



WELCOME 2 HOME

*Votre identité de
marque
guide*

Design
on
the Moon

sommaire

PERSONNALITÉ DE MARQUE

la mission 6

la cible 7

les valeurs 8

la voix 9

IMAGE DE MARQUE

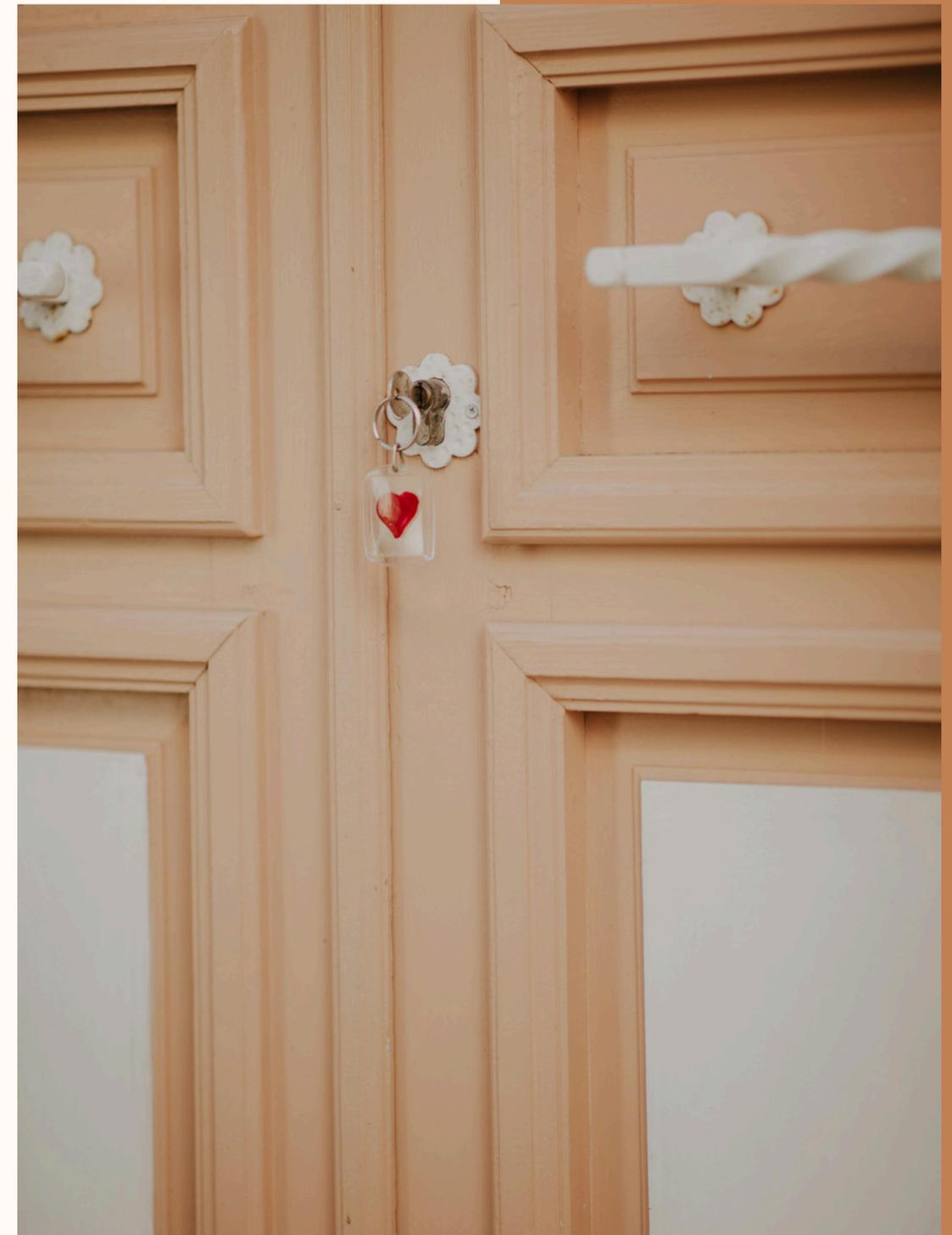
Le nuancier 11 - 13

Les logos 14 - 17

Illustration 18 - 19

Typographies 20 - 21

Ambiance 22





introduction



✦
CRÉATION
IDENTITÉ VISUELLE



MON PETIT MOT

*“Reste toi-même, car c’est dans
l’authenticité que l’on puise ses forces.”*

Jean-Michel Ribes



COMMENT UTILISER CE GUIDE ?

