

ONYX COM

CHARTE GRAPHIQUE

MMI AL1

UNIVERSITÉ DE TOULON

SOMMAIRE

- P.3** LE CHOIX DU NOM
- P.4** LE CHOIX DU LOGO
- P.5** LE CHOIX DES COULEURS
- P.6** FOND BLANC, NOIR ET COMPLEXE
- P.7** À FAIRE ET À NE PAS FAIRE AVEC LE LOGO
- P.8** NIVEAU DE GRIS, NOIR, ET BLANC, NUANCIER EN %
- P.9** LES POLICES AVEC DÉCLINAISONS
- P.11** DÉCLINAISONS DU LOGO, FORMAT CARRÉ ET ROND (RÉSEAUX SOCIAUX)
- P.12** SIMULATION DE BANDEAU WEB AVEC LOGO ET FAVICON IN SITU
- P.13** CARTE DE VISITE DES PERSONNELS
- P.14** PAPIER À LETTRE A4
- P.15** CARTON D'INVITATION
- P.16** KAKEMONO
- P.17** OBJETS PROMOTIONNELS
- P.18** MAQUETTE JOURNAL HEBDOMADAIRE
- P.19** MAQUETTE COMPTE RENDU DE RÉUNION

1. LE CHOIX DU NOM

Nous avons décidé de choisir le nom Onyx Com, dans un premier temps car nous sommes une agence de Communication, d'où la présence de l'abréviation "com". Et dans un second temps "Onyx" dans la mesure où c'est le nom d'une pierre précieuse aux propriétés en adéquation avec les valeurs de notre Agence. En effet, l'Onyx, en lithothérapie et autre, signifie l'enracinement, la force, et la confiance en soi.

Nous apprécions ces valeurs, et elles correspondent à celles que nous voulons diffuser avec cette Agence.

Une Agence de confiance, qui saura répondre aux demandes de ses clients avec sûreté et

composée d'une équipe de professionnels mettant ses compétences en application afin de satisfaire au mieux les exigences des clients.

2. LE CHOIX DU LOGO

En ce qui concerne le logo, nous avons décidé de garder une continuité entre le nom de l'agence et l'optique "Onyx".

En effet, nous avons décidé de garder la forme d'une pierre précieuse qui symbolise la clarté et la qualité de l'Agence. Une forme simple et épurée permet aussi de donner une impression de simplicité et de professionnalisme. Elle est aussi plus facilement mémorable et participe à la notoriété de l'agence.

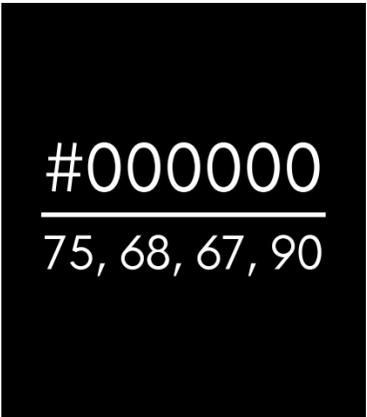
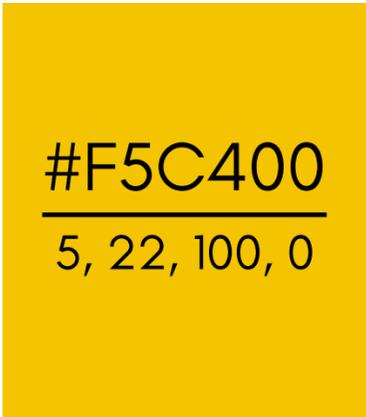
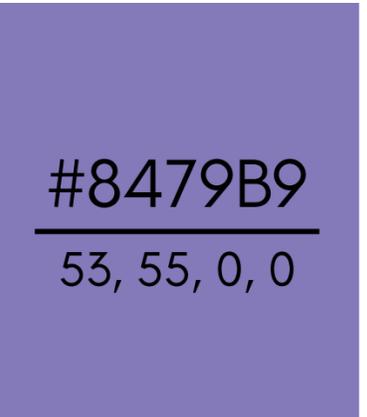


