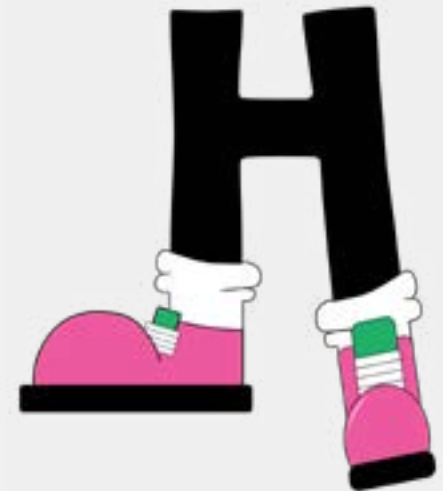
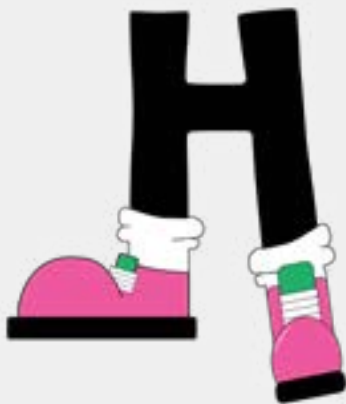


<https://celiascampini26.github.io/Hogei/>

BRAND GUIDELINES

Hogei X Takashi Murakami





Hogei est née de l’envie de réunir deux mondes : celui de l’art et de la sneaker. Plus qu’une marque, Hogei incarne un état d’esprit, un mouvement, une liberté. Cette collaboration exclusive avec Takashi Murakami fait écho à notre rêve de voir l’art accessible, vivant et en mouvement. Ce document présente les fondations visuelles et créatives de Hogei, pour que chaque visuel, chaque produit, chaque support partage la même émotion : l’art de marcher.

Sommaire

- 1. Positionnement artistique inspirations du marché
- 2. Présentation de la marque
- 3. Logo Identité Visuel
- 4. Palette de couleurs
- 5. Typographies
- 6. Univer Visuel
- 7. Design des chaussures
- 8. Mockups

Positionnement artistique & inspirations du marché

1.1 L'univers de Takashi Murakami

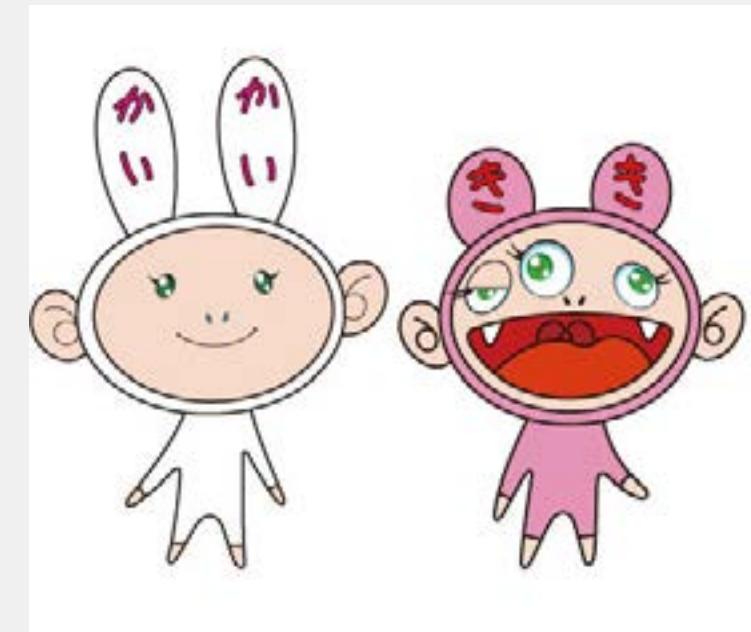
1.2 Marques au concept approchant

1.1 L'univers de Takashi Murakami

Takashi Murakami est bien plus qu'un artiste pop : il est un traducteur visuel du monde contemporain. Son travail est une réponse à la surconsommation d'images, au mélange des cultures, à l'art devenu produit. Ce qui le rend unique, c'est sa capacité à manipuler des formes simples et enfantines (fleurs souriantes, personnages ronds) tout en injectant des réflexions complexes sur l'identité, la mémoire collective et le chaos moderne.

