



L'IMPORTANCE D'UNE BONNE CHARTE GRAPHIQUE DANS SA COMMUNICATION

Votre charte graphique, c'est votre identité visuelle, c'est elle qui va vous permettre de vous différencier de vos concurrents et d'impacter votre client. Si votre client a toujours l'habitude de voir le même logo, les mêmes polices, images et couleurs, alors il pourra vous reconnaître.

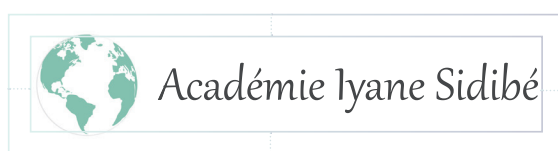


Exemple d'identité visuelle et déclinaison sur des supports de communication



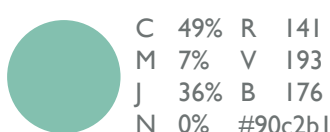
LE LOGO

Le logo est la pièce maîtresse de l'identité visuelle. C'est à partir de lui que découleront tous les éléments graphiques utiles à la communication d'une entreprise, c'est-à-dire : les codes couleurs, les polices d'écritures, les signes et symboles, les pictogrammes... Ils permettront de décliner l'identité visuelle pour qu'elle soit identifiable et homogène sur les différents types de supports de communications exploités par une entreprise. (site internet, packaging, carte de visite, dépliant, brochure, plaquette, flyer, enseigne etc.)



Zone de protection transparente recommandée

Couleurs



Police ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 Gabriola abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Détails technique que l'on retrouve dans une charte graphique



CHARTRE GRAPHIQUE

L'identité visuelle est détaillée dans ce que l'on appelle une charte graphique. Elle est un véritable outil de conception pour le graphiste lors de la création des supports de communication. Cela permet au graphiste d'être efficace dans son travail. La charte graphique permet aussi au client du graphiste de pouvoir faire respecter les codes de son identité visuelle s'il travaille avec d'autre professionnels de la communication. (Imprimeur, agence de communication, attaché de presse, graphistes, web designer...)



QUELS SONT LES SUPPORTS CONCERNÉS PAR LA CHARTRE GRAPHIQUE D'UNE ENTREPRISE ?

Les supports graphiques de communication peuvent être :

- Le logo de la marque, de l'entreprise ou de l'organisation
- Son site web
- Les cartes visites
- Ses thèmes (calques) Powerpoint pour les présentations externes ou internes
- Les devis, enveloppes, factures, etc.
- Ses goodies : cube anti-stress, stylos, etc.
- Les kakemonos, affiches et panneaux
- Les enseignes, vitrines, bâches, stands de présentations, véhicules, T-shirts, matériels de marketing, etc.



SITE WEB ET RÉSEAUX SOCIAUX

La charte graphique d'un site web est souvent la déclinaison de la charte graphique papier, adaptée aux besoins du web. Son rôle est de servir de guide pour les développeurs pour leur permettre de créer une belle interface, pratique et à la hauteur de votre image.

Ne pas négliger la déclinaison de votre charte graphique pour les contenus de vos réseaux sociaux, car elle vous permettra à la fois de vous distinguer de vos concurrents lors de vos publications, mais également de venir sublimer vos produits et services.

L'intérêt est donc de pouvoir «habiller» vos contenus avec des rappels graphiques de l'identité visuelle de votre marque (logo, couleurs, mise en scène).



Site Web et page Instagram



Ne négligez pas l'importance d'une charte graphique forte et clairement définie à laquelle vous pourrez vous référer en permanence pour créer de nouveaux éléments de communication.