos supports de communication et nous permet également d'être reconnaissable. De plus, respecter les règles d'utilisations de notre logo met en avant le fruit de notre travail et les valeurs que nous voulons transmettre à travers notre logo : la bienveillance, le respect, la joie, l'honnêteté. La charte intègre plusieurs éléments tels que l'identité de notre logo, le logotype, les proportions, la typographie, les couleurs et son utilisation. A travers cette charte graphique, nous cherchons à véhiculer un message positif et encourageant pour nos clients, tout en restant professionnels et sérieux dans notre approche. Notre démarche est le reflet de notre personnalité et de nos valeurs, avec un souci constant de transparence et de sincérité.





LOGO



1.1 Description et identité

Notre logo représente un mégaphone faisant référence à l'écoute que nous portons à nos clients et à l'importance de leurs paroles. Nous avons décidé de rajouter des ondes qui illustrent la projection. En effet, cela se définit comme une agence qui se projette dans le temps avec ses clients et partenaires : leurs commandes et désirs sont mis en action. En parallèle, nous avons modernisé notre logo pour qu'il ne donne pas un aspect de manifestation. Effectivement, l'utilisation d'un mégaphone pour une agence pourrait décliner, d'un point de vue extérieur, sur le logo d'une association ou d'un syndicat.

Le mégaphone est accompagné du nom de notre agence et de notre slogan « EAR for you » qui est un jeu de mot faisant référence à la phrase en anglais « Here for you » qui se traduit par « Ici pour vous » : ces deux phrases sont les mêmes phonétiquement. Une manière de la part de notre agence de faire comprendre à nos clients que nous sommes là pour eux.

Valers de notre logo

Honnêteté : en choisissant l'honnêteté comme l'une de nos valeurs, nous voulons transmettre l'idée d'une entreprise transparente et fiable, qui s'engage à respecter ses engagements et à agir de manière éthique dans toutes les situations.

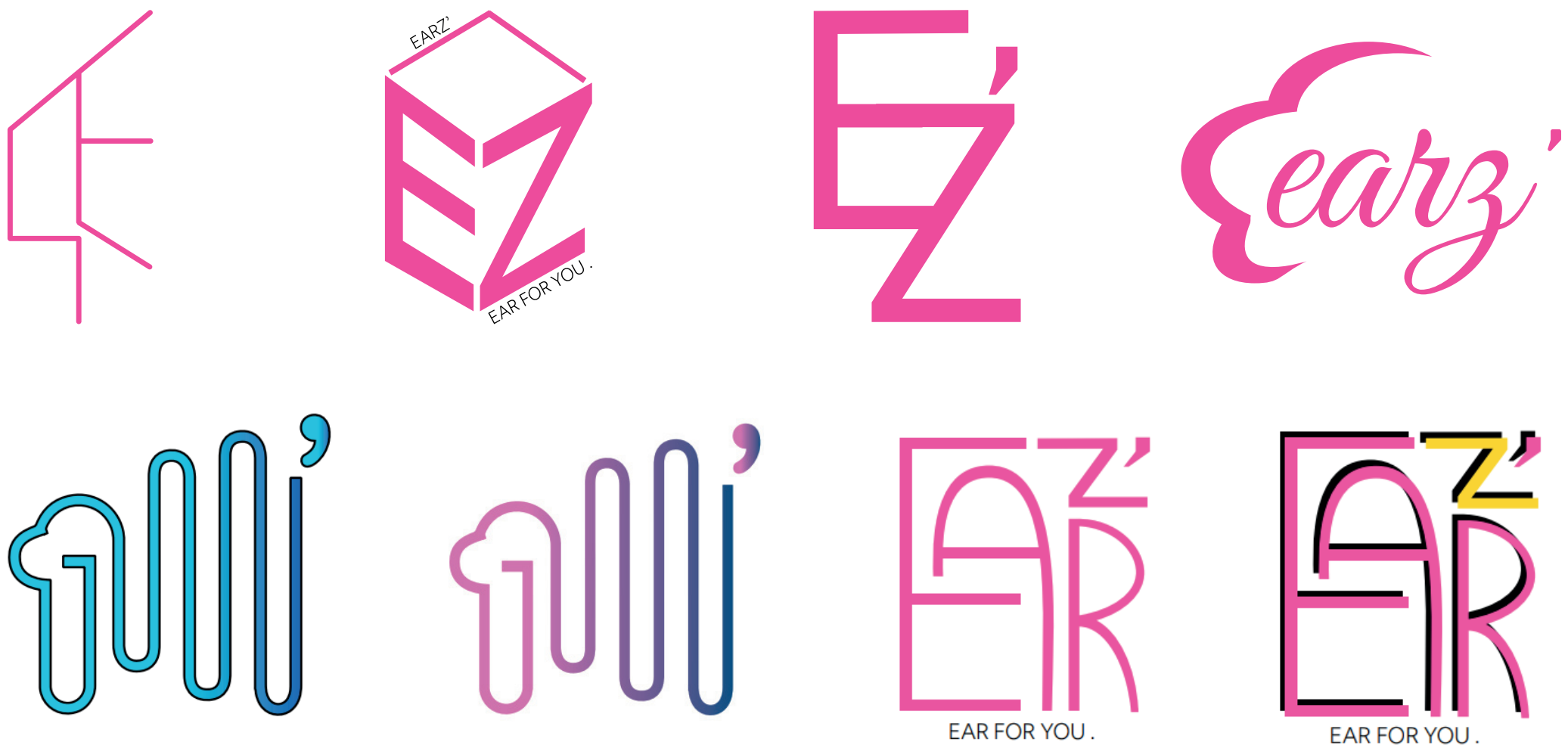
Bienveillance : en choisissant la bienveillance comme l'une de nos valeurs, nous voulons transmettre l'idée d'une entreprise à l'écoute de ses clients et de ses partenaires, soucieuse de leur bien-être et de leur satisfaction.