Ce guide regroupe tous les éléments importants pour une communication authentique et alignée. Grâce à ce guide vous pourrez retrouver facilement les différents éléments qui composent votre image de marque. Ce guide est l'essence de la personnalité de votre projet, par le visuel et par les mots.

✦
CRÉATION
IDENTITÉ VISUELLE



PARTIE 1

La personnalité de marque



La Mission

Faciliter la vie des propriétaires et des locataires.

Gérer la mise en ligne des annonces de locations, la gestion des demandes locataires, des réservations, de la préparation du logement : être l'équipe qui soulagera à la fois les propriétaires et les locataires.

LA MISSION

La mission correspond à l'objectif de vos prestations. Comment allez-vous aider vos clients ? Qu'allez-vous lui proposer, comment allez-vous l'aider à sortir de son problème ?



La cible

LA CIBLE

- **Les propriétaires** : Pas le temps de gérer leur logement, pas les compétences pour optimiser le remplissage de leurs locations. Généralement dans une autre région, ils ne peuvent pas toujours gérer à distance.
- **Les locataires** : **Assurer le** bon accueil des voyageurs pour leur faire passer un bon séjour adapter à leurs besoin.

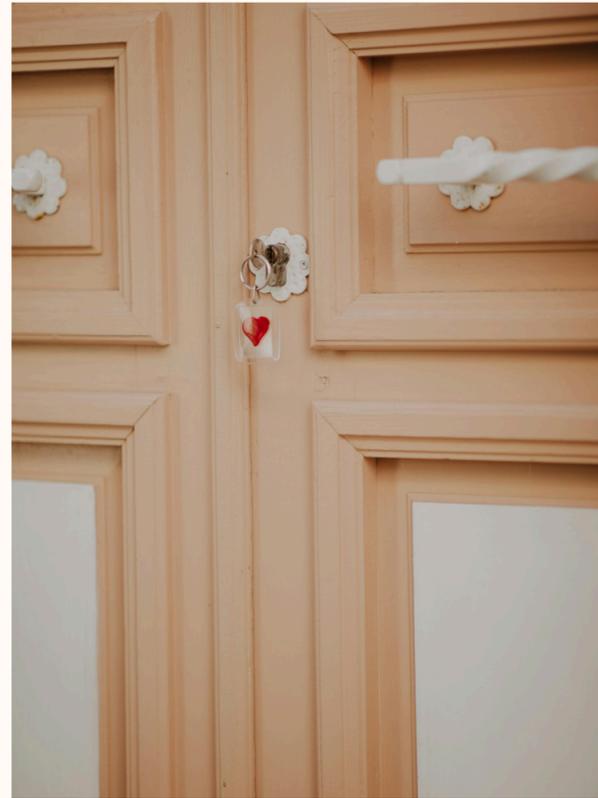




les valeurs

VALEURS

Bienveillance
Confiance
Engagement
Familiale



✦
CRÉATION
IDENTITÉ VISUELLE
✦

la voix

LE TON

Le ton définit la manière dont vous allez vous exprimer face à votre clientèle de cœur. Les mots que vous allez utiliser, le tutoiement, le vouvoiement, et l'approche que vous voulez donner à votre communication.

