

Agence  
**Cars & Co**

**Agence  
Cars & Co**  
**Guide de marque**

Octobre 2024

**LUCAS STUDIO**  
[www.lucas-studio.com](http://www.lucas-studio.com)



# Introduction.

« Ce guide vous permet de rassembler tous les éléments visuels qui définissent l'identité de votre marque.

Il sert de référence pour garantir la cohérence de votre image à travers tous les supports de communication, en expliquant comment utiliser correctement votre logo, vos couleurs, vos typographies, ainsi que les autres composants de votre identité visuelle. Grâce à ce guide, vous assurez une représentation homogène et professionnelle de votre marque.

Si vous souhaitez aller plus loin dans votre stratégie de communication, je reste à votre disposition pour d'autres projets, tels que la création de sites internet, de vidéos, de vidéos de drone, de brochures, et bien plus encore, pour renforcer votre présence et votre identité. »

**LUCAS WISHAAPT**

07 71 70 24 93

[www.lucas-studio.com](http://www.lucas-studio.com)

# L'histoire du logo.

## Exprimer les valeurs, l'histoire et le futur de la marque.

Le logo conçu pour l'Agence Cars & Co joue un rôle crucial dans l'articulation de son identité visuelle. En combinant minimalisme et symbolisme, ce logo ne se limite pas à une simple représentation graphique ; il incarne les valeurs et les ambitions de l'entreprise. La lettre "A" stylisée, intégrée dans un disque bleu, rappelle subtilement un volant, évoquant ainsi directement le secteur automobile. Cette conception n'est pas seulement esthétique ; elle renforce l'identité de l'entreprise en tant que leader innovant dans son domaine.

L'utilisation des couleurs est également stratégique. Le bleu, choisi pour le disque, projette une image de stabilité et de confiance, tandis que le blanc utilisé pour la lettre "A" évoque la clarté et la simplicité. Ce contraste n'est pas seulement visuellement attrayant, il facilite également la reconnaissance du logo à distance, un atout majeur pour une agence dont les services peuvent être présentés sur divers supports et à diverses échelles.

Un logo efficace, comme celui de Cars & Co, doit être mémorable, facilement reconnaissable, et capable de susciter une connexion émotionnelle avec le public. Ce design remplit tous ces critères, offrant une image de marque cohérente qui peut être aisément déployée sur des panneaux, des documents, des sites web et des véhicules.

Il véhicule une promesse de qualité et d'excellence, ce qui est essentiel pour se démarquer dans un marché concurrentiel.

Dans un secteur aussi compétitif que celui de l'automobile, où l'image de marque peut directement influencer la perception et les décisions des consommateurs, disposer d'un logo bien conçu est essentiel. Le choix d'un design minimaliste mais expressif garantit une forte présence de marque tout en conservant une flexibilité pour les applications futures, que ce soit en ligne ou hors ligne.

En outre, le logo de l'Agence Cars & Co a été pensé pour s'adapter à l'évolution de l'entreprise et du marché. La simplicité de la forme et la neutralité des couleurs assurent une intemporalité et une adaptabilité sur le long terme. Cela permet à l'agence de rester pertinente et reconnaissable, même face à des changements de direction ou d'expansion de l'offre de services.

L'importance de ces choix de conception réside dans leur capacité à communiquer efficacement les valeurs de l'entreprise au premier coup d'œil. Un bon logo agit comme un ambassadeur silencieux de la marque, reflétant les standards élevés et l'engagement envers la satisfaction client de l'agence.

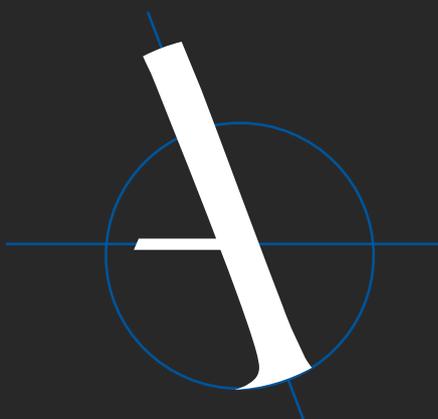
Les lignes de construction indiquent une précision dans l'alignement et les proportions, essentielles pour maintenir l'harmonie visuelle du design. Le "A" dans le disque bleu est aligné de manière à optimiser l'équilibre visuel et à renforcer l'impact du logo à première vue. Ce type de soin dans la conception structurelle assure que le logo est non seulement esthétiquement plaisant mais aussi fonctionnel sur différents supports et tailles pour une identité de marque cohérente et professionnelle.