Il ne peint pas pour décorer, mais pour questionner les rapports entre art et commerce, entre surface et sens. Son style superflat l'illustre parfaitement : visuellement lisse, mais intellectuellement dense.

Murakami ne se contente pas d'exposer en galerie : il crée des objets, des vêtements, des collaborations, car pour lui, l'art doit être partout — y compris aux pieds. C'est cette vision que Hogeï partage : celle d'un produit du quotidien transformé en œuvre manifeste



1.2 Marques au concept approchant

Plusieurs marques ont, comme Hogeï, tenté de fusionner design, storytelling et univers artistique fort :

Nike x Off-White (Virgil Abloh)

Relecture conceptuelle de la sneaker. L'objet devient manifeste artistique. Chaque élément graphique a un sens.

Vans x Takashi Murakami

Une collaboration qui a montré la puissance des motifs Murakami dans l'univers de la mode. Mais l'approche restait surface-level (impression sur modèle classique).

MSCHF

Démarche radicale. L'objet est détourné jusqu'à devenir art contemporain. Mais leur démarche est provocante là où Hogeï cherche la poésie.

Adidas x Jeremy Scott

Style exubérant, visuel fort, mais moins narratif. Hogeï s'en distingue par un propos artistique plus aligné sur les références culturelles.

Maison Margiela x Reebok

Expérimentation sur la forme et la matière. Un bon exemple de marque où la sneaker devient sculpture.

Présentation de la marque

2.1 Mood board

2.2 Mission & Vision

2.3 Valeurs

2.4 ADN de la marque

2.5 Concept de la collaboration

2.6 Positionnement

2.7 Ton de communication

2.8 Storytelling de la marque

2.9 Cibles & Personae

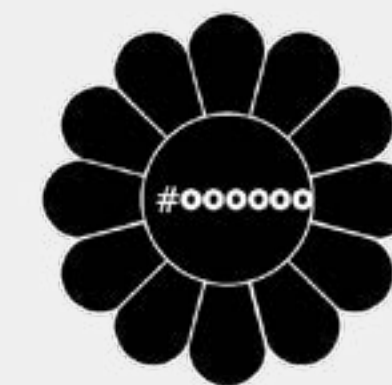
1.1 Mood Board



Nom/Titre/H1 = Berlin Sans FB Demi BoldWW

Sous titre/slogan/H2 = Berlin Sans FB Demi Regular

Texte/H3 = Sans Serif Collection



2.2 Mission & Vision

Hogei est née pour permettre à chacun de **révéler sa personnalité** à travers des sneakers uniques et expressives. Chaque paire devient une toile de liberté où l'univers de Takashi Murakami rencontre la passion de l'individu. Notre mission est simple : proposer des chaussures personnalisables, inspirées de l'esthétique manga-kawaii, du pop art japonais et du streetwear, accessibles aux amateurs d'art comme aux collectionneurs.

En marchant avec Hogei, on porte bien plus qu'une chaussure : **on porte une histoire, une œuvre et un message.** Notre vision est de devenir **la référence internationale de la sneaker d'art personnalisée**, grâce à des collaborations prestigieuses et à un engagement fort envers l'expression artistique.

2.3 Valeurs

Hogei est portée par une profonde envie de liberté **créative**. Chaque modèle est pensé pour permettre à l'individu d'exprimer ce qu'il est sans contrainte. Notre univers repose sur l'idée que **l'art ne doit pas être réservé à quelques privilégiés**, mais bien à tous ceux qui souhaitent en faire partie. En rendant accessible l'univers de Murakami à travers nos chaussures, nous offrons à chacun la possibilité de porter une œuvre d'art au quotidien.

L'**artisanat** est au cœur de notre démarche. Chaque paire est conçue avec soin, dans le **respect total de l'univers de l'artiste**. L'**exclusivité** est également une valeur essentielle, certains modèles étant proposés en série limitée pour préserver la rareté et la valeur artistique de chaque création.

2.4 ADN de la marque

Hogei propose une approche nouvelle de la sneaker en fusionnant forme, art et usage. Nos modèles sont conçus pour s'adapter à tous les styles de vie. Certains sont pensés pour la pratique sportive, d'autres pour sublimer les tenues les plus élégantes, tandis que d'autres encore s'intègrent parfaitement au quotidien. Chaque chaussure est ornée d'une œuvre de Takashi Murakami, soigneusement adaptée pour offrir à chaque client la sensation de porter à ses pieds une œuvre unique et vivante.