LES MOTS IMPACTANTS

*Souriez, vous
avez les clés.*

LE TON

*Naturel,
dynamique,
familiale*



PARTIE 2

L'image de marque



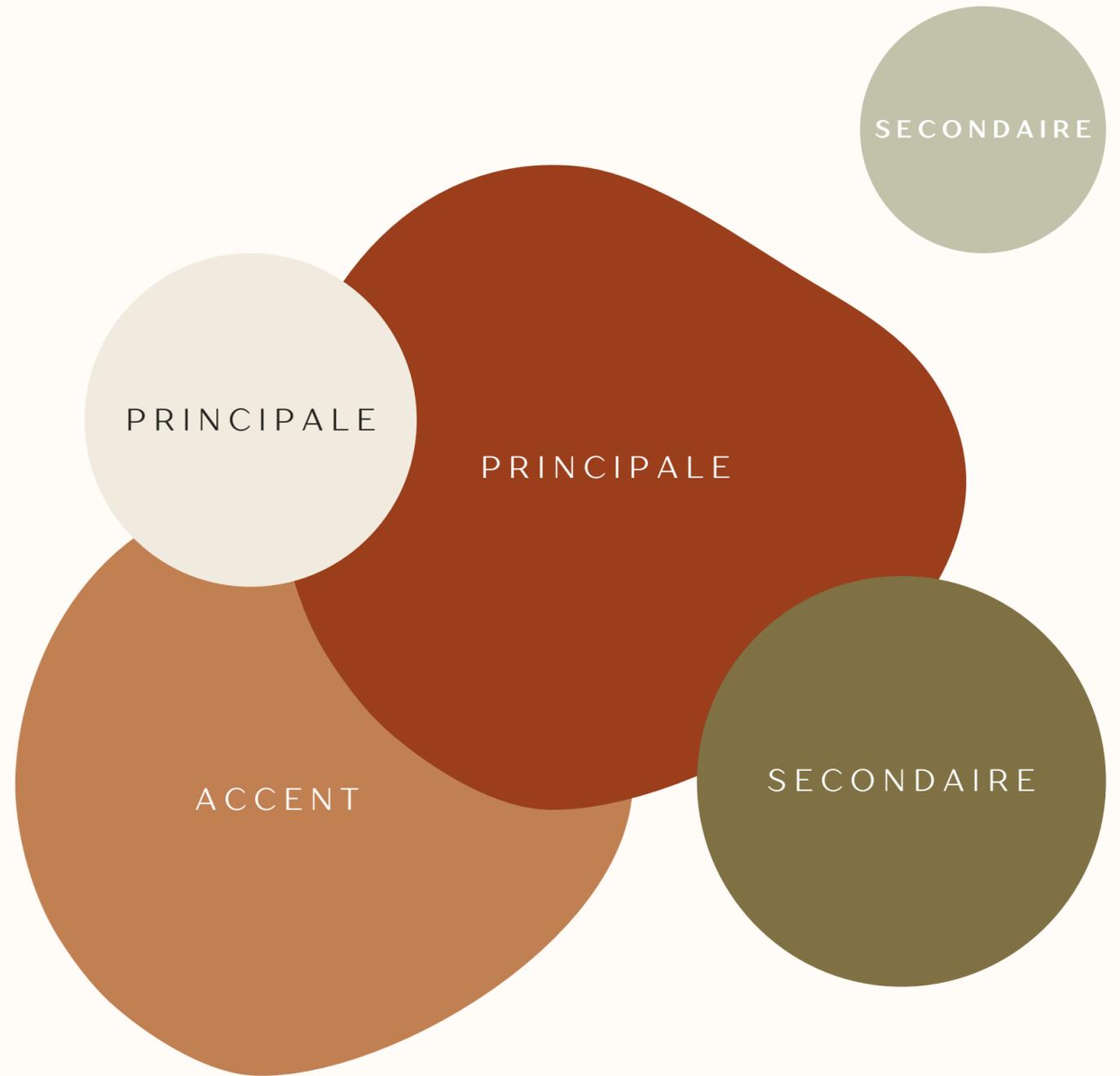
LE NUANCIER

Le nuancier de couleurs permet de définir un style, une ambiance.

Pour Welcome 2 Home, les teintes dominantes sont le **terracotta** et **l'orangé**, accompagnées de touches de **beige**.

Ainsi, dès le premier coup d'œil, l'identité visuelle dégage une **impression solaire, chaleureuse et dynamique**.

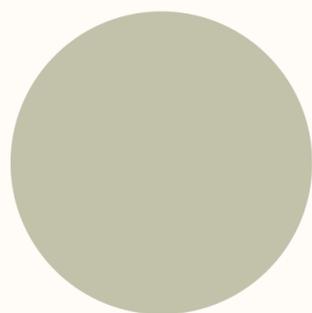
Les nuances de **vert**, discrètes et présentes principalement dans les photos et dans les taches de couleurs, apportent **une touche de naturel, de proximité et de sérénité**.