L'utilisation des grilles souligne également l'importance de l'adaptabilité et de la flexibilité du logo. En respectant des proportions précises, le design garantit une uniformité à travers diverses applications, de la signalétique extérieure aux en-têtes de lettre et aux supports numériques. Ce respect strict des lignes directrices de conception aide à créer un sentiment de fiabilité et de constance autour de la marque, renforçant ainsi la confiance des clients et des partenaires.



Le "A" coupé qui constitue l'élément central du logo de l'Agence Cars & Co offre une variété d'utilisations au-delà de sa fonction principale de logo. Sa forme distinctive et épurée permet une grande flexibilité dans le design graphique, notamment en tant que motif répétitif ou élément décoratif. L'application de ce symbole en arrière-plan ou en filigrane sur

les documents officiels, les brochures, les sites web, ou même sur les emballages, peut renforcer la cohérence visuelle de la marque tout en subtilisant l'identité de l'entreprise à travers tous ses points de contact. Cette répétition du motif crée un lien visuel fort qui peut aider à renforcer la reconnaissance de la marque.



Cela permet également de maintenir une présence visuelle uniforme et sophistiquée, ce qui est essentiel pour une marque cherchant à affirmer son prestige et son professionnalisme dans l'industrie automobile. L'intégration de ce motif dans le design intérieur des bureaux ou des showrooms de l'agence peut également contribuer à une expérience de marque immersive pour les clients. Cela crée non seulement une atmosphère distinctive mais aussi une expérience mémorable, associant subtilement l'environnement physique de l'entreprise à son identité de marque.

# Différents logos.

## Utiliser le logo approprié, selon la taille disponible et le fond.

La palette variée de logos permet d'assurer que sa marque soit optimale sur une multitude de plateformes et de contextes. Cette flexibilité dans les variations de design permet à la marque de maintenir une identité visuelle forte et adaptable.

La collection comprend des logos complets ainsi que des icônes simplifiées, chaque version étant spécialement adaptée à différentes applications.

Les versions complètes du logo, avec le nom de l'agence intégré, sont idéales pour les contextes où une identification complète de la marque est nécessaire, comme sur les sites web, les façades de bâtiments ou les en-têtes officiels de la société. Ces versions assurent que la marque est immédiatement reconnaissable et clairement associée à son identité complète.

Les icônes, quant à elles, sont utilisées lorsque l'espace est limité ou que la simplicité visuelle est privilégiée, comme dans les applications mobiles, les réseaux sociaux ou sur les petits articles promotionnels. Ces versions compactes permettent une reconnaissance instantanée de la marque même dans des formats réduits, tout en maintenant l'essence du design original. Cette approche stratégique garantit que l'Agence Cars & Co maintient une présence visuelle cohérente et efficace, adaptée à chaque point de contact avec sa clientèle.

● C'est comme Nike : ils utilisent leur logo complet "Nike" pour les pubs ou produits formels, et le Swoosh seul sur les chaussures ou vêtements. Plusieurs logos permettent d'adapter la marque à différents supports tout en restant reconnaissable partout.



