

CHARTRE GRAPHIQUE

**IDENTITÉ VISUELLE ET CRÉATION
DE LA CHARTRE GRAPHIQUE DE
MON CLUB FORME**



MON CLUB FORME MCF

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	p.3
2. IDENTITÉ VISUELLE	p.5
2.1. Historique	p.6
2.2. Logotype	p.7
3. CHARTE GRAPHIQUE	p.9
3.1 Forme et taille	p.10
3.2 Typographie	p.11
3.3 Les couleurs	p.12
3.4 Gestion sur fonds	p.18
3.5 Les interdits	p.22
3.6 Marquage des spécialités	p.23
3.7 La papeterie	p.26
3.8 Supports terrain	p.31
3.9 Goddies	p.35
4. CONCLUSION	p.36

1. INTRODUCTION

1. INTRODUCTION

Nous sommes un groupe de 4 étudiants en 3^{ème} année de licence Management du Sport en STAPS, issu de la promotion 2017/2018 à l'université de Rennes 2. Dans le cadre de notre enseignement de Marketing Opérationnel, nous réalisons l'identité visuelle d'une petite salle de sport nommée « Mon Club Forme » située à Mayenne (53).

La salle a été créée en 2008 par Thomas Barré ayant comme projet de créer un nouvel élan dans la culture du sport et de la musculation à Mayenne. Il reprend un bâtiment ayant appartenu à une autre entreprise (ATMO) qui a dû diminuer la taille de sa structure à cause de sa situation économique. À ses débuts, la salle avoisinait les 350 adhérents et en compte aujourd'hui plus de 500. La structure se trouve dans une zone artisanale de Mayenne. Une zone dynamique avec la présence d'un centre commercial Hyper U[®] et d'un Intersport[®] qui présentent un potentiel d'attractivité très important. "Mon club Forme" a vu sa concurrence se développer dans cette zone d'activités avec l'apparition en septembre 2017 d'une autre salle de sport, l'Orange Bleue.

Thomas Barré est épaulé par Pierre Loyer. Ils se distribuent les rôles en lien avec leurs qualifications et leur temps de travail. La salle propose une utilisation de matériel sportif et ses deux collaborateurs assurent des cours de sport en groupe. Les clients de la salle sont majoritairement des femmes qui participent aux cours collectifs où qui utilisent les appareils de cardio-musculation (60% environ). Le 40% restants sont constitués d'hommes participant également aux cours collectifs, utilisant principalement le parc de musculation et cardio-musculation.

La salle de sport Mon Club Forme a été la structure d'accueil du stage de licence 3 de Clément. Au cours de ce stage, Clément apprend que Thomas Barré a perdu l'accès aux ressources graphiques. Clément présente donc cette structure au groupe. Nous finissons par nous mettre d'accord en estimant que la salle aurait besoin d'un visuel plus innovant. Nous allons donc recréer une identité visuelle complète et actuelle de cette salle de sport.

Nous souhaitons donc lui soumettre notre projet étudiant, lui permettant la possibilité d'avoir une charte graphique complète, dans laquelle il pourra s'inspirer pour modifier son identité visuelle, voire de la remplacer afin de diffuser une image d'un club toujours en quête de nouveauté.

Nous allons donc, dans un premier temps, présenter l'identité visuelle que nous avons créée et expliquer les choix qui nous ont dirigés vers ce résultat. Puis nous développons la charte graphique de l'identité visuelle.



MON CLUB FORME
MCF

2. IDENTITÉ VISUELLE

2.1 Historique

p.6

2.2 Logotype

p.7

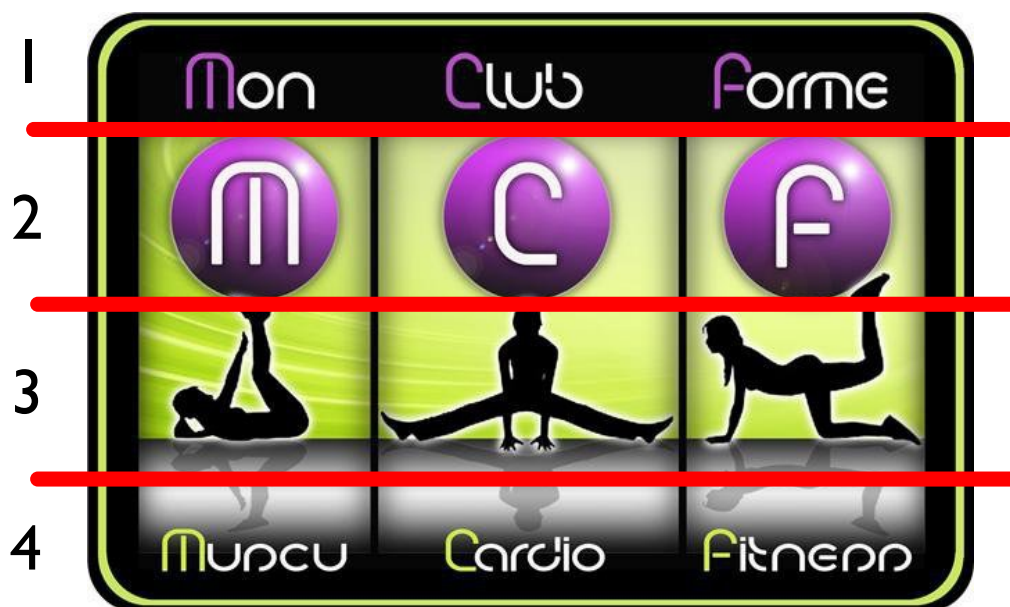
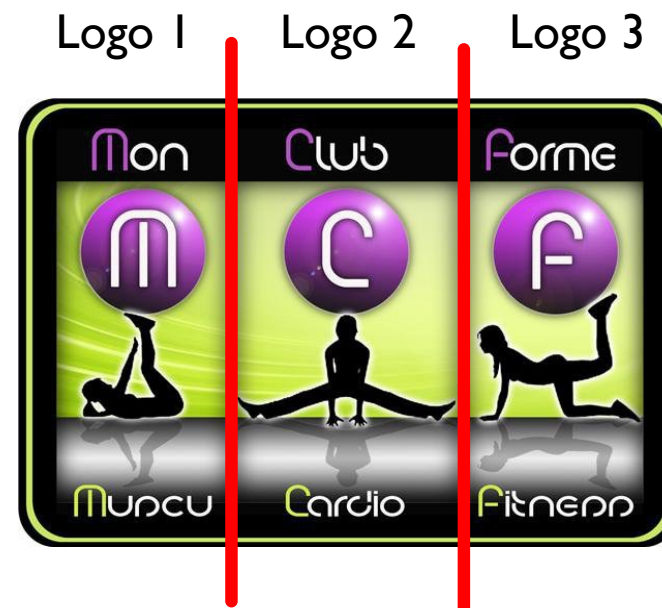
2. IDENTITÉ VISUELLE

2.1 Historique

Mon Club Forme n'a connu qu'une seule identité visuelle depuis sa création en 2008. Au fil des années, les tendances en terme de graphisme évoluent et ne sont plus les mêmes qu'il y a 10 ans.

