

SAE 302 - Contenus pour une communication plurimédia

# IDENTITÉ VISUELLE DE



Agence 12 :

Thomas Chauvin, Camille Soret, Elias Besnier, Aywen Bouyer

# SOMMAIRE

1 - La marque Green Lion.....	1
Présentation de la marque.....	1
Atouts et valeurs de la marque.....	1
Triangle d'or de positionnement.....	2
Analyse SWOT de la marque.....	3
Analyse du produit.....	3
Exploration de l'identité visuelle actuelle de Green Lion.....	4
Paysage concurrentiel.....	9
Levi's.....	9
Atelier Tuffery.....	13
Ecclo.....	17
1083.....	20
Cible de la communication.....	25
Système de représentation de la cible.....	25
Problématique de communication.....	25
2 - La Démarche Artistique.....	26
Axes de la Démarche Artistique.....	26
Système de représentation et présentation du produit.....	26
Système de présentation du contexte d'utilisation du produit.....	26
Symboles ou sémiotiques à éviter.....	27
Positionnement par rapport à la concurrence.....	27
Supports de communication.....	27
Affirmation finale sur la marque.....	28
3 - Nos propositions.....	29
Proposition de Aywen.....	29
Inspirations artistiques.....	29
Recherche d'inspiration et de procédés.....	30
Réflexion sur le logo.....	31
Recherche de la typographie.....	31
Recherche des couleurs.....	32
Recherche d'un slogan.....	32
Recherche de mots-clés.....	33
Recherche de citations.....	33
Propositions de slogan.....	34
Recherche du webdesign.....	35
Tests pour le logo.....	36
Analyse critique de la proposition.....	38
Proposition de Thomas.....	39
Typographies.....	40
Couleurs.....	41
slogans.....	41

Propositions.....	41
Choix final.....	41
Wedesign.....	42
Analyse critique de la proposition.....	44
Proposition d'Elias.....	45
Inspiration artistique.....	45
Recherche d'inspiration et de procédés.....	46
Réflexion sur le logo.....	47
Recherche de la typographie.....	47
Recherche des couleurs.....	48
Recherche d'un slogan.....	48
Recherche du webdesign.....	49
Analyse critique de la proposition.....	51
Proposition de Camille.....	52
Moodboard.....	52
Recherche d'inspiration et de procédés.....	53
Réflexion sur le logo.....	54
Réflexion sur le slogan.....	54
Recherche de la typographie.....	55
Lion club.....	55
Lion king.....	55
Lionelofparis.....	55
Recherche des couleurs.....	55
Couleur principale.....	55
Couleur secondaire.....	55
Recherche du webdesign.....	56
Analyse critique de la proposition.....	57
4 - Choix définitifs.....	58
Notre moodboard.....	58
Nos typographies.....	58
Nos couleurs.....	59
Notre logo.....	59
Notre slogan.....	60
Proposition de webdesign.....	60
Premières propositions de supports de communication.....	64
Publication Instagram.....	64
Publication Facebook.....	65
Email.....	66

# 1 - LA MARQUE GREEN LION

## Présentation de la marque

Green Lion est une marque née en 2019 grâce à Zakaria Ghattas, comprenant entre 2 et 10 employés. Son siège social se situe à Joinville-le-Pont, en Île-de-France.

C'est une marque de vêtements comprenant des produits réalisés dans une démarche écoresponsable tout le long de leur production.

## Atouts et valeurs de la marque

La marque propose des vêtements à la fois élégants, décontractés et éco-conçus.

Leurs produits phares sont leurs jeans qui sont fabriqués avec seulement 75 cl d'eau, comparé aux 7000 L nécessaires habituellement, et contiennent 20 % de bouteilles de plastique recyclé provenant de la mer Méditerranée.

Ces produits sont réalisés avec du coton bio certifié GOTS, certains produits comprennent jusqu'à 20 % de fils et de plastique recyclé provenant de la mer Méditerranée, et les jeans n'utilisent que 75 cl d'eau au lieu des 7000 L nécessaires à la fabrication d'autres jeans non écoresponsables.

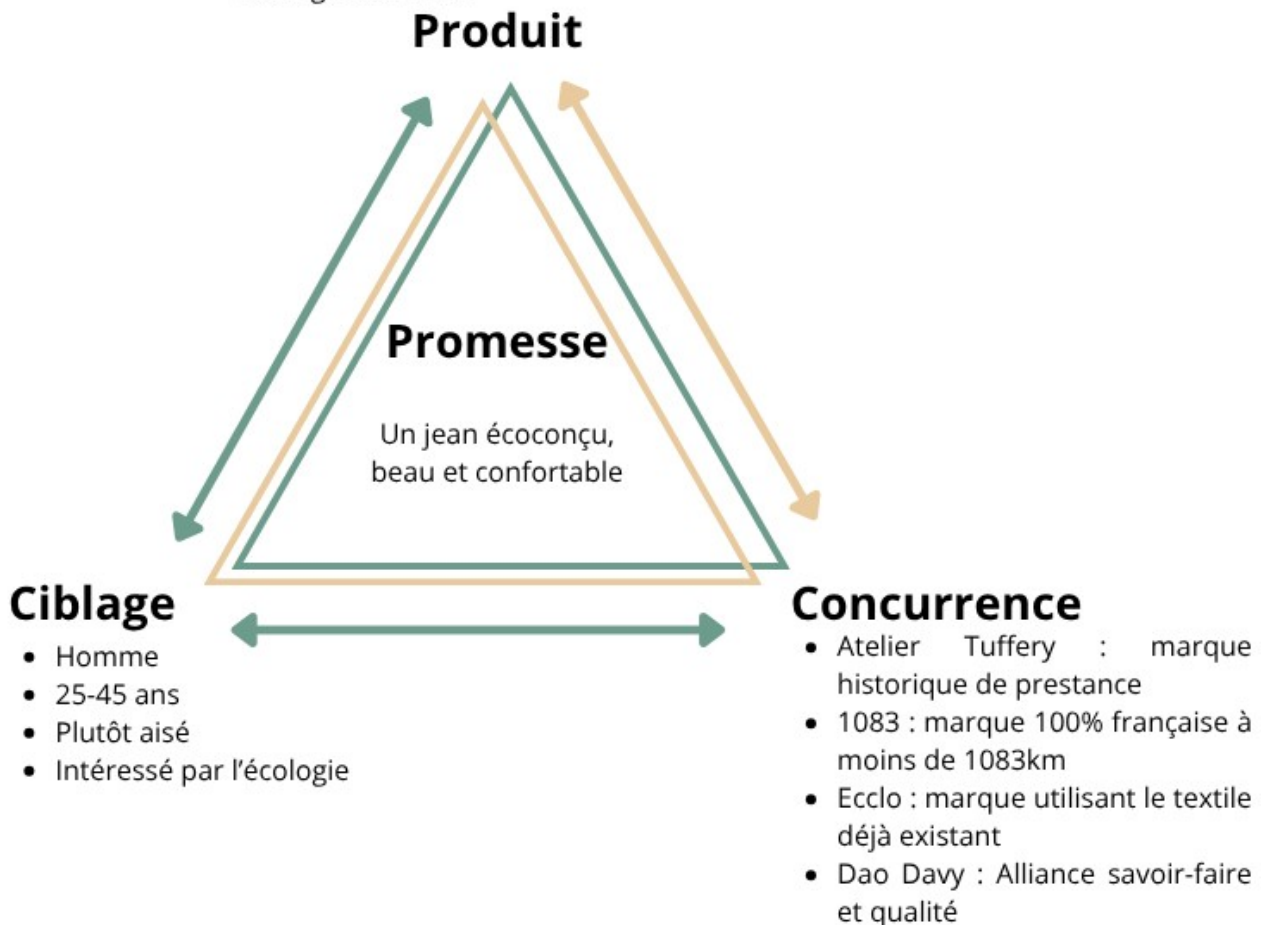
Leurs produits sont conçus pour être sans dangers et ajustés à la taille du porteur grâce à la certification BLUESIGN et l'ajout d'élasthanne pour les jeans.

Enfin, la production et le trajet des produits s'effectuent dans le bassin Méditerranéen, au Portugal, en Espagne et au Maroc, avec des salariés correctement rémunérés et respectés.

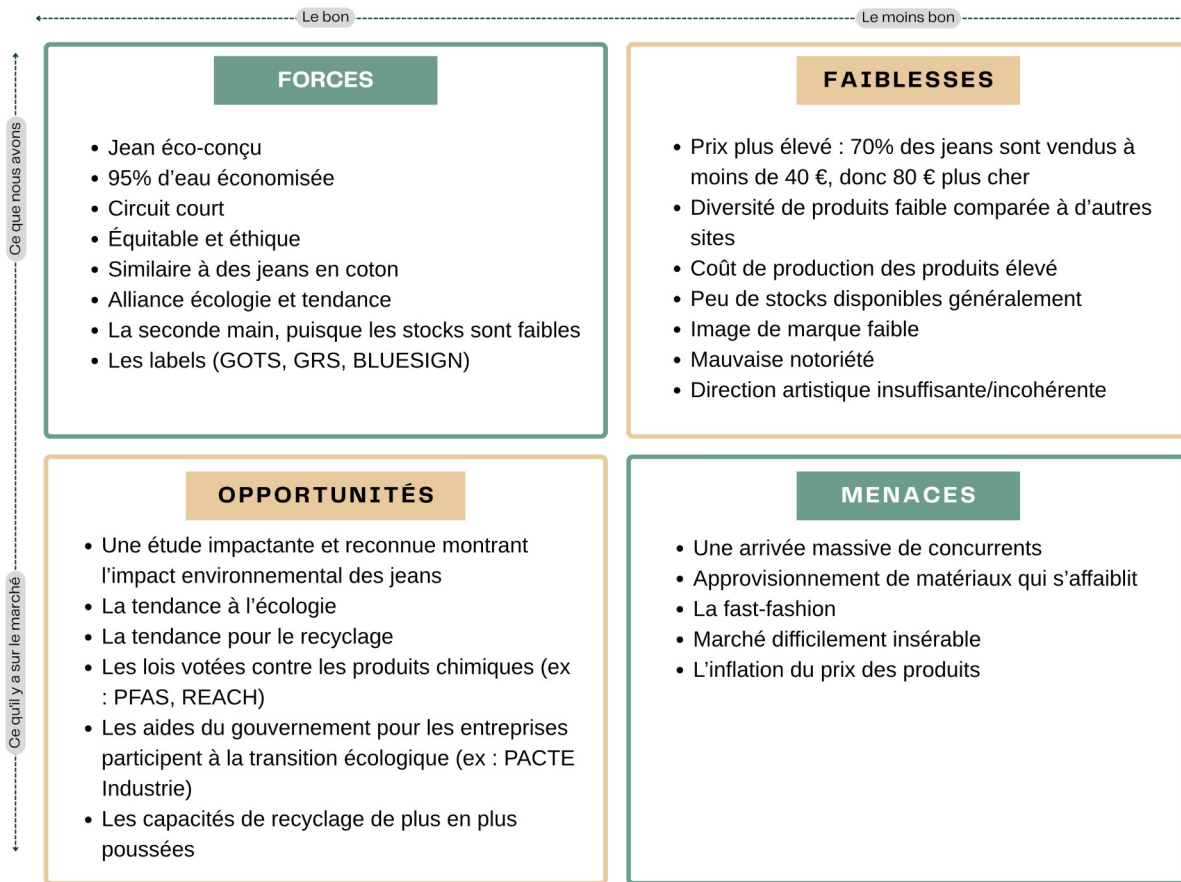
Les valeurs de la marque sont le respect de l'environnement, la fierté, la force et l'élégance.

## Triangle d'or de positionnement

- Fabrication nécessitant que 75cl d'eau
- Composé de 20% de bouteilles de plastique recyclé provenant de la mer Méditerranée
- Confortable
- Durable
- Chic
- Tissus certifiés GOTS et GRS, et colorants certifiés BLUESIGN
- Transport en circuit court : Espagne, Portugal et Maroc



## Analyse SWOT de la marque



## Analyse du produit






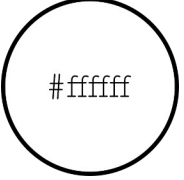
Le produit Jean Serengeti est un jean de type droit composé à 67 % de coton, 20 % de polyester, 11 % de viscose et 2 % d'élasthanne. Ce produit est donc légèrement élastique, ce qui permet d'être confortable dans le jean. Le polyester présent dans le jean fait référence aux 20 % de plastiques recyclés provenant de bouteilles repêchées dans la mer Méditerranée.