Joie : en choisissant la joie comme l'une de nos valeurs, nous voulons transmettre l'idée d'une entreprise dynamique et optimiste, capable d'apporter de la bonne humeur à ses clients et à ses partenaires. Cela correspond bien à notre public cible de jeunes entrepreneurs qui sont souvent à la recherche de solutions innovantes et positives pour leurs projets.

Respect : nous voulons transmettre l'idée d'une entreprise qui valorise la diversité et l'inclusion, qui respecte les différences culturelles et sociales, et qui agit de manière responsable vis-à-vis de l'environnement et de la société. => rappel de nos valeurs d'agence

1.2 Préconisations



Avant de faire notre choix final, nous avons réalisé de nombreux logos. Le point commun de tous ses logos est le fait qu'ils ne soient pas réellement marquants. De plus, ils ne sont pas faciles à reproduire et à mémoriser, tout en reflétant clairement l'idée de donner une voix à notre public cible. Ensuite, ses logos ne reflétaient pas vraiment l'image d'une agence de communication événementielle : ils étaient soit trop lourds, soit faisait trop référence à un système cloud ou encore de musique.

En effet, le style du mégaphone de notre logo final était plus moderne et original, ce qui le distinguait des autres logos similaires dans votre secteur.



1.3 Les interdits



Pivotation du logo



Ajout d'élément graphique, textuel, d'image, ...



Ajout d'effets (ex : ombrage)



