CHARTE GRAPHIQUE

MANAGEMENT
CONSULTING COMPANY

SOMMAIRE

I. Identité visuelle

1. Déscription
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. Déscription

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.

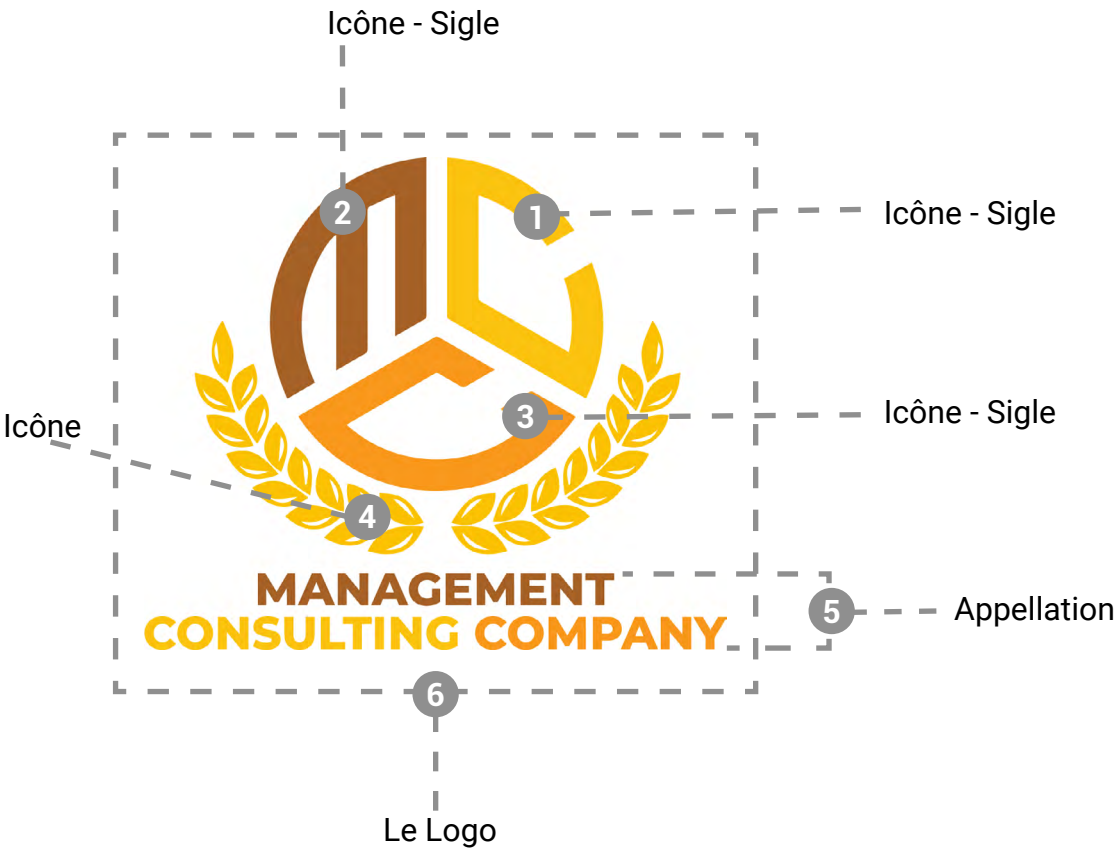

Figure 1 : Logo MCC

2. Logo Iconique et Typographique

Conçu pour représenter une cantine et une boutique composé des produits brassicoles en même temps, ce logo est iconique et très typographique.

Iconique et Typographique, pourquoi ce choix ?
Ce choix car il est nécessaire de comprendre tous ces services ne pouvaient être représenter directement par image d'où il est judicieux de recourir à la typographie des initiaux ou sigle (MCC) élaborer de manière abstraite. Car il permet de faire une représentation généraliste de tous les services d'où le choix d'une Typo iconique.

1, 2, 3 sont le sigle MCC en typo iconique

4 Les épis de maïs : représente un de produit phare de la cantine qui est le maïs et par aricocher en les produits brassicole

5 l'appellation

3. Les couleurs

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

Le jaune : la richesse, produits de qualité conçus ou utilisés par 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 MODE RVB

#fac30e

R : 250
V : 195
B : 14

#a76227

R : 167
V : 98
B : 39

#f59925

R : 245
V : 153
B : 37

LE MODE CMJN

#fac30e

C : 2
M : 25
J : 93
N : 0

#a76227

C : 26
M : 62
J : 90
N : 20

#f59925

C : 0
M : 47
J : 90
N : 0

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
ABCDEFGHI JKLMN OPQRSTUVWXYZ
&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 et horizontale.
La nécessité de deux constructions seras mis en avant à la page ....de l'Univers Graphique

CONSTRUCTION VERTICALE

MANAGEMENT
CONSULTING COMPANY

CONSTRUCTION HORIZONTALE

MANAGEMENT
CONSULTING
COMPANY

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 décliné sur un fonds blanc ou user de sa version monochrome.

II. Univers graphique

MANAGEMENT
CONSULTING COMPANY

PAPIER ENTETE

Proposition

sdsLorepel ma comnitati doloreium quodipitet re licim num aut dolupta temporrum quas consent la que dollaut resequa spiento occatum aut maximint. Ecearib usdandaerum 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 occupta teculpa ruptatur, cuscipsus eatem. Nem simodio nserunt esequas 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 aliciandent plique dolumquam voloris maximus. Ediossinum soluptate placide liaepedis re ni intia ium fuga. Gia sust eum, volore pro etur sum re eaquatium faceaquunt quiaspicatis 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 deligento ex everio. Fero earumqui conet moluptur, ipsandae pliquo voluptisqui renecepro tem eum harit quuntiis explab illorem inullaut volorem vollorrovit, occatem estiis eumquiam rati blaut officimil et eum quia simus porerum qui omnimporia core, erum quat qui illuptae. 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, conseque 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

MANAGEMENT
CONSULTING COMPANY

MARIE MBOMBO
RESPONSABLE COMM

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

www.mcc-rdc.com

JOINT
CHAQUE INSTANT EST UNE EXTASE

II. Univers graphique

POSTER DECO BUREAU

II. Univers graphique

MANAGEMENT CONSULTING COMPANY

MANAGEMENT CONSULTING COMPANY

MANAGEMENT
CONSULTING COMPANY

JOINT

CHAQUE INSTANT EST UNE EXTASE

Merci

+243 81 38 73 102 - 83 29 72 194