# Positionnement du logo.

## Positionner le logo de façon cohérente et stable.

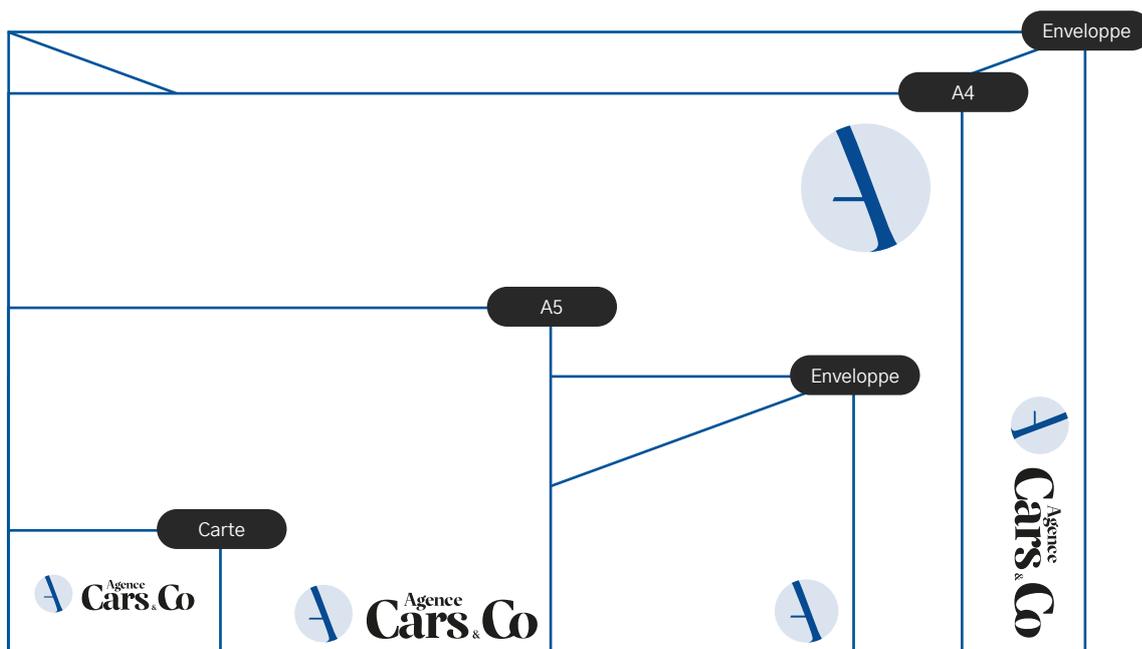
Le positionnement et la taille du logo sur différents supports de communication doivent être méticuleusement choisis pour optimiser la reconnaissance de la marque tout en s'adaptant au contexte d'utilisation.

Sur des formats plus grands comme un papier A4, il peut sembler logique d'utiliser le logo complet pour maximiser la visibilité. Cependant, dans des cas où la simplicité et la subtilité sont préférées, comme dans une présentation formelle ou un document officiel, utiliser une version icônique plus petite du logo peut être plus approprié. Cela permet de maintenir une présence de la marque sans distraire du contenu principal du document.

Sur un iPhone, le logo Apple est centré et proportionné pour être remarqué sans dominer. Ce placement discret mais distinct renforce la reconnaissance de la marque tout en respectant le design du produit. Cela montre l'importance de bien choisir la taille et l'emplacement d'un logo pour optimiser son impact sans nuire à l'esthétique.

Pour les formats intermédiaires, tels que les cartes de visite ou les enveloppes A5, l'application d'une version réduite du logo, centrée ou alignée de manière stratégique, garantit que l'identité de la marque est clairement visible sans surcharger l'espace. Cela aide à maintenir un équilibre entre l'esthétique et la fonctionnalité, en assurant que le logo complète le design sans le dominer.

**Parfois, un petit logo peut avoir un impact plus fort, surtout quand il est placé de manière à renforcer l'identité de marque dans l'esprit du spectateur de façon subtile mais puissante.**



# Palette de couleurs.

## Sélectionner des couleurs harmonieuses qui reflètent l'identité de la marque.

Azure Royal (#005498) - Cette teinte profonde de bleu est choisie pour évoquer la confiance et la fiabilité. Elle est utilisée comme couleur principale dans beaucoup de visuels, car elle représente la stabilité et la profondeur de l'entreprise.

Charbon (#FFD54E) - Utilisée pour apporter un contraste élevé, cette couleur gris neutre sert de fond pour mettre en valeur les éléments clés et le texte dans les documents et sur les sites web. Elle offre une élégance sobre et une flexibilité dans la variété des utilisations.

Gris Sidéral (#FFD54E) - Cette nuance de gris moyen fournit une alternative plus douce au noir pour le texte et les détails mineurs, contribuant à une lisibilité améliorée sans l'agressivité d'un noir pur.

Blanc (#FFFFFF) - Le blanc est utilisé pour créer un espace respirable autour des éléments graphiques et textuels, améliorant ainsi la clarté et la perception des autres couleurs.

Ensemble, ces couleurs forment une palette versatile qui soutient les divers besoins de communication de la marque. Elles ont été spécialement choisies non seulement pour leur harmonie visuelle mais aussi pour leur capacité à fonctionner sur une multitude de supports, que ce soit en ligne ou hors ligne.

Google : sa palette de quatre couleurs primaires assure une reconnaissance immédiate de la marque. Ce choix stratégique favorise la visibilité et la cohérence à travers toutes les plateformes, renforçant ainsi son identité visuelle globale.