ONYX
com

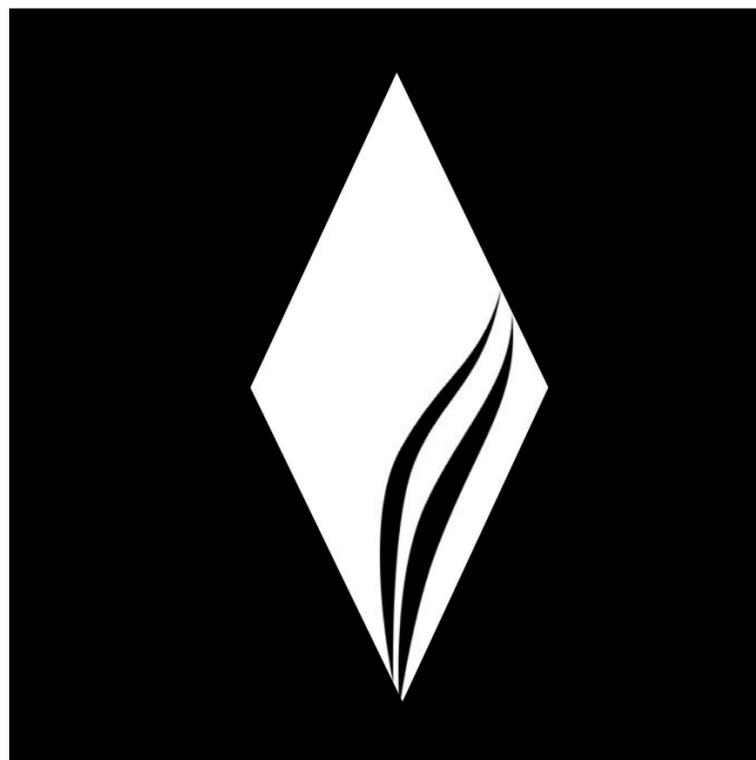
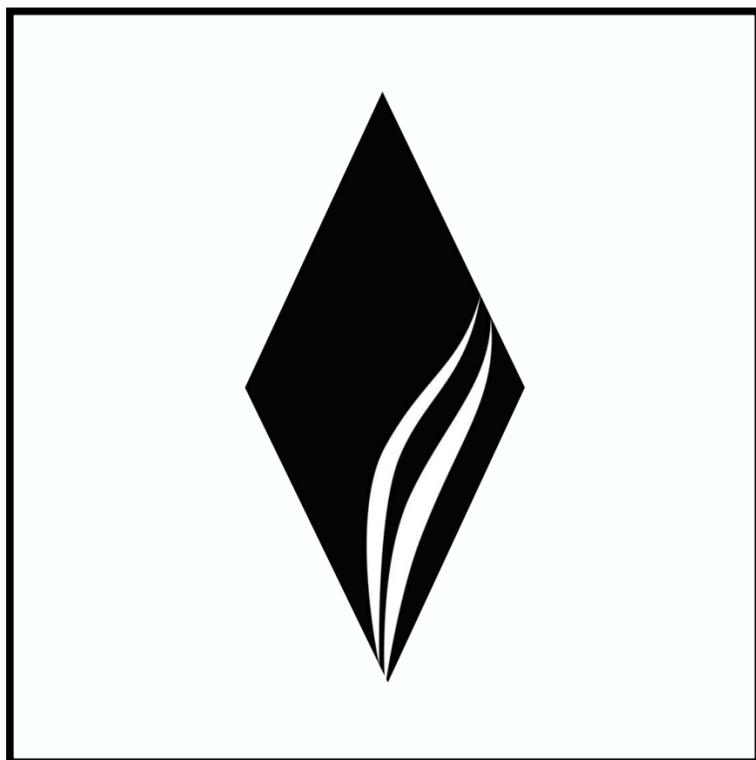
3. LE CHOIX DES COULEURS