Ce jean est fait pour être porté en milieu urbain.

Ce jean a été conçu sans produits chimiques ou dangereux, avec des fils recyclés, avec seulement 75cl d'eau, avec des tissus certifiés GOTS et GRS et des colorants certifiés BLUESIGN. Enfin, ce produit a voyagé entre le Portugal, l'Espagne et le Maroc.

Le nom Serengeti fait référence au second plus grand parc animalier d'Afrique : le parc national Serengeti, qui comporte environ 4 millions d'animaux, dont une réserve de lion.

# Exploration de l'identité visuelle actuelle de Green Lion

Logo	
	<p>Le logo contient une moitié sur la gauche de couleur sable avec des lignes blanches allant vers l'extérieur haute. L'autre moitié à droite est de couleur vert forêt avec des zones blanches tracées de manière droite.</p> <p>Ce logo représente d'un côté les branches d'un arbre grâce à l'espace négatif, et l'autre moitié représente l'image d'un lion vert.</p> <p>Ce logo vient montrer le lien entre la nature et le lion : Un symbole exotique de la force, de la fierté et d'élégance royale, des valeurs que la marque souhaite présenter.</p>
Couleurs prédominantes	
<p>Couleur primaire :</p>  <p>#0a5234</p> <p>Couleur secondaire :</p>  <p>#deb06f</p> <p>Couleur de fond :</p>  <p>#ffffff</p>	<p>La couleur principale verte vient faire référence directement à la nature et à la végétation, la nature, l'écologie, mais aussi de la fraîcheur et du progrès. La couleur secondaire sable vient quant à elle créer un sentiment d'ancrage, et fait référence à la savane et à la terre.</p>
Valeurs	
<p>Le respect de l'environnement La fierté L'élégance La force</p>	<p>La marque souhaite mettre en avant ses démarches écologiques dans toute sa chaîne de production, notamment à travers l'utilisation de plastiques recyclés, de coton bio, de produits non chimiques ou dangereux pour la santé, avec sa démarche pour proposer une production dans le bassin méditerranéen, et sa production de jeans</p>

n'ayant consommé que 75 cl d'eau.  
L'image du lion vient poursuivre l'explication de ses valeurs, puisque la marque souhaite montrer une image forte, puissante, fière et élégante comme un lion. Nous pouvons cependant noter que ces valeurs ne sont pas forcément mises en avant à travers les produits proposés, comme l'élégance, ou la force.

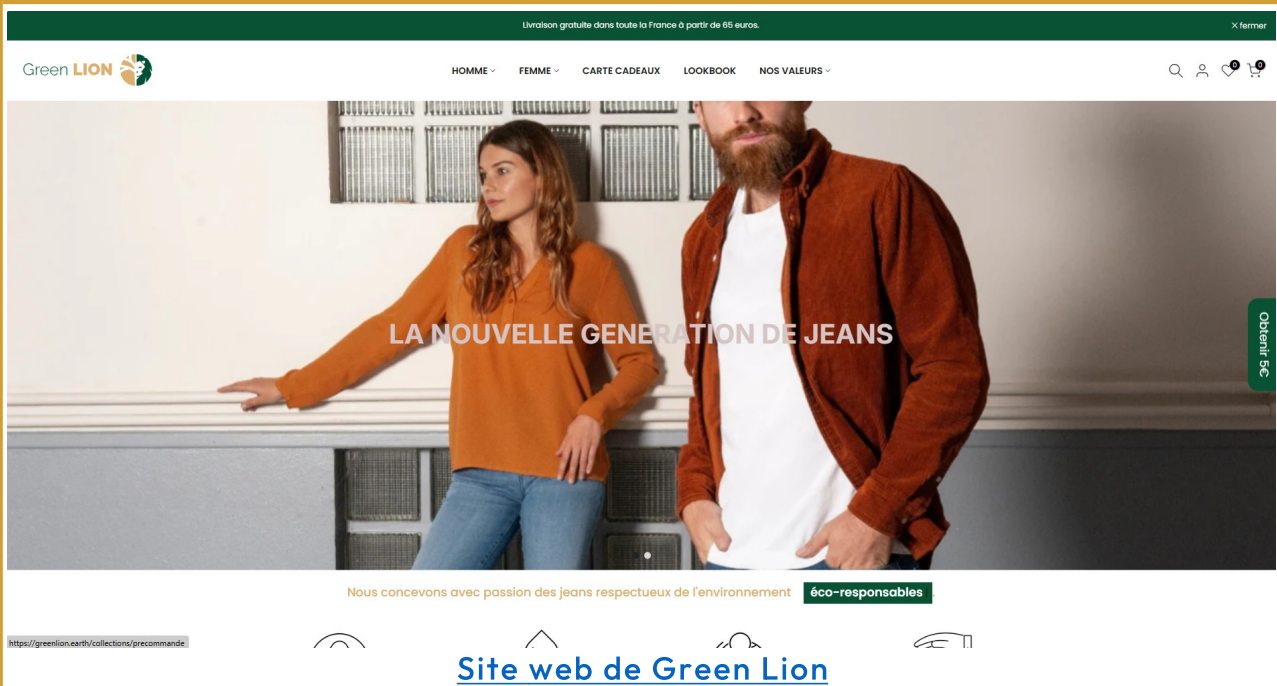
### Typographie

Poppins pour les titres et le texte.  
Les titres sont mis en majuscules

La marque utilise une police Sans-Serif qui permet une lecture facile par tout le monde. C'est une police plutôt neutre qui n'a pas de caractère particulier.

### Webdesign

Le site de Green Lion présente différentes sections avec en premier lieu leur collection de jeans, ce qu'ils réalisent pour l'environnement, puis leurs produits pour homme comme pour femme, et mettant surtout en avant leurs jeans. Le site vient également présenter une description plus détaillée de ce qu'ils font, leur histoire, des avis clients, ou encore leurs labels.  
Les produits sont référencés avec une description complète du produit, dont sa composition, l'histoire du nom, ou encore comment l'entretenir. Il manque cependant la traçabilité. On peut noter que le site a quelques soucis au niveau de l'adaptation sur différents supports, notamment avec des images qui se déforment, des images qui dépassent, etc.



### Affiches

Pas d'affiches existantes

### Campagnes audiovisuelles

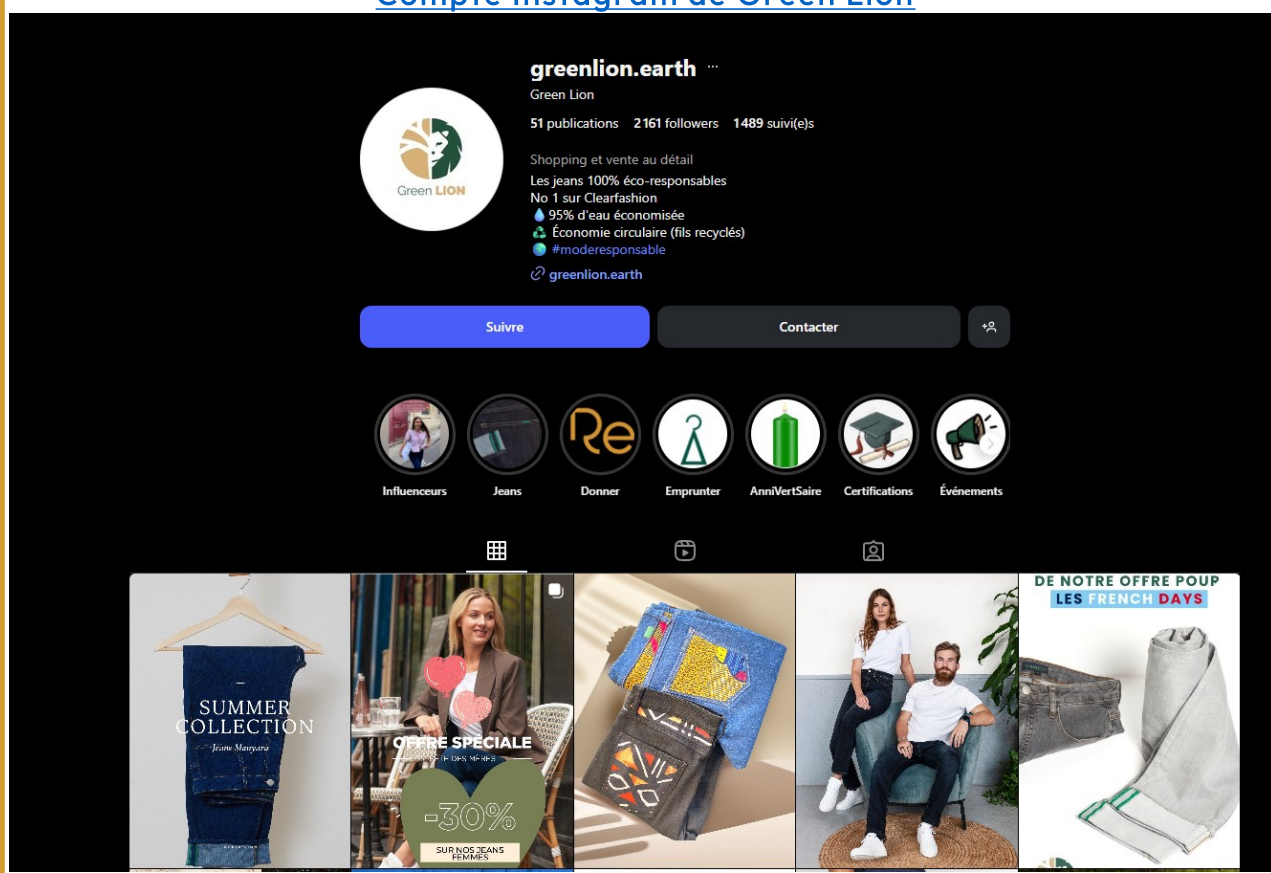
Le compte Instagram de Green Lion contient des photos des produits, ainsi que des annonces de collections et d'offres.

Pour le compte Facebook de Green Lion, celui-ci comprend sensiblement la même chose que le compte Instagram.

La chaîne YouTube de Green Lion n'est pas bien référencée due à la petite quantité d'abonnés. 4 vidéos ont été publiées : une vidéo longue de 3 minutes il y a 5 ans, expliquant les avantages de la marque par le fondateur, et 3 shorts présentant les produits Green Lion.

Nous pouvons souligner qu'il y a une présence quasi inexistante sur YouTube, alors que pour les deux autres comptes, ils ont publié régulièrement jusqu'en 2024, où depuis il n'y a plus rien de nouveau.

### Compte Instagram de Green Lion



[Compte Facebook de Green Lion](#)

**Green Lion**  
4 K J'aime · 4 K followers

**Intro**  
Green Lion est une marque de vêtement écoresponsable : tissus en coton bio, processus de fabrication

Page · Vêtements (Marque)

**Green Lion**  
31 mai 2024 · 🌍  
Mesdames...pour fêter l'arrivée des beaux jours, adoptez un jean Manyara! ✨

[Compte Youtube de Green Lion](#)

**Green Lion Jean**  
@greenlion-earth · 4 abonnés · 4 vidéos  
Classé n°1 sur Clear Fashion 🏆 🌱 ...plus  
greenlion.earth  
S'abonner


Accueil Vidéos Shorts

**Shorts**

**Manyara - Jean femme Mom Fit bleu ...**  
57 vues



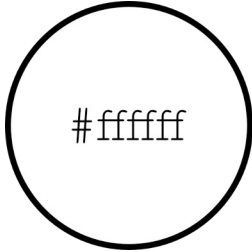
**Victoria Sunset - Jean femme slim bleu ...**  
130 vues

**Victoria Grey - Jean femme slim bleu ...**  
227 vues

Promesse aux utilisateurs	
Un jean souple et chic n'ayant consommé que 75cl d'eau, et comportant au moins 20% de plastique recyclés provenant de la mer Méditerranée.	La marque veut présenter un jean qui à la fois respecte l'environnement, et qui vient aider la planète en venant récolter du plastique pour le recycler et le mettre dans les vêtements. La marque souhaite donc mettre en avant ses jeans qui ne consomment pratiquement pas d'eau lors de leur fabrication, et le fait qu'ils soient confortables et chics.
Système symbolique	
La nature	La couleur verte et les branches présentes dans le logo permettent de donner une image écologique à la marque. Ce système n'est présent que dans les couleurs et le logo.
Persona	
Homme de classe moyenne entre 20 et 45 ans s'habillant entre décontracté et chic	Même si la marque montre des valeurs de fierté, force et élégance, les personnes représentées sont majoritairement des hommes de classe moyenne en tenue majoritairement décontractée et parfois plus chic.
Dimension symbolique prédominante	
<p>Le lion</p> 	Le lion est une image puissante de puissance, fierté et d'élégance royale. Il vient montrer une image de force, montrant que la marque est fière d'elle et qu'elle s'y connaît dans le domaine. Cependant, la marque ne met pas assez en avant cette image, ce qui ne permet pas directement d'associer l'image du lion à la marque.

