

RAPIDE · GOURMAND · MAISON

EST.



2020

**Mathisse
Cooker**

//

L'image de votre marque
est plus qu'un simple logo.

Sommaire

01 Charte de langage	Page 04/55	04 Palette de couleurs	Page 34/55
Introduction	05	Palette noir et blanc	35
Missions, objectifs	07	Palette de couleurs	36
Tonalité	08		
02 Le logotype	Page 09/55	05 Iconographie & motifs	Page 38/55
Présentation du logotype	10	Iconographies (x9)	39
Logo en détails	11	Motifs (x2 variations)	40
Logo primaire	12		
Logo variations	15	06 Univers photographique	Page 44/55
Logo secondaire	18	Ambiance	45
Logo sous-marque	21		
Zone de protection	24	07 Les réseaux sociaux	Page 46/55
Taille minimale	26	Set visuels Instagram (x9)	47
Les usages incorrects	27	Mise en avant x3 posts	48
Les variations des couleurs	28	Intégration feed actuel	49
Adaptations sur fonds	29	Signature mail	50
		Bannière LinkedIn	51
03 Les typographies	Page 30/55	+ Assets supplémentaires	Page 52/54
Typographies	31	Tablier	53
Intégration/usages	32	Packaging	54

Introduction

Ce dossier comprend la présentation du logotype, l'identité et les lignes directrices de la marque Mathisse Cooker. L'objectif de ce support est de fournir les règles d'utilisation des éléments qui constituent la charte graphique. Vous serez alors guidés dans l'application de cette dernière, suivant les différents supports que vous souhaiteriez utiliser. Chaque personne travaillant pour Mathisse Cooker doit comprendre et savoir comment appliquer la charte au besoin. Une identité visuelle forte permet une communication efficace et propre à Mathisse Cooker afin de se démarquer.



Missions & objectifs

- Proposer des repas rapides, gourmands et faits maison.
- Partager des bonnes adresses (restaurants, lieux, etc).
- Suggérer des bons plans lors de vos courses et tips anti-gasti !

Seul



Familial

Complexe



Simple

Travaillée



Rapide

Difficile



Accessible

RAPIDE · GOURMAND · MAISON

EST. **MC** 2020

**Mathisse
Cooker**

• Connotation anti-gaspi associée.



• Une typographie et des couleurs très seventies, permettant de se démarquer sur le marché grâce à un ADN de marque impactant.

Un logo qui reflète l'univers culinaire grâce à la louche raccordée au «M». La goutte qui tombe dans la louche est également un clin d'oeil à la notion d'anti-gaspi : une feuille faisant référence à l'environnement.

• Un logo coloré, vitaminé et dans la tendance actuelle.

■ LE LOGO PRIMAIRE

Il s'agit du logo principal, le nom complet est visible. Il est utilisé le plus fréquemment sur les différents supports de communication où la marque doit être au premier plan et rapidement reconnue.

USAGES

- ✦ Cartes de visite
- ✦ Documents imprimés
- ✦ Papier en-tête
- ✦ Site internet
- ✦ Brochure

NOTES



J'ai réalisé le symbole du logotype à partir de la typographie Ohno Blazeface (une police Adobe).

Une police de caractère relativement épaisse, en adéquation et en cohérence avec le désir d'une ambiance 70's. Cette font permet à la marque d'avoir une identité forte, propre à elle.

A large, white, stylized logo symbol consisting of a bowl-like shape at the bottom and a thick, rounded 'M' above it. Below the symbol, the brand name 'Mathisse' is written in a bold, rounded, sans-serif font, and 'Cooker' is written below it in a similar font but with a slightly more irregular, hand-drawn feel.



**Mathisse
Cooker**



**Mathisse
Cooker**

**Bien-
venue!**

■ VARIATION DU LOGO

Suivant les documents et les besoins, ces variations du logo primaire peuvent également être utilisées au même titre que le premier.

USAGES

- ✦ Cartes de visite
- ✦ Documents imprimés
- ✦ Papier en-tête
- ✦ Site internet
- ✦ Brochure

NOTES



J'ai réalisé le symbole du logotype à partir de la typographie Ohno Blazeface (une police Adobe).