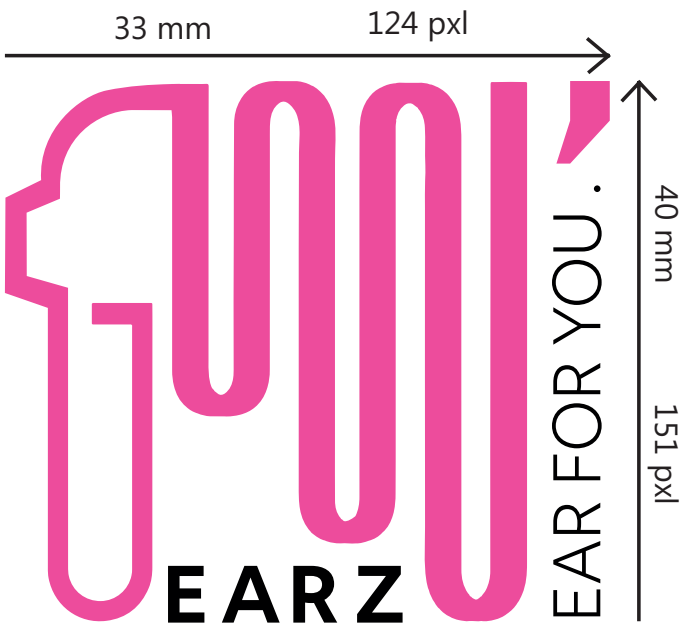
Suppression d'un élément du logo



Modification de la proportion

PROPORTIONS

PROPORTIONS



Utilisation minimale

Noir

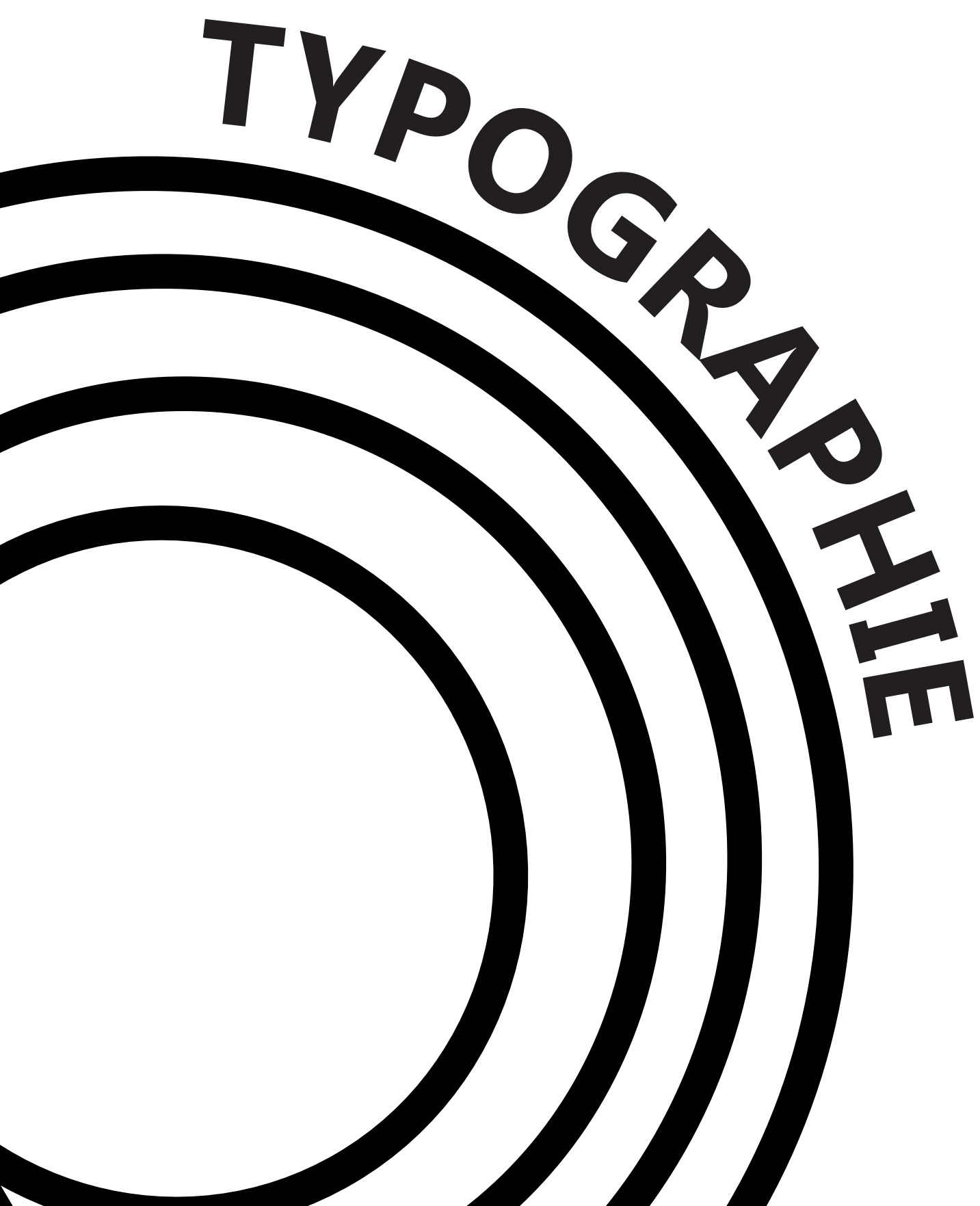


Nuance de gris



Noir et blanc





TYPOGRAPHIE

Airbnb Cereal_W :

Nous avons choisi cette police d'écriture pour sa lisibilité, son design épuré et ainsi que sa modernité.
En effet, le choix d'une police sobre était nécessaire en vue de notre logo imposant. Il était essentiel que notre police ne vient pas surcharger notre logo, ce qui l'aurait rendu trop brut.
De plus, la police est polyvalente car on la retrouve dans plusieurs styles : Light, Book, Medium, Bold, Extra Bold, Black.

