

# Charte graphique BILB'HARITZ



# Sommaire

- ▶ Introduction
- ▶ I - Logotype :
  - I.1 Identité institutionnelle / partenaire
  - I.2 Couleur
  - I.2 Police
  - I.3 Version monochrome
- ▶ II - Utilisation du logotype :
  - II.1 Taille minimale
  - II.2 Utilisations proscrites
  - II.3 Logotype sur fond
  - II.4 Espace de dégagement
- ▶ Objectifs
- ▶ Cibles

# Introduction

La charte graphique a pour objectif d'établir les règles d'utilisation de la communication visuelle et de permettre ainsi une identification claire et homogène de l'institution, conformément à sa mission de service

Crée en 2022, BILB'HARITZ confectionne des bilboquets uniques et prestigieux. Elle vend des objets de collection à fonction décorative. L'intemporel jeu devient ici œuvre, et prend sa place dans une décoration d'intérieur. Notre entreprise adopte une charte graphique évocatrice de son positionnement luxueux. De l'arbre à l'art, BILB'HARITZ est le maître d'œuvre.

Nous avons fait le choix d'illustrer le logo avec un chêne pour rappeler la matière que nous utilisons, le nom « Haritz » est la traduction du chêne en basque et les racines représentent l'arbre généalogique pour rappeler que l'idée vient à la base d'un héritage familiale.

# I.1 Logotype

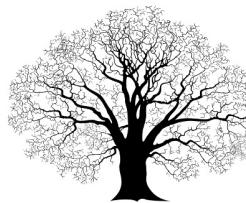
## ► Identité institutionnelle



Cette signature en format « carré » est apposée sur l'ensemble des documents conçus, réalisés par nos soins et utilisée pour signer ses actions propres.

Elle est donc exclusivement réservée à l'institution.

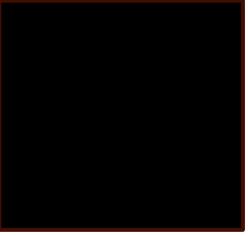
## ► Identité partenaire



Lorsque BILB'HARITZ apparaît en tant que partenaire, la version en bandeau doit être utilisée pour assurer la lisibilité du nom et la visibilité du logotype.

La version partenaire conserve les mêmes caractéristiques que le logotype institutionnel, en termes de coloris, de signe graphique et de typographie.

## I.2 Couleur



C0 M0 J0 N0

R0 V0 B0

Hex.#000000

C'est à travers la couleur noire que nous avons souhaité transmettre notre positionnement haut de gamme et une certaine élégance dans nos produits.



C0 M0 J0 N0

R255 V255 B255

Hex.#FFFFFF

Le blanc est synonyme de pureté et de propreté, valeurs que l'on souhaite communiquer à travers notre qualité

## I.3 Polices

"Abhaya Libre Regular"

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789



B LB'HARITZ

Nous avons choisi cette typographie qui représente la qualité que nous essayons de transmettre et qui donne un sentiment de légèreté, les empattements présents créer un équilibre entre l'esthétique traditionnel et l'approche moderne.

"Aileron Regular"

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789



DEPUIS 1972

Cette deuxième police utilisée est différente de celle du nom de marque afin de comprendre la réelle distinction entre le nom et l'origine temporelle de la marque. La faible épaisseur des lettres permet de ne pas distraire l'attention du nom principal.

# I.3 Version monochrome

Une variante monochrome (une seule couleur) est utile pour les documents destinés à être photocopiés, faxés, imprimés en une couleur et quand le fond sur lequel le logotype est apposé ne permet pas une bonne visibilité des couleurs. Dans le cas présent, nous avons fait le choix d'avoir un logo noir et blanc, une variante monochrome n'est donc pas nécessaire.

## ► Identité institutionnelle



## ► Identité partenaire



## II.1 La taille minimale

- ▶ Concernant l'identité partenaire, un logo de 25 mm de hauteur correspond à un document de 210 mm x 297 mm de hauteur (format A4). Pour une affiche de 400 mm x 600 mm, le logo fera 50 mm de hauteur au minimum.