2.5 Concept de la collaboration

L'univers de Takashi Murakami a toujours inspiré Hogei par son énergie positive, son imaginaire coloré et la poésie de ses œuvres. Porter une sneaker Hogei, c'est comme marcher avec un bouquet de fleurs aux pieds, un remède visuel à la lourdeur du quotidien. C'est cette capacité à faire sourire et rêver qui nous a naturellement conduit à collaborer avec lui.

La collection est exclusivement dédiée à l'univers de Murakami. Certains modèles seront proposés en édition limitée, afin de préserver l'unicité de certaines pièces, tandis que d'autres constitueront la collection permanente. Cette exclusivité se reflète également dans l'esthétique de notre site web, pensé comme un hommage à l'artiste, avec l'utilisation assumée du rose et du vert, deux couleurs emblématiques de son travail.

2.6 Positionnement

Hogei s'inscrit dans une démarche de démocratisation de l'art. Nos chaussures, bien que conçues de manière artisanale et soignée, restent accessibles. Le positionnement milieu de gamme permet d'ouvrir la collaboration à un public plus large, tout en conservant une qualité irréprochable. Hogei s'adresse avant tout aux jeunes adultes sensibles à la culture japonaise et à l'art contemporain, mais aussi aux collectionneurs, aux passionnés de sneakers et à tous ceux qui souhaitent porter quelque chose qui leur ressemble.

2.7 Ton de communication

Hogei s'exprime avec chaleur, enthousiasme et professionnalisme. La marque privilégie un ton joyeux et coloré, fidèle à l'univers de Murakami, sans jamais tomber dans l'excès ou le clinquant. La proximité avec le client est essentielle : nous parlons à des passionnés, à des rêveurs, à ceux qui voient dans la mode bien plus qu'un simple vêtement. Hogei incarne l'équilibre entre le luxe accessible, l'art contemporain et la culture streetwear, en s'adressant à tous ceux qui souhaitent marcher en laissant leur propre empreinte.

2.8 Ton de communication

Hogei s'exprime avec chaleur, enthousiasme et professionnalisme. La marque privilégie un ton joyeux et coloré, fidèle à l'univers de Murakami, sans jamais tomber dans l'excès ou le clinquant. La proximité avec le client est essentielle : nous parlons à des passionnés, à des rêveurs, à ceux qui voient dans la mode bien plus qu'un simple vêtement. Hogei incarne l'équilibre entre le luxe accessible, l'art contemporain et la culture streetwear, en s'adressant à tous ceux qui souhaitent marcher en laissant leur propre empreinte.

2.9 Cibles & Personae

Hogei s'adresse principalement aux jeunes adultes sensibles à l'art, à la mode et à la culture japonaise. Notre cœur de cible regroupe les passionnés d'illustration, des sneakers et de pop culture, cherchant à exprimer leur personnalité à travers des pièces originales.

La marque touche également les amateurs de streetwear et de collaborations artistiques, habitués aux éditions limitées et aux univers graphiques forts. Enfin, Hogei attire les curieux, séduits par l'esthétique unique du projet, qui hésitent encore mais se laissent progressivement convaincre par la qualité artisanale et l'authenticité de l'univers Murakami.



Logo & Identité Visuelle

3.1 Logo principal

3.2 Versions du logo

3.3 Zone de protection

3.4 Règles d'utilisation

3.5 Symbolique

3.1 Logo principal

Le logo de Hogeï est simple, élégant et évoque à la fois l'univers de l'art et du mouvement. Composé d'une typographie dessinée sur-mesure, inspirée de l'équilibre entre les traits graphiques japonais et la rondeur du pop-art, le logo incarne l'essence même de la marque : un pont entre tradition artistique et mode contemporaine.

Le logo est conçu pour être facilement identifiable, aussi bien sur les chaussures que sur les supports de communication, les packagings ou les réseaux sociaux. Son design assure une parfaite lisibilité quelle que soit la taille ou le support d'utilisation.



3.2 Versions du logo

Le logo Hogeï existe en cinq variantes :

La version principale (coloré)



La version complète (logo+slogan)



La version inversé



Chacune de ces versions est adaptée pour s'intégrer harmonieusement aux différentes situations graphiques :
fond clair, fond sombre, packaging, digital ou textile.