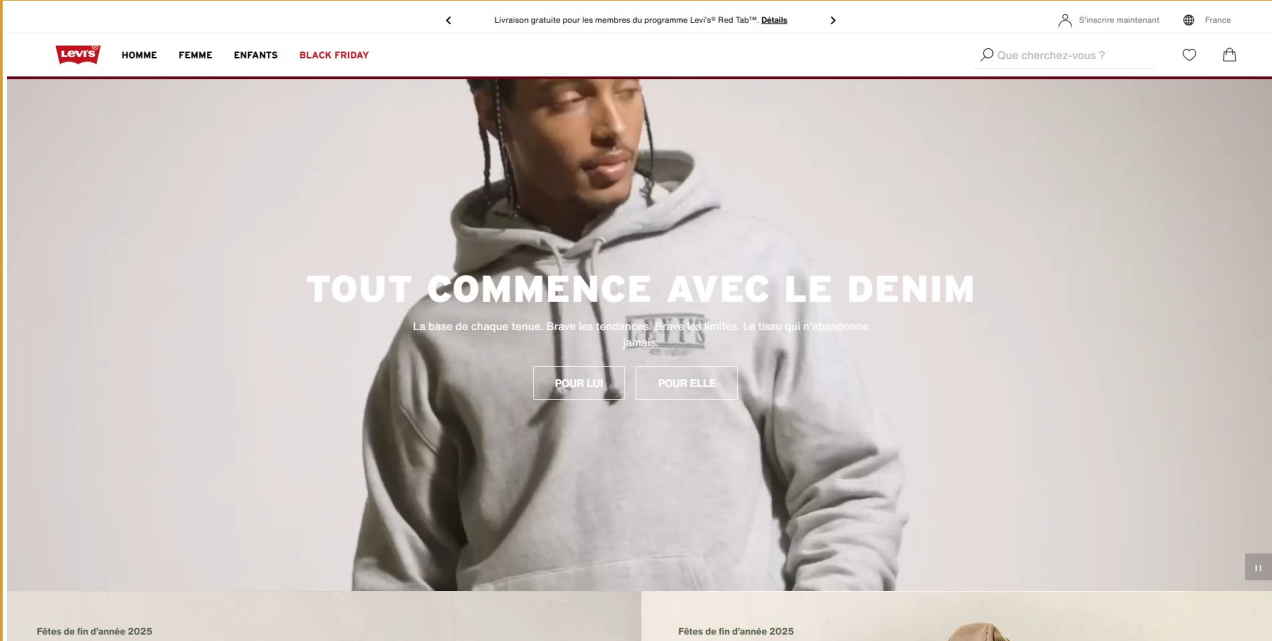
# Paysage concurrentiel

## Levi's

Logo	
	<p>La forme créée par le logo actuel est une aile de chauve-souris déployée.</p> <p>L'utilisation d'une aile de chauve-souris comme emblème met en valeur toutes ces composantes de la marque Levi's. La marque est de longue date et continue d'évoluer au fur et à mesure que les besoins de ses consommateurs évoluent.</p>
Couleurs prédominantes	
<p>Couleur primaire</p>  <p>Couleur secondaire</p> 	<p>Le rouge du logo permet d'apporter un impact fort qui va directement attirer l'attention, mais également d'inciter à l'action. Le blanc, quant à lui, va permettre d'apporter une touche plus simple qui va mettre en valeur le rouge.</p>
Valeurs	
<p>Les valeurs incluent l'empathie, l'originalité, l'intégrité et le courage.</p>	<p>Ces valeurs sont au cœur de l'approche durable de Levi's, qui met l'accent sur l'équité et la non-discrimination dans le travail, et qui s'engage à soutenir les communautés vulnérables et à construire un avenir plus durable pour notre planète.</p>
Typographie	
<p>Une série de polices sans empattement spécialement conçues pour la marque.</p>	

## Webdesign

Le site de Levi's a un design moderne qui reflète bien l'identité de la marque, avec des couleurs sobres dominées par le rouge. La navigation est assez claire, les produits sont bien mis en valeur avec de grandes photos et l'ensemble fonctionne bien aussi sur mobile. Par contre, le site peut parfois être un peu lourd à charger et donner une impression de trop-plein de contenus, ce qui peut compliquer un peu l'expérience.



[Site web de Levi's](#)

## Affiches

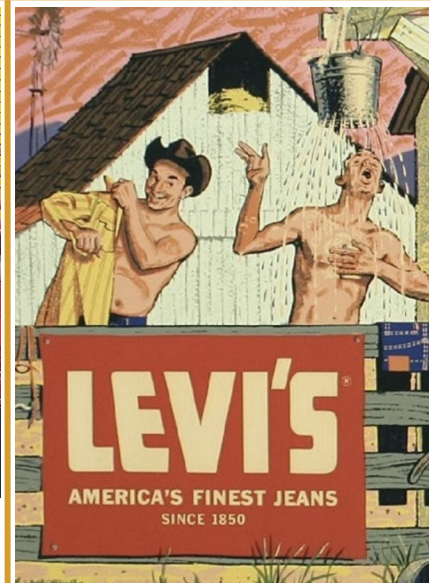
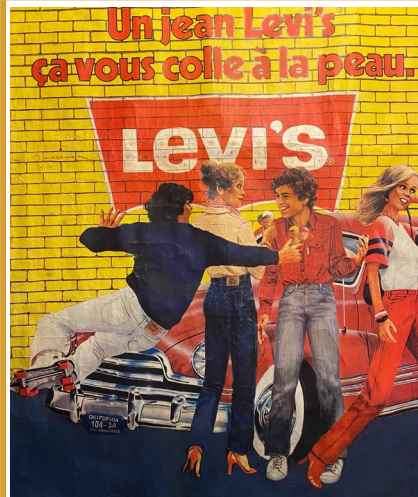
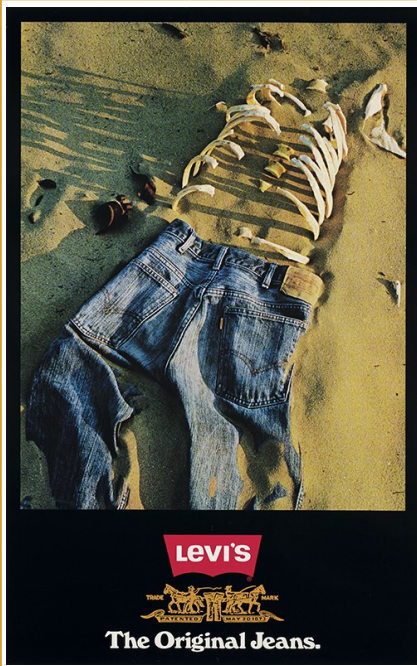
Ces affiches ont été publiées par la marque Levi's dans plusieurs buts publicitaires. À travers ces visuels, la marque cherche à renforcer son image et à mettre en avant la qualité de ses produits.

La première affiche illustre la résistance et la durabilité du jean Levi's. On y voit un squelette portant encore un jean en parfait état, ce qui symbolise le fait que, même après de nombreuses années, le produit reste solide et ne s'abîme pas.

La deuxième affiche se concentre davantage sur la présentation des produits eux-mêmes. Elle met en avant les différents modèles proposés par la marque, afin de montrer la variété de son offre et de séduire un public large.

Enfin, la troisième affiche cherche à affirmer la supériorité des jeans Levi's en déclarant qu'ils sont les meilleurs d'Amérique.

Ainsi, à travers ces trois affiches, Levi's parvient à communiquer plusieurs aspects essentiels de son identité : la qualité, la diversité et la notoriété de ses produits.



### Campagnes audiovisuelles

#### [Pub LEVI'S avec Brad Pitt \[ 1991 \]](#)



La publicité Levi's 501 sortie en 1991 met en scène Brad Pitt dans un décor désertique et lumineux. Il y incarne un homme libre, au style rebelle et naturel, vêtu d'un jean Levi's 501 bleu, symbole de simplicité et de résistance.

La musique « 20th Century Boy » du groupe T. Rex renforce l'ambiance rock et vintage de la scène. Sans beaucoup de paroles, la publicité mise sur l'image et le charisme de Brad Pitt pour transmettre le message.



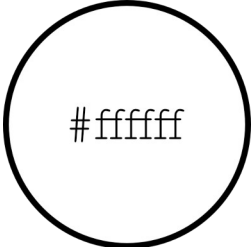
À travers cette pub, Levi's associe son produit à des valeurs de liberté, d'authenticité et de modernité, tout en donnant au jean une dimension iconique et désirable.

### Promesse aux utilisateurs

La promesse est de produire des vêtements avec un style simple, avec des matériaux durables, conçus pour être aimés et utilisés pendant de nombreuses années.

Produit	
	<p>Le modèle le plus connu est le Levi's 501, reconnaissable à sa coupe droite, sa taille moyenne et sa fermeture à boutons. Les coutures sont généralement de couleur orange ou dorée, ce qui contraste avec le tissu bleu et souligne les poches et les bords du pantalon.</p> <p>À l'arrière, on retrouve deux poches plaquées avec les coutures en forme d'arc, une signature visuelle de la marque. Sur la ceinture, à droite, se trouve la fameuse étiquette en cuir beige avec le logo représentant deux chevaux tirant un jean dans des directions opposées, symbole de la solidité du produit. Sur la poche arrière droite, une petite étiquette rouge avec le mot Levi's vient rappeler le nom de la marque.</p>
Système symbolique	
<p>L'aile de chauve-souris</p> 	<p>Les chauves-souris représentent l'équilibre, la longévité, la communauté et la renaissance.</p>
Personae	
	<p>Levi's vise les personnes de 18 à 35 ans. Ils sont souvent urbains, actifs, aiment le style casual. Il n'y a pas de genre ciblé car les cibles de Levi's sont autant les hommes que les femmes.</p>
Dimension symbolique prédominante	
<p>L'aile de chauve-souris</p>	<p>Les chauves-souris représentent l'équilibre, la longévité, la communauté et la renaissance.</p>

## Atelier Tuffery

Logo	
	<p>La police d'écriture utilisé pour le logo de Tuffery semble être de la famille didone et ressemble à la police d'écriture Didot ou une de ses variantes. Elle est caractérisée par des empattements fins et marqués, des contrastes entre pleins et déliés, et une allure élégante et classique dans un style très français. Cela évoque un raffinement, la mode, le luxe et le savoir-faire historique. La disposition des différentes écritures montre un sérieux et un équilibre.</p>
Couleurs prédominante	
<p>Couleur primaire</p>  <p>Couleur secondaire</p> 	<p>La couleur principale de la marque est un bleu marine profond (#0D1A3A). Le bleu, même s'il n'est pas de la même teinte, rappelle le bleu de la France évoquant l'artisanat et la noblesse du travail bien fait. Le bleu est une couleur stable, confiante et rassurante. Cette couleur est très utilisée dans le luxe sobre et la mode premium. La couleur secondaire est le blanc. Une couleur évoquant la pureté et la simplicité. S'associe à la typographie sobre, créant un univers épuré.</p>
Valeurs	
<p>Fabrication française, authenticité, élégance, savoir-faire, artisanal, durabilité</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. <b>Savoir-faire artisanal et héritage</b> Atelier Tuffery est une entreprise familiale fondée en 1892 à Florac, dans les Cévennes, par Célestin Tuffery. Depuis quatre générations, la marque perpétue ses techniques de confection, la coupe, la découpe, la couture et le montage.</li><li>2. <b>Made in France</b> L'atelier produit ses pièces en France, essentiellement à Florac et dans les Cévennes en collaboration avec des partenaires régionaux. L'entreprise privilégie les circuits courts et s'approvisionne localement.</li><li>3. <b>Durabilité et éco-responsabilité</b></li></ol>

Il veille à limiter leur impact environnemental dans de nombreux aspects : choix de matières naturelles ou biologiques, réduction voire maîtrise de l'élasthanne, teintures et procédés respectueux.