25 mm  
minimum



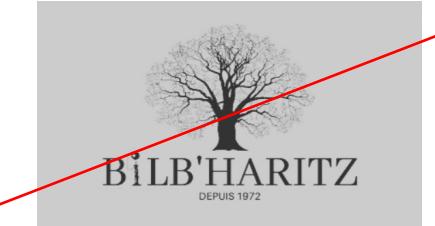
BILB'HARITZ  
DEPUIS 1972

Hauteur du document	297 mm	420 mm	600 mm	1760 mm
Hauteur du logotype	25 mm	35 mm	50 mm	148 mm

## II.2 Utilisations proscrites



Ne pas convertir le logo en niveaux de gris



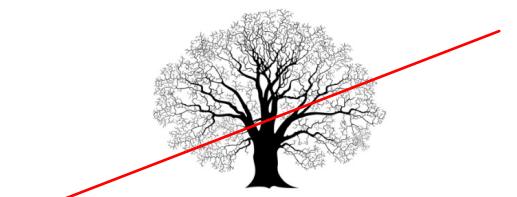
Ne pas mettre de fond



Ne pas déformer le logotype



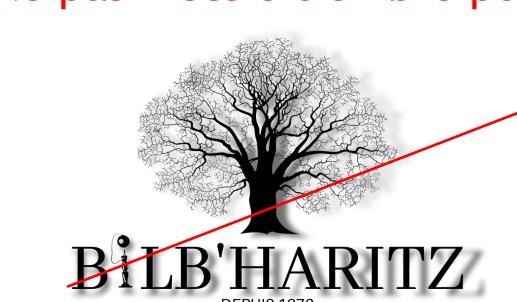
Ne pas changer de police



Ne pas dissocier les éléments



Ne pas mettre d'ombre portée



## II.3 Logotype sur fond monochrome

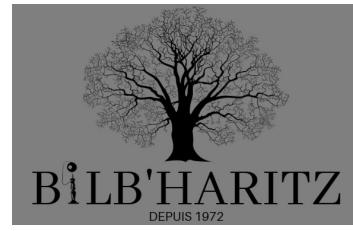
### ► Identité institutionnelle - Monochrome



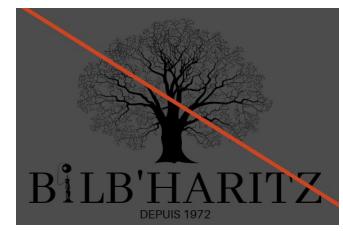
10 %



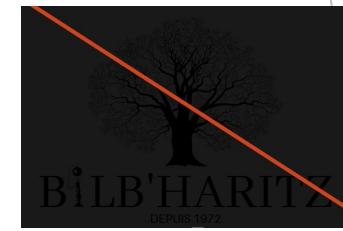
30 %



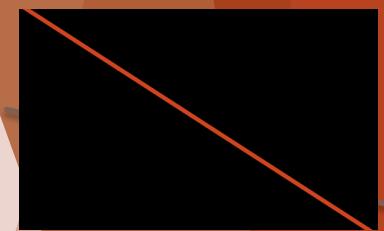
50 %



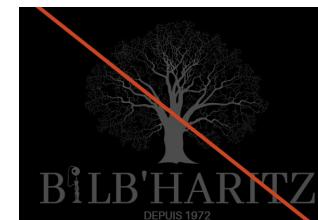
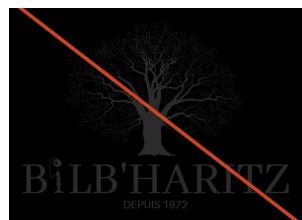
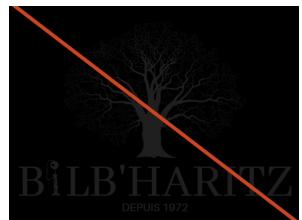
70 %



90 %



100 %



## II.4 Espace de dégagement



- ▶ Afin de respecter la charte graphique et assurer une bonne lisibilité, le logo doit également disposer d'un espace de dégagement proportionnel à un des éléments du logo.
- ▶ Voici différents exemples, nous prenons ici comme espace de dégagement la taille de la police du logo.

# Objectifs

- ▶ **Objectif cognitif** : Faire connaître les anciens jouets de collection

Pour l'objectif cognitif, on souhaite faire connaître aux potentiels acheteurs nos produits qui leur rappelleront leur enfance.

- ▶ **Objectif affectif** : Faire aimer l'artisanat et le retour en enfance

L'objectif affectif est ici de faire aimer les valeurs du fait main et de la beauté de l'objet de collection.

- ▶ **Objectif conatif** : Faire venir les acheteurs dans notre boutique pour qu'ils puissent admirer les bilboquets et imaginer une place pour l'objet chez eux.

Concernant l'objectif conatif, il faut faire venir les clients dans la boutique pour leur donner l'envie d'acheter

# Cibles

- ▶ Cœur de cible : hommes et femmes à partir de 55 ans CSP+ ayant comme centre d'intérêt les objets de collection et l'art en général.
- ▶ Cible principale : individus attachés aux objets d'art réalisés en bois, à l'authenticité et aux objets de collection.
- ▶ Cibles secondaires : magasins de décoration, les journalistes et les influenceurs.