



Charte Graphique

Manuel d'identité visuel



Sommaire



- 1. Introduction**
- 2. Le logo**
 - 2.1 Composition du logotype
 - 2.2 Les couleurs
 - 2.3 La typographie
 - 2.4 Les déclinaisons du logo
 - 2.5 Les versions couleurs du logo
 - 2.6 Les règles de base du logo
 - 2.7 Pattern Graphique
- 3. La typographie d'accompagnement**
- 4. La papeterie**





1. Introduction

La charte graphique ou normes graphique est un document de travail qui contient l'ensemble des règles fondamentales d'utilisation des signes graphiques qui constituent l'identité graphique d'une organisation, d'un projet, d'une entreprise.

Le but de la charte graphique est de conserver une cohérence dans les réalisations graphiques d'une même organisation, projet ou production (graphiste, directeur artistique...)

La barre utilisation de cette charte graphique permettra une meilleure continuité visuelle de tous documents vecteurs de l'identité visuel de l'agglomération.



Ce logotype est une combinaison de la lettre **J** (*Jun*) et **G** (*Grafik*) ayant la forme d'un graphiste travaillant sur un ordinateur.

2. Le logo

La lettre G pour Grafik



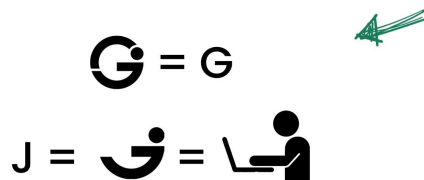
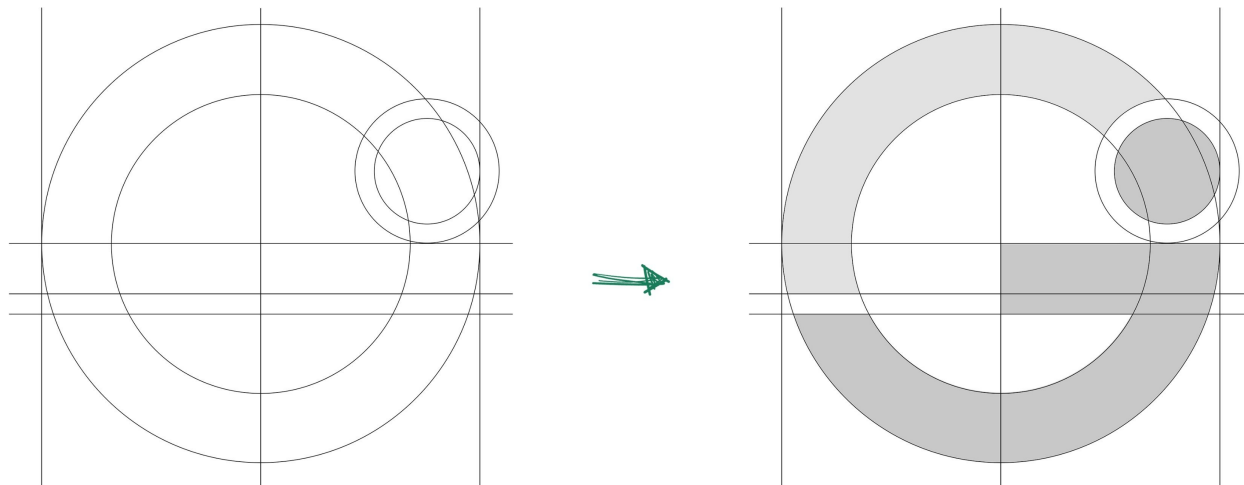
La lettre J pour Jun,

Forme de silhouette humaine symbolisant le lien essentiel avec nos clients

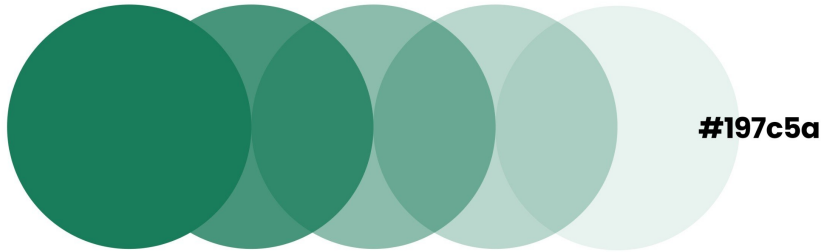
Nom de l'entreprise



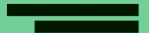
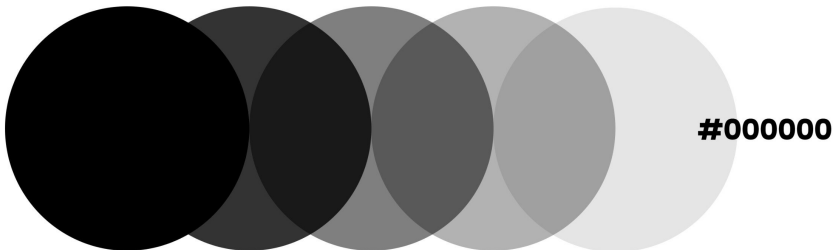
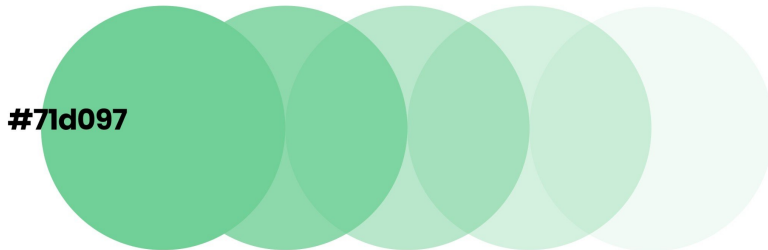
2.1 Composition du logo



2.2 Palette de couleur



La colorimétrie assure la cohérence et le professionnalisme de l'identité visuelle de la marque, Elle permet d'harmoniser tous les supports de communication, refléter les valeurs de la marque éviter les erreurs et guider les créateurs dans l'usage des bonnes couleurs.



2.3 La typographie

La typographie est utilisée en minuscule et en majuscule. Pour une meilleure cohérence de l'ensemble des documents et déclinaisons liés au logotype. On utilisera la même police que le compose dans des occasions différentes.

Poppins

abcdefghijklmnopqrstuvxyz

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

0123456789.



JUNGRAFIK
Creative Agency



2.4 Les déclinaisons du logo

- Forme verticale (*acceptée*)



- Forme horizontale (*interdite*)



- Icône seulement (*interdite*)



2.5 Les versions couleurs du logo

Les versions de couleurs apportent profondeur, hiérarchie et professionnalisme à sur les supports de communications. Elles améliorent la lisibilité, assurent la cohérence de la marque et permettent de créer différents états visuels. En bref, elles rendent le design plus clair et plus attractif.



2.6 Les règles de base du logo

D'une façon générale, aucune modification du logo n'est autorisée. C'est-à-dire qu'aucun des éléments qui le compose ne doit varier. Le logo se tient dans un rectangle fictif et ne doit pas en sortir.



2.7 Le pattern graphique



Les typographies d'accompagnement sont utilisées pour éviter le déséquilibre visuel dans l'utilisation des typographies supplémentaires



3. Les typographies d'accompagnement

Gotham

abcdefghijklmnopqrstuvxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789.

Gilroy

abcdefghijklmnopqrstuvxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789.

Neue Power-Ultra

abcdefghijklmnopqrstuvxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789.

4. La papèterie





Thanks for watching...