L'IDENTITÉ VISUELLE VIA LA CHARTE GRAPHIQUE

IMAGE DE MARQUE ET PUBLICITÉ

FORMATION : DESIGNER WEB / CONCEPTEUR DESIGNER UI

INTERVENANTE : CAROLINE TALAR





VIA LA CHARTE GRAPHIQUE

L'identité visuelle via la charte graphique

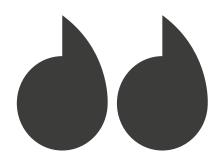


INTRODUCTION

Une entreprise, une marque est **unique**.

Qu'en est-il de son identité visuelle ?

Quels que soient les outils de communication utilisés (affiches, enseignes, cartes professionnelles, dépliants, publicités, etc.), il est important que la clientèle reconnaisse l'entreprise / la marque au premier coup d'œil.



L'identité visuelle via la charte graphique

Toute marque est unique, et cette unicité provient de pierres angulaires, de bases érigées sur le plan visuel : la charte graphique et textuel : la charte éditoriale.

Une charte graphique constitue l'identité visuelle de l'entreprise.

Et une identité visuelle, c'est bien plus qu'un beau logo!

Elle reflète ce que représente la marque, ce que signifie l'image.

Plus précisément, la charte graphique est un document qui indique les codes visuels à utiliser ou non, pour assurer une cohérence dans la communication. C'est, en quelque sorte, un guide de règles à respecter.

SOMMAIRE

L'identité visuelle via la charte graphique :

- 1 Le logo : le cœur de l'identité visuelle
- 2 · Les couleurs : le reflet de la personnalité
- 3 La police de caractère : l'harmonie en tout temps
- 4 Les éléments graphiques : le trait distinctif
- 5 · La planche de tendances : la sphère de création
- 6 Les pratiques interdites : l'uniformité de la marque



L'identité visuelle via la charte graphique Le logo : le cœur de l'identité visuelle

LE LOGO: LE CŒUR DE L'IDENTITÉ VISUELLE

Une charte graphique présente votre logotype et ses déclinaisons, telles que :

- · son utilisation,
- ses différentes versions
 (avec ou sans dénomination, couleur, bichromique, etc.),
- sa position sur le document,
- ses dimensions selon le type de document.

L'identité visuelle via la charte graphique Le logo : le cœur de l'identité visuelle

EXEMPLE DE DÉCLINAISONS LOGO

1 •



2 •



3•



- 1 Version iconographique : sans dénomination
- 2 · Version: avec dénomination sans baseline,
- 3 · Version : avec dénomination et baseline.

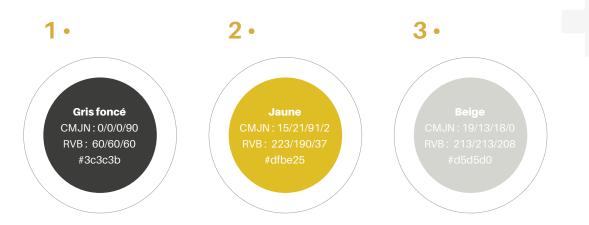
L'identité visuelle via la charte graphique Les couleurs : le reflet de la personnalité

LES COULEURS : LE REFLET DE LA PERSONNALITÉ

- Un nombre limité de couleurs doit être choisi, et on précise aussi les différents tons permis, que ce soit pour la trame, le texte, les titres, etc.
- Habituellement, il y a une palette de **couleurs principales** et une palette de **couleurs secondaires** qui forment un tout harmonieux. Évidemment, les couleurs ne sont pas choisies au hasard : elles ont chacune leur signification et leur rôle à jouer.
 - Par exemple, le vert s'agence mieux avec les entreprises environnementales, alors que le bleu marine, comme dans notre cas, suppose un côté plus professionnel et confiant.
- La charte graphique est très précise et identifie les couleurs par leur nom et par leurs codes : CMJN et/ou Pantone (pour l'impression), RVB (pour les écrans), Hexadécimal (pour les écrans).