EARZ

Titre (140pt)

EARZ

Sous-titre (80pt)

EARZ

Grand coprs (30pt)

EARZ Sous-titre (12pt)

ABCDEFGHIJK
abcdefg
0123456789 > ? ! . , : @ & +

Light

ABCDEFGHIJK
abcdefg
0123456789 > ? ! . , : @ & +

Book

ABCDEFGHIJK
abcdefg
0123456789 > ? ! . , : @ & +

Medium

ABCDEFGHIJK
abcdefg
0123456789 > ? ! . , : @ & +

Bold

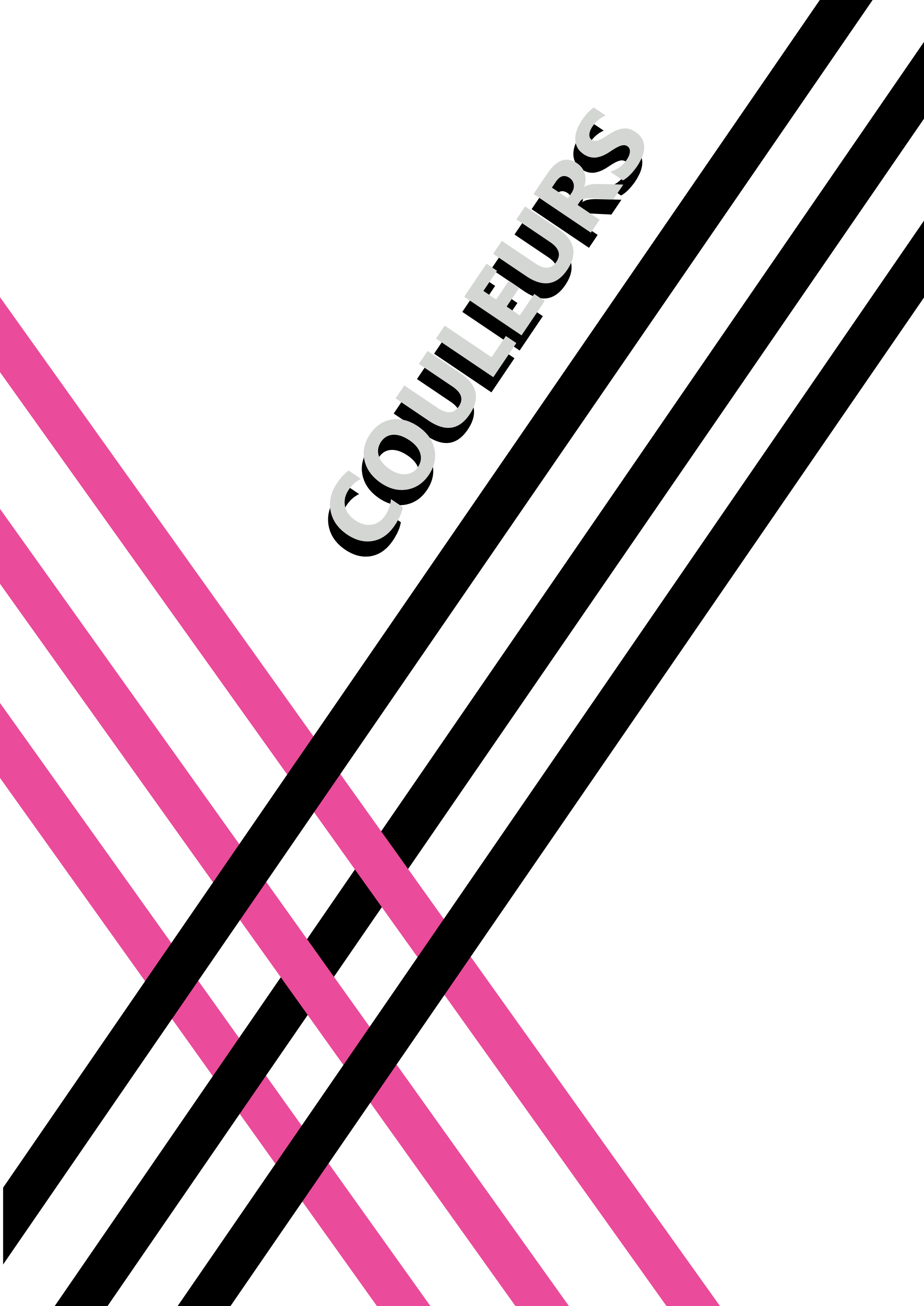
ABCDEFGHIJK
abcdefg
0123456789 > ? ! . , : @ & +