Comme vu précédemment, dans un souci de continuité, nous avons décidé de rester dans cette thématique. La palette de couleurs tournera donc autour du noir, qui est la couleur représentative de cette pierre, ainsi que le blanc. Nous y avons ajouté les couleurs bleu lavande (# 957BFB) et jaune or (# F5C400). La première se rapporte au calme et au sérieux que nous souhaitons démontrer. La seconde, quant à elle, se rapporte à la puissance ainsi qu'au leadership que nous voulons apporter. Ces couleurs, en plus de leurs significations individuelles, sont aussi des couleurs vives et tendances. Le noir et blanc que nous avons décidé d'y associer permettent à la couleur lavande et jaune or de ressortir et ainsi de se démarquer tout en se complétant mutuellement. Ces couleurs permettent à l'agence d'avoir une image en rapport avec ses valeurs, mais aussi remarquable.

En résumé, notre palette est une combinaison de couleurs vives et modernes. Elle reflète notre image professionnelle et moderne, tout en restant remarquable et facilement reconnaissable.

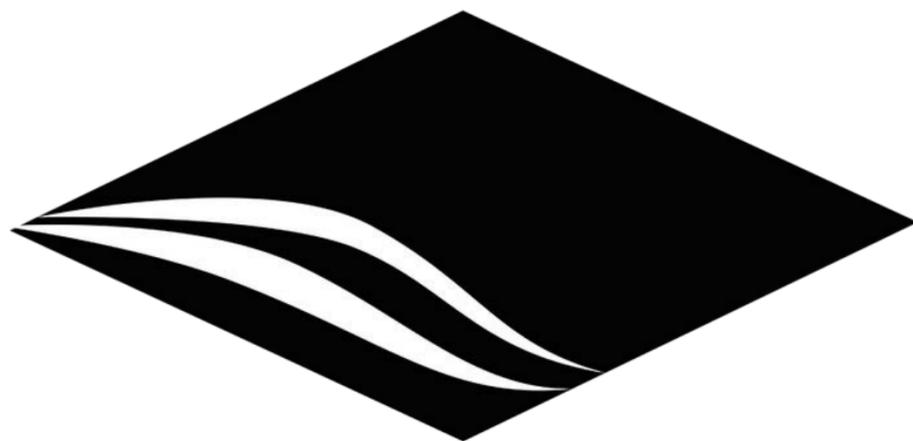
			WEB	PRINT
				
<u>#000000</u> 75, 68, 67, 90	<u>#24282C</u> 76, 66, 60, 66	<u>#F5C400</u> 5, 22, 100, 0	<u>#957BFB</u>	<u>#8479B9</u> 53, 55, 0, 0