L'actuel logo de la salle de sport n'est plus au goût du jour. En effet la tendance actuelle se base plus sur des logos simples, épurés avec des formes et des icônes minimalistes.

Nous pouvons même constater que l'identité visuelle ne ressemble pas à proprement parlé à un logotype. Elle ressemble plus à 3 logos assemblés pour n'en former qu'un seul.



Cette identité visuelle est constituée en 4 zones :

- Une première zone avec le nom complet de la structure : Mon Club Forme
- Une deuxième zone avec seulement les initiales de la structure : MCF
- Une troisième zone avec des silhouettes de femmes, dans différentes activités de fitness.
- Une quatrième zone avec les 3 spécialités de la salle de sport : Muscu, Cardio et Fitness. Les trois initiales de ces spécialités correspondent aux mêmes initiales du nom de la structure.

2. IDENTITÉ VISUELLE

2.2 Logotype

Pour réaliser une nouvelle identité visuelle, nous n'avions pas de contraintes particulières, si ce n'était de garder les deux couleurs principales : le rose et le vert.

Nous avons juste changé les teintes de couleurs, en partant sur des tons plus adoucis avec des teintes légèrement pastels.

Le nom de la structure a été mis en avant afin que ce soit la principale information perçue. Les initiales M,C et F ont été rapprochées et le nom complet de la salle a été placé juste en dessous ses initiales.

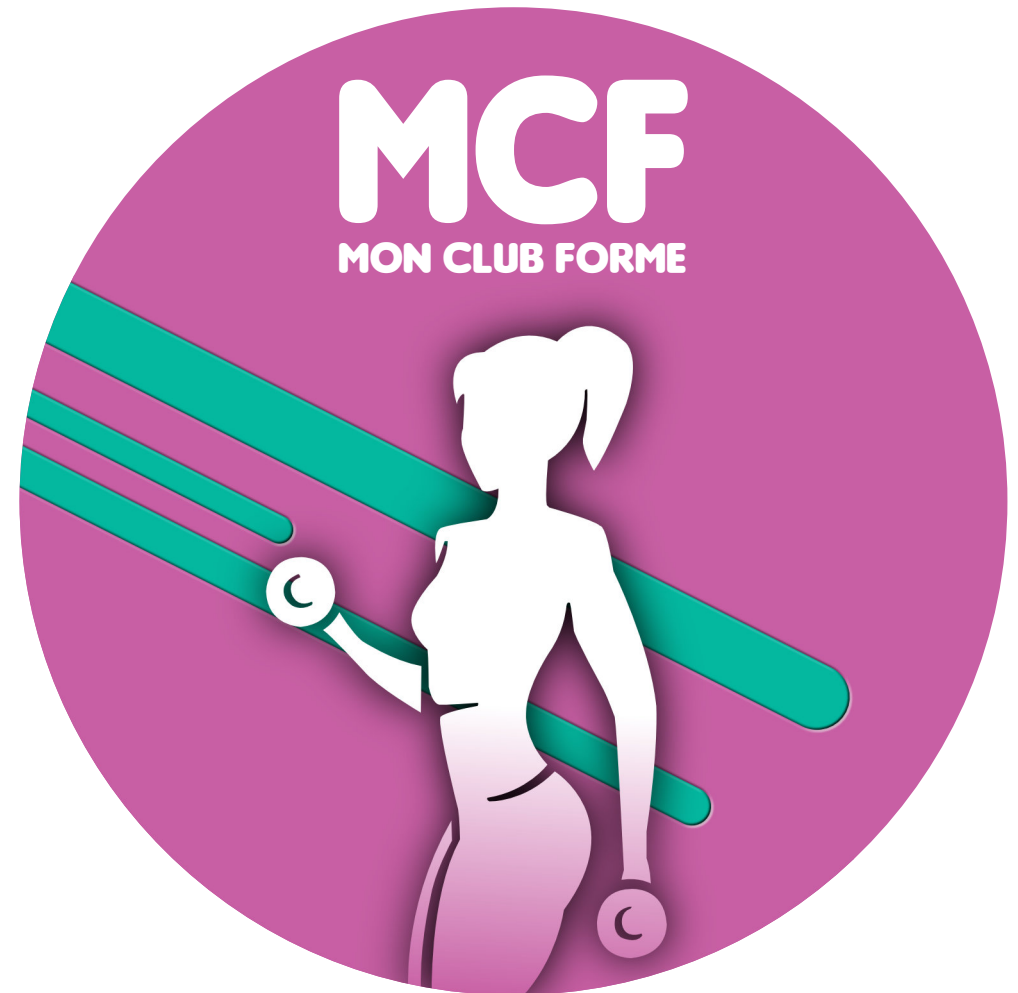
Les initiales ainsi que le nom de la structure ont des contours adoucis, pour rester dans la forme circulaire du logo, et ainsi créer une harmonie.

Une silhouette de fit-girl a été positionnée au centre car les femmes représentent la population la plus importante de la salle de sport, particulièrement au sein des cours collectifs.

Le dégradé de couleur présent dessus permet d'homogénéiser la silhouette avec le fond rose du logo, pour qu'elle face partie intégrante de l'identité visuelle.

Une ombre externe a été rajoutée à cette silhouette, pour la faire ressortir du fond rose et des bandes vertes.

Les trois bandes vertes représentent les trois principales spécialités de Mon Club Forme : la Muscu, le Cardio et la Fitness. Elles ont été disposées de cette manière pour casser la forme circulaire de logo et faire ressortir davantage le silhouette. Afin de ne pas casser complètement cette harmonie autour des formes circulaires, leurs contours ont été adoucis afin de rester dans le thème. Leurs largeurs et leurs longueurs sont différentes pour rappeler la diversité des activités de la salle de sport.



2. IDENTITÉ VISUELLE

2.2 Logotype

Le but de cette nouvelle identité visuelle est de créer une harmonie entre les différents éléments qui la composent, de part leur forme, leur couleur et leur placement dans le logotype.

