

CAPTIK

GUIDE
D'IDENTITÉ
VISUELLE



SOMMAIRE

- > Notre Captik
- > Nos cibles
- > Nos valeurs
- > Notre communication

NOTRE MARQUE

NOTRE BRANDING

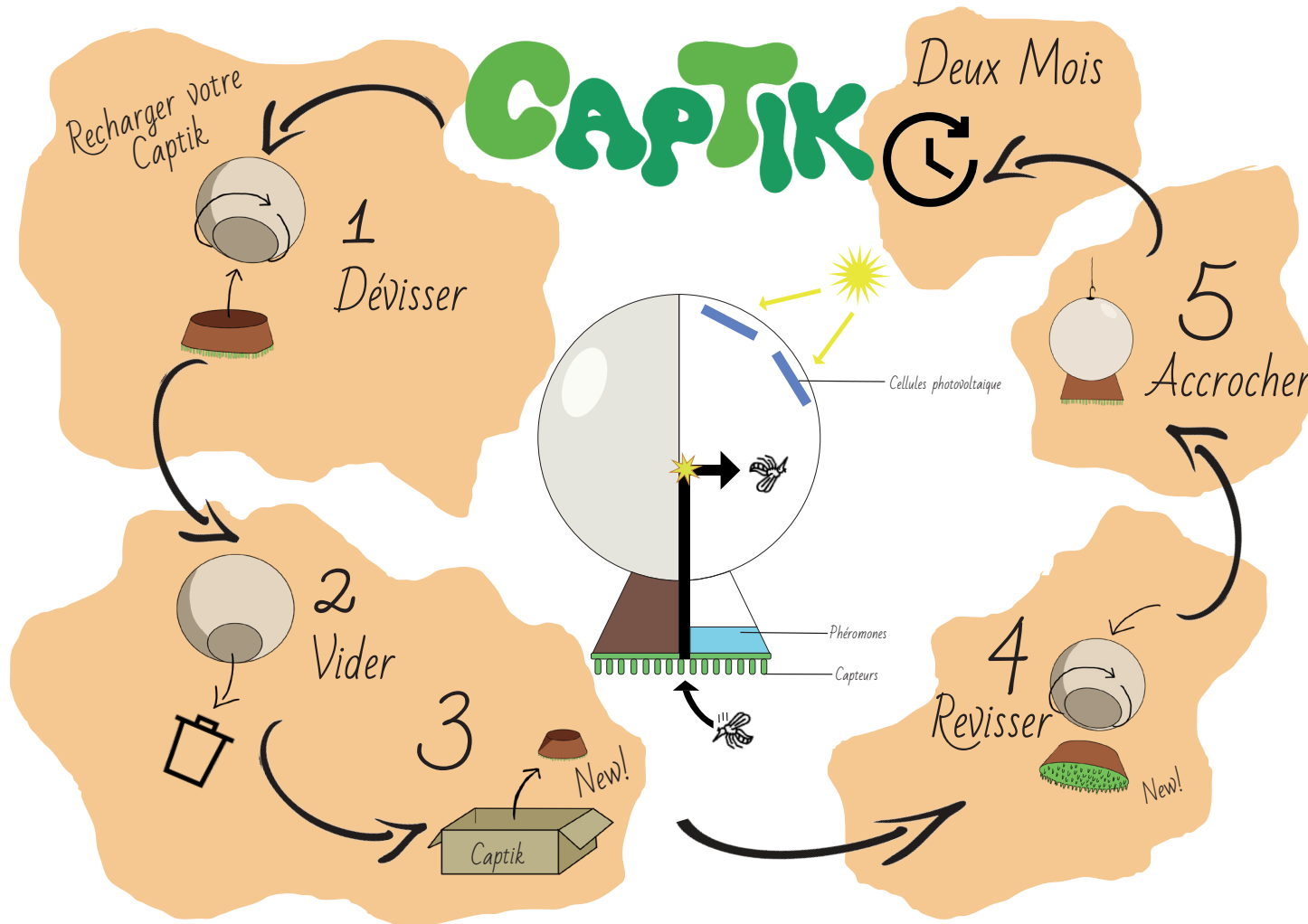
- > Nos couleurs
- > Nos mockups
- > Nos typos
- > Nos éléments graphiques
- > Nos logos