4. FOND BLANC, NOIR ET COMPLEXE SUR LE LOSANG DU LOGO

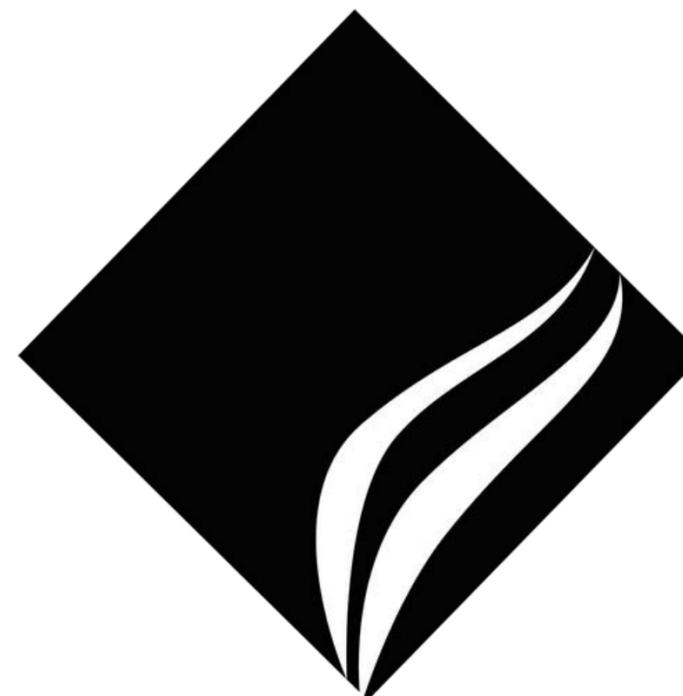


A FAIRE ET NE PAS FAIRE AVEC LE LOSANGE DU LOGO

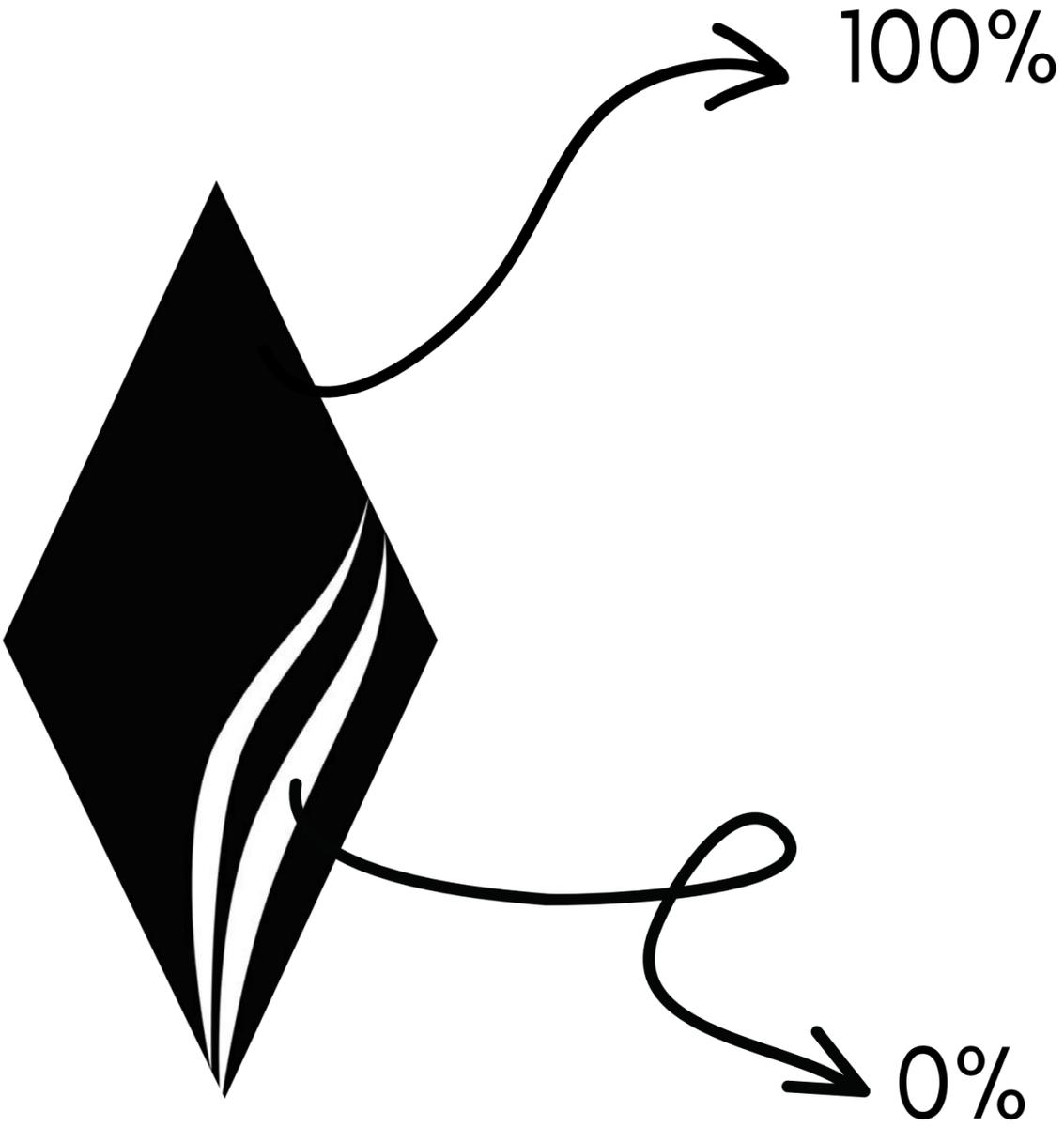
Retourner le logo



Aplatir le logo pour former un carré



5. NIVEAU DE GRIS, NOIR, ET BLANC, NUANCIER EN %



6. LES POLICES AVEC DÉCLINAISONS

1. POLICE "LEAGUE SPARTAN" POUR LE NOM DE L'AGENCE "ONYX"

La police "League Spartan" est une police d'écriture sans-serif moderne et géométrique, inspirée des caractères des anciens Spartiates. Elle est caractérisée par une grande lisibilité et des lignes épurées. Son utilisation en majuscules et en gras renforce l'impact visuel et confère au nom de l'agence une apparence solide et puissante.