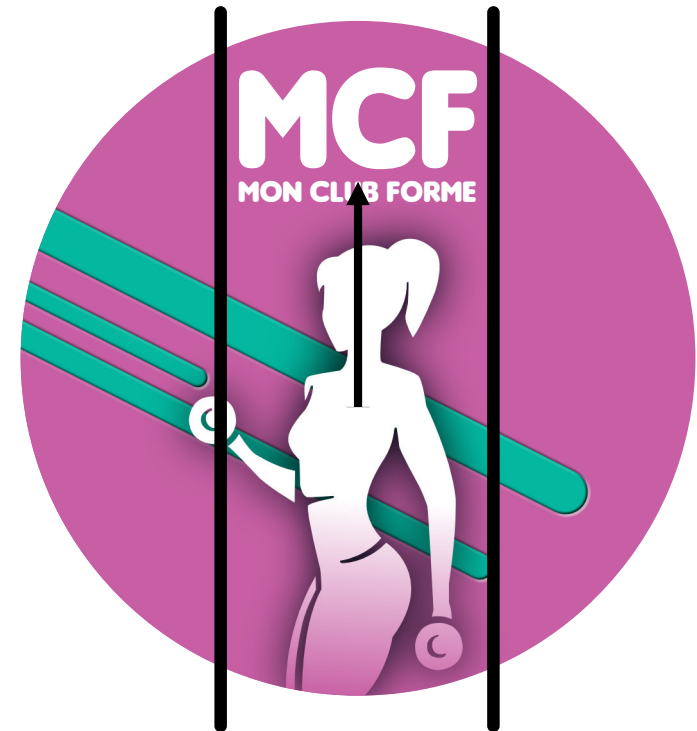
La forme du logo est circulaire pour créer une zone centrale qui sera directement visible et perçue par le public. Cette zone est verticale et rassemble les deux éléments important de cette identité : les initiales avec le nom de la structure et la silhouette de la fit-girl.



Zone de
texte

Zone de
dessin

Zone de lecture



Au sein de ce logotype, deux zones ont aussi été créées. Une zone de texte et une zone de dessin, comprenant les trois bandes vertes et la silhouette.

MON CLUB FORME MCF

MON CLUB FORME

3. CHARTE GRAPHIQUE

3.1	Forme et taille	p.10
3.2	Typographie	p.11
3.3	Les couleurs	p.12
3.4	Gestion sur fonds	p.18
3.5	Les interdits	p.22
3.6	Marque des spécialités	p.23
3.7	La papeterie	p.26
3.8	Supports terrain	p.31
3.9	Goodies	p.35

3. CHARTE GRAPHIQUE

3.1 Forme standard et taille

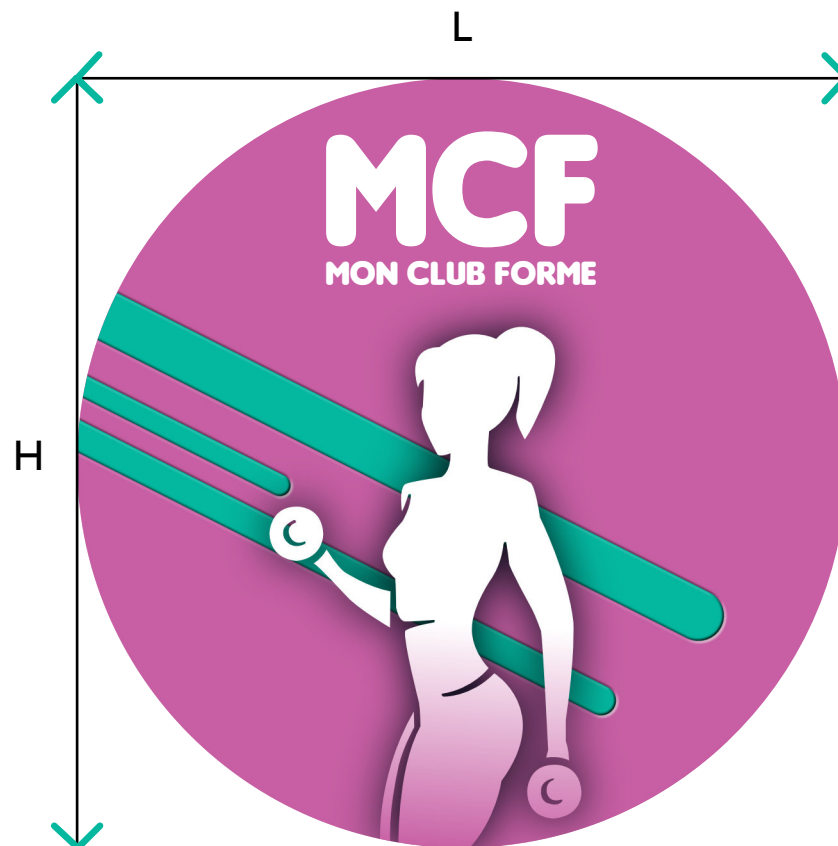
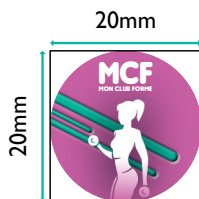
Forme standard

Le logotype présent correspond à la forme standard à utiliser.

Taille minimale

Dans le cas de reproduction où le logotype est reproduit à petite taille, on appliquera une règle simple calculée sur la hauteur du logotype.

Lisibilité suffisante du logotype : $H > 20\text{mm}$
Le logotype sera utilisé au minimum dans un format $L=20\text{mm}$ et $H=20\text{mm}$



3. CHARTE GRAPHIQUE

3.2 Typographie

Typographie de titrage

INSANIBURGER COURANT

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ
1234567890**

Typographie administrative et éditoriale

Gill Sans normal

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
àâéèêîôûùœæç
ÀÂÉÈÊÎÔÛÙŒÆÇ
1234567890

MON CLUB FORME MCF

3.3 LES COULEURS

3.3.1 Version quadrichromie	p.13
3.3.2 Version pantone	p.14
3.3.3 Version RVB	p.15
3.3.4 Version noir et blanc	p.16
3.3.5 Version au trait	p.17

3. CHARTE GRAPHIQUE

3.3 Les couleurs

3.3.1 Version quadrichromie

L'utilisation du logotype version quadrichromie est privilégiée par rapport aux versions pantone et RVB présentées dans les pages suivantes.

Le logotype s'appliquera principalement sur fond blanc (hors cas cités dans les pages suivantes).



