



MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie

CHARTRE GRAPHIQUE

SOMMAIRE

L'ENTREPRISE : MAISON DE L'OR

Valeurs

Mission

Vision

LOGOS

Principal avec slogan

Principal sans slogan

Secondaire avec slogan

Secondaire sans slogan

Tertiaire avec slogan

Tertiaire sans slogan

Emblème

Logotype

Zone de respiration

Bonnes pratiques

Mauvaises pratiques

COULEURS

Principales

Secondaires

TYPOGRAPHIES

Principale

Secondaire

Tertiaire

Exemple de hiérarchie

FICHIERS

CONTACT

L'ENTREPRISE : MAISON DE L'OR

Valeurs : Les valeurs de l'entreprise MAISON DE L'OR sont le savoir-faire artisanal français dans le domaine de la bijouterie joaillerie à travers la création, la transformation et la réparation de pièces de bijouterie et d'orfèverie en métal précieux (or & argent) et en gemmes précieuses et semi-précieuses.

Mission : La mission de l'entreprise actuellement est d'expliquer aux femmes qu'elles peuvent elles-mêmes s'offrir des bijoux.

Vision : La vision de l'entreprise est de pérenniser le savoir-faire artisanal français.

LOGGOS

LOGOS

Principal avec slogan :

Le logo principal est décliné avec ou sans slogan dans les versions suivantes :

- Couleur
- Noir sur fond blanc
- Blanc sur fond noir
- Nuances de gris
- Inversé
- Or sur fond noir
- Or sur fond blanc



MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie



MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie





MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie





LOGOS

Principal sans slogan :









LOGOS

Secondaire avec slogan :

Le logo secondaire est décliné avec ou sans slogan dans les versions suivantes :

- Couleur
- Noir sur fond blanc
- Blanc sur fond noir
- Nuances de gris
- Inversé
- Or sur fond noir
- Or sur fond blanc



MAISON DE L'OR
Atelier de Joaillerie



MAISON DE L'OR
Atelier de Joaillerie



MAISON DE L'OR
Atelier de Joaillerie



MAISON DE L'OR
Atelier de Joaillerie



MAISON DE L'OR
Atelier de Joaillerie



MAISON DE L'OR
Atelier de Joaillerie



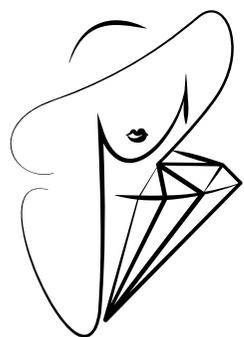
MAISON DE L'OR
Atelier de Joaillerie

LOGOS

Secondaire sans slogan :



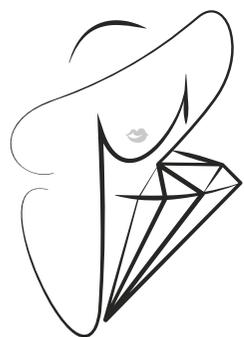
MAISON DE L'OR



MAISON DE L'OR



MAISON DE L'OR



MAISON DE L'OR



MAISON DE L'OR



MAISON DE L'OR



MAISON DE L'OR

LOGOS

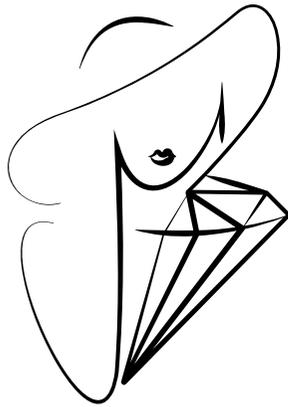
Tertiaire avec slogan :

Le logo tertiaire est décliné avec ou sans slogan dans les versions suivantes :

- Couleur
- Noir sur fond blanc
- Blanc sur fond noir
- Nuances de gris
- Inversé
- Or sur fond noir
- Or sur fond blanc



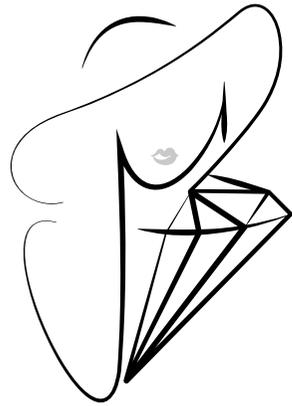
MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie



MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie



MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie



MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie



MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie



MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie



MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie

LOGOS

Tertiaire sans slogan :



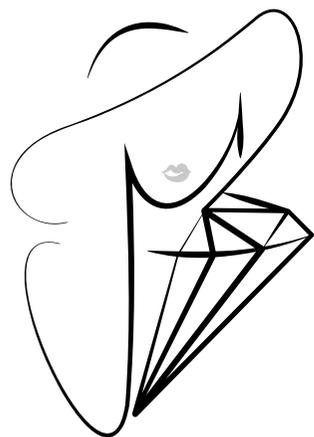
MAISON
DE L'OR



MAISON
DE L'OR



MAISON
DE L'OR



MAISON
DE L'OR



MAISON
DE L'OR



MAISON
DE L'OR



MAISON
DE L'OR

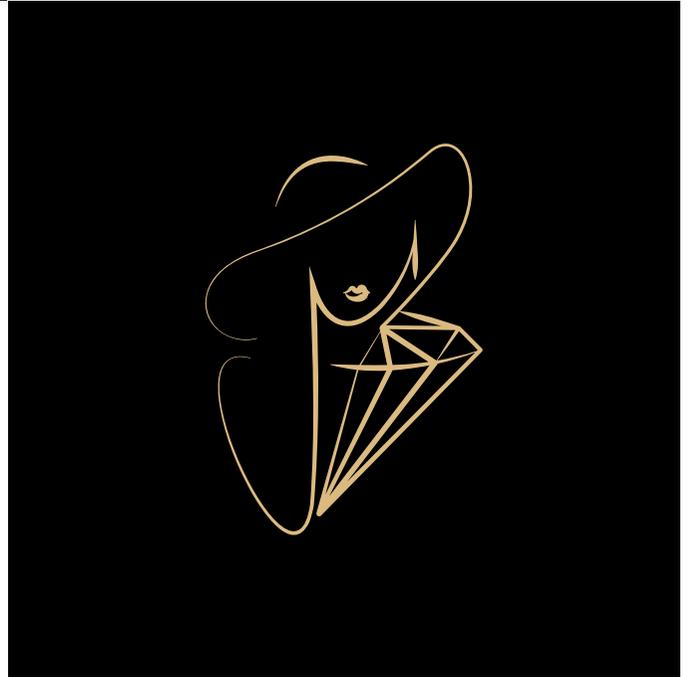
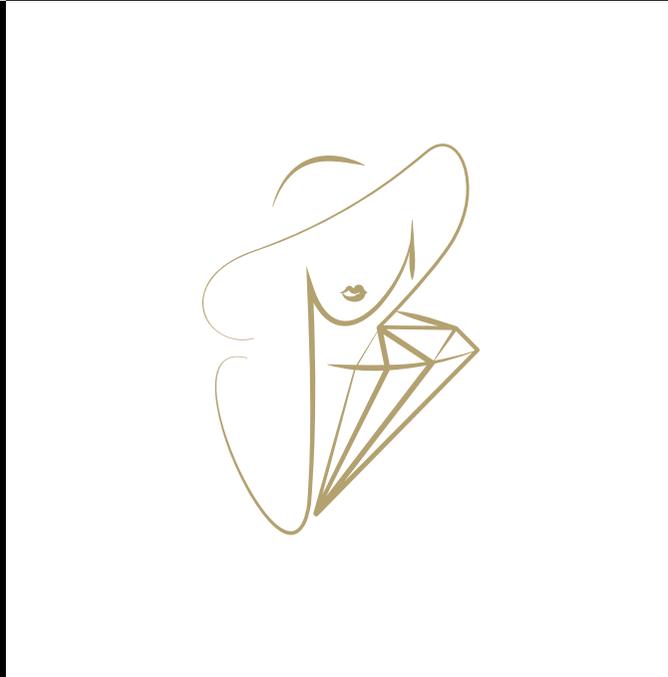
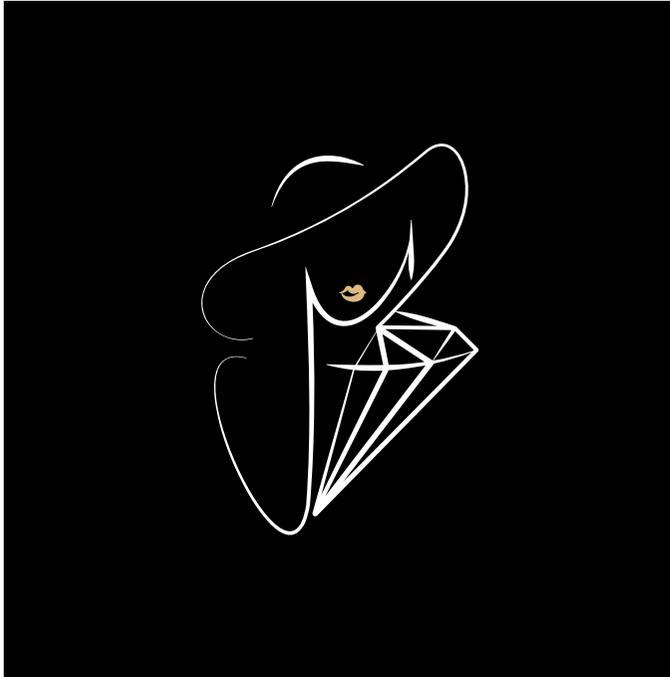
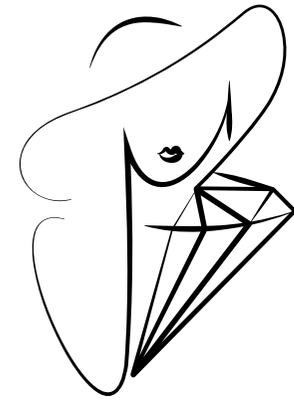
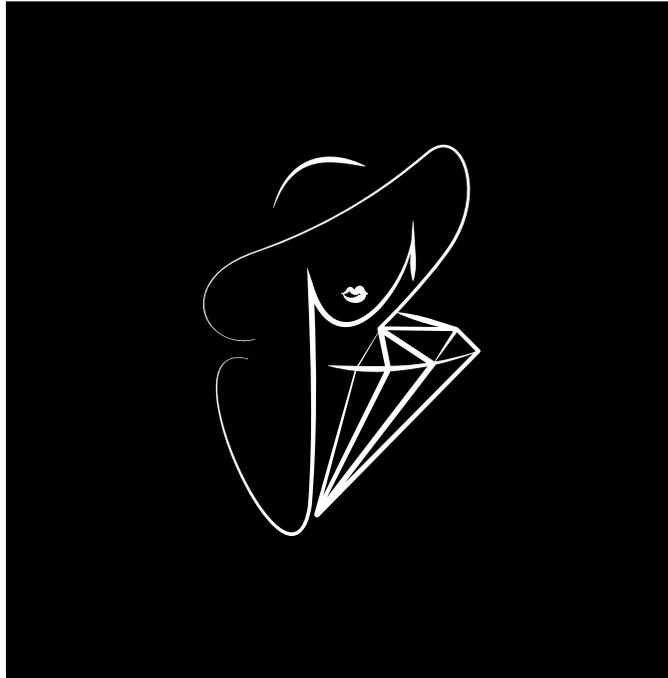
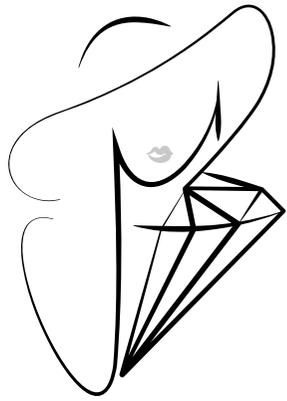
LOGOS

Emblème :

L'emblème est décliné dans les versions suivantes :

- Couleur
- Noir sur fond blanc
- Blanc sur fond noir
- Nuances de gris
- Inversé
- Or sur fond noir
- Or sur fond blanc