Une police de caractère relativement épaisse, en adéquation et en cohérence avec le désir d'une ambiance 70's. Cette font permet à la marque d'avoir une identité forte, propre à elle.



RAPIDE · GOURMAND · MAISON

EST.



2020

Mathisse
Cooker



■ LE LOGO SECONDAIRE

Un logo secondaire remplace le logo principal de la manière la plus usuelle, souvent en le transposant sur le plan géométrique. Si le logo primaire est un logo horizontal, le logo secondaire peut être un logo combinaison vertical et inversement. Cette réorganisation permet de fournir différentes mises en page afin de répondre à vos différents besoins.

USAGES

- ✦ Bannière de réseaux sociaux
- ✦ Signature mail
- ✦ Goodies
- ✦ Site internet

NOTES



J'ai réalisé le symbole du logotype à partir de la typographie Ohno Blazeface (une police Adobe).

Une police de caractère relativement épaisse, en adéquation et en cohérence avec le désir d'une ambiance 70's. Cette font permet à la marque d'avoir une identité forte, propre à elle.

A large, stylized white 'M' logo symbol with a bowl-like base, set against a background of faint, larger-scale versions of the same symbol. To the right of the symbol, the words 'Mathisse' and 'COOKER' are written in a bold, white, sans-serif font. 'Mathisse' is on the top line and 'COOKER' is on the bottom line, both in all caps.

M Mathisse
Cooker



**Mathisse
Cooker**



■ LOGO SOUS-MARQUE & FAVICON

La sous-marque est une version simplifiée du logotype. Ici, on remarque qu'elle ne contient que la lettre «A». Le favicon est la petite icône qui s'affiche dans l'onglet du navigateur lorsqu'un site web est ouvert. C'est la variation la plus minime de tous les logos, mais elle est aussi très importante.

USAGES

- ✦ Enseigne
- ✦ Photo de profil
- ✦ Stickers
- ✦ Navigateur

NOTES



J'ai réalisé le symbole du logotype à partir de la typographie Ohno Blazeface (une police Adobe).

Une police de caractère relativement épaisse, en adéquation et en cohérence avec le désir d'une ambiance 70's. Cette font permet à la marque d'avoir une identité forte, propre à elle.



M

Handwritten signature in orange ink on a white document.





Le respect de la zone de protection permet d'assurer la bonne lisibilité du logo et de conserver son impact. Peu importe le support sur lequel il est appliqué, la zone de protection du logo devra être systématiquement respectée afin de lui assurer un espace de «respiration» suffisant. Pour déterminer la zone de protection autour du logo, l'unité de mesure utilisée est le M de Mathisse Cooker non travaillé. Dans cet espace, on ne doit jamais retrouver d'éléments graphiques ou typographiques.



Le respect de la zone de protection permet d'assurer la bonne lisibilité du logo et de conserver son impact. Peu importe le support sur lequel il est appliqué, la zone de protection du logo devra être systématiquement respectée afin de lui assurer un espace de «respiration» suffisant. Pour déterminer la zone de protection autour du logo, l'unité de mesure utilisée est le M de Mathisse Cooker non travaillé. Dans cet espace, on ne doit jamais retrouver d'éléments graphiques ou typographiques.

■ LES DIMENSIONS MINIMALES

La taille du logo peut varier de façon proportionnelle selon l'espace.

Pour garantir une bonne visibilité et lisibilité il est important de ne pas réduire le logo en dessous de sa taille minimum d'utilisation.

- Utilisation de la version intégrale (logo secondaire) pour les utilisations de 32px ou plus (à utiliser prioritairement).
- Utilisation du signe seul pour les utilisations allant de 32px à 16px.

Pour information : Le dégagement minimal près d'un autre logo est de trois fois la zone de protection minimale.

Logotype intégral :

secondaire Mathisse Cooker

Pour les utilisations de 32px ou plus.



32px soit 1cm

Logotype sous-marque,

initiales Mathisse Cooker

Pour les utilisations allant de 32px à 16px.



16px soit 0,7cm



Ne pas changer les proportions des éléments du logo.



Ne pas changer les couleurs.



Ne pas étirer le logo.



Ne pas incliner le logo.



Attention au contraste lorsque le logo est appliqué sur une image.



Ne pas appliquer d'ombre portée.



Ne pas modifier l'apparence du logo.



