



Charte graphique

# Sommaire



- 1 La marque
- 3 Logotype
- 5 Logotype monochrome
- 7 Les interdits
- 9 Les alternatives
- 1 1 Les couleurs
- 1 3 Les typographies
- 1 5 Les zones d'exclusion
- 1 7 Les tailles
- 1 9 L'univers graphique
- 2 1 La papeterie
- 2 5 Les mock-up



La marque

1

Un produit sur-mesure qui  
n'existe nulle part ailleurs

Mon idée est de vendre des vinyles personnalisés, en mettant les musiques de différents artistes car pour moi le principal problème des vinyles est le fait de pouvoir écouter qu'un seul artiste par pochette, et moi j'aime plus choisir les musique par titre que par les artistes.

**Mashup 33** est un concept de création de vinyle sur mesure, qui permet de mixer tous les titres que l'on aime, sur un même album. En effet, il est plus courant de trouver des disques à l'effigie d'un seul artiste.

Les albums seront des 33 tours pour avoir un long temps d'écoute. Le but est de pouvoir personnaliser l'ensemble de A à Z, c'est à dire la pochette, l'intérieur du disque, les musiques, message personnalisés. C'est donc l'occasion de se faire plaisir, ou de faire plaisir avec un cadeau original.

Spécialisée dans la personnalisation de vinyles, c'est une marque accessible à tous, qui vise à offrir des produits de qualité à un prix abordable. Le but est de développer une communauté d'amateurs de vinyles et être reconnu pour son concept et de contribuer à la préservation de la culture musicale.

mix personnalisé  
et original

2

Créativité

Union

3

Le     type

4

Le nom fait allusion au fait de pouvoir mixer, mélanger les différentes chanson d'artistes. Le logo reprends le nom de la marque et le format des vinyles proposés (33 tours) le p représente un vinyles avec el bras qui est un élément crucial pour la lecture correcte du disque.



5

Le logotype  
monochrome

6

mash  
mash

Le logotype peut être utilisé en version monochrome uniquement si le support ne permet pas une bonne lisibilité du logotype en couleur.

7

Le logotype doit toujours garder un angle de 13°. Il ne doit pas être déformé. Il ne peut pas être placé sur une autre forme que celle autorisée et la forme ne doit pas comporter de motif ou d'autre couleurs que celle autorisé. Le nom doit toujours être écrit en blanc sauf si c'est en noir et blanc. Les éléments qui forment le logo ne doivent pas être déplacés.

# Les interdits

8



9



Les  alternatives 

10

11

C0 M10 J95 N0  
R255 V229 B13  
107 C Pantone  
#ffe50d

C11 M69 J0 N0  
R227 V79 B255  
239C Pantone  
#e34fff

C100 M8 J0 N29  
R0 V167 B181  
7710C Pantone  
#00a7b5

12

Couleur

13

# Rounded Elegance

A À Â Ã Ä Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï Ñ Ò Ó Ô Õ Ö Ø Ù Ú Û Ü Ý Þ ß  
a à â ä å ç è é ê ë ì í î ï ñ ò ó ô õ ö ø ù ú û ü ý ß  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 € . , ; : ... \* ' " " ' « ! ? - < > « # ( ) - \_ . @ \ / / | \_ #



Une police fluide et moderne. Sans bavure, sans empattement et avec des bords lisses et arrondis.

Typoographie

Light  
Regular  
Bold

14

Une police sans empattement moderne avec des arrondis subtils sur les tiges et les coins. Elle est professionnelle, elle sera utilisée pour tout les documents ou écrit important.

# Calibri

A À Â Ã Ä Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï Ñ Ò Ó Ô Õ Ö Ø Ù Ú Û Ü Ý Þ ß  
a à â ä å ç è é ê ë ì í î ï ñ ò ó ô õ ö ø ù ú û ü ý ß  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 € . , ; : ... \* ' " " ' « ! ? - < > « # ( ) - \_ . @ \ / / | \_ #  
A À Â Ã Ä Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï Ñ Ò Ó Ô Õ Ö Ø Ù Ú Û Ü Ý Þ ß  
a à â ä å ç è é ê ë ì í î ï ñ ò ó ô õ ö ø ù ú û ü ý ß  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 € . , ; : ... \* ' " " ' « ! ? - < > « # ( ) - \_ . @ \ / / | \_ #