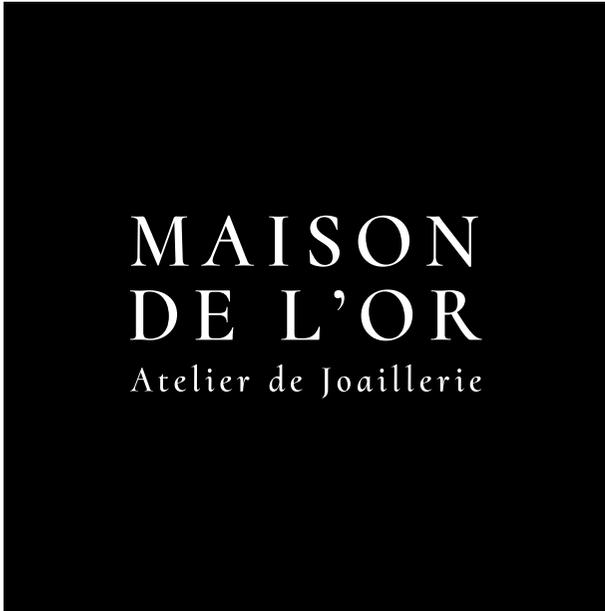


LOGOS

Logotype :

Le logotype est décliné dans les versions suivantes :

- Noir sur fond blanc
- Blanc sur fond noir
- Or sur fond noir
- Or sur fond blanc



MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie



MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie



MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie



MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie

LOGOS

Zone de respiration :

La zone de respiration doit toujours être respectée car elle permet une bonne lisibilité du logo lorsqu'il est proche d'autres éléments graphiques



LOGOS

Zone de respiration :

La zone de respiration doit toujours être respectée car elle permet une bonne lisibilité du logo lorsqu'il est proche d'autres éléments graphiques



LOGOS

Bonnes pratiques :

Les différentes variantes du logo vous permet de l'utiliser dans toutes les situations possibles pour que votre identité visuelle soit cohérente.

Vous trouverez à la fin de ce document un lien vers un espace partager pour accéder à votre logo et ses variantes, au guide d'utilisation et aux polices d'écritures, en toute simplicité et partout où vous vous trouvez.

LOGOS

Mauvaises pratiques :

Déformer le logo



Changer la police du logo



Mettre le logo sur un fond inapproprié



Changer la couleur du logo



COULEURS

COULEURS

Principales :

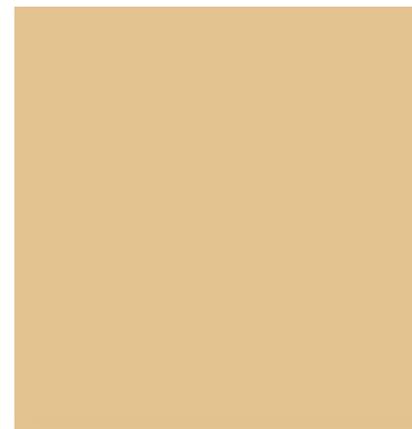
C=14 M=27 J=55 N=31

R=221 V=185 B=127

HEX : #dcb87e

RAL : 1001 - Beige

Pantone : P 18-3 U



PANTONE®
P 18-3 U

C=30 M=30 J=30 N=100

R=0 V=0 B=0

HEX : #1310d

RAL : 9005 : Noir profond

Pantone : BLACK 6 C



PANTONE®
Black 6 C

COULEURS

Secondaires :

C=100 M=90 J=30 N=201

R=36 V=47 B=98

HEX : #242F62

RAL : 5022 - Bleu nocture

Pantone : 19-3943 TCX



PANTONE®
19-3943 TCX
Bellwether Blue

C=90 M=100 J=40 N=501

R=46 V=25 B=61

HEX : #2E193D

RAL : 4007 - Violet pourpre

Pantone : P 98-16 C



PANTONE®
P 98-16 C

T Y P O

G R A P H I E S

TYPOGRAPHIES

Principale :

Utilisée pour les titres en majuscules

Avec une approche (espacement des lettres)
de 150pt

CORMORANT UPRIGHT
REGULAR

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
@ & # ! ? € % { }

TYPOGRAPHIES

Secondaire :

Utilisée pour les sous- titres en minuscules

Amiri regular

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

0123456789

@&#!?€%}}

TYPOGRAPHIES

Tertiaire :

Pour les paragraphes

ALEGREYA SANS
REGULAR

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
@&#!?€%{ }

TYPOGRAPHIES

Exemple de hiérarchie :

MAISON DE L'OR

Charte Graphique

Document important pour la cohérence de votre marque :
Logos : Spécifie comment il doit être utilisé et ses différentes versions avec des exemples de ce qui est considéré comme une bonne utilisation de l'identité visuelle et des exemples de ce qu'il faut éviter.

