

CHARTRE GRAPHIQUE

*Agro
Transformation
Afrique
de Lukula*

ATA

SOMMAIRE

I. Identité visuelle

1. Description
2. Logo Iconique et Typographique
3. Couleurs
4. Version monochrome
5. Typographie
6. Les déclinaisons

II. Les usages interdits

III. Univers graphique

1. Le logo sur les fonds de couleur
 2. Le logo est les supports de communication
- 

I. Identité visuelle

1. Description

L'identité visuelle est constituée de divers éléments tels que le logo, la typographie, les couleurs, les pictogrammes et les icônes. Elle doit permettre aux clients de reconnaître la marque dès le premier regard.

L'icône et le sigle sont reconnaissable et mémorisable par tous. Ils symbolisent l'entité dans son ensemble et les couleurs mettent en avant les valeurs de l'organisation.

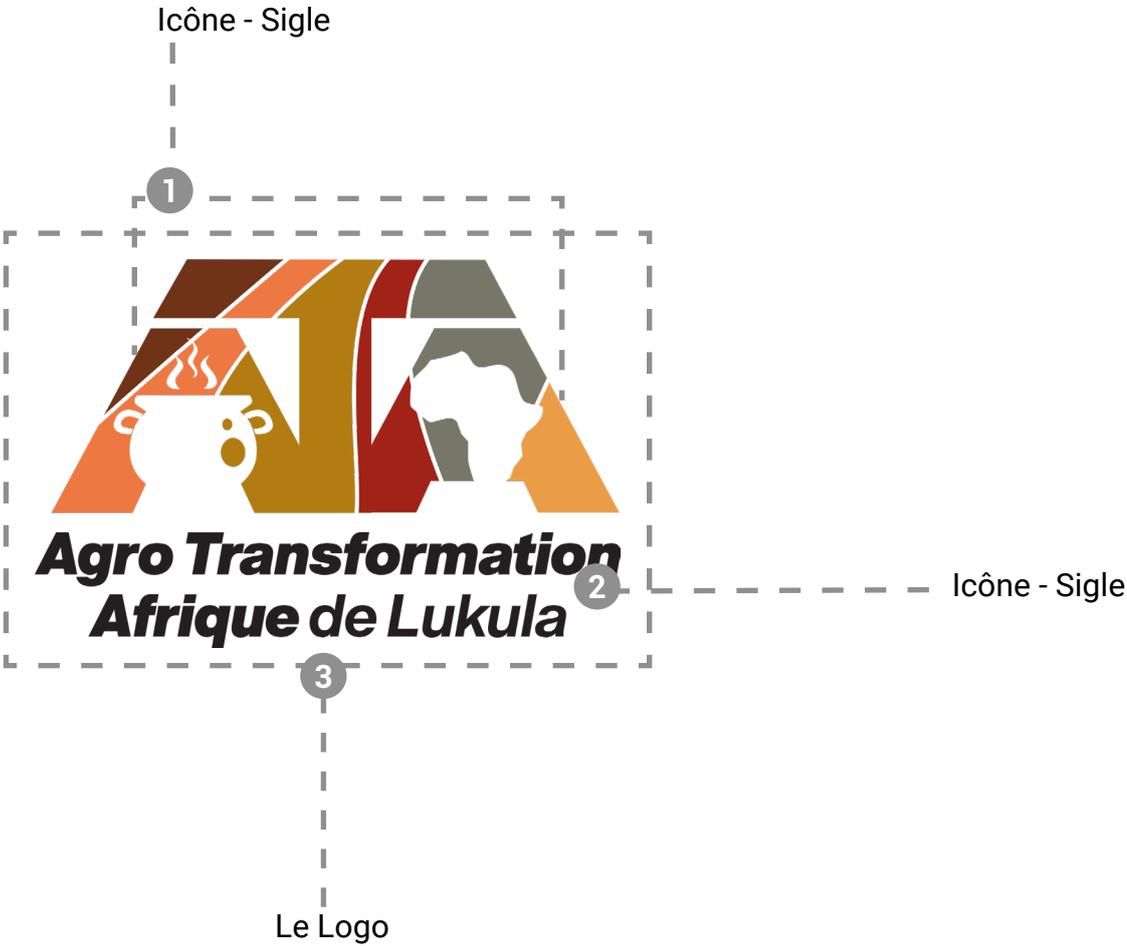


Figure 1 : Logo ATA

2. Logo Iconique et Typographique

Iconique et Typographique, pourquoi ce choix ?