## Typographie

Didot pour le Tuffery du logo

Albert Sans Serif pour le texte du site web

Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr préfère les jattes de kiwis. 1234567890

Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr préfère les jattes

Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr p

Voix ambiguë d'un cœur qui

Voix ambiguë d'un c

Voix ambiguë d'

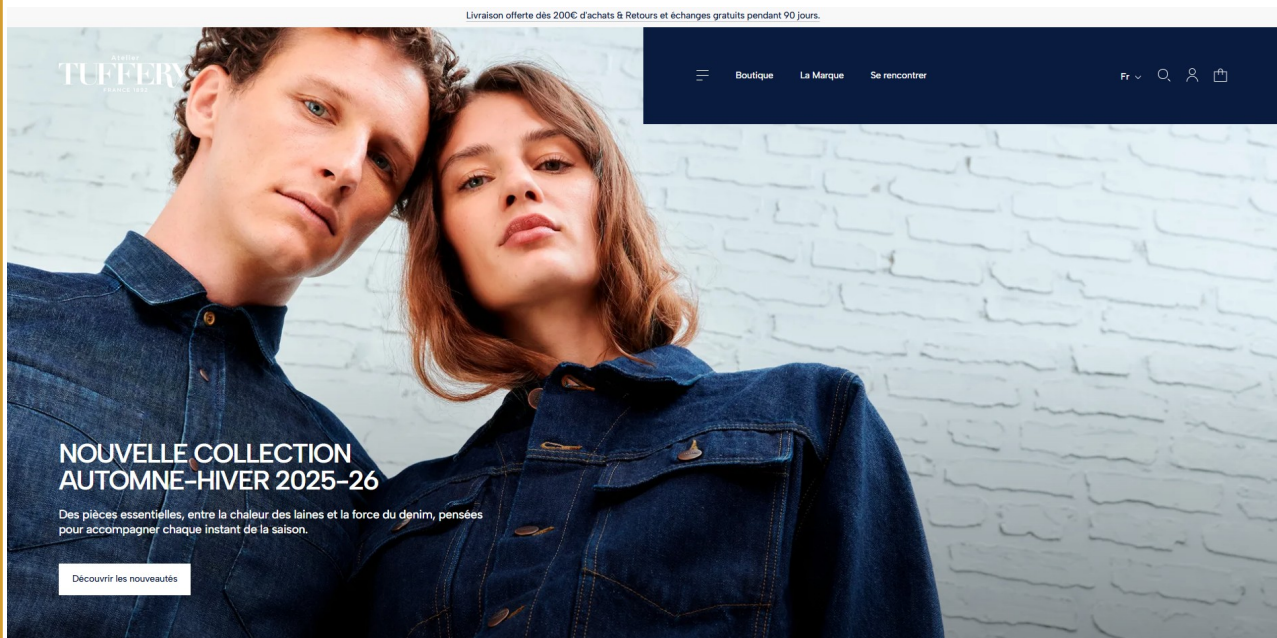
Voix ambiguë

La police d'écriture utilisé pour le logo de Tuffery semble être de la famille didone et ressemble à la police d'écriture Didot ou une de ses variantes. Elle est caractérisée par des empattements fins et marqués, des contrastes entre pleins et déliés, et une allure élégante et classique dans un style très français. Cela évoque un raffinement, la mode, le luxe et le savoir-faire historique.

La police Albert Sans pour les textes du site web permet une bonne lisibilité des textes et est sobre, assurant le fait que le site a beaucoup de textes.

## Webdesign

Un webdesign épuré et simple montrant la précision et la professionnalité de l'entreprise lors de la conception des jeans. Il met en avant les différents produits et leur technique de production.



[Site web de l'Atelier Tuffery](#)

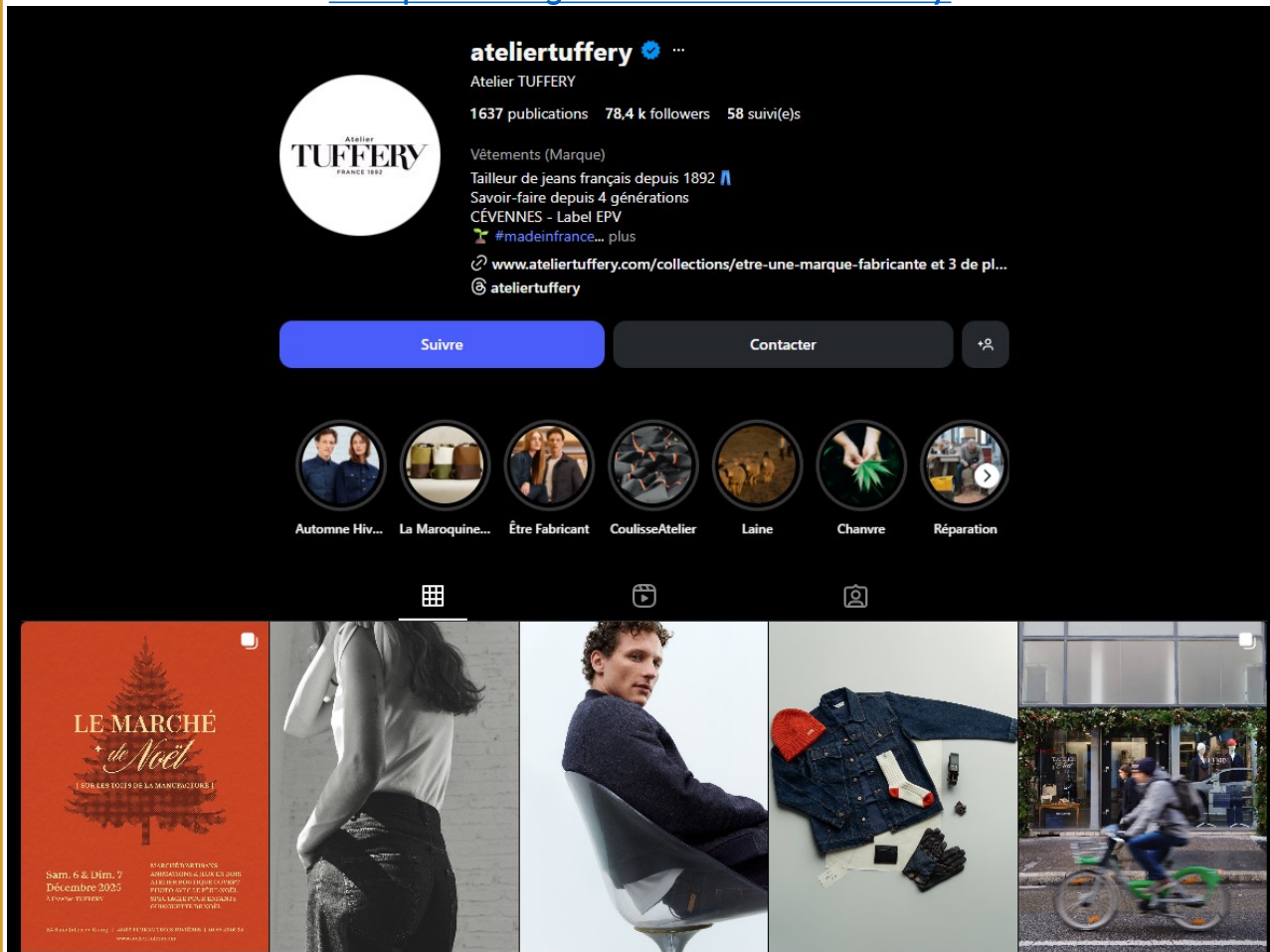
## Affiches

Aucune affiche de réalisé

## Campagnes audiovisuelles

Une campagne audiovisuelle sur les réseaux sociaux est réalisée en continu (sur Instagram principalement). Ils mettent en valeur l'aspect production à la main et française dans leur atelier de production.

### Compte Instagram de l'Atelier Tuffery



## Promesse aux utilisateurs

Un travail de qualité et minutieux réalisé dans leur atelier de production en France avec des matières de qualité tout en ayant un respect pour l'empreinte sur l'environnement de leurs produits

### Produit



Célestin représente l'héritage historique d'Atelier TUFFERY avec sa coupe classique intemporelle. Doté d'une coupe droite et d'une taille haute, ce modèle incarne l'élégance et le raffinement à travers les décennies. Célestin est le choix idéal pour ceux qui apprécient un style traditionnel et indémodable. Que vous souhaitiez un look formel ou décontracté, Célestin vous offre un jean polyvalent qui souligne votre silhouette de manière flatteuse. Découvrez une coupe qui célèbre la tradition et l'élégance avec Célestin, le modèle emblématique d'Atelier TUFFERY.

(Exemple pour un jean du site)

### Système symbolique

Pas de logo particulier ni d'iconographie pour la marque

La marque utilise simplement le nom de la marque ainsi que leur typographie pour se faire reconnaître. Il garde donc les significations derrière leur nom et leur police en tant que système symbolique.

### Personae



Les personnes portant les jeans sur leur site web sont des jeunes de plus de 20 ans.

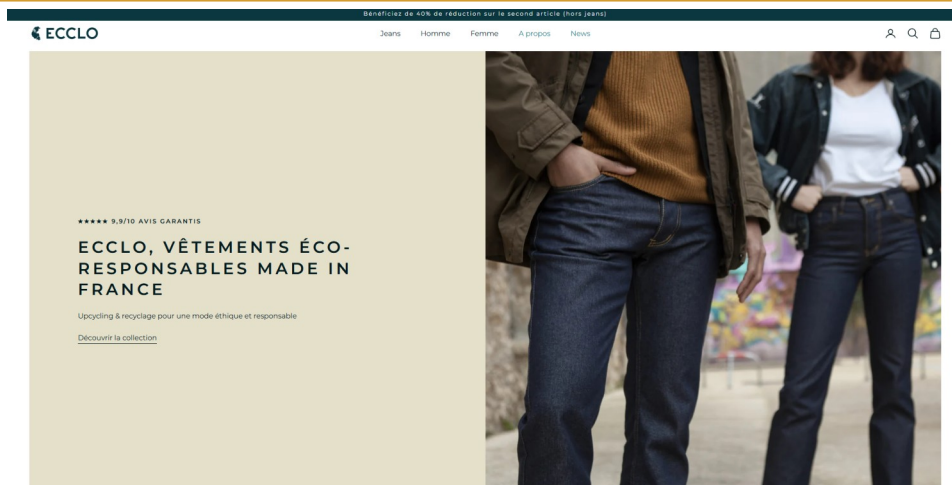
### Dimension symbolique prédominante

Comme vu auparavant, il n'y a pas de système symbolique.

## Ecclo

Logo	
	Le logo est une sorte de représentation de continents assez abstraite. On n'y discerne pas vraiment de continent existant mais on comprend vite que c'est une marque en rapport avec la planète. À côté de ce continent, on peut voir le nom de la marque, ECCLO en majuscule. Le nom Ecclo fait d'ailleurs penser au mot « Écologique ».
Couleurs prédominantes	
<p>Couleur primaire</p>  <p>Couleur secondaire</p> 	<p>La couleur bleue est une couleur qui fait directement penser à l'eau. La terre étant souvent surnommée en « Planète Bleue », on comprend directement le lien entre le logo, les continents, et sa couleur, l'eau.</p> <p>Le jaune pâle lui est une couleur plus neutre qui permet de mettre un peu plus de relief et de texture dans le site web, et apporter un léger contraste avec le bleu sans non plus prendre sa place, l'éclipser.</p>
Valeurs	
Eco-responsable Régional	Soucieux de l'environnement. Valorise le savoir-faire régional et l'économie locale. Réduit l'empreinte carbone et la consommation d'eau. Des vêtements conçus à partir de tissus revalorisés, de fibres recyclées et de coton biologique. Pour une mode plus éthique.
Typographie	
Montserrat sans serif pour l'entièreté du site. Pas trop d'indication sur la police du logo, mais on peut quand même dire que c'est une police très simple et lisse.	Les typographies choisies sont simples et modernes. Elle ne prend pas la place de la marque et ne fait que la servir. Le Montserrat est utilisé dans la plupart des textes, parfois en majuscule et en gras pour les titres. C'est une police très lisible qui permet d'aller droit au but sur le site sans avoir de mal à lire.
Webdesign	
Le site web a un webdesign plutôt efficace avec une dominance de bleu pour les textes, les boutons, les icônes et certains fonds couplés de blanc, ce qui	

permet de bien se focaliser sur les informations importantes. Les informations sont le plus souvent accompagnées d'images. Les articles eux ont beaucoup d'informations complémentaires par rapport à la conception et tout ce qui l'entoure.



