



Cahier des Charges Fonctionnel

Lambert-Cohen-Thob

1.1 Réalisation d'une grille d'analyse

| Critères | Notes | Explication |
|-------------------------|-------|-------------|
| Mémorisation | | |
| Lisibilité | | |
| Logo | | |
| Espace | | |
| Ergonomie | | |
| Représentativité | | |
| Visuels | | |
| Fixe/Animé | | |
| Équilibre texte/visuels | | |

La Cabane Verte

| Critères | Notes | Explication |
|-------------------------|-------|-------------|
| Mémorisation | | |
| Lisibilité | | |
| Logo | | |
| Espace | | |
| Ergonomie | | |
| Représentativité | | |
| Visuels | | |
| Fixe/Animé | | |
| Équilibre texte/visuels | | |

Spin Out

| Critères | Notes | Explication |
|-------------------------|-------|-------------|
| Mémorisation | | |
| Lisibilité | | |
| Logo | | |
| Espace | | |
| Ergonomie | | |
| Représentativité | | |
| Visuels | | |
| Fixe/Animé | | |
| Équilibre texte/visuels | | |

Side-Shore

| Critères | Notes | Explication |
|-------------------------|-------|-------------|
| Mémorisation | | |
| Lisibilité | | |
| Logo | | |
| Espace | | |
| Ergonomie | | |
| Représentativité | | |
| Visuels | | |
| Fixe/Animé | | |
| Équilibre texte/visuels | | |

Saint-co Windsurf

| Critères | Notes | Explication |
|-------------------------|-------|-------------|
| Mémorisation | | |
| Lisibilité | | |
| Logo | | |
| Espace | | |
| Ergonomie | | |
| Représentativité | | |
| Visuels | | |
| Fixe/Animé | | |
| Équilibre texte/visuels | | |

La Manille

| Critères | Notes | Explication |
|-------------------------|-------|-------------|
| Mémorisation | | |
| Lisibilité | | |
| Logo | | |
| Espace | | |
| Ergonomie | | |
| Représentativité | | |
| Visuels | | |
| Fixe/Animé | | |
| Équilibre texte/visuels | | |



2.

Etat des besoins

2.1 Enquête et Audit sur l'agence

| Forces | Faiblesses | Opportunités | Menaces |
|---|---------------------------------------|--|--|
| Facilement identifiable (surtout pour les Marseillais), Référence à l'activité, à la localité. Nom français qui change de la concurrence pour la plupart anglaise. | Peut être détourné (Kostas Mitroglou) | Plusieurs possibilités de déploiement graphique, mots de la même envergure, le « 'O » qui est un élément graphique intéressant | Peut ne pas être compris par quelqu'un qui ne connaît la plage de la mitre ou le nom du phare à l'entrée du port de Toulon |

Valeurs

- **Activités de l'entreprise :**

Ventes, Locations, Personnalisation du matériel

- **Valeurs de l'entreprise :**

respect de l'environnement, activité sportive individuelle et aérée

2.2 Expression de la commande

Commande de l'entreprise

- Création d'une **identité visuelle** :
 - Nom
 - Logo représentatif de l'activité
 - Signes graphiques
 - Signes plastiques
 - Matériel web
 - Matériel print

3. Concept

3.1 Positionnement de l'ID visuelle

3.2 Argumentation des signes graphiques

3.3 Argumentation des différents supports

3.1 Positionnement de l'ID visuelle

- Logo moderne et plus représentatif
- Logo intemporel

3.2 Argumentation des signes graphiques

Signes graphiques :

- Formes arrondies
- Typo type linéale bold rounded
- Logo et favicon retrouvé dans le 'O' du sigle MITR'O GLISSE en forme de vague

Signes plastiques :

- Base en dégradé de bleu et vert
- Formes arrondies
- Texture flat ombrée style [papercut](#)

3.3 Argumentation des différents supports

- Camion de transport de planches
- Planches
- Devanture de boutique
- Flyers
- Voiles
- Cartes de visites
- Site web
- Goodies

4. Synthèse

4.1 Simplicité du dispositif graphique et représentativité du domaine d'activité

Le logo et la charte graphique doivent représenter simplement et d'une manière colorée, la marque, son activité et ses valeurs. Les couleurs bleues et vertes ont été choisis pour répondre à cette attente. Le bleu représentera toutes les activités maritimes et le vert nous rappelle la nature. Quant au secteur d'activité et à la localité, le nom est aussi là pour le rappeler. « MITR'O GLISSE » où l'on retrouve la plage et le phare de la mitre dans la rade de Toulon et la glisse pour penser aux sports nautiques.

4.2 Cohérence entre les différents supports de l'identité visuelle totale. Différence par rapport aux autres acteurs du marché

Les éléments principaux de cohérence sont la couleur et le logo. On retrouve très fréquemment chez la concurrence cette couleur bleue pour rappeler la mer, mais aussi une vague pour renforcer cette idée de l'activité.

5. Moodboard



Concurrence

Concurrence directe



Inspiration