Ce choix car il est nécessaire de comprendre tous ces services ne pouvaient être représentés directement par image d'où il est judicieux de recourir à la typographie des initiales ou sigle (ATA) élaboré de manière abstraite. Car il permet de faire une représentation généraliste de tous les services d'où le choix d'une Typo iconique.

1 sont le sigle ATA en typo iconique

2 L'Afrique représente la pépinière, la source de matières premières à transformer, notre terroir

3 La marmite fumante ou la marmite bouillante, l'illustration de la transformation, une préparation de ce qui est brut à ce qui peut être consommé

4 l'appellation



4 **Agro Transformation**
Afrique de Lukula

3. Les couleurs

Les couleurs reflètent l'identité et les valeurs de l'entreprise.



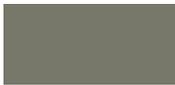
Le Marron : La nature, la fiabilité et aussi il est l'image d'un terroir, des produits et services des autochtones,



L'orange : l'entreprise est chaleureuse et vivante et prend très au sérieux le contact humain.



Le rouge : l'image des efforts fournis, de sacrifice, ou de dur labeur nécessaire pour parvenir au résultat de qualité



Grise : Couleur neutre et équilibré, la couleur grise l'image de maturité, sobriété et conservatisme.

LE MODE RVB

#703419	#b27d11	#eb9e47
R : 112	R : 178	R : 235
V : 52	V : 125	V : 158
B : 25	B : 17	B : 71
#ef7941		
R : 239		
V : 121		
B : 65		
#a4241a		
R : 164		
V : 36		
B : 26		
#777769		
R : 119		
V : 119		
B : 105		

LE MODE CMJN

#703419	#b27d11	#eb9e47
C : 35	C : 24	C : 6
M : 78	M : 48	M : 44
J : 91	J : 100	J : 78
N : 48	N : 16	N : 0
#ef7941		
C : 0		
M : 63		
J : 77		
N : 0		
#a4241a		
C : 2		
M : 25		
J : 93		
N : 0		
#777769		
C : 51		
M : 39		
J : 51		
N : 26		

4. Version monochrome

Lorsqu'il y a une impossibilité d'usage du logo en couleur dû à des raisons techniques ou économiques (ex. : cas de photocopie Noir et Blanc, marquage d'objets et autres), il est nécessaire de recourir à la version monochrome qui peut aussi être déclinée sur d'autres teintes.



#000000



#282828

5. La typographie

Les polices d'écriture utilisées sont **Montserrat** pour le grand titre, **Acumin Pro** pour le corps de document.

Montserrat Regular

Montserrat Light

Montserrat Bold

Montserrat Black

Acumin Pro Regular

Acumin Pro Medium

Acumin Pro Bold

Acumin Pro Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

&é»'(-è_çà)~#{[|`\'^@]}

0123456789

+ - / * =

6. Les déclinaisons

Pour nous permettre d'utiliser efficacement le logo sur différents supports ou plateformes, le logo dispose de deux constructions dont verticale.

CONSTRUCTION VERTICALE



II. Les usages interdits

Il est important de veiller sur le bon usage de logo à l'interne tout comme auprès de différents partenaires afin de ne pas altérer l'identité visuelle de l'entreprise car chaque élément représente les valeurs de l'organisation.