Ne pas déplacer les éléments.



Ne pas changer la typographie.





Aa.

Une typographie inspirée des années 70, ronde, épaisse et dynamique. Une cohérence avec le symbole du logo dessiné.

Aa.

Une typographie douce et ronde qui permet de couper avec l'excentricité de la première font. Elle permet également une lisibilité claire des textes longs, notamment les textes labeurs.

– Ohno Blazeface –

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0123456789!@#&%^

– Nexa – Bold . Regular . Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0123456789!@#&%^

Ohno Blazeface

Une typographie actuelle au look des années soixante-dix. Fluidité et dynamisme définissent cette typographie. À utiliser pour les titres.

NEXA BOLD

Nexa Bold, est une typographie plus simple permettant une utilisation plus générale. À utiliser pour les sous-titres.

NEXA REGULAR

Nexa Regular, est une typographie aux caractères plus fins que Nexa Bold. À utiliser pour les corps de textes.

Ohno Blazeface

Bienvenue sur ma page

Nexa Bold

Conjuguer cuisine avec passion

Nexa Regular

Eptis aut dolupta sitibus eum quatinvendit et hic totas quiam faccum reicit quam veliquia cus dolori quo core ipsum, si id et voloris aut estiuribus as sum de quibus. Cum volorest alit volores truntiates am re peroviducia den- demposa sedis et et re, sim lam, vendell uptate laut accus experumquiam fugit

Nexa Bold

[Cliquez-ici](#)

**Mathisse
Cooker**



Blanc 100%

HEX : FFFFFFFF
RVB : 255 255 255
CMJN : 0 0 0 0

L'utilisation du noir et du blanc pour un logo apporte une certaine élégance et lisibilité, se servir du logo Mathisse Cooker en noir ou blanc dépendra du type de support et de son utilité. Associé à d'autres couleurs, comme sur la page de variations et des fonds, il faudra alors l'adapter parfois en noir ou en blanc obligatoirement suivant les règles fondamentales.

Noir profond

HEX : 0A0301
RVB : 10 3 1
CMJN : 71 68 67 87

ORANGE
#EF6021
RVB : 239 96 33
CMJN : 0 73 91 0

ABRICOT
#FF9963
RVB : 252 153 99
CMJN : 0 50 62 0

PÊCHE
#FBD0BE
RVB : 251 208 190
CMJN : 0 24 24 0

Une palette de couleurs basée sur un camaïeu orange au look des années 70.
Des couleurs peeps, éclatantes et rayonnantes, qui vous mettront l'eau à la bouche !

RAPIDE • GOURMAND • MAISON

EST.