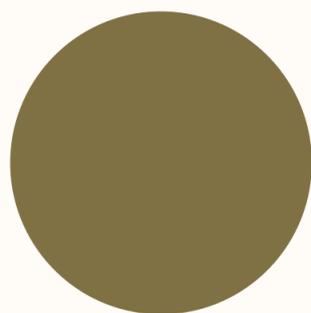
LES CODES COULEURS

VERT D'EAU



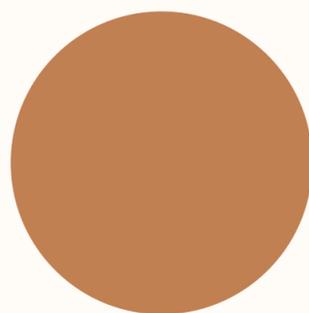
R 194 G 194 B 171
HEX : #c2c2ab
Pantone : 5803 C

VERT OLIVE



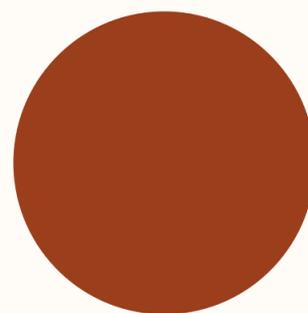
R 127 G 113 B 68
HEX : #7f7144
Pantone : 871 C

ORANGÉ



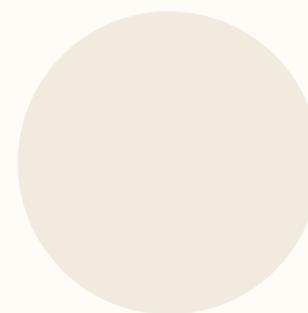
R 193 G 128 B 82
HEX : #c18052
Pantone : 7591 C

TERRACOTTA



R 157 G 64 B 28
HEX : #9d401c
Pantone : 1675 C

BEIGE



R 241 G 235 B 223
HEX : #f1ebdf

BLANC



R 255 G 255 B 255
HEX : #ffffff

★
CRÉATION
IDENTITÉ VISUELLE

UTILISATION DES COULEURS

Le beige est une couleur principale, ainsi que le terracotta. Pour un univers cohérent, vous pouvez alterner entre un fond clair et un fond foncé de temps en temps.

Le orangé d'accent est à utiliser pour mettre en avant un bouton par exemple.

Les couleurs secondaires vont elles, permettre de varier vos visuels, et de jouer avec les teintes dans les photos par exemple mais aussi dans les tâches de couleurs.

Vous pouvez bien sûr varier de temps en temps et utiliser le orangé en fond, ou le vert dans les boutons.

EXEMPLE :



COULEUR PRINCIPAL FONCÉ DANS LE FOND (AVEC UNE PHOTO EN TRANSPARENCE)

COULEUR NEUTRE (BLANC SUR FOND FONCÉ) POUR LES TEXTES

COULEUR SECONDAIRE (POUR CONTRASTER) POUR LE BOUTON

COULEURS NEUTRES DANS LES ILLUSTRATIONS

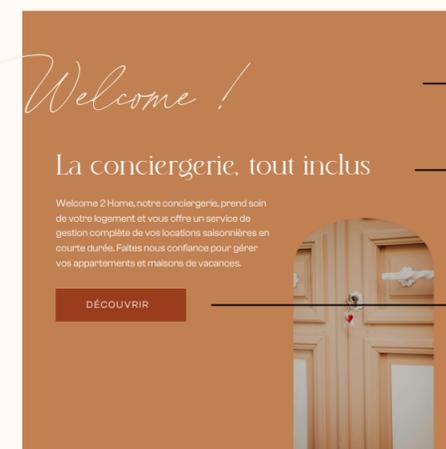


COULEUR PRINCIPAL CLAIR LE FOND

COULEUR NEUTRE (NOIR SUR FOND CLAIR) POUR LES TEXTES

COULEUR D'ACCENT POUR LE BOUTON

COULEURS SECONDAIRES DANS LES TÂCHES ET PHOTOS



COULEUR ACCENT DANS LE FOND

COULEUR NEUTRE LES TEXTES

COULEUR PRINCIPALE DANS LE BOUTON



NEUTRE



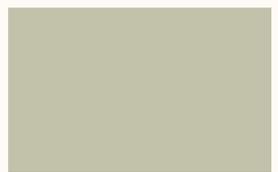
PRINCIPALE



ACCENT



PRINCIPALE



SECONDAIRE



SECONDAIRE

le logo

LE CONCEPT

Ce logo est le logo principal de votre identité visuelle.