NE PAS CHANGER LA POLICE D'ECRITURE



NE PAS DEFORMER LE LOGO



NE PAS CHANGER L'ENVIRONNEMENT GRAPHIQUE DU LOGO



NE PAS MODIFIER LES PROPORTIONS D'UN DES ELEMENTS DU LOGO



NE PAS MODIFIER LES POSITIONS D'UN DES ELEMENTS



NE PAS MODIFIER L'OPACITE D'UN DES ELEMENTS DU LOGO



II. Univers graphique

Démontre les différents usages de logo et ses adaptations, tout en respectant une ligne éditoriale.

6. Le logo et les supports de communication

Il est recommandé dans le cas d'utilisation de logo sur une image dont le fonds ne permet pas une bonne lisibilité, de le décliner sur un fonds blanc ou user de sa version monochrome.



II. Univers graphique



PAPIER ENTETE

Proposition

sdsLorepel ma conmitati doloreium quodipitet re licim num aut dolupta temporrum quas consent la que dollaut resequa spiento occatum aut maximint. Ecearib usdan-daerum nam ni dolorem es simporu ntibus se nem hiliam eos doluptatibus sapicillabor anim iusa verumqui recte dolupta spedis ea et anduscipiet eos nam sed quame cus quia solore dis restruptatem que cum ut eossin provitatem. Nam sam ut estinctore sant eicimenis vento doloritate vitaquate volum, odigenis et que id unt. Vitati blam faccusa voluptat.

Parum es sam, ut explia volupta spellup taquati re nihit everunt volut eatur alique volupit estem imoluptate solores maios as arum quiam quia necupta tectotatem. Harum simusa eiust, ut occupa teculpa ruptatur, cuscipsus eatem. Nem simodio nserunt eseqas rehent estis maximus qui ius parumquiatur magnime cum culles sam harions equamen istibus enis esci dolumqui conet ad ex entibeat. To molut id quiate rat.

t, quia volentem quidita plis as eum fugiatempor mo optatur, sequos endist, ut impos aute recte nus aliciantent plique dolumquam valoris maximus. Ediossinum soluptate placide liaepedis re ni intia ium fuga. Gia sust eum, volore pro etur sum re eaquatium faceaquunt quiaspicas acerum eveniaepel ium et quod eum laborepedis dolore velicit ataesequo quibus. Tur, sundam volupta temporum repersp eribea similluptas cum quam fuga. Dus, con con culluptati berciumque dolo quiam rent quostist utemperchit estiamu sciusdam que que vel id millique qui dentint otaque simus, que prehenis sunt aut acienim volo occus des doluptis acea eossitat. Explique nus eaquaepe ea veri tet ut odit eaqui vita cum inci beatem que consectin nonsed maios atur aut omni aut deligen-to ex everio. Fero earumqui conet moluptur, ipsandae pliquo voluptisqui renecepro tem eum harit quantiis explab illorem inullaut volorem vollorrovit, occatem estiis eumquiam rati blaut officimil et eum quia simus porerum qui omnimporia core, erum quat qui illup-tae. Itas est, unto beatint aut re sit ommo quidiciendae ipsus.uas itibearum labo. Ut ped que vercime lamusto ruptati se sequis rescit acescia doluptae. Ex erit recus, a con preri cumet, conseqe dolut qui doluptatur?

Sa quatio. Itae dolo que volore nonsedit fugit veliqui core ilit fuga. Ut quamus ditas doluptur maion

info@managementconsultingcompany.com
+243 84 00 00 000 - 81 00 00 000
12, avenue du 30 lukula, commune de , RDC-Kongo central

CARTE DE VISITE

MARIE MBOMBO

RESPONSABLE COMM

+243 81 00 00 000
+243 85 00 00 000
mariembombo@mcc-rdc.com
www.mcc-rdc.com



II. Univers graphique



POSTER DECO BUREAU



II. Univers graphique





***Agro Transformation
Afrique de Lukula***



***Agro Transformation
Afrique de Lukula***



***Agro Transformation
Afrique de Lukula***



J O I N T

CHAQUE INSTANT EST UNE EXTASE

Merci

+243 81 38 73 102 - 83 29 72 194