C : 18

M : 76

J : 0

N : 0

C : 75

M : 1

J : 49

N : 0

C : 0

M : 0

J : 0

N : 0

3. CHARTE GRAPHIQUE

3.3 Les couleurs

3.3.2 Version pantone

Certains supports nécessitent l'utilisation de tons Pantone pour l'impression :

- supports qualitatifs,
- sérigraphie sur objets et textile,
- plaquette prestige.



PANTONE
GOEBRIDGE COATED

32-2-4 C

PANTONE
GOEBRIDGE COATED

106-1-2 C

PANTONE
GOEBRIDGE COATED

BLANC

3. CHARTE GRAPHIQUE

3.3 Les couleurs

3.3.3 Version RVB



R : 200

V : 95

B : 164

R : 4

V : 183

B : 159

R : 255

V : 255

B : 255

3. CHARTE GRAPHIQUE

3.3 Les couleurs

3.3.4 Version noir et blanc

Si pour des raisons économiques ou techniques, l'impression couleur s'avère difficile ou impossible, la version noir et blanc sera utilisée (impression en noir, photocopie, documents internes...).

Dans le cas d'une impression en noir, on utilisera en priorité la version en niveau de gris.



NOIR

100%

NOIR

70%

NOIR

0%

3. CHARTE GRAPHIQUE

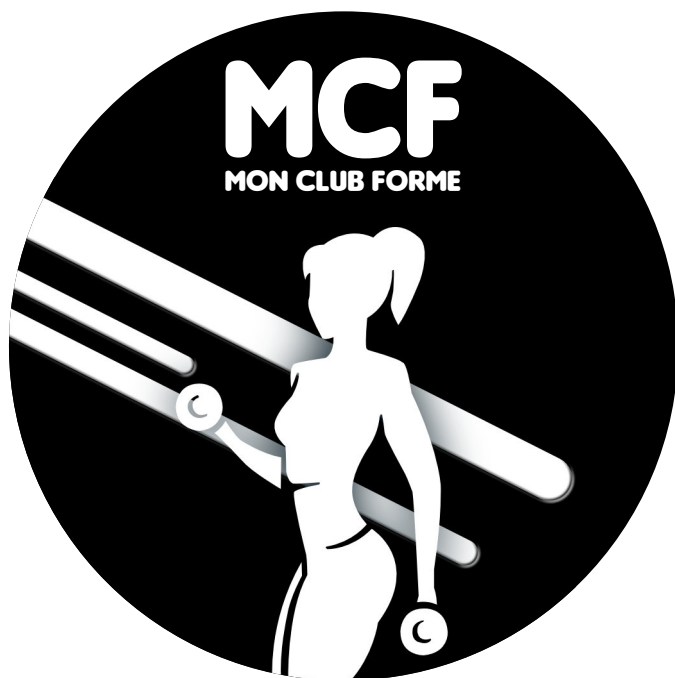
3.3 Les couleurs

3.3.5 Version au trait

Pour répondre à certaines contraintes d'impression, les versions au trait existent. La couleur à privilégier est le noir. Cependant le rose, le vert et le blanc peuvent être utilisés par ordre de priorité après le noir.

Pour le logotype à privilégier, le couleur de fond est le noir et les formes ainsi que le texte sont en blanc.

Pour les autres logotypes, le fond est en blanc et les formes ainsi que les textes sont d'une seule et même couleur.



C : 18

M : 76

J : 0

N : 0



C : 75

M : 1

J : 49

N : 0



C : 100

M : 100

J : 100

N : 100



3. CHARTE GRAPHIQUE

3.4 Gestion sur fonds

Fond noir ou dense

L'utilisation du logotype en quadrichromie sur fond noir ou sur fond foncé est autorisée.

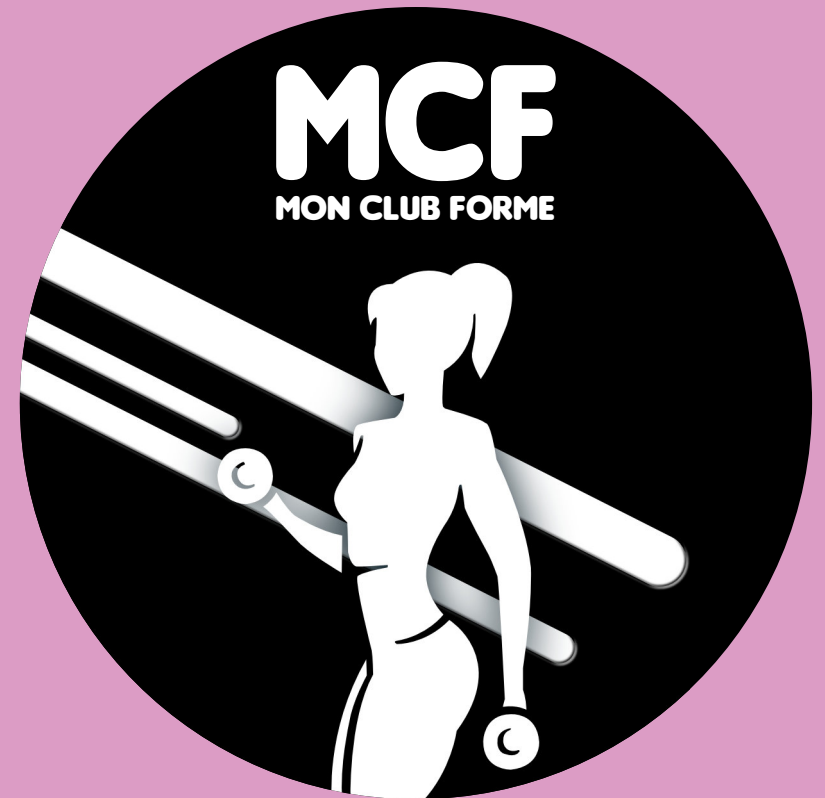


3. CHARTE GRAPHIQUE

3.4 Gestion sur fonds

Fond rose

L'utilisation du logotype en quadrichromie sur tout type de teintes rose n'est pas lisible. On utilisera donc la version au trait noir. L'identité visuelle ressortira mieux malgré la suppression des couleurs.



3. CHARTE GRAPHIQUE

3.4 Gestion sur fonds

Fond perturbé

L'utilisation du logotype en quadrichromie sur une image est autorisée. Il faut cependant veillez à l'harmonie des couleurs du logotype et de l'image.