[Site web de Ecclo](#)

## Affiches



C'est une affiche de la soirée d'inauguration d'une de leur boutique physique. On peut y voir que la marque utilise les couleurs des vêtements qu'elle vend dans la boutique physique pour les couleurs de l'affiche, surtout le violet, le bleu et le blanc cassé.

Le style de l'affiche est assez jovial, dynamique, jeune, représentant bien l'esprit d'une soirée d'inauguration.

## Campagnes audiovisuelles

La campagne audiovisuelle est surtout faites sur Instagram.


Nous pouvons y voir des photos des vêtements seules ou portés par des gens dans des situations de la vie quotidienne.

Cette campagne audiovisuelle permet de marquer la cible de la marque, en l'occurrence plutôt les jeunes par rapport au média qui est Instagram.

Cela fidélise la clientèle qui peut s'abonner au compte pour voir les activités de la marque et les nouveaux vêtements qui sortent.

## Promesse aux utilisateurs

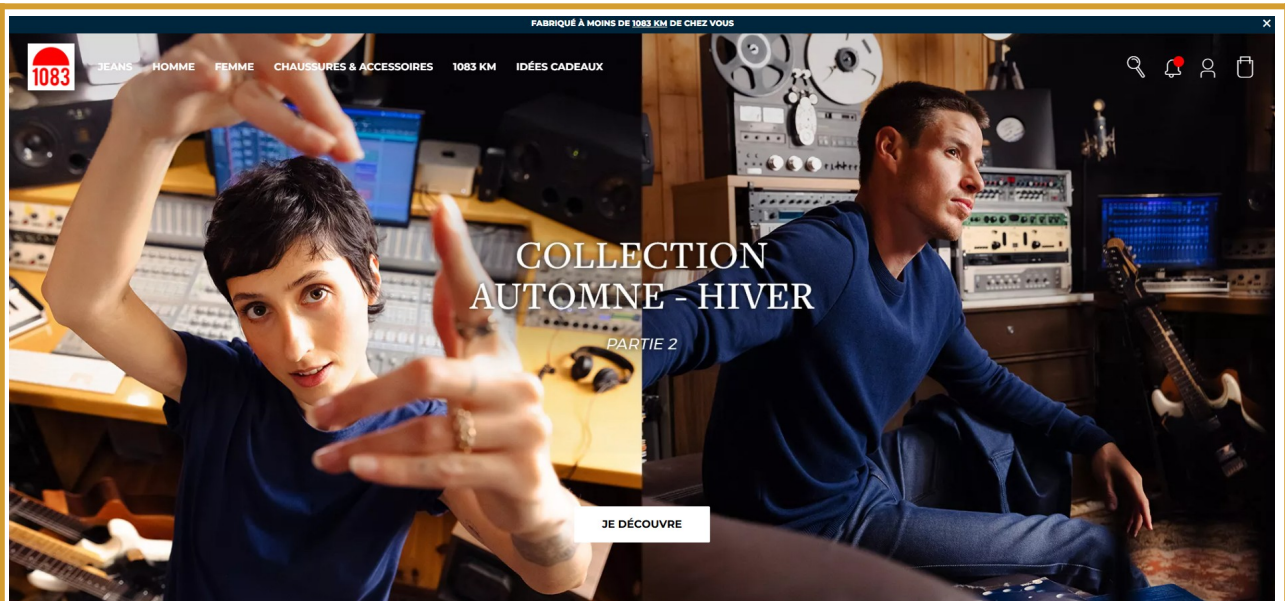
La marque promet des jeans résistants à l'épreuve du temps, avec des coupes et des tailles au choix. Les fonds de poche sont aussi décrits comme étant résistants.

Produit	
	<p>La toile des jeans est faite avec entre 98 % et 100% de coton biologique. Les produits sont faits de manière locale et responsable, la toile est brute et résistante à l'épreuve du temps. Plusieurs types de coupes sont proposés (ex : coupe droite) et sont disponibles dans de nombreuses tailles (du 27 au 40).</p>
Système symbolique	
<p>Ils utilisent une forme de continent pour le logo</p> 	<p>La marque utilise le symbole d'un faux continent afin de montrer que c'est une marque à taille humaine qui respecte des valeurs écologiques.</p>
Personae	
<p>Ludovic &amp; Safian mesurent 1m80 et portent un jean droit, taille 32, longueur 32  Alyne mesure 1m62 et porte un jean droit, taille 30, longueur 30.  Léa mesure 1m76 et porte un jean slim, taille 27, longueur 32.</p>	<p>Les personas sont des hommes et des femmes puisque il y a des jeans pour les deux.  Les personas ont des styles décontractés, sont jeunes et correspondent bien à l'image de la marque. Ils nous permettent de voir les jeans sous différents angles, différentes tailles, sur différentes morphologies.</p>
Dimension symbolique prédominante	
<p>La symbolique la plus présente est le signe d'un continent.</p>	<p>Ce symbole représente très clairement le fait que la marque essaie de faire les choses au mieux pour l'environnement, limitant son impact. Elle a une démarche d'éco-conception et souhaite le montrer avec l'identité de marque.</p>

## 1083

Logo	
	<p>Ce logo contient un semi-rond rouge surplombant le chiffre 1083, lui aussi rouge vif. Ce logo représente une borne routière montrant le nombre de kilomètres parcourus, ici 1083. Ce logo veut montrer que la marque 1083 ne parcourra pas plus de 1083 kilomètres pour rejoindre sa destination, soit la distance maximum entre les deux villes les plus éloignées de France.</p>
Couleurs prédominantes	
<p>Couleur primaire</p> 	<p>La marque contient une couleur de contraste et une couleur de soutien, avec le bleu très foncé et discret, et le rouge. Ce rouge vif vient exprimer le dynamisme et la force de la marque, tandis que le bleu très foncé vient référencer la stabilité et le calme, venant contraster avec le rouge très dynamique et puissant. Nous pouvons donc voir d'un côté la marque qui exprime un certain dynamisme, tout en venant poser des bases stables pour ses projets futurs.</p> <p>Le noir et le blanc viennent quant à eux lier ces deux couleurs entre elles et pour le texte</p>
<p>Couleur secondaire</p> 	
<p>Couleur de fond</p> 	
<p>Couleur de contraste</p> 	
Valeurs	
<p>Respect de la planète Solidarité Fait main</p>	<p>La marque met un point d'honneur à mettre en avant son respect pour la planète, en premier avec son logo, qui vient montrer que ces jeans</p>

<p>Adapté</p>	<p>sont Made in France, et en second à travers leurs publications et présentation des jeans, où ils viennent présenter ce qu'il contient, d'où cela provient, etc.</p> <p>Cela va de pair avec sa volonté de montrer l'aspect fait main, en montrant ses locaux et ses employés, et en les mettant en avant. Cela permet dans le même temps de montrer que tout est fait en France.</p> <p>La marque souhaite également faire part de sa solidarité avec les entreprises. Par exemple, la marque a participé avec d'autres entreprises à produire des masques de protection lors de la crise du Covid.</p> <p>Enfin, 1083 vient montrer son aspect accessible et adapté à ses clients, en venant fournir des guides de taille, ou encore des patrons de couture pour que les utilisateurs puissent créer leurs propres jeans, vestes, etc., comme avec son livre de couture, l'Atelier du denim.</p>
<p>Typographie</p>	
<p>Pour le texte : Montserrat Pour les titres : Montserrat bold majuscule Le tout Sans-serif</p>	<p>La marque veut avoir un texte lisible et épuré, que ce soit pour les textes ou les titres. Nous pouvons noter que les titres sont tous mis en majuscule et en gras, afin de leur donner plus d'importance.</p>
<p>Webdesign</p>	
<p>Le webdesign est épuré et contient des parties clairement identifiées pour amener les utilisateurs à acheter des jeans de leur collection actuelle. Ils donnent également facilement accès à des parties pour s'occuper soi-même de son jean, avec des guides pratiques, des conseils de lavage etc.</p>	



[Site web de 1083](#)

## Affiches

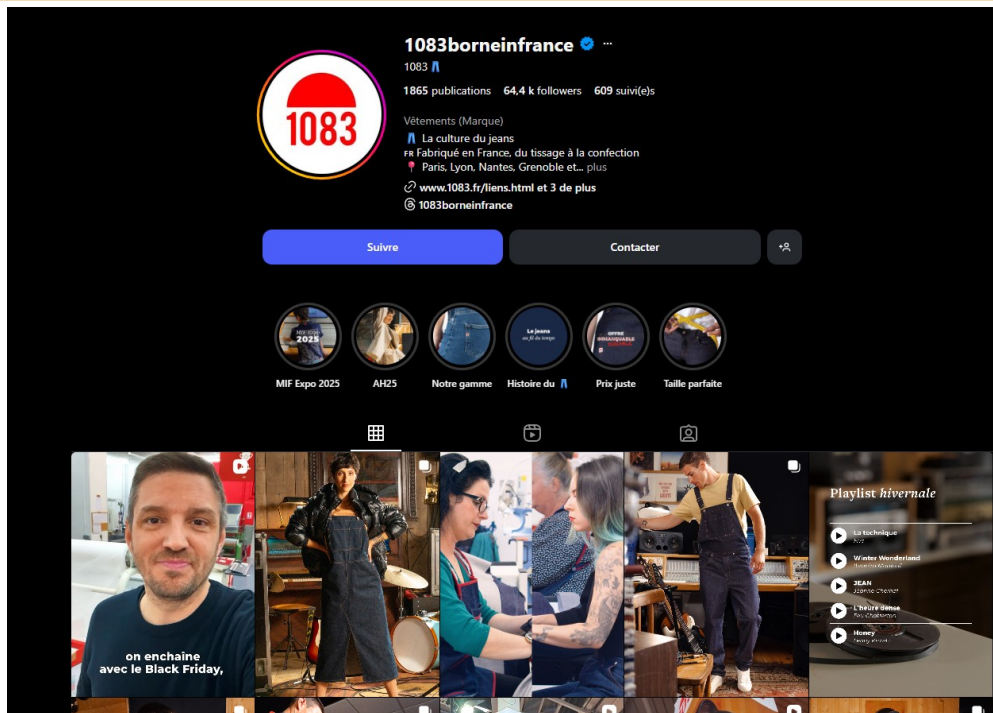
Pas d'affiches trouvés

## Campagnes audiovisuelles

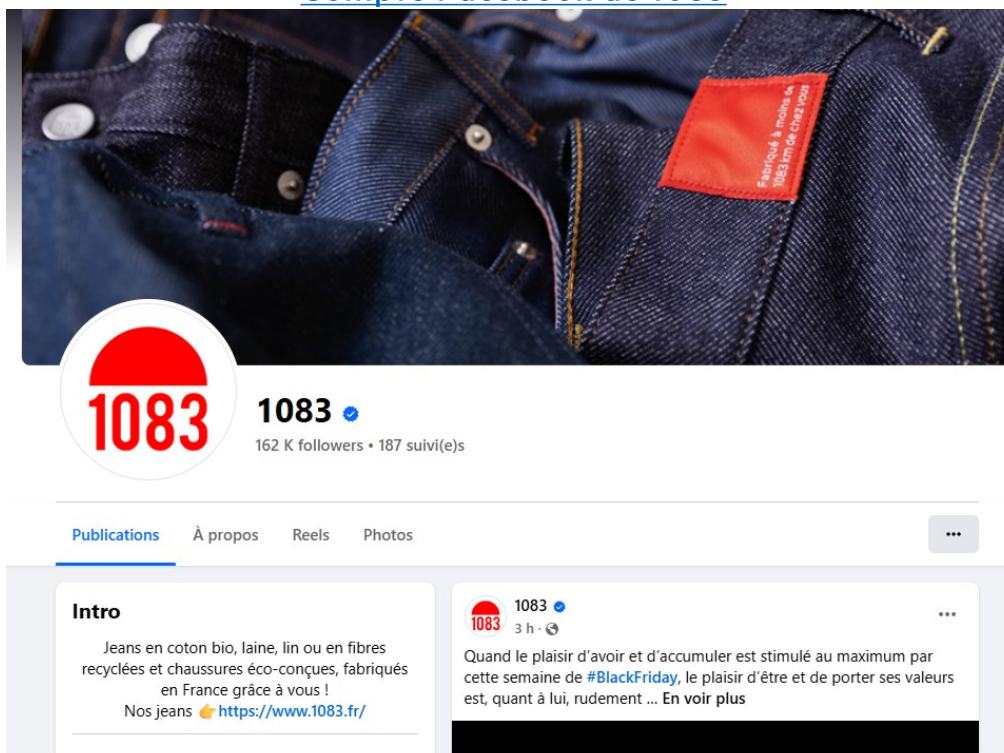
Sur leurs réseaux sociaux, ils viennent montrer les nouvelles collections, donner des conseils et des informations complémentaires concernant les modalités d'achats, le jean, sa composition, son histoire, afin que les utilisateurs connaissent mieux ce qu'ils portent. Ils viennent également montrer des personnes connues venant pour des événements uniques, ou encore ils présentent leurs boutiques.