3.3 Zone de protection

Une zone de protection équivalente à la hauteur de la lettre «H» du logo doit toujours être respectée autour du logo. Aucun élément graphique ou typographique ne doit empiéter sur cet espace afin de préserver l'impact visuel du logotype.

3.4 Règles d'utilisation

Afin de garantir l'intégrité visuelle de la marque, il est formellement interdit de :

Déformer ou étirer le logo, de changer les couleurs du logo hors palette officielle, d'ajouter des effets (ombres, contours, dégradés non prévus) et d'utiliser le logo sans respecter la zone de protection

3.5 Symbolique

Le logo exprime à la fois l'art de marcher et l'univers floral et coloré de Murakami. Il évoque la signature d'un artiste, à la fois discrète mais immédiatement reconnaissable.

Sa forme, légèrement inspirée de la calligraphie japonaise et du minimalisme, lui confère à la fois prestige et modernité.

Palette de couleurs

4.1 Palette de couleurs

4.1 Palette de couleurs

La palette de couleurs Hogeï est directement inspirée de l'univers floral et pop de Takashi Murakami. Le choix du rose et du vert n'est pas anodin : ce sont deux couleurs complémentaires souvent présentes dans les créations de l'artiste, notamment dans sa célèbre fleur. Elles symbolisent à la fois l'opposition et l'équilibre, la douceur et la vivacité, la joie et la sérénité.



Rose

Couleur principale de la marque, inspirée directement de la fleur iconique de Murakami. Ce rose exprime douceur, joie et imagination. Présent sur les titres, les éléments graphiques et les détails produit, il symbolise l'univers pop et kawaii que Hogeï revendique.



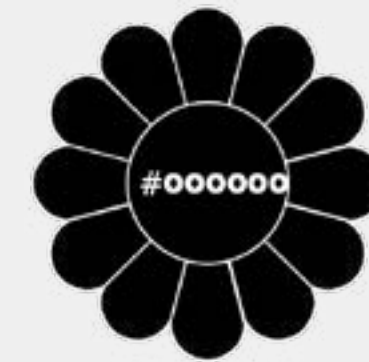
Vert

Complémentaire du rose, inspirée directement de la fleur iconique, elle aussi. Ce vert rappelle la nature et l'équilibre. Il apporte fraîcheur et contraste à l'identité visuelle, tout en restant fidèle aux compositions de l'artiste. Utilisé pour les détails, les boutons et certains éléments secondaires.



Blanc

Le blanc structure l'univers graphique de Hogeï. Présent en arrière-plan, il offre respiration, équilibre et élégance. Il valorise les couleurs fortes tout en apportant un aspect premium et minimaliste.



Noir

Le noir reprend le principe des contours épais emblématiques de Murakami. Utilisé pour la typographie et les éléments fonctionnels (textes, pictos, logo), il garantit lisibilité et impact, tout en affirmant l'ADN artistique de la marque.

Typographies

5.1 Typographie principale

5.2 Typographie secondaire

5.3 Typographie de texte

5.4 Hiérarchie typographique

5.5 Recommandations d'utilisation

5.1 Typographie principale

Utilisée pour le logo, les titres et les H1, cette typographie à la fois arrondie et marquée fait écho à l'univers joyeux et pop de Murakami. Ses courbes rappellent l'esprit kawaii tout en assurant de l'impact visuel.

Berlin Sans FB Demi Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

~_&é»'(-è_çà)=*\$£¤!§:;/,.,?<>~{[|`^@]}ù^""°+=²

5.2 Typographie secondaire

Employée pour les sous-titres, slogans et H2, cette variante conserve l'identité de la typographie principale tout en offrant plus de légèreté. Elle permet de créer un lien cohérent et harmonieux entre les titres et les contenus secondaires

Berlin Sans FB Demi Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

~_&é»'(-è_çà)=*\$£¤!§:;/,.,?<>~{[|`^@]}ù^""°+=²

5.3 Typographie de texte

Destinée aux textes courants (H3 et paragraphes), cette typographie sans serif assure une lecture fluide et confortable. Sa simplicité équilibre l'ensemble en laissant respirer les compositions et en garantissant une bonne lisibilité, même sur des supports digitaux.