Son format en largeur permet de l'utiliser pour une bannière de site web par exemple.

La typographie choisie est **Histeagin**, elle donne un style élégant, et ancré.

Le logo a un équilibre qui **apporte un sentiment de confiance et de professionnalisme.**

Le Sigle représente le lien entre *vous*, (au centre, représenté par la porte), et les propriétaires d'un côté et les locataires de l'autre, (représenté par les deux maisons reliées).



le logo

DIFFÉRENTES UTILISATIONS

Voici l'utilisation du logo sur différentes couleurs de la charte.

Toujours privilégier les couleurs foncé et le logo en blanc par dessus.

Lorsqu'il est positionné sur une photo, on peut ajouter un fond coloré terracotta, ou orangé et ajouter de la transparence !

Un contraste fort doit être respecté afin de ne pas gêner sa lisibilité.



✦
CRÉATION
IDENTITÉ VISUELLE

LES DÉCLINAISONS

Cette déclinaison permet de varier les formats.

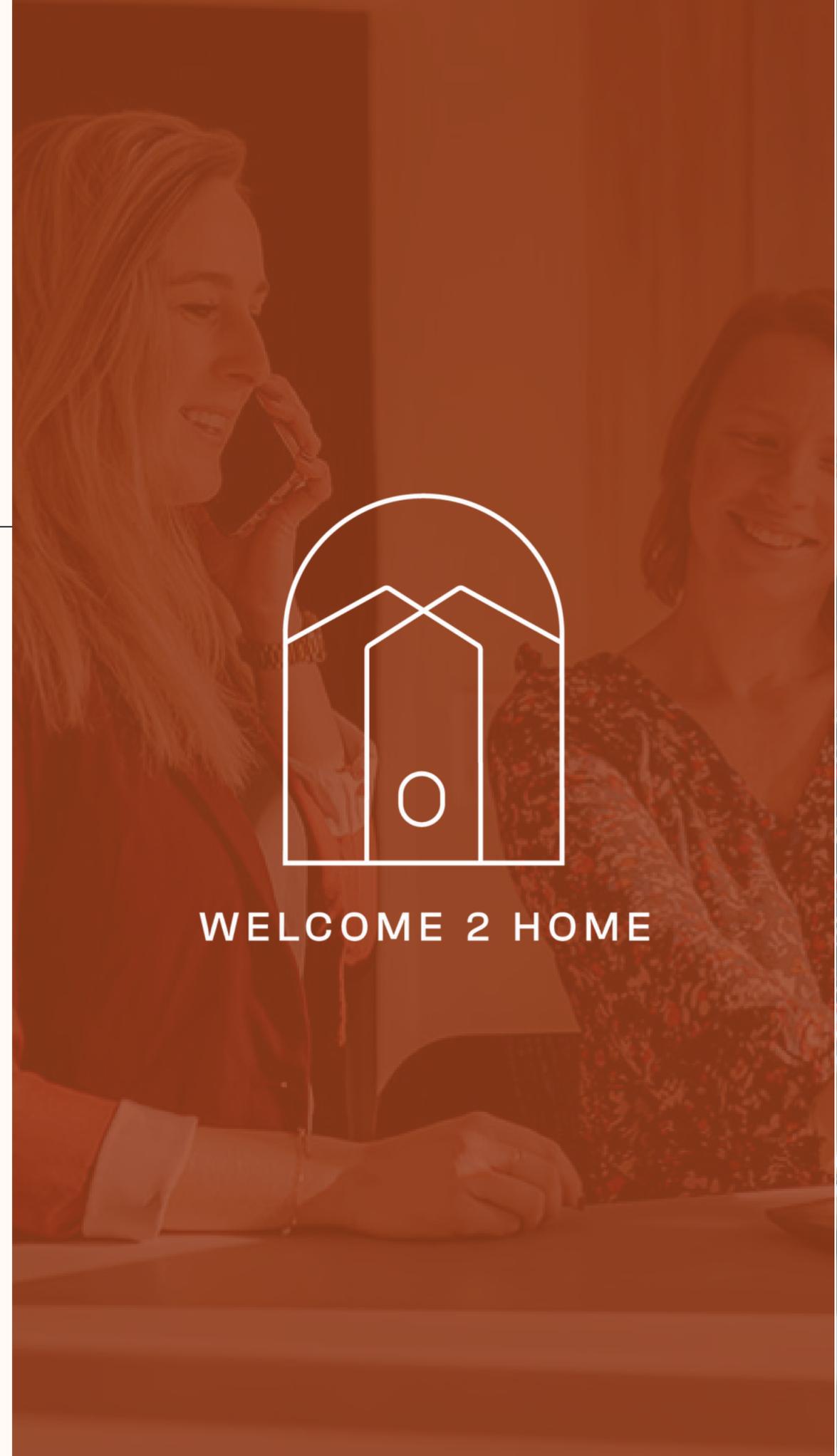
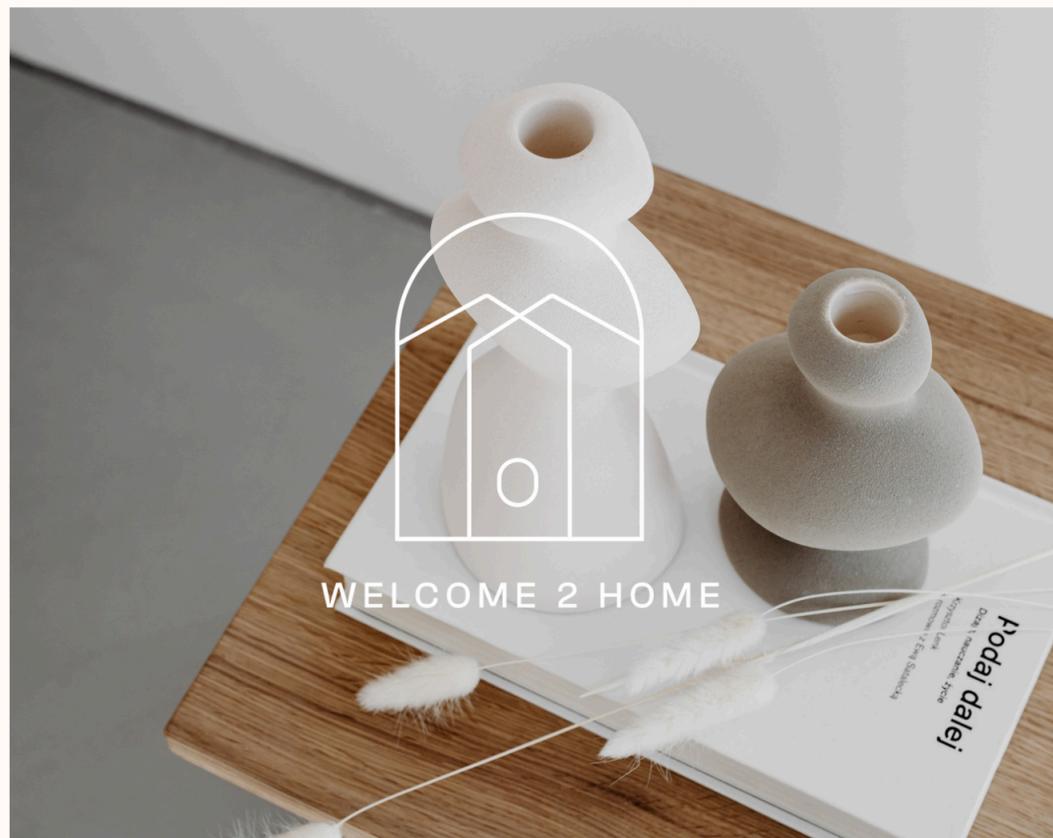
Ce format plus carré, peut être utilisé pour un pied de page de site web, ou en signature mail.

Ces déclinaisons permettent aussi de jouer avec le côté familiale et la proximité grâce à la typographie manuscrite de "Welcome".



macaron

Le macaron est une déclinaison indispensable. Vous pouvez l'utiliser pour mettre en avant le Sigle.