[Compte instagram de 1083](#)

# SAE302 - Contenus pour une communication plurimédia | Identité visuelle de Green Lion



## Compte Facebook de 1083



## Promesse aux utilisateurs

Un jean Made in France, à votre taille et durable.

La marque veut renforcer l'aspect de création en France, ainsi que la proximité avec le consommateur en lui proposant des jeans parfaitement ajustés, voire faits par le client lui-même, en lui proposant un livre avec des patrons

	de couture.
Produit	
	<p>Ce produit est un jean pour homme avec une coupe droite, un bouton métallique principal et une braguette à bouton. Ce jean a été teint, tissé, ennobli, coupé et confectionné en France. Il est composé à 100% de coton bio, pèse 300 g/m2 et ne comprend pas d'élasthanne. La page du produit présente également comment prendre soin du produit : il doit être lavé à 30° à l'envers, ne doit pas passer au sèche-linge, doit être essoré à vitesse basse, et n'a pas besoin d'adoucissements.</p>
Système symbolique	
<p>La borne routière</p> 	<p>La marque vient appuyer son propos avec cette borne routière qu'est son logo. Ainsi, elle vient inscrire dans les esprits que le trajet qu'elle parcourt ne dépasse pas les limites de la France.</p>
Persona	
<p>Jeune homme/femme de 20-30 ans ayant un style décontracté et épuré</p>	<p>À travers tout le site, nous retrouvons toujours des personnes au style décontracté et épuré venant porter les jeans de la marque, créant ainsi un lien plus décontracté et proche entre la marque et le client.</p>
Dimension symbolique prédominante	
<p>La distance maximal parcourable par la marque.</p>	<p>Le nom de la marque, 1083, vient référencer cette distance maximale qu'ils ne dépasseront jamais pour produire leurs jeans. Cela vient concrétiser encore plus cette idée de Made in France, ainsi que l'idée d'avoir la marque proche de chez nous, augmentant ainsi le lien avec la marque.</p>

## **Cible de la communication**

Les cibles de la communication sont les hommes actifs entre 25 et 40 ans qui sont à l'aise financièrement. Ce sont des personnes qui s'habillent de manière à la fois élégante et décontractée. Ces personnes ressentent de la culpabilité en achetant des jeans, et elles voudraient changer leurs habitudes d'achat pour avoir des jeans plus écoresponsables.

## **Système de représentation de la cible**

La cible est représentée comme étant confiante, élégante et décontractée, d'après les analyses des concurrents ci-avant. Ce sont de jeunes personnes généralement, entre 25 et 35 ans.

## **Problématique de communication**

La marque contient un problème majeur : Sa visibilité. Peu de personnes connaissent la marque, ce qui est un grand frein dans son objectif de vendre, et notamment de proposer des jeans.

De plus, son storytelling vient porter à confusion, ce qui peut nuire à la compréhension et à la découverte de la marque.

De plus, la marque comprend un problème concernant l'affirmation de ses atouts : elle ne met pas du tout en avant ce qui la différencie de ses concurrents, à savoir la faible consommation d'eau pour produire un jean, et le fait que les jeans contiennent du plastique recyclé repêché dans la mer Méditerranée, ne lui permettant pas de se démarquer et de se faire connaître.

Notre problématique de communication est donc la suivante :

Comment pouvons-nous développer la notoriété de l'entreprise ?

Afin de régler cette problématique, nous souhaitons toucher notre cible en proposant une grande présence virtuelle et physique via différents canaux de communication, et nous souhaitons réaliser une refonte de la marque.

## **2 - LA DÉMARCHÉ ARTISTIQUE**

### **Axes de la Démarche Artistique**

Pour Green Lion, nous voulons affirmer la fierté de la marque, son aspect écologique, sa puissance, ainsi que son élégance.

Pour notre identité visuelle, nous souhaiterions affirmer nos valeurs, tout en nous différenciant de la concurrence, dans le but de faire se démarquer la marque.

Pour le moment, la marque Green Lion est vue comme une marque écoresponsable, mais aussi comme une marque sans atouts majeurs pour se différencier ou s'affirmer par rapport à la concurrence. L'image fière du lion n'est expliquée que lors de la présentation de la marque, et le storytelling derrière cette représentation n'est pas efficace et peut porter à confusion. Finalement, l'entreprise est vue comme une marque qui débute maladroitement dans le domaine.

L'identité visuelle que nous voulons mettre en avant permettra, dans l'idéal, de donner un aspect plus fier et fort à l'image de la marque. Le mélange de la force et de l'élégance permettra à la cible de voir que la marque est expérimentée dans le domaine et qu'elle est sérieuse dans ce qu'elle propose, ce qui donnera plus confiance aux utilisateurs dans la marque.

De plus, cela permettra de remettre en avant les atouts majeurs de la marque, à savoir la faible consommation d'eau lors de la production des jeans, et le fait que les jeans contiennent des bouteilles plastiques recyclées provenant de la mer Méditerranée.

### **Système de représentation et présentation du produit**

Le produit sera présenté comme un jean élégant qui saura mettre en valeur l'image forte et fière que la personne voudrait renvoyer. Afin de renvoyer cette image à la cible, il serait intéressant de présenter le produit comme un vêtement élégant qui s'adapte à leur tenue.

### **Système de présentation du contexte d'utilisation du produit**

Le produit est vu en action lorsqu'il est porté en ville, et dans les milieux urbains de manière générale. Le jean est généralement vu porté par des personnes de classe moyenne ou haute, assemblé avec un style décontracté et élégant, ou alors avec un style juste décontracté. La cible portant le jean devra avoir l'air fière et élégante à la fois, regardant droit dans les yeux les spectateurs, pour montrer la fierté qu'il/elle porte.

## **Symboles ou sémiotiques à éviter**

Il faut éviter de présenter des jeans street-wear, ou déchirés, ou de mettre en avant une représentation street-wear, ce qui viendrait desservir l'image de la marque, et venir amener une cible non voulue.

## **Positionnement par rapport à la concurrence**

La marque a pour but d'à la fois ressembler à la concurrence, en venant mettre en avant ses valeurs écologiques, mais également se démarquer de la concurrence grâce au visuel.

## **Supports de communication**

Pour pouvoir communiquer de manière efficace notre produit à notre cible, nous utiliserons les canaux suivants :

**Instagram :** Le but est d'avoir un message qui s'adresse aux jeunes sous une forme plus drôle avec un format court, car les jeunes personnes ont moins d'attention à donner. Ici les publications sont plus dynamiques, le public est plus jeune, ne regarde pas trop les contenus longs, il faut donc accrocher le spectateur dès les premières secondes. Comme nous touchons une cible plus jeune, le but c'est de réaliser un message centré sur le style chic et décontracté. Le but sera à la fin de faire connaître et de faire aimer la marque.

**Facebook :** Les publications seront un peu plus matures et sérieuses dues à une cible plus mature et âgée. Le but est de jouer sur les sentiments des personnes du fait de leur maturité. Nous voudrions montrer ce que propose la marque avec des descriptions et des publicités plus sérieuses, afin de faire connaître les valeurs de la marque. Nous adresserions donc un message s'articulant autour du respect de l'environnement et des engagements de la marque concernant ses jeans.

**L'événementiel :** l'objectif est d'inciter les personnes à essayer les jeans proposés durant des salons et/ou des événements uniques portant sur l'écologie, afin de pouvoir fidéliser la cible. Ainsi, la marque pourra démontrer que les jeans ne sont pas si différents des jeans normaux. C'est également l'occasion de mettre en avant que la marque peut soutenir l'écologie tout en proposant des produits de qualité.

**L'E-MAILING :** Les mails auront pour but de fidéliser les gens en leur mettant un rappel que Green Lion est là pour satisfaire le besoin de jean tout en ayant du respect pour l'environnement. Le but est de mettre l'accent sur des nouveautés du moment et les événements à venir auxquels la marque participe.

**Le site Web :** Grâce à une refonte du site web et du storytelling, le site officiel de la marque permettra aux personnes d'avoir toutes les informations concernant la marque dans un format accessible par tout le monde et à tout moment. On voudrait essayer de fidéliser et de faire acheter la cible en leur apportant un support stable où elle pourra trouver tout ce qu'elle voudra. Tous les messages que nous voudrions faire passer à notre cible seront cumulés sur le site web.

## **Affirmation finale sur la marque**

Finalement, après analyse, la marque comporte les valeurs suivantes :

- Fierté
- Puissance
- Éléance
- Écologique

D'après ces différentes valeurs, nous représenterons le jean comme un produit élégant et écologique parfait pour montrer l'image fière du porteur. Ce jean cible surtout les personnes de classe moyenne et haute, entre 25 et 45 ans, qui souhaitent faire un geste pour la planète tout en étant chic. La cible sera représentée comme active et élégante en milieu urbain.

## 3 - NOS PROPOSITIONS

### Proposition de Aywen

#### Inspirations artistiques

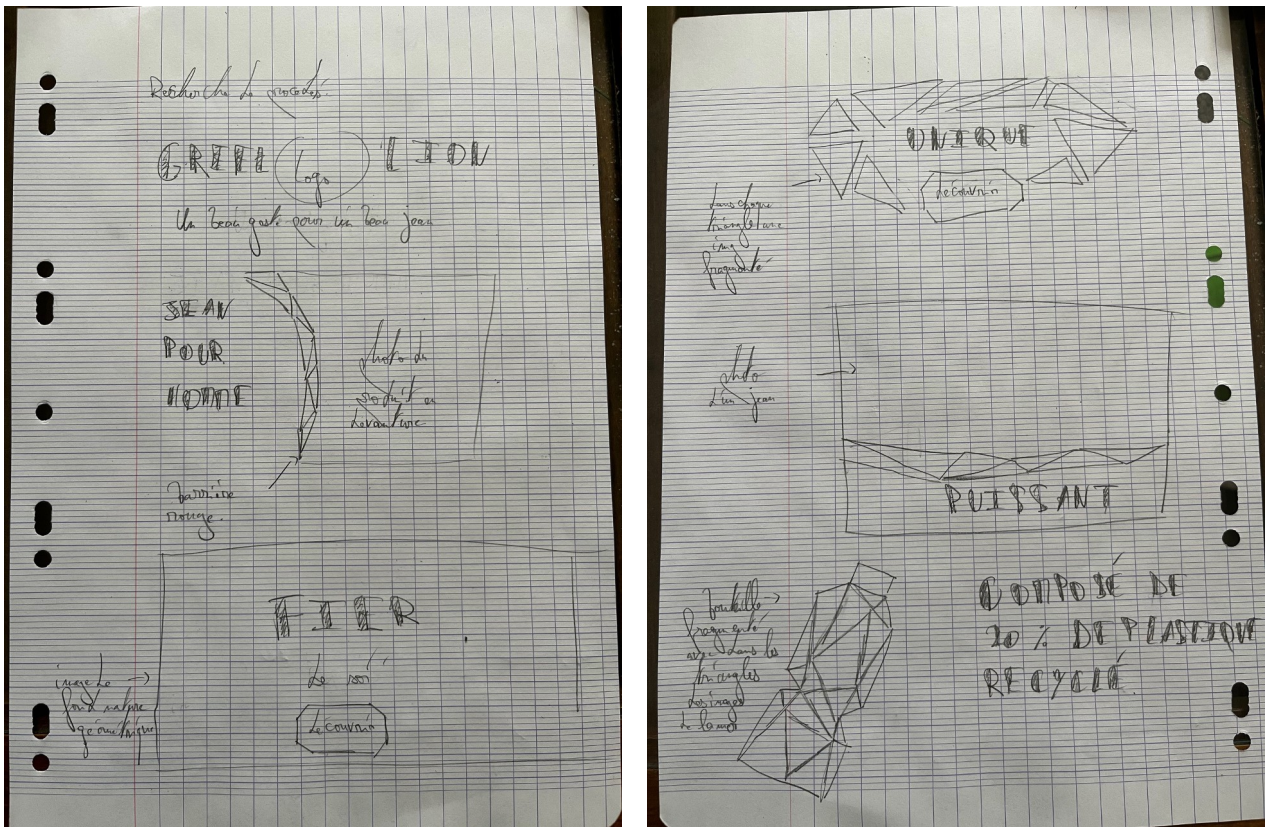


Je souhaiterais, à travers ce moodboard, m'éloigner du style en courbe et minimaliste présent dans les autres marques concurrentes pour amener un style un peu plus géométrique, avec des couleurs qui viennent trancher avec le vert, comme le noir ou le rouge.