Extra Bold

ABCDEFGHIJK
abcdefg
0123456789 > ? ! . , : @ & +

Black

COULLEURS



COULEURS



RVB : 233, 64, 143

CMJN : 0%,73%,39%,9%

Ton direct : Pantone 702

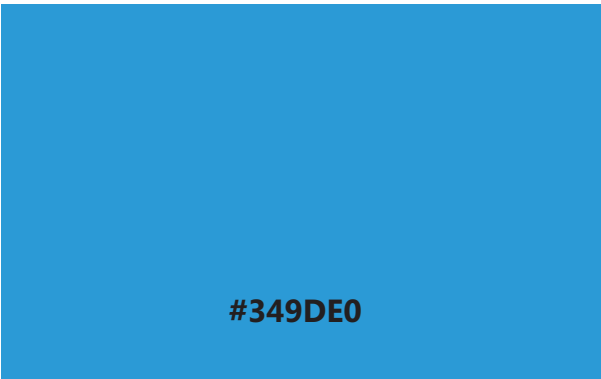
Pourquoi le choix de cette couleur :
La couleur rose est une couleur associée à la joie et à la bienveillance, valeurs faisant partie de notre logo. Nous avons donc choisi le rose #E9408F car c’est un rose vif qui attire l’attention et permet à notre logo de marquer les esprits, et donc de se démarquer.

Tout d’abord, une couleur unique permet de créer un design simple, épuré et facile à mémoriser, ce qui peut être efficace si on souhaite se démarquer facilement. Ensuite, il est plus facile de garantir une cohérence visuelle dans l’ensemble de la communication de l’agence, en évitant les éventuelles contradictions ou variations dues à l’utilisation de plusieurs couleurs. Et enfin, en utilisant une seule couleur pour notre logo, l’identité visuelle et le message de notre agence est plus clair et direct, tout en nous donnant une image cohérente, moderne et facilement identifiable.



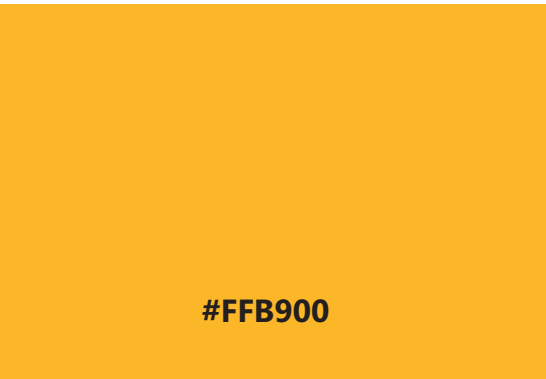
Cette couleur symbolise l’honnêteté et la créativité.

RVB = 142, 62, 189
CMJN = 25%,67%,0%,26%
Ton direct = Pantone 5135



Cette couleur fait rappel à la valeur de l’honnêteté et évoque aussi la l’innovation et la modernité.

RVB = 52, 157, 224
CMJN = 77%,30%,0%,12%
Ton direct = Pantone 646



Cette couleur fait rappel à la valeur de la joie que nous voulons faire passer par notre logo. Il ajoute également une impression de dynamisme et d’ouverture d’esprit.

RVB = 255, 185, 0
CMJN = 0%,27%,100%,0%
Ton direct = Pantone 130

DECLINAISONS

1.1 DECLINAISONS LOGO



EARZ

Logo pour le web

Logo pour le print



Déclinaisons en
couleurs
du logo officiel

1.2 UTILISATIONS



**Carte de visite de
taille standard (85 x
55 mm)**





**Logo officiel sur un
sweat-shirt**

Logo site web