#005498

Azure Royal

#FFD54E

Charbon

#FFD54E

Gris Sidéral

#FFFFFF

Blanc

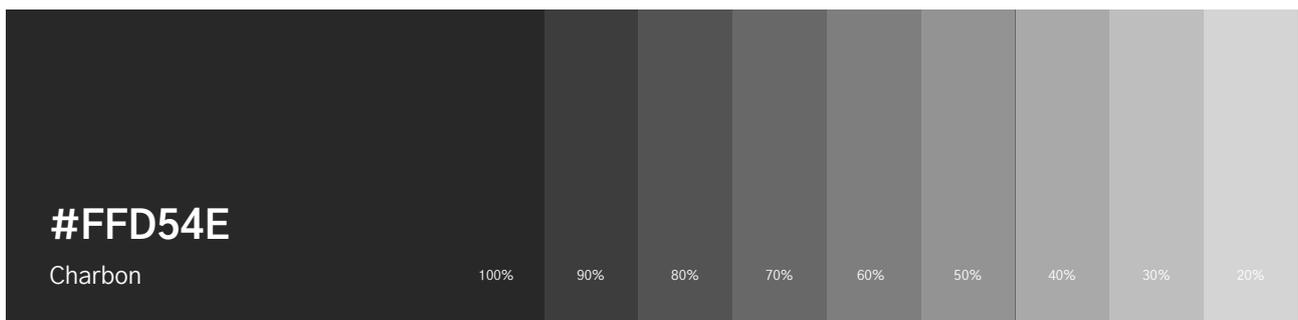
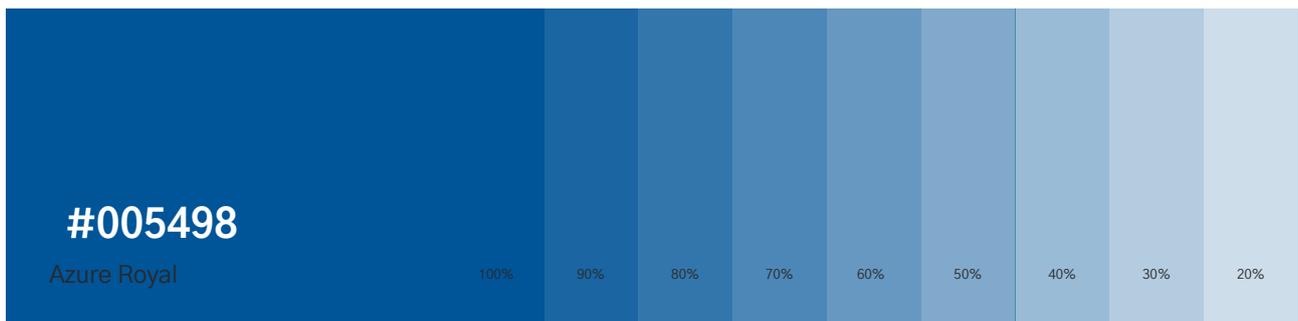
# Tons de couleurs.

## Hiérarchiser les informations en utilisant des variations de teintes du contraste.

Prenons l'exemple de Spotify : la marque utilise une gamme de verts pour hiérarchiser ses informations visuelles. Les verts plus foncés attirent l'attention sur les contrôles de lecture principaux, tandis que les verts plus clairs sont utilisés pour les éléments secondaires comme les descriptions de playlists. Cette variation de teintes permet de guider intuitivement l'utilisateur à travers l'interface, améliorant ainsi l'expérience utilisateur tout en renforçant l'identité visuelle de la marque.

La dégradation de l'"Azure Royal" crée un spectre allant de nuances profondes à des teintes plus claires, permettant une flexibilité dans le design qui peut être utilisée pour distinguer visuellement les niveaux d'information. Par exemple, les teintes plus foncées peuvent servir de fonds pour des titres ou des appels à l'action, tandis que les teintes plus légères peuvent être utilisées pour des contenus secondaires, aidant ainsi à créer une hiérarchie visuelle intuitive.

De même, la gamme de "Charbon" permet d'ajuster le contraste sur les éléments graphiques et textuels pour améliorer la lisibilité. Les nuances plus foncées de cette couleur peuvent être employées pour mettre en avant des textes critiques, tandis que les teintes plus claires peuvent être réservées à des informations complémentaires ou à des arrière-plans, réduisant ainsi la fatigue visuelle tout en maintenant l'élégance du design.