Sans Serif Collection

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

~_&é»'(-è_çà)=*\$£¤!§:;/,.,?<>~{[|`^@]}ù^""°+=²

5.4 Hiérarchie typographique

Une typographie plus sobre et simple vient accompagner les textes courants, les descriptions et les textes de site e-commerce. Elle assure la lecture confortable de l'ensemble des supports digitaux et imprimés.

Ce duo typographique permet d'équilibrer l'univers créatif et fonctionnel de la marque.

Nom/Titre/H1 = Berlin Sans FB Demi BoldWW

Sous titre/slogan/H2 = Berlin Sans FB Demi Regular

Texte/H3 = Sans Serif Collection

5.5 Recommandations d'utilisation

Une typographie plus sobre et simple vient accompagner les textes courants, les descriptions et les textes de site e-commerce. Elle assure la lecture confortable de l'ensemble des supports digitaux et imprimés.

Ce duo typographique permet d'équilibrer l'univers créatif et fonctionnel de la marque.

Univers Visuel

6.1 Direction artistique

6.2 Style visuel

6.3 Traitements Visuels

6.4 Iconographie

6.1 Direction artistique

L'univers visuel de Hogeï s'inspire directement de l'énergie colorée et joyeuse de Takashi Murakami. Chaque visuel, chaque produit, chaque page du site est pensé comme une exposition vivante où l'art rencontre la sneaker. L'iconographie joue sur l'équilibre entre pop art japonais, culture kawaii et références à la mode urbaine contemporaine. Le but est d'émerveiller, surprendre et transmettre des émotions positives.



6.2 Style visuel

L'ambiance générale est colorée, lumineuse et graphique. Les compositions s'appuient sur des fonds clairs et épurés pour mettre en valeur les visuels riches et expressifs des chaussures. Les détails floraux, les formes arrondies et les couleurs vives sont omniprésents pour rappeler l'univers de Murakami, tout en conservant une cohérence élégante adaptée à une marque de sneakers.



6.3 Traitements Visuels

Les images de Hogeï doivent préserver l'intensité et la vivacité qui caractérisent l'univers de Murakami. La saturation des couleurs est volontairement accentuée pour capter l'attention et retranscrire la richesse visuelle de chaque création. Le contraste est soigneusement maîtrisé afin d'équilibrer les compositions et de mettre en valeur les détails sans jamais nuire à l'harmonie générale. L'esthétique adoptée est résolument pop et joyeuse, fidèle à l'esprit du projet. Un soin particulier est toujours apporté aux contours noirs, véritable signature graphique inspirée du travail de Murakami, que l'on retrouve subtilement sur l'ensemble des visuels. Chaque image ne se contente pas d'illustrer un produit ; elle révèle l'authenticité artisanale de chaque paire, tout en soulignant l'univers artistique et émotionnel que Hogeï incarne.

6.4 Iconographie

Pas encore travaillé...

Design des chaussures

7.1 Concept général

7.2 Zones de personnalisation

7.3 Les trois familles de modèles

7.3.1 Hana Yume - L'Athlétique

7.3.2 Kaikai Bloom - L'Essentielle

7.3.3 Bakemono Hana - La Signature

7.1 Concept général

Les chaussures Hogeï sont conçues comme de véritables œuvres d'art portables. Chaque modèle puise son inspiration dans l'univers coloré et joyeux de Takashi Murakami, avec une volonté de proposer à la fois des pièces personnalisables, expressives et adaptées aux différentes situations du quotidien.

7.2 Zones de personnalisation

Chaque modèle Hogeï offre plusieurs zones personnalisables : la tige principale, les renforts latéraux, les lacets, la semelle, le talon et les accessoires tels que charms, étiquettes ou broderies. Ces éléments permettent à chacun de créer une paire unique, tout en respectant l'univers artistique et les codes esthétiques de la marque.

7.3 Les trois familles de modèles

La gamme Hogeï se décline en trois modèles distincts, chacun ayant une identité propre mais partageant les codes artistiques communs.

7.3.1 Hana Yume - L'Athlétique

Modèle orienté performance et confort. Sa silhouette dynamique s'inspire des baskets techniques, avec des motifs puissants, des contrastes marqués et des couleurs vives. Les inspirations proviennent des œuvres les plus vibrantes de Murakami : monstres, visages expressifs et détails pop-art, créant une paire parfaite pour le mouvement et l'énergie.