Le choix de cette typographie pour le nom de l'agence "ONYX" s'explique par plusieurs raisons :

- Elle symbolise la force, la stabilité et la détermination, des qualités essentielles pour une agence de communication qui doit être en mesure de s'imposer sur un marché concurrentiel.
- Sa géométrie et son design épuré évoquent un style moderne et actuel, mettant en avant le côté innovant de l'agence.
- Sa lisibilité facilite la mémorisation du nom de l'agence et permet de maximiser l'impact du logo sur divers supports de communication.

LEAGUE SPARTAN

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

. , ; : @ # ' ! « / ? < > % & * () \$

6. LES POLICES AVEC DÉCLINAISONS

2. POLICE "GLACIAL INDIFFERENCE" POUR LE MOT "COM"

La police "Glacial Indifference" est une police d'écriture sans-serif minimaliste et géométrique. Elle se caractérise par des formes simples et une lisibilité optimale. L'utilisation de cette police en minuscules et en "regular" pour le mot "com" offre un contraste avec le nom de l'agence tout en restant cohérent avec l'esthétique générale du logo.

Le choix de cette typographie pour le mot "com" se justifie par plusieurs facteurs :

- Elle met en avant le secteur d'activité de l'agence (communication) de manière subtile et discrète, évitant de surcharger le logo.
- Elle renforce la cohérence visuelle en s'accordant avec la police "League Spartan" grâce à sa géométrie et son style épuré, tout en offrant un contraste intéressant avec les différences de poids et de taille des caractères.
- Sa simplicité et sa lisibilité s'alignent sur l'objectif de créer une identité visuelle efficace et mémorable pour l'agence.

GLACIAL INDIFFERENCE

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

. , ; : @ # ' ! « / ? < > % & * () \$

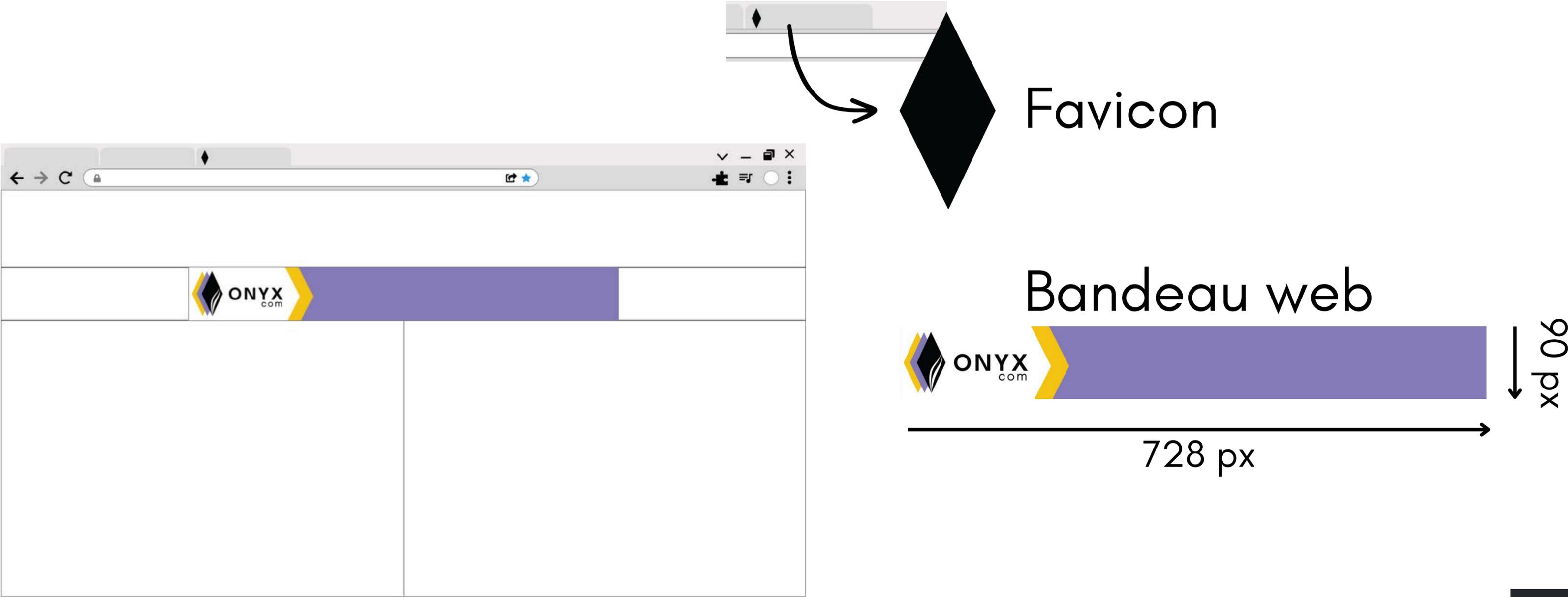
7. DÉCLINAISONS DU LOGO, FORMAT CARRÉ ET ROND (RÉSEAUX SOCIAUX)