Cela permettrait d'afficher un style marqué et fort pour graver les esprits et montrer la puissance de la marque. Elle sera représentée en lien avec la nature grâce au lion, aux pierres et aux formes géométriques créées grâce aux plantes, par exemple.

La forme géométrique fait également référence aux plis du vêtement et de son pliage, pour former un lion, ou tout autre forme.

## Recherche d'inspiration et de procédés



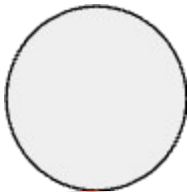
L'idée serait d'allier ici le côté géométrique de la pierre ou ce qu'on peut retrouver dans la nature, et la fierté de la marque. Ainsi le concept serait de mettre une police avec du caractère et grasse, et de renforcer la puissance de la police d'écriture avec des formes géométriques.

Je trouvais aussi intéressant d'intégrer des éléments transformés en formes géométriques, comme la bouteille en plastique, ce qui permettrait de les intégrer dans la Démarche Artistique de la marque.



des mots en gras, avec la police Elms Sans Black, ou encore en italique.

## Recherche des couleurs



Code Hex :  
#EFEFEF

Le blanc est une couleur neutre et pure qui servirait à séparer les éléments et les couleurs entre elles.



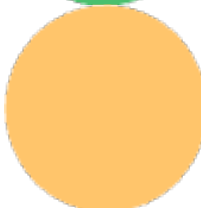
Code Hex :  
#E64324

Le rouge représente la force, la passion et le dynamisme, ce qui irait avec cette proposition qui veut mettre en avant la puissance de la marque. Cette couleur permettrait de se démarquer des concurrents de Green Lion.



Code Hex :  
#4AC06E

Le vert vient quant à lui représenter la nature, la renaissance et l'écologie. Cette couleur serait à utiliser de la même manière que le rouge.



Code Hex :  
#FFC56B

La couleur or permettra de retrouver le côté élégant de la marque. Elle sera à utiliser avec parcimonie en correspondance avec le noir ou le blanc pour mettre en avant des points remarquables.



Code Hex :  
#000017

La couleur noire légèrement bleue permettrait de contraster avec le rouge, et de venir encore plus donner de l'impact à la marque, en plus d'être une couleur pour séparer les éléments et les couleurs entre elles.

## Recherche d'un slogan

Pour l'instant, nous avons un consensus sur le slogan :

« Un beau geste pour un beau jean. »

Mais pour qu'il ait plus d'impact, il faut le retravailler pour faire mieux référence à la marque et à ses valeurs :

- la force
- la puissance
- le respect de la nature
- l'élégance

Et également à ses engagements :

- consommer peu d'eau lors de la fabrication de leurs jeans
- recyclage de plastique repêché de la mer Méditerranée
- coton bio

### **Recherche de mots-clés**

Les mots-clés que je voudrais potentiellement représenter dans le slogan sont les suivants :

- La simplicité
- La nature
- L'eau
- Le plastique recyclé
- La tranquillité
- La préoccupation environnementale
- Le respect de la nature
- La force
- La puissance
- La fierté

### **Recherche de citations**

Afin de trouver un slogan impactant, je propose différentes citations percutantes concernant l'écologie, qui pourraient contribuer à la réflexion du slogan :

Philippe St-Marc

« L'homme se doit d'être le gardien de la nature, non son propriétaire. »

Charles F. Kettering

« Le monde déteste le changement, c'est pourtant la seule chose qui lui a permis de progresser. »

Martin Luther King

« Si l'on m'apprenait que la fin du monde est pour demain, je planterais quand même un pommier. »

Hubert Reeves

« À l'échelle cosmique, l'eau est plus rare que l'or. » Alain Pintus

« La révolution écologique est un idéal. À chacun il revient de la faire vivre. »

Sonia Lahsaini

« Écologie : le temps passe et ne s'échange pas. »

Le slogan que je trouve qui va le mieux avec ma proposition artistique est celui d'Hubert Reeves : « À l'échelle cosmique, l'eau est plus rare que l'or ». L'idée serait donc de proposer un slogan parlant à la fois des valeurs écologiques, mais aussi des aspects qui font que la marque est précieuse et unique.

### **Propositions de slogan**

Proposition	Explication
« Un bon geste pour un beau jean »	L'idée est de reprendre le slogan du début pour remplacer le premier mot « beau » par le mot « bon » : cela permet de remplacer un geste démonstratif en un geste concret pour la nature, tout en enlevant la redondance du « beau ».
« Plus précieux que de l'or » ou « Plus précieux que l'or »	Je viens faire référence à la citation d'Hubert Reeves concernant la rareté de l'eau. La référence à l'or pourra rappeler la couleur or que j'utilise dans ma proposition individuelle, qui fait référence à l'élégance et la fierté de la marque.
« L'eau, l'or de demain »	Je fais encore référence à la citation concernant l'eau et l'or, mais je viens modifier la formulation pour parler de l'écologie et de l'eau qui se fait de plus en plus rare. Cela vient directement référencer la préservation d'eau de la marque lors de la fabrication de leurs jeans.
« Le gardien du naturel »	Je fais encore référence à la citation concernant l'eau et l'or, mais je viens modifier la formulation pour parler de l'écologie et de l'eau qui se fait de plus en plus rare.

## Recherche du webdesign



Le site pourra avoir une version sombre et une version claire pour le confort des utilisateurs.

Les couleurs rouge et verte serviront quant à elles à faire des formes géométriques et à créer des espaces de séparations, par exemple entre une partie texte et une partie image. Ces formes permettront de faire dans la continuité de l'identité de la marque, en utilisant des formes géométriques.

## Tests pour le logo

Représentation du logo selon différents fonds, agencements et couleurs :



SAE302 - Contenus pour une communication plurimédia | Identité visuelle de Green Lion





La forme que je propose vient prendre en compte les espaces négatifs pour laisser le spectateur combler les trous et voir le lion. Cela permet de proposer une forme plus minimaliste comparée aux brouillons précédents. Le lion regarde vers la droite, pour signifier qu'il regarde vers l'avenir avec fierté et assurance. La forme du logo est géométrique, ce qui vient contrer totalement le design lisse des concurrents, laissant la marque se différencier d'eux.

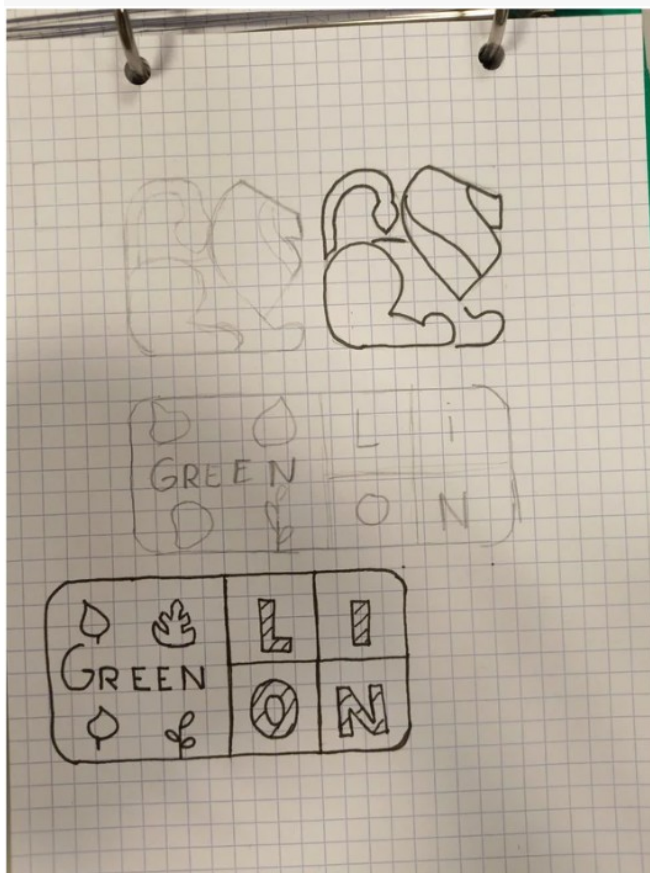
### **Analyse critique de la proposition**

- Sûrement la proposition de logo la plus aboutie. On a ici quelque chose de plutôt original avec des espaces vides qui permettent d'imaginer le lion.
- Pour la police d'écriture, on a ici quelque chose d'unique, un logo qui représente à merveille la puissance du lion.
- Les couleurs diffèrent un peu de la couleur réelle telle que le vert de la nature par exemple, ce qui rajoute du dynamisme à la marque.
- Pour finir, la proposition du web design est unique à sa manière grâce à l'aspect fragmenté, et montre une façon originale et hors du commun de présenter les articles.

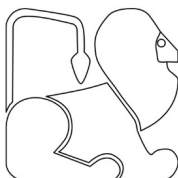
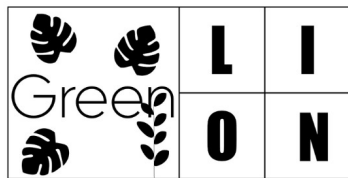
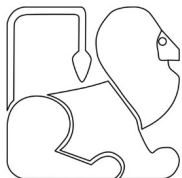
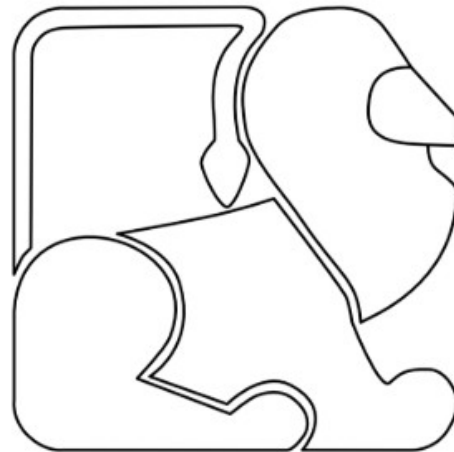
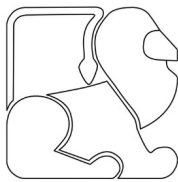
## Proposition de Thomas



Pour ce mood board, j'ai choisi de garder la base de la direction artistique de Green Lion, car elle reflète bien l'identité de la marque. Cependant, j'ai voulu l'enrichir en mettant davantage en avant le lion, qui est pourtant un élément central. Dans l'ancienne version, on le voyait seulement dans le nom et le logo, sans vraiment le retrouver dans l'univers visuel. J'ai aussi voulu renforcer le lien avec Sergette, un parc naturel africain auquel la marque fait référence, en ajoutant des couleurs chaudes, des textures naturelles et des éléments rappelant la faune et la flore. Mon mood board traduit donc cette évolution : garder l'esprit de Green Lion, tout en le rendant plus vivant, naturel et connecté à ses origines.



Pour les idées de logo, je suis parti sur une version totalement différente, la première étant simplement le lion (symbole de la marque) et la deuxième simplement green lion dans un style différent pour montrer le côté écoresponsable avec des couleurs ( pas sur le croquis mais sur la version finale) tirées du bodyboard et des feuilles pour montrer le côté écoresponsable.



J'ai opté pour ce logo car il représente un lion qui est l'essence même de la marque. Ce lion représente la puissance et l'élégance. Il adopte aussi une posture de fierté. Tout ça représente ce que nous voulons donner comme valeur à la marque. Il est dans un style simple et séparé qui permet d'être facilement mémorisable.