L'identité visuelle via la charte graphique Les couleurs : le reflet de la personnalité

EXEMPLE DE GAMME DE COULEURS



- 1 Couleur principale
- 2 · Couleur secondaire
- 3 · Couleur tertiaire

L'identité visuelle via la charte graphique La police de caractère : l'harmonie en tout temps

LA POLICE DE CARACTÈRE : L'HARMONIE EN TOUT TEMPS

- · On attribue une police de caractère à utiliser pour la communication.
 - Parfois, on en crée une de toutes pièces, mais il faut faire attention : une nouvelle police pourrait ne pas s'afficher sur certains appareils...
- · Les polices de caractère ont une personnalité propre.
 - Par exemple, les empattements (petits traits prolongeant les caractères, en anglais serif) donnent à la police une personnalité plus traditionnelle, plus classique, alors qu'une police sans empattement (sans serif) est plus contemporaine et épurée.
 - Attention: certaines polices sont plus difficiles à lire.

Bref, pensez lisibilité!

L'identité visuelle via la charte graphique La police de caractère : l'harmonie en tout temps

EXEMPLE DE TYPOGRAPHIES

BEBAS NEUE BOOK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ123456789,;:!?./§

BEBAS NEUE REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ123456789,;:!?./§

L'identité visuelle via la charte graphique La police de caractère : l'harmonie en tout temps

EXEMPLE D'APPLICATIONS TYPOGRAPHIQUES

THE STANDARD LOREM IPSUM PASSAGE,

USED SINCE THE 1500S

1.

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.
 - 1 Titre 2 Sous-titre 3 Paragraphe

L'identité visuelle via la charte graphique Les éléments graphiques : le trait distinctif

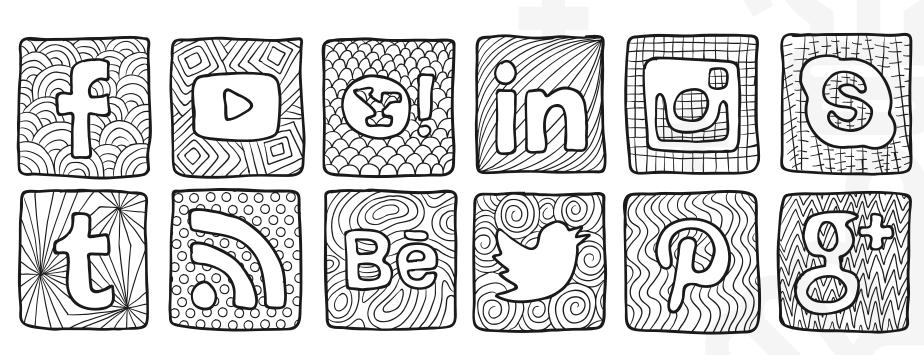
LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES : LE TRAIT DISTINCTIF

D'autres éléments peuvent vous permettre de vous démarquer, de vous caractériser.

C'est par exemple le cas d'un trait de crayon, de l'utilisation de filigranes, d'un style d'iconographie, etc.

L'identité visuelle via la charte graphique Les éléments graphiques : le trait distinctif

EXEMPLE D'UN STYLE D'ICONOGRAPHIE



SOURCE : «Sketchy icônes de réseaux sociaux vecteur gratuit» - design : freepik

L'identité visuelle via la charte graphique La planche de tendances : la sphère de création

LA PLANCHE DE TENDANCES : LA SPHÈRE DE CRÉATION

Souvent, on va **construire une planche de tendances** (ou «planche d'ambiance») regroupant divers éléments censés représenter l'entreprise / la marque. En anglais, on l'appelle *moodboard*. Elle donne une idée d'ensemble, un échantillon de l'univers émotif souhaité.

Certaines images ou photos peuvent représenter l'entreprise / la marque.

On peut également préciser certains critères de sélection pour l'ajout des photos ou des images aux documents.

Par exemple, on peut établir que toutes les photos doivent avoir un fond blanc, ou que les illustrations doivent absolument être créées par le même illustrateur ou la même illustratrice.