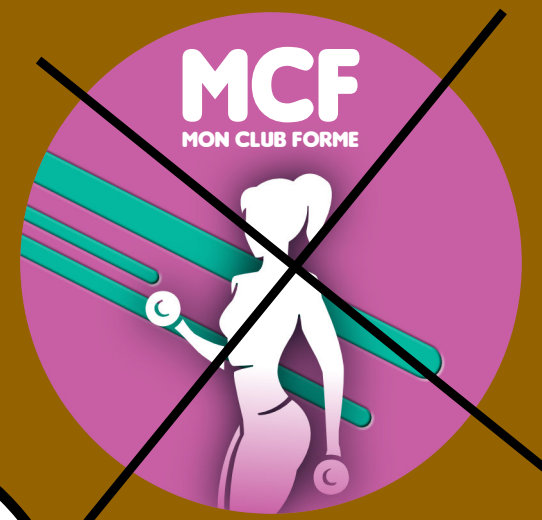


3. CHARTE GRAPHIQUE

3.4 Gestion sur fonds

Fond perturbé

L'utilisation du logotype en quadrichromie sur une image ou une couleur qui n'est pas en harmonie avec le logo n'est pas autorisée. On utilisera donc la version au trait noir avec un fond blanc. L'identité visuelle ressortira mieux malgré la suppression des couleurs.



3. CHARTE GRAPHIQUE

3.5 Les interdits

3

P.22

MON CLUB FORME

Logotype "réfèrent"

La version de référence présentée en pages 7 et 8 respecte rigoureusement des règles de couleurs et de dispositions des éléments.

En aucun cas ces règles ne devront être modifiées, sauf cas exceptionnel validé par le directeur de la structure.



Déformation du logotype



Changement de la couleur des éléments du logotype



Utilisation d'un fond blanc sur un fond de couleur



Utilisation d'un fond blanc sur un fond perturbé



3. CHARTE GRAPHIQUE

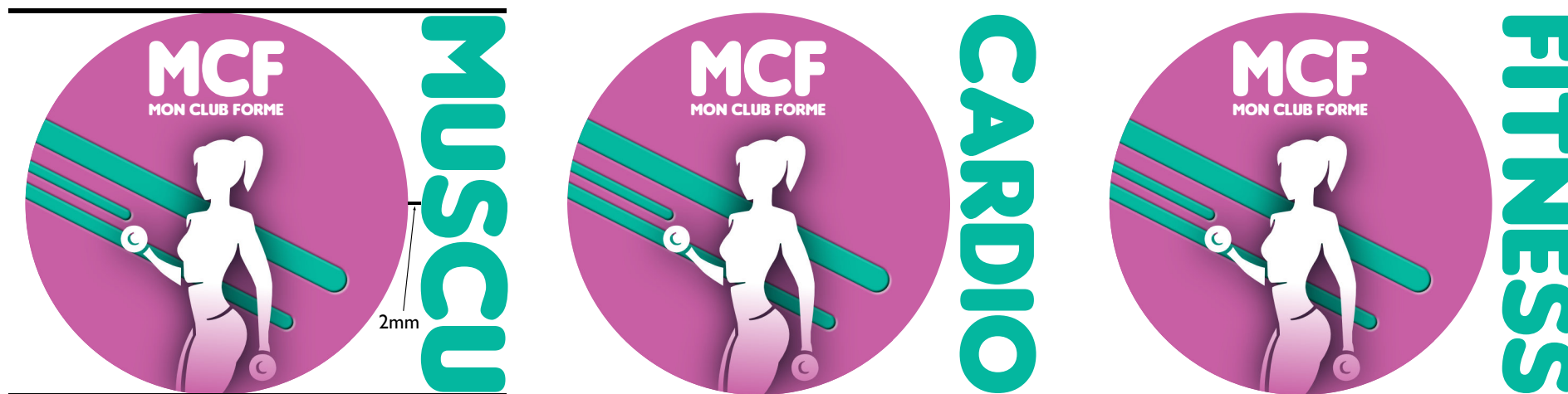
3.6 Marquage des spécialités

Dans le cas où la discipline doit être mentionnée (ex : Tee shirt, goodies...), elle se place à proximité du logotype (muscu, cardio, fitness) sur sa droite.

Le nom de la discipline est orienté à -90° et le texte ne doit pas dépasser le diamètre de cercle. Par conséquent la taille de texte varie en fonction de sa longueur pour respecter cette règle. L'espace entre le texte et le logo est de 2mm

Pour le logotype référent, les spécialités sont en vert.
La couleur de la spécialité varie en fonction de la déclinaison du logotype.

Logotype référent



3. CHARTE GRAPHIQUE

3.6 Marquage des spécialités

Logotype noir et blanc



MUSCUL



CARDIO



FITNESS

Logotype au trait noir



MUSCUL



CARDIO

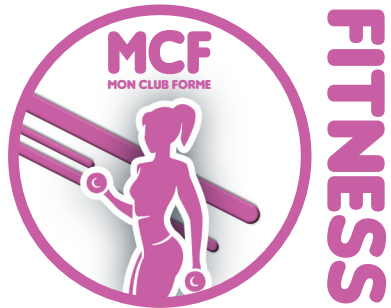
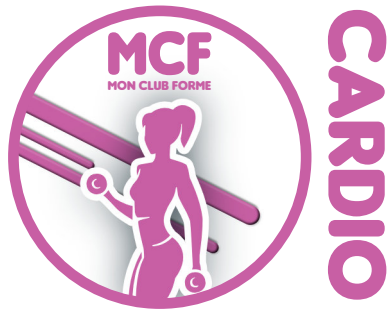
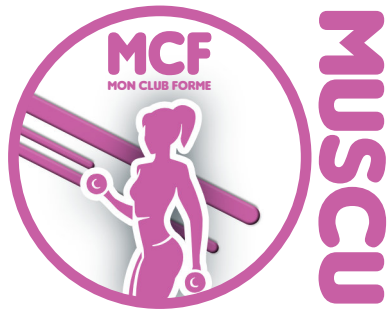


FITNESS

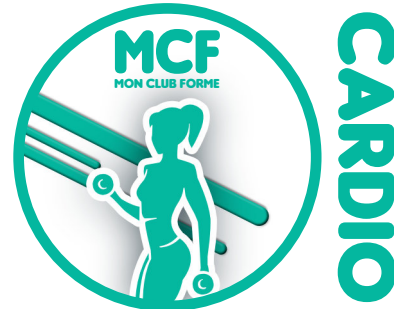
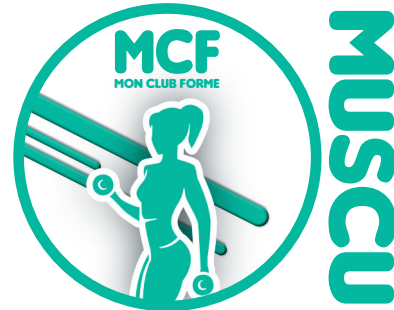
3. CHARTE GRAPHIQUE