# Typographie.

## Écrire avec une police adaptée.

Aa

Burger King utilise deux polices bien distinctes. La police Flame, utilisée pour les titres et le logo, est une police ronde et rétro, évoquant le côté fun et décontracté de la marque.

Pour les textes descriptifs, comme les menus ou les informations nutritionnelles, Burger King opte pour une police plus sobre et lisible. Cela assure une lecture claire et fluide tout en évitant de surcharger visuellement le lecteur.

La police "Margaret" a été choisie pour l'Agence en raison de sa clarté et de son élégance, qui reflètent l'image professionnelle que l'entreprise souhaite projeter. Avec ses formes arrondies et ses proportions équilibrées, cette typographie offre une lisibilité exceptionnelle qui est idéale pour les titres, les exergues et les citations. Son style régulier sans ornements superflus garantit une application polyvalente, que ce soit en impression ou en numérique, assurant que le contenu reste accessible et attrayant.

### Typographie

Margaret

### Lettres et symboles

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

~!@#s%^&\*()-=\_+[ ]\|;':",./<>?

### Utilisation

Titres

Exergues

Citations

### Poids

Regular

L'adoption de deux polices de caractères distinctes dans une charte graphique est une stratégie cruciale pour renforcer l'identité visuelle tout en assurant une communication claire et efficace. Chaque police peut servir un objectif différent, permettant une séparation visuelle des types d'informations et une hiérarchisation du contenu qui guide le lecteur de manière intuitive à travers le texte.

La première police, généralement plus robuste et affirmée, est souvent utilisée pour les titres et les sous-titres. Cette police doit être suffisamment distinctive pour capter l'attention tout en reflétant l'esprit de la marque. Elle donne le ton de la communication et doit donc être choisie pour son impact visuel et sa lisibilité à grande échelle. La seconde police, utilisée pour le corps du

texte, doit avant tout favoriser la lisibilité. Elle est généralement plus sobre et neutre, ce qui permet de faciliter la lecture de textes plus longs sans fatiguer l'œil, tout en complétant esthétiquement la police des titres.

Utiliser correctement ces deux polices permet non seulement de créer un contraste visuel attrayant mais aussi d'améliorer la structure générale des communications. Cela aide à établir un flux visuel clair, où les utilisateurs peuvent facilement distinguer entre les informations importantes et le contenu complémentaire. De plus, le choix des polices doit être cohérent avec l'image de marque globale, assurant que chaque aspect de la communication visuelle soit aligné avec les valeurs et l'esthétique de l'entreprise.

Aa

Ses lignes épurées et sa construction géométrique offrent une lisibilité exceptionnelle, ce qui la rend idéale pour les paragraphes et descriptions, où la clarté du texte est primordiale. Avec ses multiples poids — de Light à Black — "Avenir" permet une grande flexibilité dans l'utilisation, facilitant la hiérarchisation visuelle du contenu sans sacrifier la cohérence esthétique.

## Typographie

Avenir

## Lettres et symboles

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

~!@#\$%^&\*()-=\_+[]{}|\|';: ",./<>?

## Utilisation

Paragraphes

Descriptions

## Poids

Light

Book

Roman

Medium

Heavy

Black

# — Système de grilles.

## Aérer

## les supports de communication.

Dans le domaine du design graphique, le système de grilles est un outil indispensable pour structurer efficacement les supports de communication. La grille que vous avez choisie pour l'agence joue un rôle crucial dans l'organisation visuelle des informations, permettant de créer des mises en page qui sont à la fois esthétiquement plaisantes et fonctionnellement optimisées.

Pourquoi utiliser cette grille spécifique?

