

05 / CHARTE GRAPHIQUE



PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

Notre application mobile a vu le jour le 14 octobre 2021 et consiste à conseiller des restaurants à mi-chemin entre plusieurs personnes. Vous souhaitez organiser une soirée au restaurant sans faire trop de route ? Téléchargez l'application et bénéficiez d'une palette de restaurants entre chez vous et votre ami. Notre application et ses employés réussiront à répondre à vos attentes sans vous décevoir.

Notre application a été fondé sur trois piliers qui sont : La fiabilité, l'innovation et l'audace.

JUSTIFICATION DU LOGO

COULEUR

La couleur principale : des nuances d'orange, représente la jeunesse et la créativité. En effet, la couleur correspond aussi au dynamisme et à la fraîcheur. C'est pourquoi elle est utilisée de façon efficace dans les visuels de call to action pour inciter les consommateurs à agir.

L'orange est l'image de la bienveillance, cette valeur est présente aussi bien entre nous qu'avec nos clients.



BREAK • HALF

Le logo de notre application représente en premier lieu le symbole d'un point de localisation. On peut voir que ses contours sont représentés par un couteau et une fourchette en rapport avec la nourriture et les restaurants. Les manches de ces derniers se rejoignent pour représenter un chemin / une route. Enfin, la pointe du logo se rapporte au point de rendez-vous des personnes.

La localisation représente le point de rendez-vous entre les personnes afin de passer un bon moment. La fourchette et le couteau entrelacés représentent l'union et la fusion des personnes utilisant notre application.

SYMBOLE & FORME

LE NOM

Le nom de l'application est BreakHalf. Break fait référence à breakfast (mot anglais) qui signifie en français déjeuner, Half signifie en français moitié. Nous avons choisi un mot anglais car notre application est disponible à l'international. Ce titre reflète le concept de l'application.

BREAK • HALF

LES DÉCLINAISONS

Plusieurs déclinaisons du logo ont été faites selon les utilisations

Sur fond blanc



Plusieurs déclinaisons du logo ont été faites selon les utilisations



Il est possible de présenter l'image de l'entreprise seulement avec le symbole que ce soit fond blanc, noir ou complexe.

Sur fond noir



Sur fond noir, le logo peut se présenter en couleur ou en blanc.

Sur fond complexe



Sur fond complexe, le logo se présente soit en blanc ou soit en noir selon la manière dont ressortira le logo. Il est également possible de laisser le logo en couleur si le fond reste simple et ne perturbe pas sa visibilité.

Les interdits



Mettre le titre sur le logo



Mettre le titre à côté du logo



Déformer le logo



Changer la forme ou la couleur du logo

LES COULEURS

Les couleurs primaires

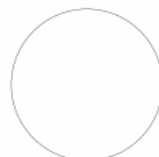
Les couleurs primaires représentent l'image de l'agence. Elles sont utilisées principalement pour le logo mais également pour la création de supports numériques.



#DA662C



#E49058



#FFFFFF



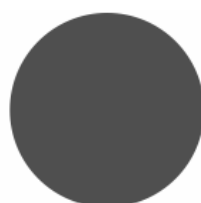
#000000

Les couleurs secondaires

Les couleurs secondaires ont été ajoutées pour être utilisées à la création de supports numériques. Ces deux teintes de gris rajoutent une touche de couleur douce et apaisante aux documents. En effet, le gris représente le calme.



#888989



#4A4949

LESTYPOGRAPHIES

EXPLICATION

Dolce Vita Heavy est une police majuscule faite pour les designers, par des designers. Elle est utilisée dans notre logo en Bold et en Normal. Elle sera également utilisée comme titre pour les documents officiels. Pour les créations graphiques et les sous-titres nous utiliserons la police Century Gothic.

LES APPLICATIONS

La carte de visite



Les goodies