WEB



8. SIMULATION DE BANDEAU WEB AVEC LOGO ET FAVICON IN SITU

WEB



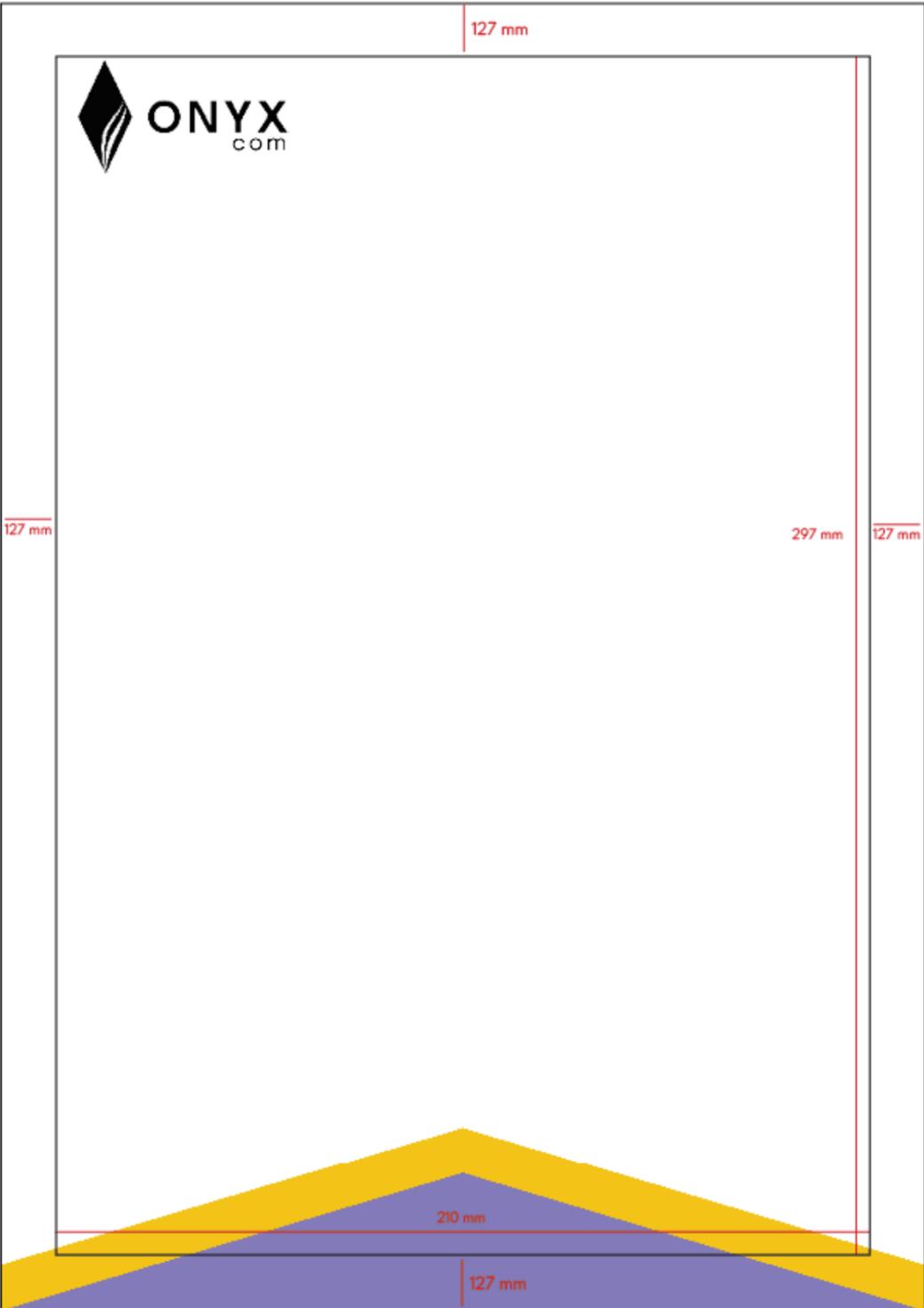
9. CARTE DE VISITE DES PERSONNELS

PRINT



10. PAPIER À LETTRE A4

PRINT



11. CARTON D'INVITATION

PRINT



12. KAKEMONONO

PRINT



13. OBJETS PROMOTIONNELS



14. MAQUETTE JOURNAL HEBDO

Projet pour
M. Lachaume

JOURNAL HEBDOMADAIRE Semaine X

La demande

Notre commanditaire, M. Lachaume, a décidé de déployer une agence de communication pour laquelle nous avons constitué une équipe de projet. Nous devons réaliser une campagne publicitaire détournée autour des haricots blancs, trouver un nom, créer un logo ainsi qu'une charte graphique, définir des statuts juridiques, réaliser un site vitrine et un teaser.

Notre équipe

Notre équipe se compose de 6 collaborateurs, à qui nous avons réparti des tâches afin de produire les futurs livrables du projet.

Kevin Ferreira - Chef de Projet
Hugo Barret
Clément Lacombe
Mathilde Millies-Lacroix
Gaëlle Sinclair
Lisa Vuagnoux

Contact : onyxcom.tl@gmail.com
iut **Mmi**
Toulon
Université de Toulon
BUT MMI All Grp B
Promotion Haricots Blancs



Réalisations

Cette semaine, nous avons peaufiné plusieurs étapes du projet :

- Réalisation 1
- Réalisation 2
- etc...