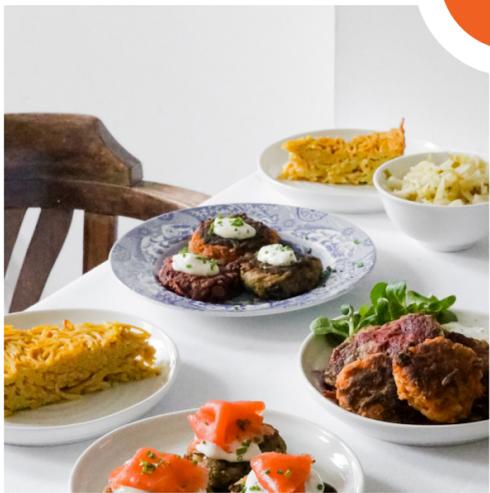
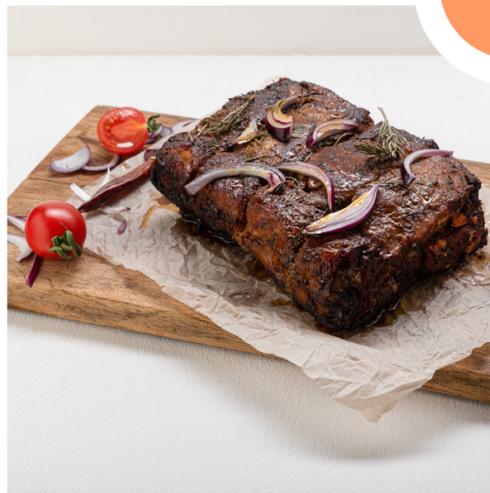
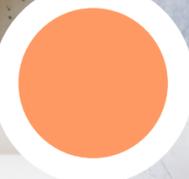
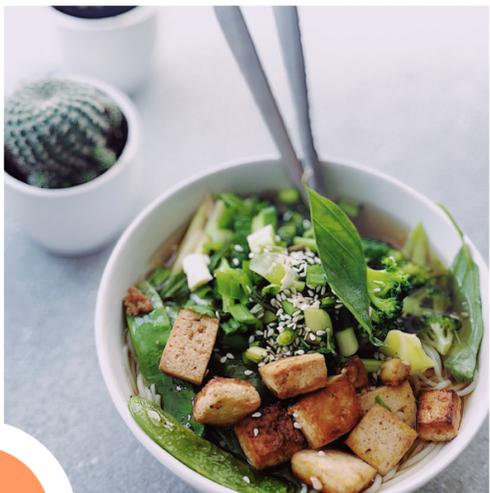
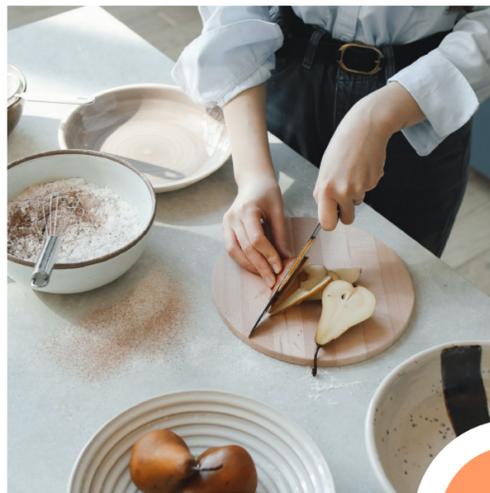
2020