3.6 Marquage des spécialités

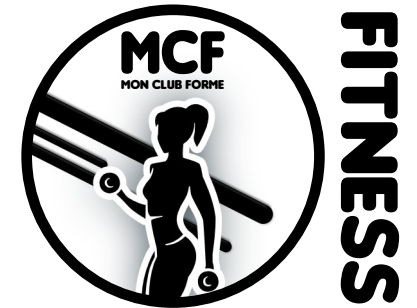
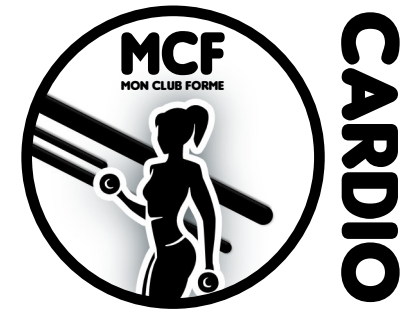
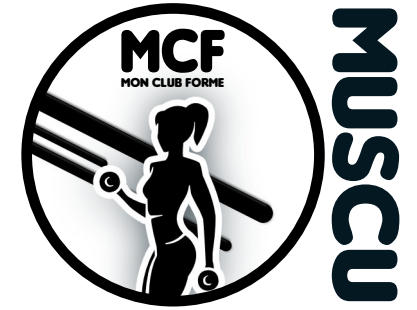
Logotype de trait rose



Logotype de trait vert



Logotype de trait blanc



3.7 LA PAPETERIE

3.7.1 Lettre officielle	p. 27
3.7.2 Cartes	p. 28
3.7.3 Enveloppes	p. 20

3. CHARTE GRAPHIQUE

3.7 La papeterie 3.7.1 Lettre officielle

Version officielle

Format : 210x297 mm
Impression : Quadrichromie recto
Support : Couché blanc 110 gr

Gestion des partenaires

- Situés en fer à droite du logotype Mon Club Forme.
- Classés par ordre de priorité.
- Impression en couleurs.

Typographie d'accompagnement

- Gill Sans corps 8, en fer à gauche.

MCF
MON CLUB FORME

www.monclubforme.fr

f i t

135 Impasse Thomas Edison
53100 Mayenne
Pays de Loire
02 43 04 73 85

Mon Club Forme
Monsieur Thomas Barré
135 Impasse Thomas Edison
53100 Mayenne

Mayenne, dimanche 12 mars 2017

Monsieur,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer turpis libero, suscipit sit amet, cursus adipiscing, tris que sed, velit. Aenean eget risus ultrices dolor por tor congue. Aenean a purus. E am dui.

Nulla urna sapien, faucibus id, semper sit amet, cursus et, velit. Vivamus lobor s, est ut dapibus ultricies, orci nulla ncidunt arcu, eget commodo elit orci sit amet nibh. Donec congue. Mauris a tellus vitae velit fermentum adipiscing. Duis varius. Pellentesque ultrices faucibus arcu.

Aliquam mollis nisi quis diam. Cras eu leo. Sed volutpat metus commodo massa. Aenean vel nunc nec elit placerat vehicula. Nam rhoncus eros ac neque. Integer arcu. Pellentesque accumsan, massa vel ornare eleifend, nunc magna gravida diam, nec porta ipsum leo ac lectus. Donec sit amet erat. Donec gravida pulvinar lacus. E am tris que, quam non condimentum dapibus, enim nis hendrerit sapien, laoreet ves bulum dui odio eget sem. Mauris odio lectus, sagi s sed, eleifend id, placerat auctor, magna. Ves bulum lacinia. Maecenas eget est.

Curabitur ut ante a quam ves bulum ultricies. Mauris condimentum tortor dapibus neque. Aliquam non velit facilisis justo fringilla luctus. Vivamus augue.

Nulla convallis risus ac tellus. Donec dui risus, pre um eu, blandit nec, rutrum nec, ligula.

Partenaires officiels

DECATHLON

APURNA
NUTRITION SPORTIVE

OVERSTIM-S
SPORTS NUTRITION

Partenaires en fer à droite →

3. CHARTE GRAPHIQUE

3.7 La papeterie 3.7.2 Cartes

Carte de visite

Format : 85x55 mm
Impression : Quadrichromie recto verso
Support : Couché blanc 300 gr