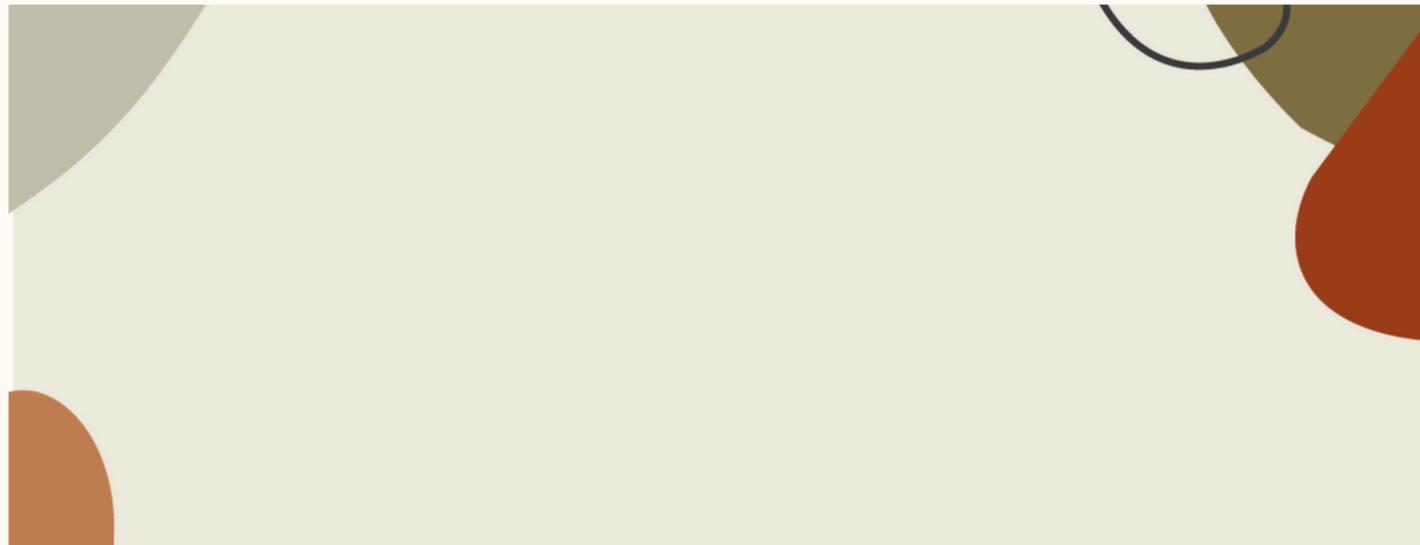
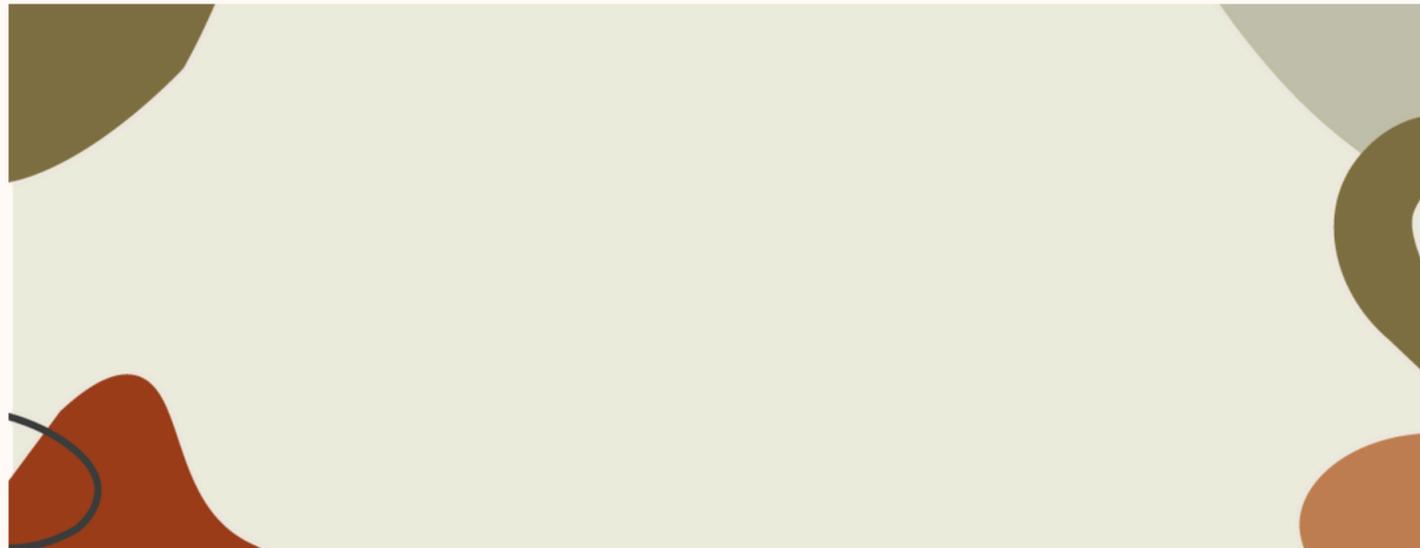
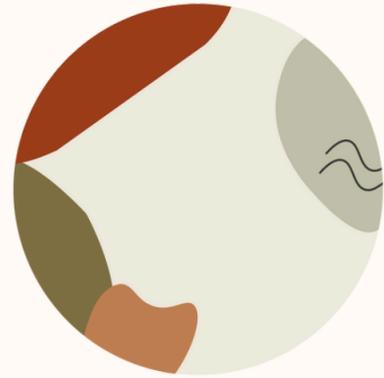
ICONES ET ILLUSTRATIONS