Couleurs : Définit les couleurs officielles de la marque avec leurs codes exacts (Pantone, RAL, CMJN, RVB, HEX), assurant que les couleurs restent les mêmes sur tous les supports.

Typographie : Polices de caractères à utiliser pour garantir une typographie cohérente. La typographie principale est à privilégier pour les Titres, la secondaire pour les sous-titres, et la tertiaire pour les paragraphes.

MISES EN

SITUATION







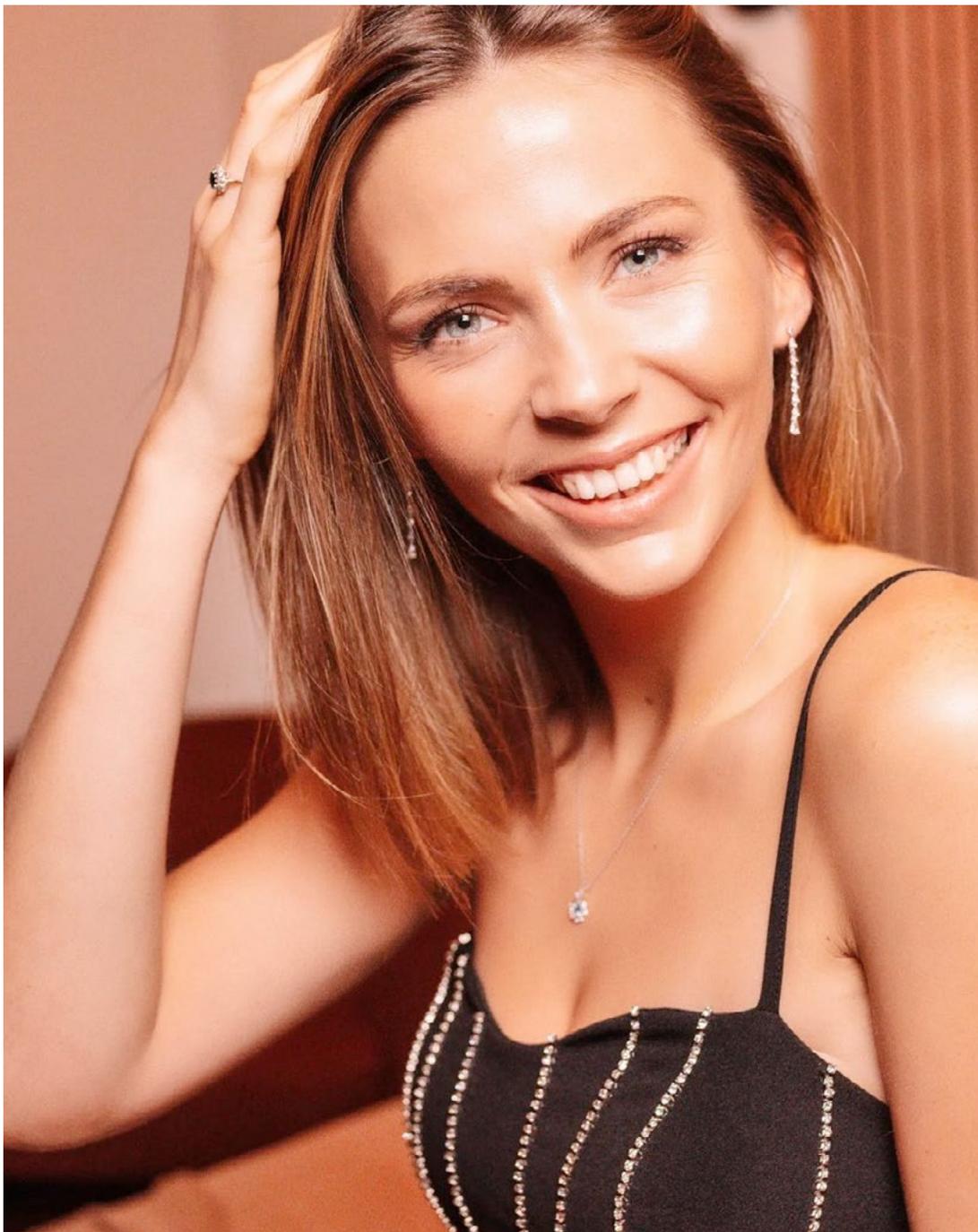


MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie



MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie

PHOTO
GRAPHIES



LEXIQUE

Brand board : Un brand board est un document qui rassemble tous les éléments visuels de votre marque, vous permettant de garder une identité visuelle harmonieuse. C'est littéralement un « tableau de marque » et c'est vraiment à cela qu'il sert.