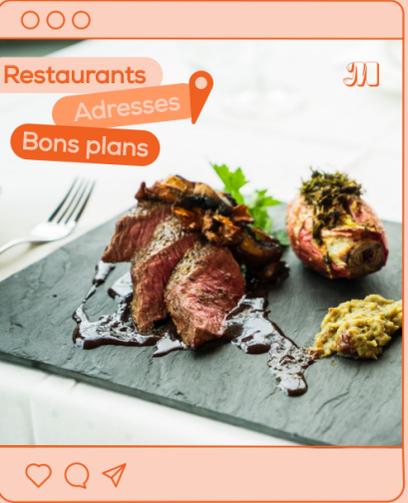
**Mathisse
Cooker**

DES

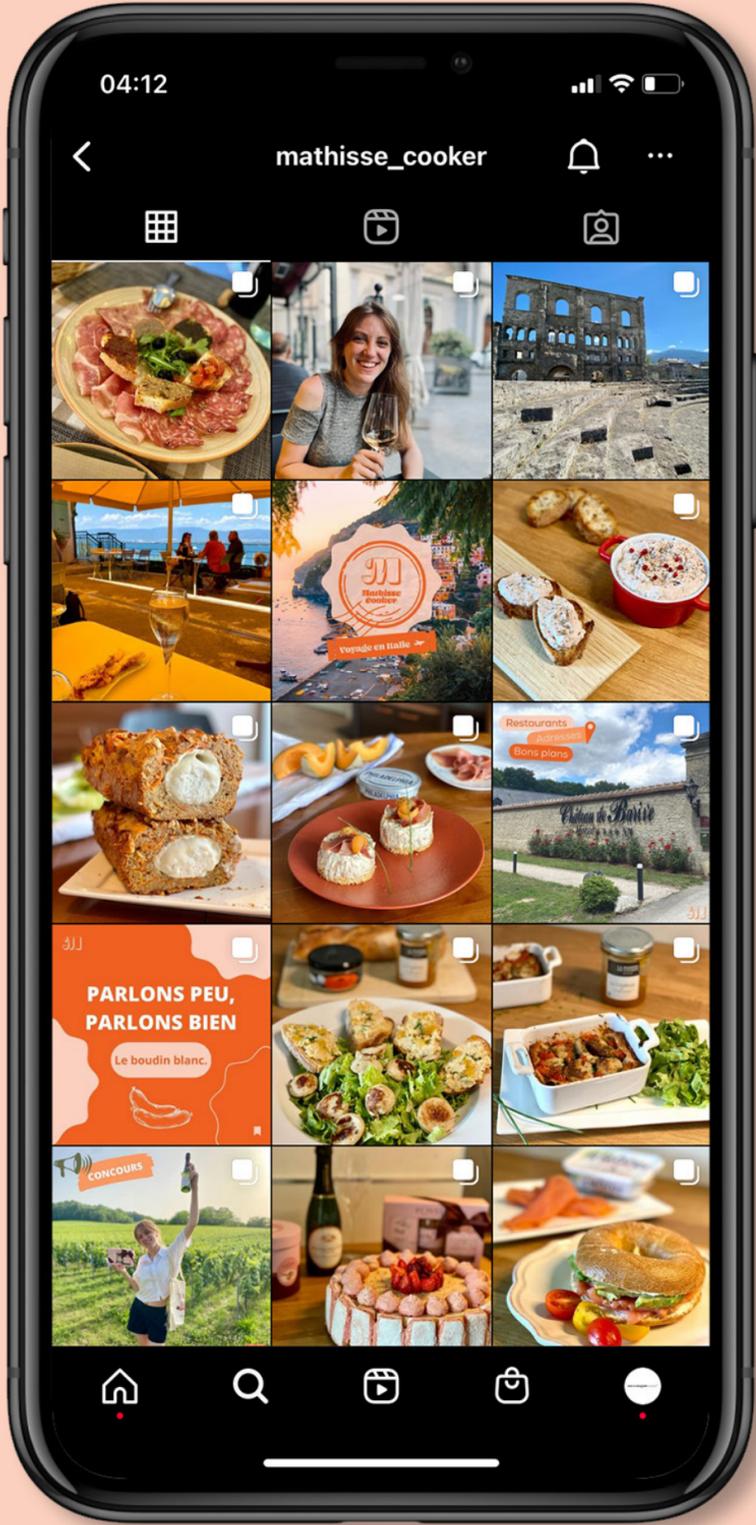
Iconographie & motifs











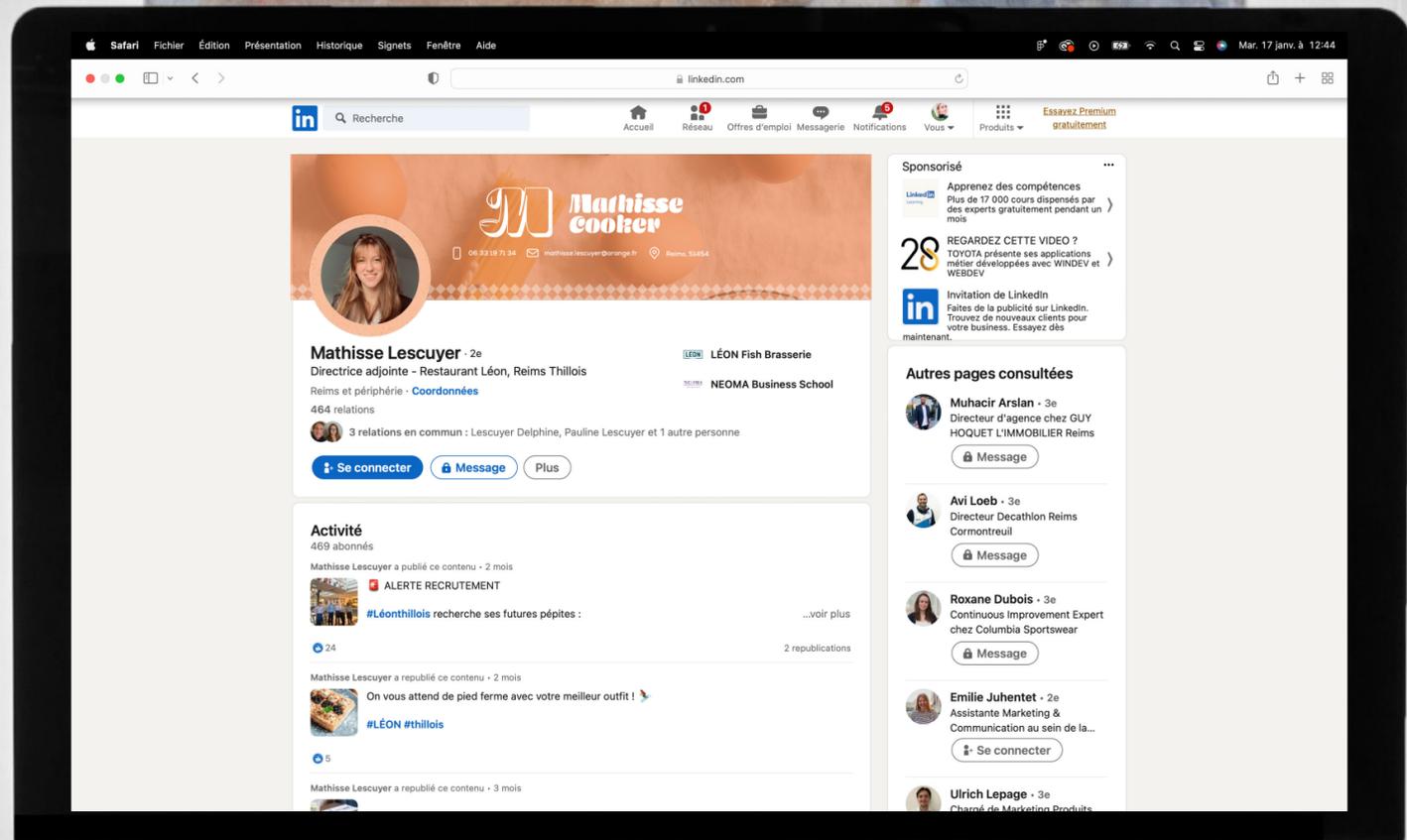


A business card for Mathisse Lescuyer, founder of Mathisse Cooker. The card features a portrait of Mathisse on the left, her name in large orange text, and her title below it. Social media icons for Instagram, Facebook, and LinkedIn are listed. On the right, contact information is provided: a mobile phone number (06 33 19 71 34), an email address (mathisse.lescuyer@orange.fr), and a location (Reims, 51454). The card has a white background with orange accents and a patterned bottom border.

Mathisse Lescuyer
Fondatrice de Mathisse Cooker

📱 06 33 19 71 34
✉ mathisse.lescuyer@orange.fr
📍 Reims, 51454

📷 f in



Mathisse Lescuyer · 2e
Directrice adjointe - Restaurant Léon, Reims Thillois
Reims et périphérie · [Coordonnées](#)
464 relations
3 relations en commun : Lescuyer Delphine, Pauline Lescuyer et 1 autre personne
[Se connecter](#) [Message](#) [Plus](#)

Activité
469 abonnés
Mathisse Lescuyer a publié ce contenu · 2 mois
ALERTE RECRUTEMENT
#Léonthillois recherche ses futures pépites : ...voir plus