Recto



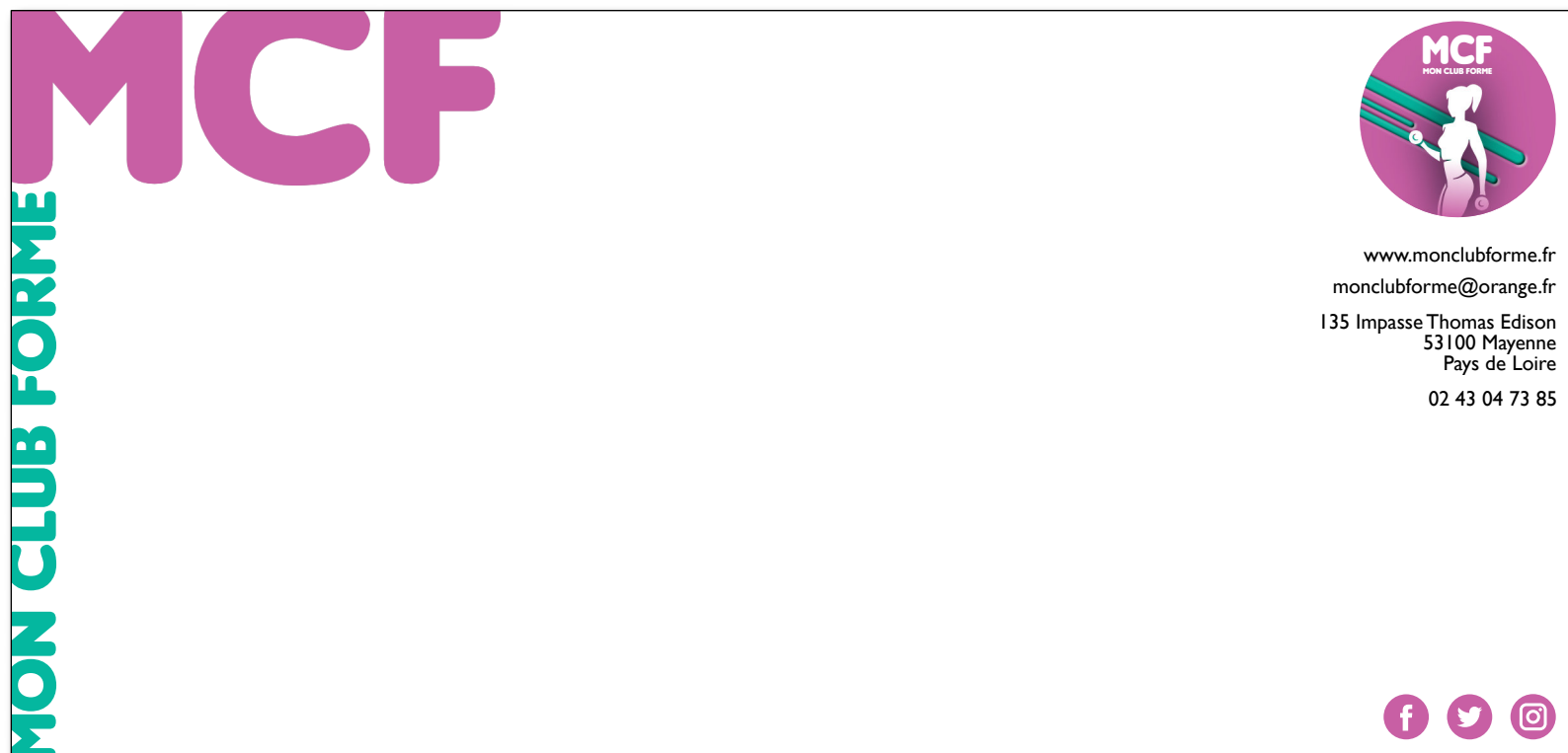
Verso

3. CHARTE GRAPHIQUE

3.7 La papeterie 3.7.2 Cartes

Carte de correspondance

Format : 210x100 mm
Impression : Quadrichromie recto
Support : Couché blanc 300 gr

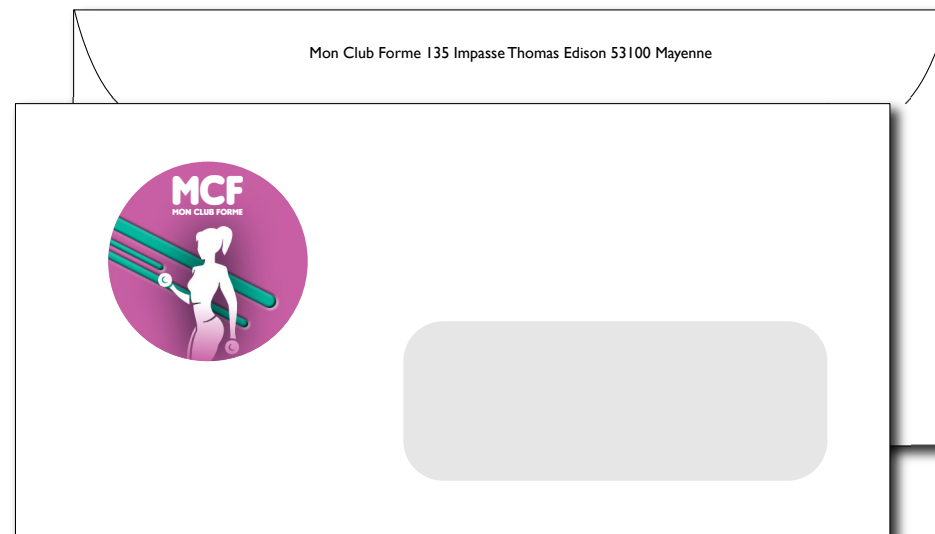


3. CHARTE GRAPHIQUE

3.7 La papeterie 3.7.3 Enveloppes

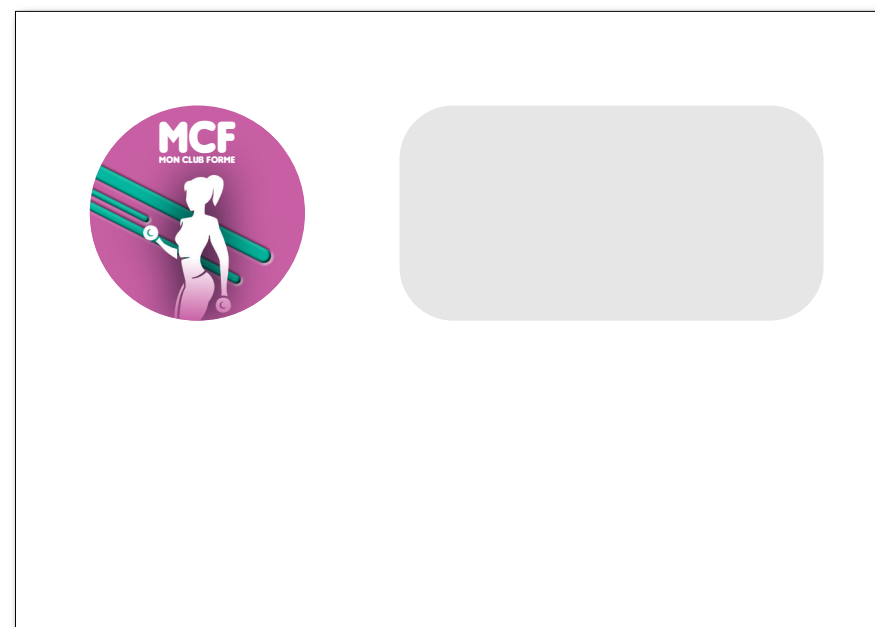
Enveloppe fenêtre 114x229

Format : 114x229 mm
fenêtre 100x45 mm
Impression : Quadrichromie recto - Noir 50% verso (adresse)



Enveloppe fenêtre 162x229

Format : 162x229 mm
fenêtre haute 100x45 mm
Impression : Quadrichromie recto - Noir 50% verso (adresse)



3.8 SUPPORTS TERRAIN

3.8.1 Banderoles	p.32
3.8.3 Kakémonos	p.33
3.8.3 Drapeaux	p.34

3. CHARTE GRAPHIQUE

3.8 Supports terrains

3.8.1 Banderoles

Banderoles standards

3

P.32

MON CLUB FORME



3. CHARTE GRAPHIQUE

3.8 Supports terrains

3.8.2 Kakémonos

Plusieurs kakémonos sont proposés afin de satisfaire aux différents événements organisés.