Brief créatif : Un brief créatif (ou briefing créatif) est un document qui contient toutes les informations dont un graphiste a besoin pour donner vie à son projet. Détermine la direction dans laquelle le support de communication doit se déplacer.

Caractère : Le caractère en typographie est à l'origine une petite pièce mobile sur laquelle était déposée de l'encre grasse avant d'être pressé sur un support. Cette pièce peut être réalisée en métal ou en bois.

Cession de droit d'auteur : Un créateur (cédant) peut céder les droits d'une œuvre d'art à un tiers (cessionnaire). Ce contrat peut être conclu à titre gratuit ou onéreux.

Charte graphique : Document qui résume les règles d'utilisation des éléments graphiques qui composent l'identité d'une entreprise (organisme, projet...).

La charte a pour but de maintenir une cohérence graphique dans les travaux graphiques de l'entreprise (brochures, sites internet, papeterie, etc.) quels que soient les intervenants internes ou externes de l'entreprise (graphistes, imprimeurs, bureautique, etc.). L'avantage de créer une charte graphique est d'identifier immédiatement les annonceurs.

CMJN : CMJN est l'espace colorimétrique utilisé dans la composition soustractive. En d'autres termes, toutes les couleurs perçues sur des surfaces physiques (papier, enseignes, emballages, etc.) utilisent ce mode.

Guide de style de marque : Un guide de style de marque est un document qui décrit l'identité visuelle de votre entreprise, qui est appliqué de manière cohérente sur tous les supports de communication et utilisé de manière appropriée dans le cadre de votre stratégie marketing et publicitaire.

Identité visuelle : Une identité visuelle est un ensemble d'éléments visuels cohérents permettant d'identifier une même entité à travers les différents supports de communication qu'elle diffuse. Elle est le support technique de toute création graphique.

Logo : Une signature visuelle qui permet d'identifier votre marque ou votre entreprise. Un logo peut être un acronyme typographique et/ou une image. Il fait partie de votre identité visuelle.

Logo Emblème : Un emblème est une marque graphique associée à une marque. Il est principalement utilisé pour représenter la marque aux yeux des consommateurs. L'emblème doit être considéré comme un « résumé » de la marque. La clé est d'avoir une cohérence entre l'emblème et le logo, une cohérence du discours, du sens et de la narration.

Mockup : La conception graphique, quant à elle, utilise des maquettes pour concevoir des visuels attrayants et percutants. D'un point de vue important, le terme fait référence à un modèle fixe, format esthétique, visuel ou vidéo qu'il faut souvent modifier pour l'améliorer, et y apposer le logo du client pour qu'il puisse plus facilement s'imprégner de son identité visuelle.

Palette de couleur : Une palette de couleurs est, par définition, une sélection de plusieurs couleurs complémentaires pouvant être utilisées pour les infographies et les conceptions de marque.

Pantone : De la société américaine Pantone, dont le nom est composé du préfixe Pan- et du mot anglais Tone « tone » (au sens de teinte) (= « toutes les nuances » (de couleur)), créateur du système de classification. C'est un système de numérotation universel pour la classification des couleurs.

Typographie : Il s'agit donc de composer un caractère typographique en disposant un ensemble de caractères imprimés de manière cohérente et élégante. La typographie, mieux connue sous le nom de police de caractères (ou « police »), donne une forme visible aux idées écrites. La typographie est un aspect important du design graphique.

F I C H I E R S :

Tous les fichiers (logos, typographie, contrat de cessions de droits d'auteur, Guide d'utilisation) sont disponibles sur un espace partagé onedrive disponible à l'adresse suivante :

<https://1drv.ms/f/s!AnamEGAGZOMycBKA2E4GvmMYLhk?e=ov9nqC>

CONTACT :



MAISON
DE L'OR
Atelier de Joaillerie

10 Rue Jules Viette
25200 Montbéliard

03 81 91 05 54 - 06 18 51 33 69
contact@maisondelor.fr