

01.

CHARTRE

GRAPHIQUE



02.

SOMMAIRE

- 01. Page de garde
- 02. Sommaire
- 03. Préambule
- 04. Logo principal
- 05. Variantes monochromes
- 06. Variantes sur fonds colorés
- 07. Dimensions et zones de protection
- 08. Couleurs
- 09. Typographie
- 10. Interdits
- 11. Roll up

03.

PRÉAMBULE

BurgerExpress est une chaîne de restauration rapide fictive qui se spécialise dans les hamburgers de qualité supérieure, les frites croustillantes et les milkshakes délicieux. L'entreprise est axée sur la rapidité du service, la fraîcheur des ingrédients et l'expérience.



04.

LOGO PRINCIPAL

Un logo est une représentation graphique symbolisant l'identité d'une marque, d'une entreprise...

Ici, le logo de BurgerExpress évoque instantanément la convivialité des milkshakes délicieux. Il présente un verre de milkshake délicieusement crémeux, avec une paille plongée dans cette gourmandise.

En un seul regard, ce logo capture la promesse de BurgerExpress : des milkshakes exquis et une atmosphère chaleureuse.



05.

VARIANTES MONOCHROMES

Une variante de logo monochrome est envisagée lorsque la couleur n'est pas appropriée ou lorsque le logo doit être utilisé en noir et blanc. Elle garantit la lisibilité du logo ainsi que la reconnaissance de la marque ou de l'entreprise, sans qu'on puisse se fier à sa couleur.



06.

VARIANTES SUR FONDS COLORÉS

Une variante de logo sur fond coloré est envisagée afin d'intégrer le logo dans diverses situations.

BURGER EXPRESS



07.

DIMENSIONS ET ZONES DE PROTECTION

Les dimensions et zones de protection d'un logo garantissent son intégrité et sa lisibilité peu importe la façon dont il est utilisé.

L : 253,4821 px

H : 64,3808 px



08.

COULEURS

Les couleurs pastels ont été recommandées par l'entreprise pour donner une touche rétro et chaleureuse.

La couleur rose symbolise la séduction et la fidélité des clients de BurgerExpress.

#E3C2CD

#C53F59

#E48CA2

#000000

09.

TYPOGRAPHIE

Le choix des polices “Fall” et “Hoefler Text” se justifie par leur capacité à évoquer le style rétro recherché par l’entreprise.

“Fall” a cet aspect script manuscrit décontracté qui rappelle les époques passées, tandis que “Hoefler Text” a une esthétique classique qui renforce cette impression rétro.

*AaBbCc**AaBbCc*

AaBbCc

AaBbCc

10.

INTERDITS

Un logo est un élément essentiel de l'identité visuelle d'une entreprise. Il doit être simple, mémorable et efficace. Il est alors important de respecter certaines règles et d'éviter certains interdits.

01. Ne pas déformer le logo : le logo doit être respecté dans ses proportions et couleurs. Il ne doit pas être étiré, compressé ou recoloré sans autorisation.

02. Ne pas modifier les éléments du logo : il est interdit d'enlever ou d'ajouter des éléments au logo.

03. Ne pas utiliser le logo sur un fond inapproprié : le logo doit être lisible et reconnaissable sur tous les supports.

11.

ROLL UP

Un roll up est un support d'affichage portable qui peut être déroulé ou déplié pour afficher un message publicitaire, des informations sur une entreprise, des produits ou des services. Ici, le roll up sert à faire la promotion des délicieux milkshakes de BurgerExpress.