7.3.2 Kaikai Bloom - L'Essentielle

La sneaker quotidienne, pensée pour un usage urbain et décontracté. Son design conserve l'esprit de la marque avec des motifs plus subtils, mêlant fleurs, couleurs pastel et détails graphiques fins. Ce modèle permet de porter l'univers de Murakami dans la vie de tous les jours, de manière plus discrète et élégante.



7.3.3 Bakemono Hana - La Signature

Une sneaker plus sobre et raffinée, adaptée à des occasions spéciales ou à un style plus chic. Elle se distingue par l'équilibre entre les couleurs et les motifs floraux emblématiques de Murakami, intégrés de façon plus délicate. Des détails comme les contours noirs, les broderies ou les charms rappellent l'univers artistique sans le surcharger.



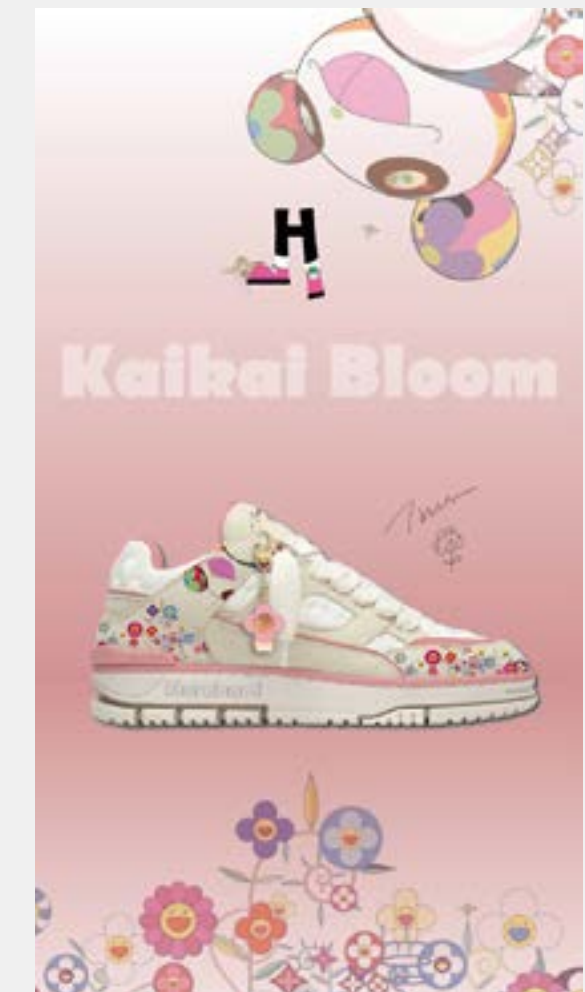
Mockups

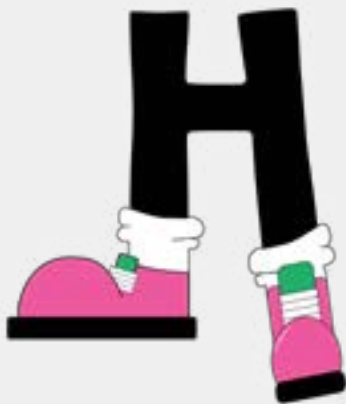
8.1 Présentation des Mockups - Univers Visuel et Déclinaisons

8.1 Présentation des Mockups - Univers Visuel et Déclinaisons

Ces mockups de story sont conçus pour illustrer visuellement l'univers de la marque *Hogei* et ses modèles de chaussures personnalisables. Ils sont destinés à être utilisés principalement pour les stories sur les réseaux sociaux, mais peuvent également être déclinés pour des supports imprimés afin de maintenir une cohérence visuelle sur tous les formats.

Il est essentiel de respecter la qualité et les formats des images spécifiés dans les guidelines pour garantir une présentation optimale sur tous les canaux. Les images doivent être nettes, adaptées aux dimensions recommandées pour les stories et l'impression, et conserver leur intégrité visuelle à travers tous les supports. Ces éléments doivent être utilisés conformément aux directives pour assurer une communication cohérente et professionnelle de la marque.





Hogei est plus qu’une marque de sneakers. C’est un hommage à l’art, à la liberté et à la créativité. Chaque pas devient une expression, chaque modèle raconte une histoire.
Merci de contribuer à faire vivre l’univers de Hogei, et d’emporter
l’art de marcher avec vous.

L’art de marcher commence ici.

Laisse ton empreinte.