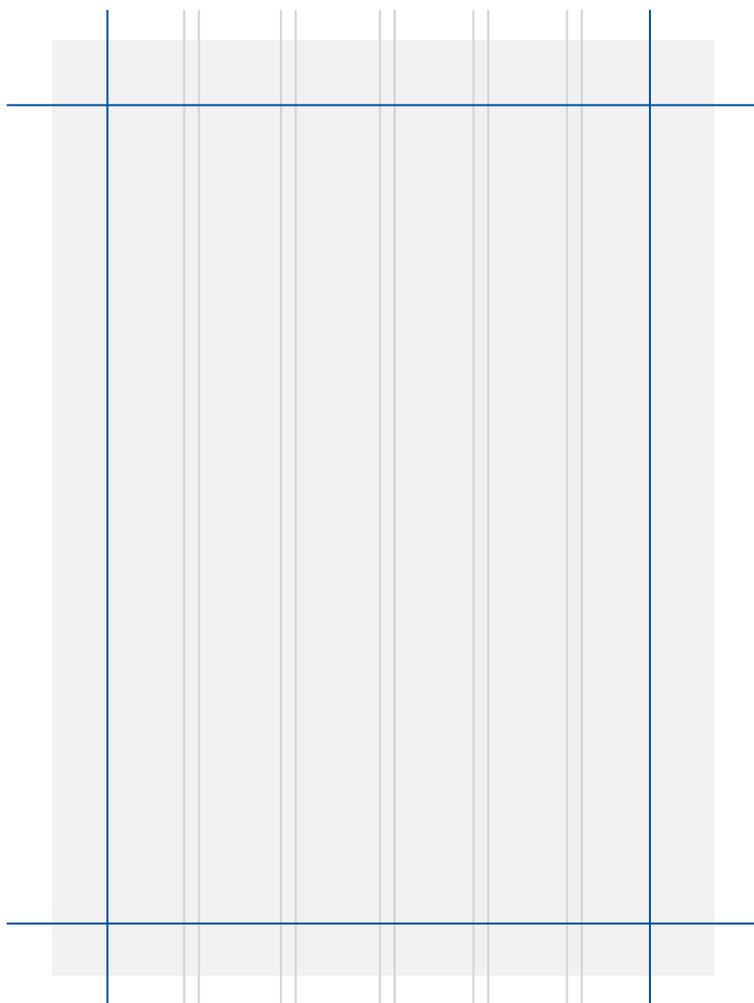
**Cohérence et Uniformité :** La grille permet d'uniformiser la mise en page de tous les supports de communication de l'agence, qu'il s'agisse de documents imprimés, de présentations numériques ou de contenus web.

**Hiérarchisation de l'information :** L'utilisation d'une grille aide à structurer le contenu de manière hiérarchique, facilitant la lecture et la compréhension des informations.

**Flexibilité et Adaptabilité :** La grille choisie est suffisamment flexible pour s'adapter à divers types de contenus.

**Efficacité de la conception :** En fournissant un cadre préétabli pour la disposition des éléments, la grille réduit le temps et l'effort consacrés à la conception de chaque nouveau projet.

● Prenons l'exemple de National Geographic, célèbre pour ses publications visuellement captivantes. National Geographic utilise un système de grilles rigoureux pour organiser ses contenus riches



*Les grilles ont une histoire profondément ancrée dans le Design Suisse des années 1950, aussi connu sous le nom de Style International. Les designers suisses, tels que Josef Müller-Brockmann, ont été pionniers dans l'utilisation systématique des grilles pour apporter une rigueur mathématique et une harmonie visuelle aux compositions graphiques.*

# Utilisation de motif.

## Remplir les espaces blancs par des motifs ou des symboles



*Louis Vuitton est célèbre pour ses motifs emblématiques comme le Monogram et le Damier, qui renforcent son identité de luxe et assurent une reconnaissance immédiate de la marque à travers le monde.*



L'utilisation de motifs dans les supports de communication de l'Agence est un choix stratégique qui enrichit visuellement les présentations tout en renforçant l'identité de marque. Les motifs ajoutent une dimension supplémentaire aux designs, remplissant efficacement les espaces blancs sans surcharger la composition visuelle globale. Ces éléments graphiques sont choisis non seulement pour leur valeur esthétique mais aussi pour leur capacité à communiquer subtilement les valeurs et le caractère unique de l'Agence.

Dans les publications, les publicités ou le design web de l'Agence, les motifs servent plusieurs fonctions clés. Ils attirent l'attention tout en facilitant une expérience visuelle cohérente et mémorable. Par exemple, dans un rapport annuel ou une brochure, l'intégration de motifs liés au thème de l'Agence peut transformer un document standard en une pièce de communication captivante qui parle directement à son public cible.



**Lucas  
Studio**

DOCUMENT ET  
CHARTRE GRAPHIQUE RÉALISÉ  
PAR LUCAS STUDIO.

[www.lucas-studio.com](http://www.lucas-studio.com)

**Agence Cars&Co**

Guide de marque

©2024 AGENCE CARS&CO - TOUS DROITS RÉSERVÉS