24 2 republications
Mathisse Lescuyer a republié ce contenu · 2 mois
On vous attend de pied ferme avec votre meilleur outfit! 🍷
#LÉON #thillois
5
Mathisse Lescuyer a republié ce contenu · 3 mois

Sponsorisé
Apprenez des compétences
Plus de 17 000 cours dispensés par des experts gratuitement pendant un mois
REGARDEZ CETTE VIDEO ?
TOYOTA présente ses applications métier développées avec WINDEV et WEBDEV
Invitation de LinkedIn
Faites de la publicité sur LinkedIn. Trouvez de nouveaux clients pour votre business. Essayez dès maintenant.

- Autres pages consultées**
- Muhacir Arslan** · 3e
Directeur d'agence chez GUY HOQUET L'IMMOBILIER Reims
[Message](#)
 - Avi Loeb** · 3e
Directeur Decathlon Reims Cormontreuil
[Message](#)
 - Roxane Dubois** · 3e
Continuous Improvement Expert chez Columbia Sportswear
[Message](#)
 - Emilie Juhentet** · 2e
Assistante Marketing & Communication au sein de la...
[Se connecter](#)
 - Ulrich Lepage** · 3e
Chargé de Marketing Produits

Demande de création de visuel pour un tablier et pour un packaging qui ont été imprimés par les soins de Mathisse.





ANNA IS DESIGNER S+UDIO[®]
GRAPHIC DESIGNER + WEBDESIGNER

anaisprevoteau@gmail.com
+33 6 42 12 92 29