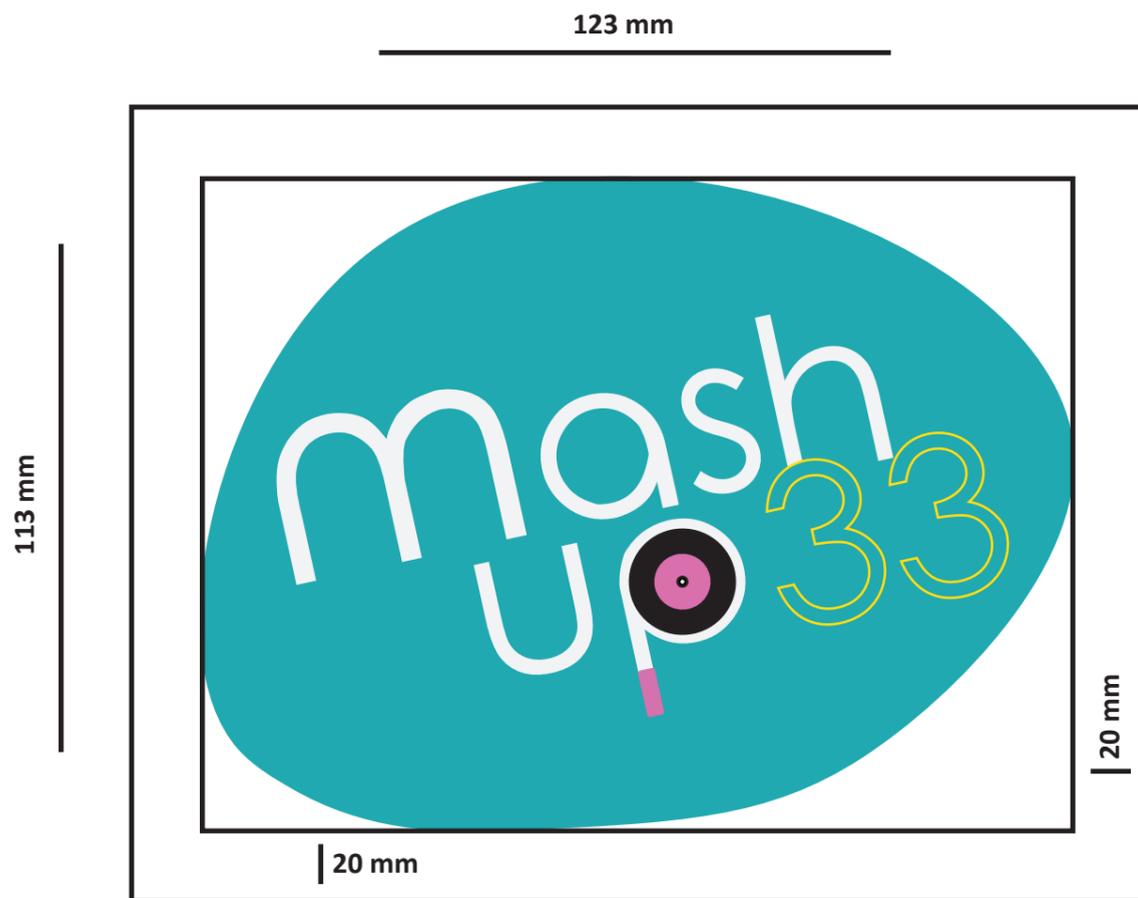


15

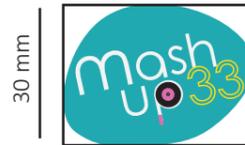
Zones

d' exclusion

16



# 17



La taille **minimum** du logotype est de 30 mm de hauteur, sinon nous avons moins de lisibilité sur les éléments présents dedans.

# Tailles

# 18



Pour la taille **maximum** du logotype, elle n' est pas limitée. En revanche, le logo doit garder une bonne proportion en fonction des supports tels que les affiches, les enseignes etc.

19

# L'univers graphique

Au-delà du logotype et des couleurs, il y a un éléments graphique représentatif de la marque. Cet élément a été réalisé à partir d'une empreinte digitale, qui est unique pour chaque personne. Il renforce l'idée que les vinyles sont faits sur mesure avec les goûts musicaux de chacun. L'empreinte doit être utilisée sur tous les supports de communication, mais uniquement dans les 3 couleurs autorisées et en blanc. Le motif peut être utilisé sur le verso, ou coupé.

20

21

Popoeterie

Carte de visite :



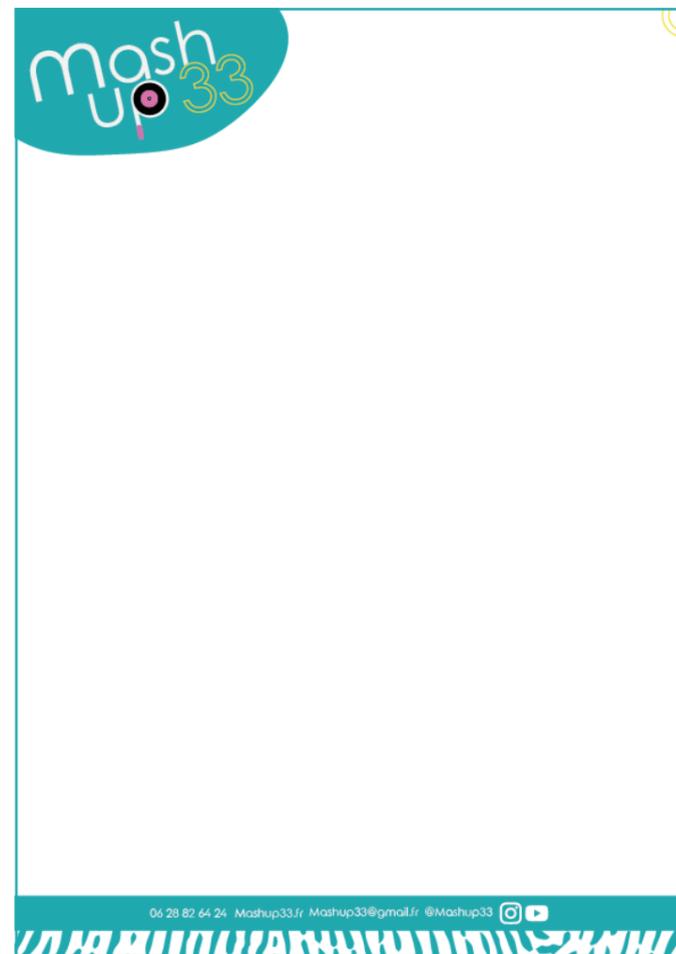
22

Carte de correspondance :



23

Papier à lettres et suite de lettres :



24

25

MOCK-UP



26



27



28





Réalisée par Emma Sareau 1P3