L'identité visuelle via la charte graphique La planche de tendances : la sphère de création

EXEMPLES: *Moodboard* & Planche d'ambiance







SOURCE : «Une lumineuse touche de jaune» - À tous les étages, Conseil en agencement et décoration

L'identité visuelle via la charte graphique La planche de tendances : la sphère de création

EXEMPLES DE PLANCHES TENDANCES



SOURCE: «Ambiance et tendance» par Thobor Loranne - site: adminloranne240889.wordpress.com



SOURCE : «Visuel planche tendance» - site : delphineguyart.com

L'identité visuelle via la charte graphique Les pratiques interdites : l'uniformité de la marque

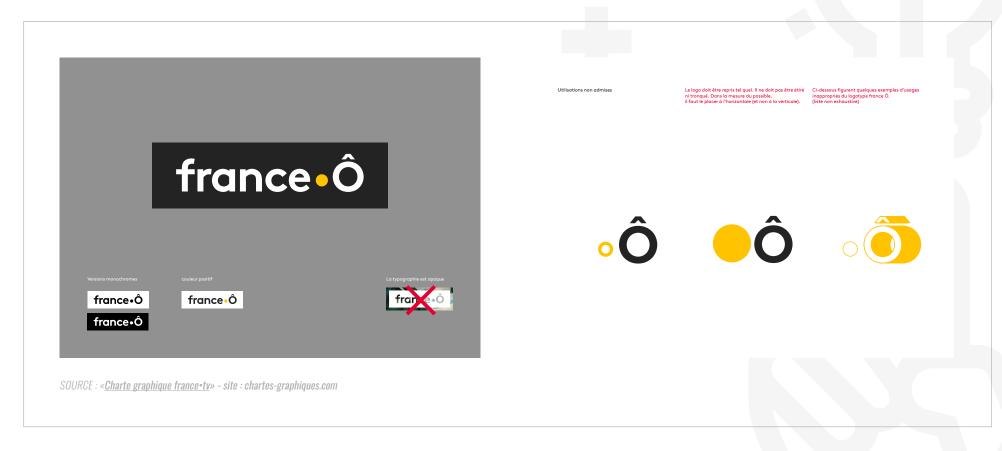
LES PRATIQUES INTERDITES : L'UNIFORMITÉ DE LA MARQUE

Certaines pratiques peuvent être proscrites dans toutes vos communications.

La plus commune est certainement la prohibition de la modification du logo et de ses proportions : rotation, élargissement, etc.

L'identité visuelle via la charte graphique Les pratiques interdites : l'uniformité de la marque

EXEMPLES: INTERDICTION DE TRAITEMENT LOGO





Sources externes

- «L'identité visuelle via la charte graphique» site : detailformation.com
- «<u>Création graphique logo : Caroline Talar</u>» site : www.k-robaz.com
- «Sketchy icônes de réseaux sociaux vecteur gratuit» design : freepik
- «L'outil indispensable qui oriente toutes Directions Artistiques» site : birdscom.fr
- «Une lumineuse touche de jaune» À tous les étages, Conseil en agencement et décoration
- «Ambiance et tendance» par Thobor Loranne site : adminloranne240889.wordpress.com
- « <u>Visuel planche tendance</u>» site : delphineguyart.com
- «Charte graphique france•tv» site : chartes-graphiques.com



Ce document a été réalisé et mis en page par Caroline Talar dans le cadre des formations aux titres professionnels «Designer Web» & «Concepteur Designer UI» à l'Afpa Toulouse Balma.

Toute reproduction, en tout ou en partie, sous quelque forme et par quelque procédé que ce soit, est interdite sans l'autorisation écrite préalable de l'auteur.





L'IDENTITÉ VISUELLE VIA LA CHARTE GRAPHIQUE

FORMATION: DESIGNER WEB / CONCEPTEUR DESIGNER UI

INTERVENANTE : CAROLINE TALAF

FÉVRIER 202