Problèmes rencontrés et leurs solutions

Problèmes :

- Problème 1
- Problème 2
- etc...

Solutions :

- Solution 1
- Solution 2
- etc...

Objectifs

Objectif 2 :

Ibus et remporero quata ipidia por sim adio voluptur sequiam latis et doluptur aut eum ipitaqui opta dolent, que versperum faccus explam quis eosto int esecusa adia asperum voluptam verum, quias nobit dolo

Objectif 2 :

Urio tet ipsam adiorro blandit iatias autasit ibusandae essit eum rest, quam fugias

Objectif 3 :

Olor aut moluptae natiberunt as eat dolor alitium quunt quo tem et adi ut aut quias cus quibus.

Contact : onyxcom.tl@gmail.com
iut **Mmi**
Toulon
Université de Toulon
BUT MMI All Grp B
Promotion Haricots Blancs



15. MAQUETTE COMPTE RENDU DE RÉUNION

Projet pour
M. Lachaume

COMPTE RENDU DE RÉUNION

Date

Notre feuille de réunion est un document complet qui regroupe toutes les informations importantes concernant nos réunions. Elle comprend le motif déclencheur qui a conduit à l'organisation de la réunion, l'ordre du jour précisant les sujets qui seront abordés, un résumé de ce qui a été discuté au cours de la réunion, ainsi que les décisions qui ont été prises. Cette feuille est un outil essentiel pour assurer la bonne communication et la transparence au sein de notre équipe.