NOTRE MARQUE

Notre produit **Captik est la solution ultime contre les moustiques** et pour la biodiversité. Une fois suspendue dans le jardin, il attire tous les moustiques dans un rayon de 40m et **élimine ceux porteurs de maladies**. Les autres sont laissés en vie afin qu'ils continuent leur rôle en tant que pollinisateur et aliment dans la chaîne alimentaire.



Captik, le leurre à moustique, anti-sick !



MODE D'EMPLOI

NOS CIBLES



QUI ?

Nous visons un public vivant dans les **outre-mers**. En effet, ces zones sont très touchées par les maladies virales transmises par le moustique. Elles sont donc plus aptes à utiliser Captik que les habitants de la France métropolitaine, où les infections massives sont rares.

COMMENT ?

La population habitant ces lieux est **déjà au courant des dangers** des moustiques, et ils ont déjà vu des dizaines de pubs alarmantes sur le sujet. Ils sont donc très certainement saturés de ce style et veulent du nouveau.

C'est pourquoi notre marque cherche à dédramatiser le sujet en apportant une touche légère à une problématique touchant les ultramarins* quotidiennement.

*Ultramarin : Habitant d'outre-mer

NOS VALEURS

AUTHENTIQUE

Nous promouvons des valeurs écologiques et de développement durable. Lors de la conception du produit jusqu'à notre communication après, nous souhaitons rester fidèles à ces valeurs qui nous tiennent à cœur. Nous voulons, à travers le Captik, réconcilier l'humain et la nature, en prouvant qu'il est possible de prendre soin des deux. Nous pensons que l'Homme n'a pas à détruire la Terre et ses merveilleuses espèces pour atteindre ses exigences de confort.

Nous parlons de problèmes du quotidien pour les ultramarins en utilisant un ton léger, voire humoristique. Nous ne souhaitons pas instiller l'angoisse chez eux, mais plutôt dédramatiser le problème en offrant une solution. C'est pourquoi nous voulons parler de ces sujets sous un nouveau point de vue, qui rassure et détend nos clients. La Capteam est composée de personnes bienveillantes et ouvertes, toujours prêtes à se remettre en question et s'améliorer.

ENGAGÉ

Calme

Comme dit précédemment, notre produit s'adresse à des personnes conscientes du danger que représente le moustique. Nous avons décidé de nous concentrer sur une **communication très légère, voire humoristique** dans certains cas, qui a pour **objectif de prévenir sans pour autant faire peur.**

Respect

Lorsque l'on s'adresse à notre public, nous utilisons le **vouvoiement**. Ceci représente un signe de respect envers nos interlocuteurs. Il est recommandé de parler régulièrement au lecteur : **Ne vous sentez-vous pas davantage concerné lorsqu'on s'adresse à vous directement ?**

NOTRE BRANDING

NOS COULEURS

“Vert-noir”

HEX : #052D20
R=5 G=45 B=32
CMJN (89-0-29-82)

“Vert-foncé”

HEX : #039B60
R=3 G=155 B=96
CMJN (98-0-38-39)

“Vert-clair”

HEX : #5EBC5B
R=94 G=188 B=91
CMJN (50-0-52-26)

“Vert-pastel”

HEX : #93C784
R=147 G=199 B=132
CMJN (26-0-34-22)

Utilisation :

Texte sur fond blanc
Bordures

Éléments graphiques
Texte sur fond coloré

Fond
Éléments graphiques

Texte moins
important

NOS COULEURS

HEX : #E6A93E
R=230 G=169 B=62
CMJN(0-27-73-10)

HEX : #F6CC97
R=246 G=204 B=151
CMJN(0-17-39-4)

HEX : #E7E5EA
R=231 G=229 B=234
CMJN(1-2-0-8)

- > Le blanc cassé est utilisé en fond lorsque le blanc ne fonctionne pas.
- > L'orange clair est utilisé pour des petits éléments graphique, simplement pour mettre une touche de couleur.
- > L'orange est utilisé pour attirer l'oeil sur des textes importants, à mettre de l'emphase. Il sert aussi dans les symboles et autres éléments graphiques.