Les illustrations sont là pour décliner votre identité visuelle grâce à des symboles. Vous pouvez les utiliser pour les highlights de stories à la une sur instagram par exemple, en décoration sur votre site internet ou encore pour illustrer vos prestations sur des visuels.



TÂCHES ET FONDS COLORÉS

Les tâches sont là pour apporter le côté familiale de votre entreprise grâce à leurs dynamisme et leurs formes arrondis. Vous pouvez les utiliser sur des fonds de bannières pour votre site web, où dans les coins de visuels pour apporter une touche de couleurs.



Typographies

COMMENT L'UTILISER ?

La police principale utilisé est **Histeagin**. Cette typographie doit être utilisé pour tes titres principaux. Ainsi on aura un style élégant et ancré pour mettre en avant l'important.

Police Titre

Histeagin Regular

abcdefghijklmnop

ABCDEFGHIJKLMNOP

12345678910

!@#\$%^&*(!)

regular





Typographies

COMMENT L'UTILISER ?

Bright Darling est votre police signature, elle peut être utilisée pour les mots décoratifs, de manière très subtile pour éviter d'avoir des phrases illisibles.

Clash Grotesque est votre police secondaire, je vous invite à l'utiliser pour les corps de textes mais aussi en majuscule pour des sous-titres.

Police Signature

Bright Darling

abcdefghijklmnop

12345678910

regular

Police Secondaire

Clash Grotesque

abcdefghijklmnop

ABCDEFGHIJKLMNOP

12345678910

regular

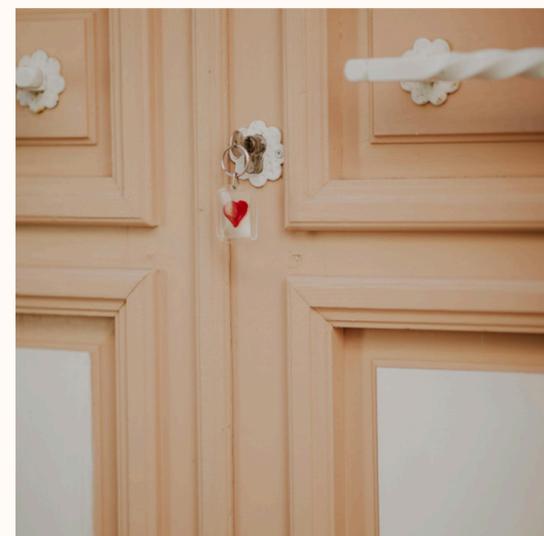
bold

LES PHOTOS

Les photos d'ambiance et pour votre communication doivent refléter le reste de votre identité visuelle.

Pensez à utiliser des photos avec du contraste, dans les teintes de votre nuancier de couleurs.

En cas de doute, optez toujours pour des photos neutres et clair, cela s'accordera toujours avec le reste.





Merci !

Design
on
the MOON