COMPTE RENDU DE RÉUNION

Motif :

Catasper emperibus cor ani de-
nem veria im que venient, quae lab inis
eum veria ex exceror itempor ehenihi
ligname nihillo dolupta sero valorro

Ordre du jour :

-
-
-

Date :

Heure :

Personnes présentes :

-
-
-
-
-

Personnes absentes :

-
-
-

COMPTE RENDU DE RÉUNION

Résumé

Antia quodit ipid et aut aut modi blaboribus sunt. Imilita sperum aut omnis nossiti invel ipsunt et eum la des re nonsecum ento omniass umquuntibus eniminietur mi, nonse- di stiusanis amuscitat quiae cupatatiatur? Ficiet fuga. Epremporum est, site nis eum que andigna tquidis est valor molest, ipsum es rehent ipsum remque verum estios acero et voluptatum dolorum rende quam restis volessinctet in ressit ac- caboreius ande dolenis esequi corerov itemqui scimint, se- quid que natemo venducit repudi od utemqua estibus, corum fugitatis vent labo. Aximinis eaque vit, quas dolo quaectur aut landae nonsece rroria dest, elitat la dolorem et accate poreperum ium iunt reptasp ititur? Nat doluptatios ditibus, aut eos autessi musapeles am, simustincid quidelluptat es vero- rum ullaborpore repudic iliquo tes sitions ectur, corum vella acideles nonsequam re pelestrem quam nus min rem fugitis doloremquodi consect otatis venda coreriam erestius ex- ped maxim quas etur as qui officid et repudi quatem quo- sam qui re apel imilicatempe qui con eum vendita volupta- tibeas deligenis porisci delibea volo blate ped ut vent eiur mo officim usdant quibusamenim aut pla nestiorepudi to eos acersperrum numqui omnihil luptatit asimusapis et ius.

COMPTE RENDU DE RÉUNION

Décisions prises

Antia quodit ipid et aut aut modi blaboribus sunt. Imilita sperum aut omnis nossiti invel ipsunt et eum la des re nonsecum ento omniass umquuntibus eniminietur mi, nonse- di stiusanis amuscitat quiae cupatatiatur? Ficiet fuga. Epremporum est, site nis eum que andigna tquidis est valor molest, ipsum es rehent ipsum remque verum estios acero et voluptatum dolorum rende quam restis volessinctet in ressit ac- caboreius ande dolenis esequi corerov itemqui scimint, se- quid que natemo venducit repudi od utemqua estibus, corum fugitatis vent labo. Aximinis eaque vit, quas dolo quaectur aut landae nonsece rroria dest, elitat la dolorem et accate poreperum ium iunt reptasp ititur? Nat doluptatios ditibus, aut eos autessi musapeles am, simustincid quidelluptat es vero- rum ullaborpore repudic iliquo tes sitions ectur, corum vella acideles nonsequam re pelestrem quam nus min rem fugitis doloremquodi consect otatis venda coreriam erestius ex- ped maxim quas etur as qui officid et repudi quatem quo- sam qui re apel imilicatempe qui con eum vendita volupta- tibeas deligenis porisci delibea volo blate ped ut vent eiur mo officim usdant quibusamenim aut pla nestiorepudi to eos acersperrum numqui omnihil luptatit asimusapis et ius.

Contact : onyxcom.tl@gmail.com

iutMmi
TOULON

Université de Toulon
BUT MMI All Grp B
Promotion Haricots Blancs



Contact : onyxcom.tl@gmail.com

iutMmi
TOULON

Université de Toulon
BUT MMI All Grp B
Promotion Haricots Blancs



Contact : onyxcom.tl@gmail.com

iutMmi
TOULON

Université de Toulon
BUT MMI All Grp B
Promotion Haricots Blancs



Contact : onyxcom.tl@gmail.com

iutMmi
TOULON

Université de Toulon
BUT MMI All Grp B
Promotion Haricots Blancs