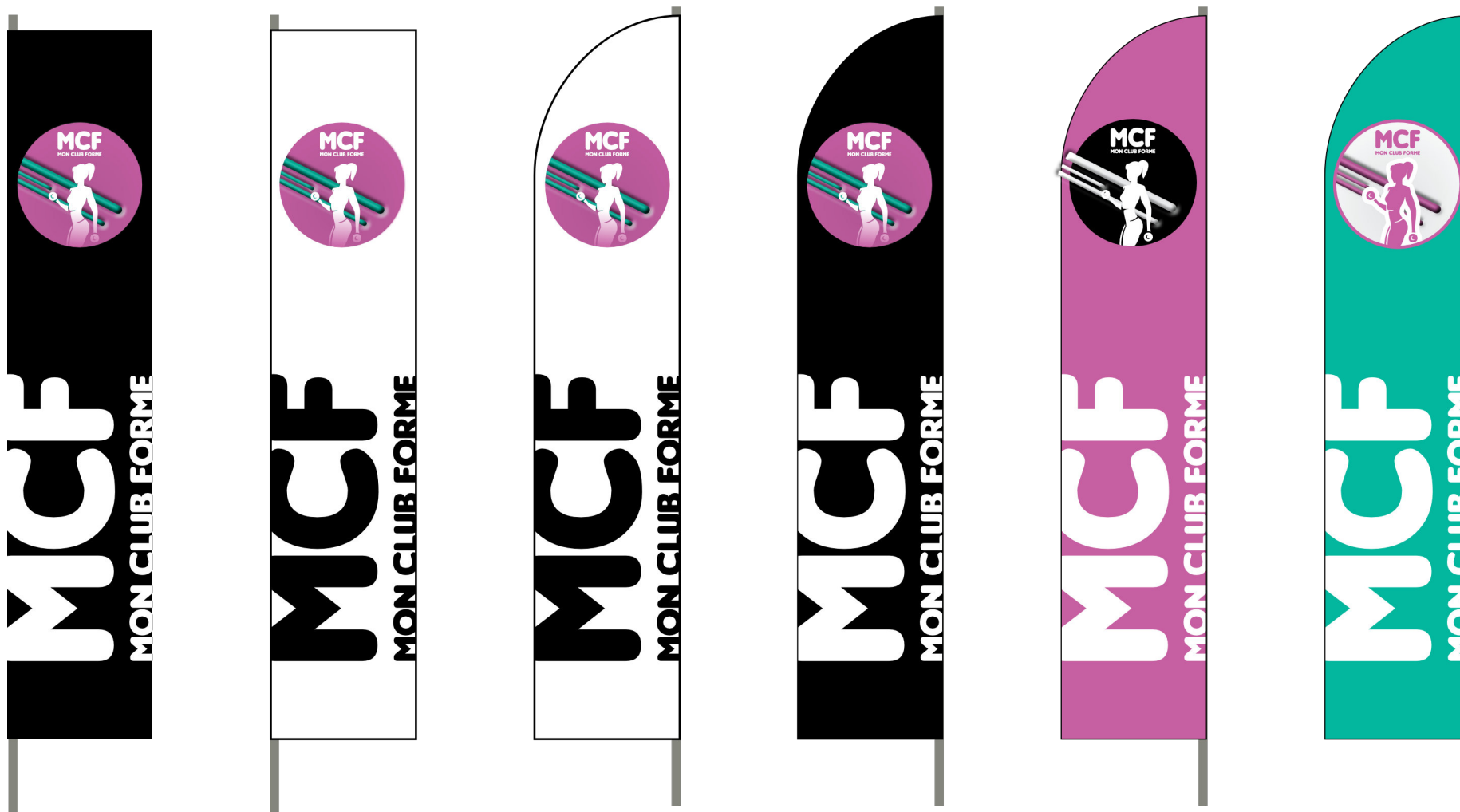


3. CHARTE GRAPHIQUE

3.8 Supports terrains

3.8.3 Drapeaux

Pour une visibilité optimale sur terrain et lors d'événements, des drapeaux terrains peuvent être utilisés.



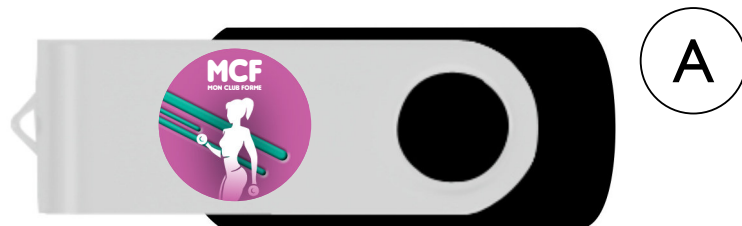
3. CHARTE GRAPHIQUE

3.9 Goodies

3

P.35

MON CLUB FORME



A Clé USB

B T-Shirt

C Sac

4. CONCLUSION

4. CONCLUSION

Pour l'ensemble du groupe, la création d'une charte graphique fut une première. Nous étions loin d'imaginer la complexité d'un tel document. La création de cette charte nous a permis d'apprendre comment présenter ce type de document, en regroupant le maximum d'informations quant à l'utilisation d'une identité visuelle.

Ayant réalisé cette charte graphique entièrement sur Adobe Indesign et Photoshop, ce travail nous a permis de développer nos compétences dans ces logiciels graphiques.

L'identité visuelle créée a respecté les contraintes de couleurs établies par le directeur de la structure. Les principales forces de cette identité sont sa forme circulaire qui attire plus l'oeil du public en un seul point de visionnage. La similitude entre les trois initiales du nom de la salle et celles des trois activités spécifiques est une force de la structure. Cette force a été développée par notre travail dans le marquage des disciplines, qui présente un rendu harmonieux du visuel.

Cependant, en prenant du recul sur la création de ce logotype, certaines améliorations pourront être apportées sur la taille et la position du nom de la structure à l'intérieur du logo. En effet la première information perçue est la silhouette de fit-girl et le nom "MCF" n'apparaît qu'en second plan, ce qui peut rendre difficile la compréhension du logotype.

Une des grandes difficultés de ce travail a été la prise de décision dans la création des différents supports. Nous nous sommes rendu compte qu'ils peuvent toujours être améliorés, modifiés, ce qui a rendu difficile leur validation.

Nous espérons que Mon Club Forme adhérera à notre proposition de cette nouvelle identité visuelle.