NOS TYPOS

PAIN DE MIE
PAIN DE MIE
PAIN DE MIE

La police Pain de mie (oui ça existe) est notre **police de titre principaux**. Ronde et moelleuse, elle rappelle notre logo dans la forme de ses lettres. Peut être utilisé en **n'importe laquelle de nos couleurs** (cf : Nos couleurs, page 9).

Style

Regular

Utilisation

Titre principaux

NOS TYPOS

La police Houschka Rounded est celle de **nos sous-titres et textes**. Utilisées sous deux de ses styles, ses lettres lisses et arrondies permettent de transmettre nos messages en toute douceur.

Houschka Rounded

Houschka Rounded

Style

Utilisation

Medium



Textes classiques

ExtraBold



Sous-titre
Informations importantes
Slogan

LOGO PRINCIPAL “Rond”

La sphère du
Captik ainsi
que le vol du
moustique

Des lettres
rondes et
amusantes
pour écrire
Captik

Notre
moustique !



NOS LOGOS

LOGO PRINCIPAL
“Long”

CAPTİK

Version horizontale du logo,
utilisée lorsque le logo est le titre du visuel.

Exemple : page 1 de ce guide !

DÉCLINAISONS

Vaut pour les versions Rond et Long.

Bicolore

A large, stylized logo for 'CAPTIK' in a bicolored font. The letters are rounded and thick. The 'C', 'A', 'P', and 'I' are a light green, while the 'T' and 'K' are a darker green. The logo is centered at the top of the main content area.

Uni

A smaller version of the 'CAPTIK' logo in a solid dark green color. It is positioned on the left side of the middle row.A smaller version of the 'CAPTIK' logo in a solid light green color. It is positioned on the right side of the middle row.A smaller version of the 'CAPTIK' logo in a solid black color. It is positioned in the center of the bottom row.

Les logos se déclinent en Vert-foncé et Vert-clair, mais aussi en noir et blanc.

DÉCLINAISONS

Vaut pour les versions Rond et Long.

Bicolore



Uni



Les logos se déclinent en Vert-foncé et Vert-clair, mais aussi en noir et blanc.

NOS LOGOS

DÉCLINAISONS

Vaut pour les versions Rond et Long.



Selon le fond, utilisez le bon !

Avec les logos bicolores,
ne jamais utiliser de fond coloré.



NOS LOGOS

Sur une photo, toujours utiliser un logo avec un fond.



UTILISATION

Vaut pour les versions Rond et Long.

Les logos peuvent être grandis ou rapetis, du moment qu'ils conservent leurs proportions



NOS LOGOS

RÈGLES

Échelles et inclinaisons



Laisser minimum un 'A' d'écarts entre le logo et le reste du design



Si le logo est dans un cadre, laisser une marge interne de un seul 'i' entre le logo et son cadre.

NOS LOGOS

RÈGLES

Échelles et inclinaisons



Interdiction de tourner
le logo type Rond



Le logo type Long peut être incliné sans
problème, mais les lettres le composant ne
doivent pas être déplacées entre elles.

NOS MOCKUPS



AFFICHE





NOS MOCKUPS

WEBDESIGN



FLEURS

01

Elles doivent être :
> de couleur uni,
principale ou secon-
daire
> utilisées comme
fond de texte
ou décorations.

02

Elles peuvent être :
> tournées
> superposées
> grandes, petites,
pensez à varier !

FORMES

CAPTik

Pour créer des fonds avec des formes, utilisez créativement les lettres du logo et agrandissez-les pour faire des formes abstraites. Utilisez librement les couleurs principales et secondaires.

Exemple dans nos posts Instagram:



**LA CAPTEAM
VOUS DIT**

MERCI