## Typographies

### Century Gothic

Pour le premier choix de police, j'ai choisi Century Gothic. J'ai opté pour cette typographie car je voulais quelque chose de léger et agréable à lire, surtout pour les éléments les plus textuels. Century Gothic se distingue par ses formes simples qui facilitent la lecture.

### Impact

Pour le second choix de police, j'ai choisi Impact. J'ai décidé d'utiliser cette typographie pour son aspect fort. Contrairement à Century Gothic, plus légère et discrète, Impact attire immédiatement l'attention. Elle transmet une impression d'énergie et de puissance, qui colle à la vision que nous voulons donner à la marque.

## Couleurs



#fe7551



#fdb950



#423b3b



#777648

Pour la palette de couleurs, j'ai choisi ces quatre teintes : #777648, #423b3b, #fdb950 et #fe7551. Ces couleurs m'ont semblé parfaitement adaptées, car elles évoquent immédiatement le parc naturel du Sérenguéti et même l'Afrique en général. On y retrouve des tons chauds et terreux qui rappellent la nature, la savane, la terre sèche et les couchers de soleil typiques de cette région.

## slogans

### Propositions

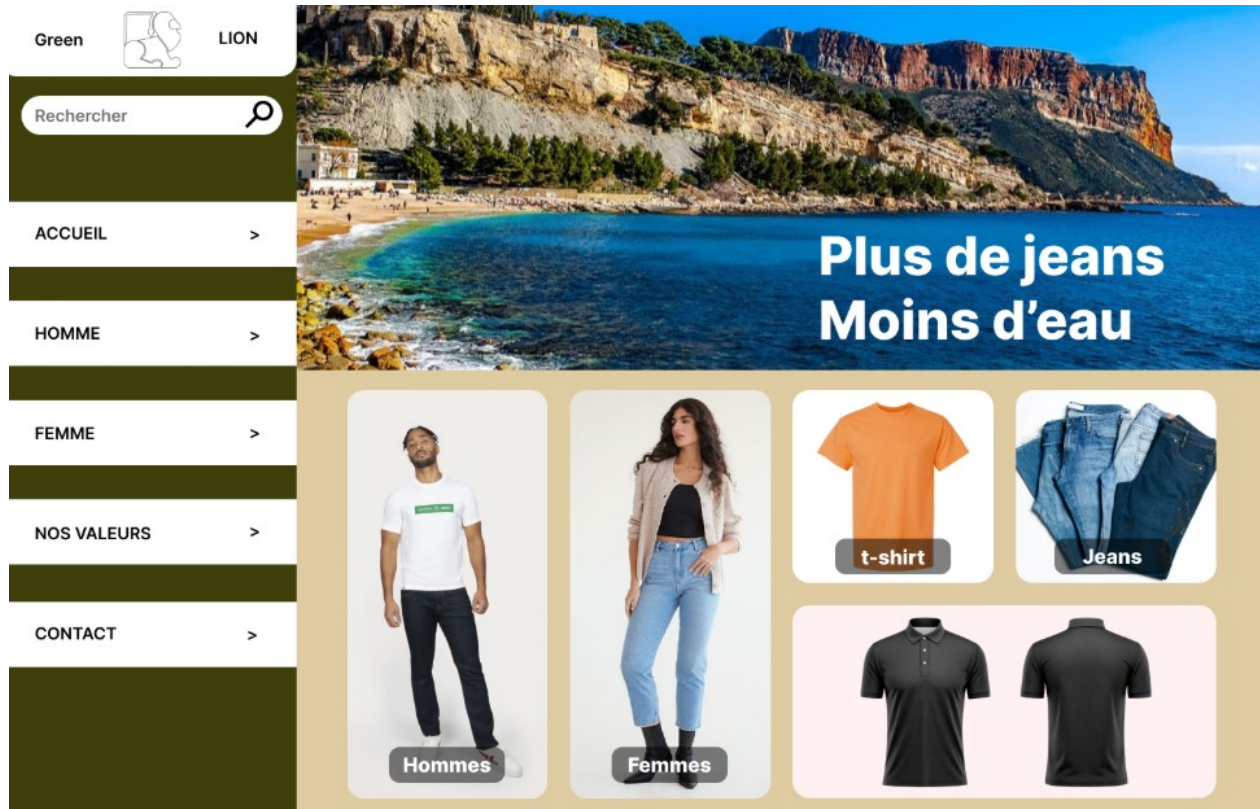
- "La force du Lion, le respect de la nature."
- "Puissance sauvage, conscience verte."
- "L'élégance du roi de la jungle, au service de la planète."
- "Green Lion, Fier, durable, naturel."
- "Le style du lion, l'âme de la nature."
- "Green Lion. Le rugissement du changement."
- "Comme le lion, avance avec conviction."

### Choix final

"Comme le lion, avance avec conviction."

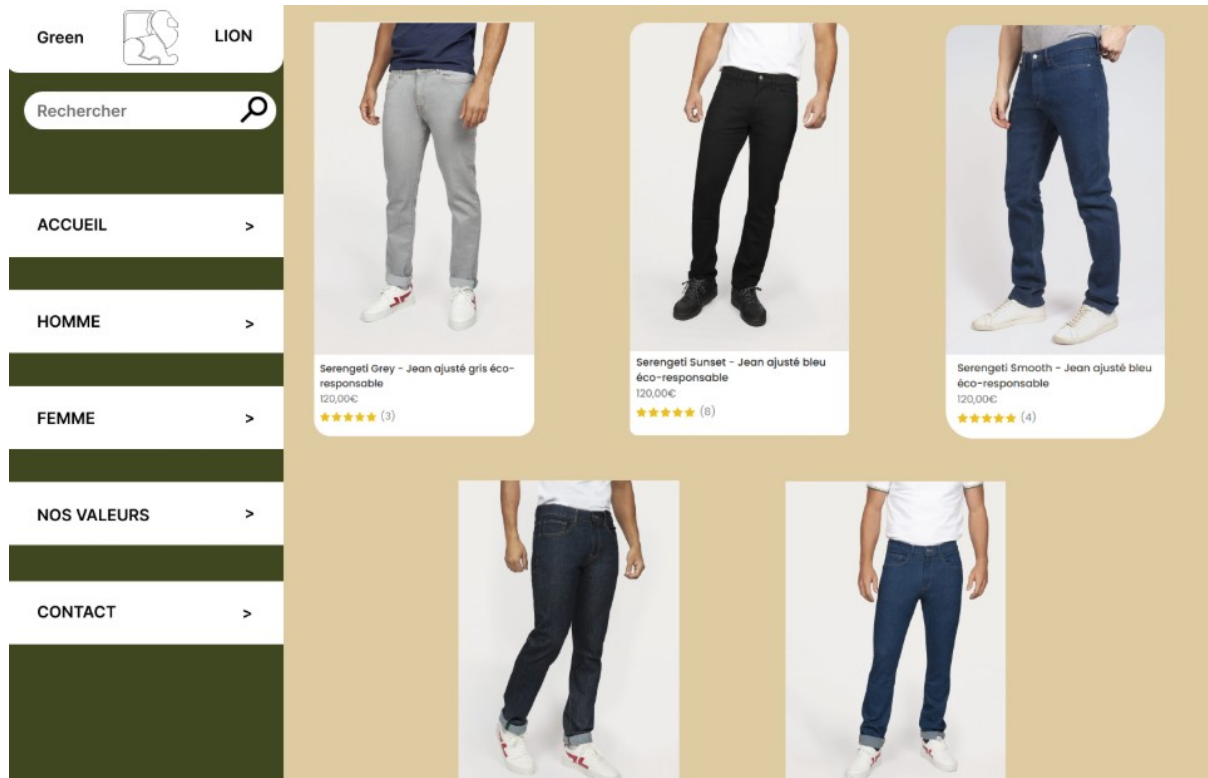
J'ai choisi ce slogan car le lion fait référence directe à la marque 'green LION' et également car le mot conviction fait référence aux valeurs de marques que nous voulons transmettre, le tout en faisant une rime.

## Wedesign

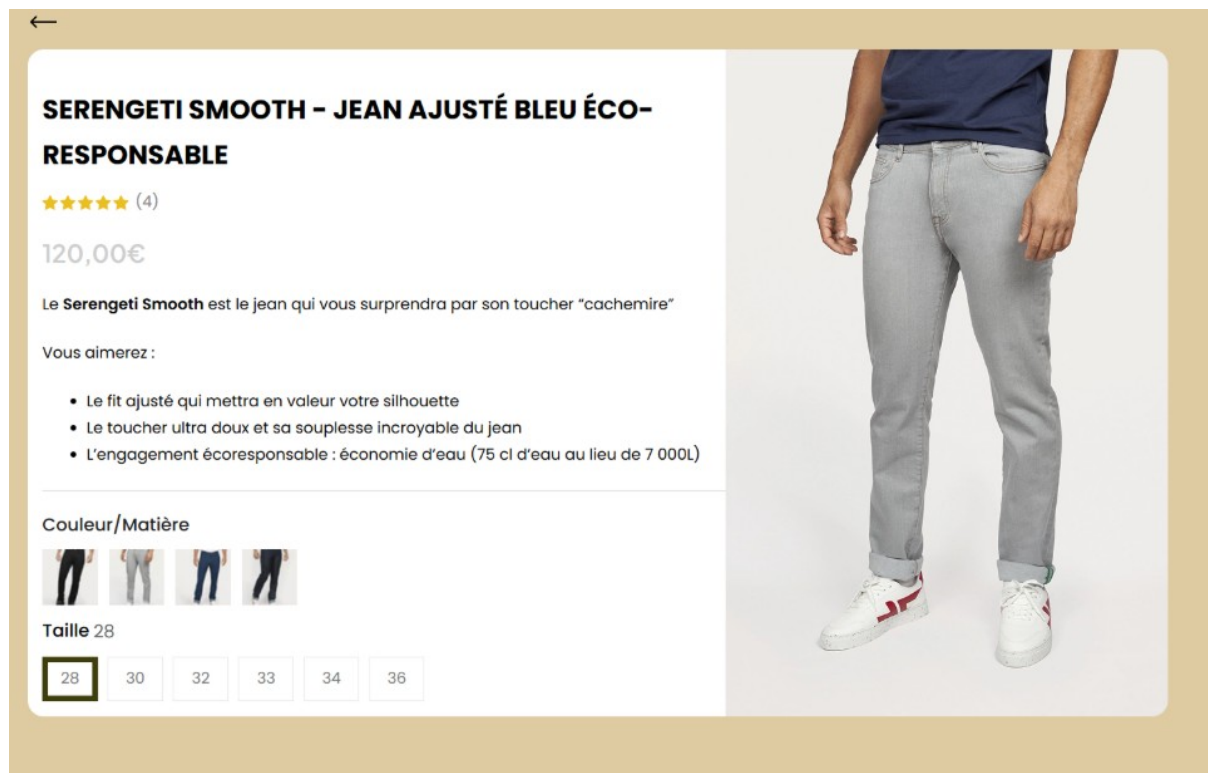


Pour cette page d'accueil, j'ai décidé de mettre une image d'une côte en Grèce avec la mer Méditerranée qui fait référence à l'engagement de la marque vis-à-vis du plastique dans cette zone. J'ai décidé également de prendre la couleur de cette image pour le site web car les couleurs sont semblables à celles souhaitées dans le moodboard. En plus de l'image, il a marqué Plus de jeans Moins d'eau qui fait aussi référence aux autres engagements de la marque visant la consommation d'eau des jeans

# SAE302 - Contenus pour une communication plurimédia | Identité visuelle de Green Lion



Pour la page de produit, on retrouve les mêmes couleurs que pour la page d'accueil avec les 5 jeans proposés par la marque



Et pour la par produit, on retrouve à peu près comme sur le site original la même chose à la différence de couleur (encore les mêmes que sur les autres).

## **Analyse critique de la proposition**

- Ici, le logo met au premier plan le lion, le montrant avec une posture fière, collant très bien à la DA.
- Pour la police est plutôt simple, mais colle un peu à la DA.
- Pour ce qui est des couleurs, les choix sont intéressants. Les couleurs représentent très bien l'aspect naturel et fier de la marque.
- Le site web est par contre moins original et mériterait un peu plus de lien avec la direction artistique.

# Proposition d'Elias

## Inspiration artistique

Pour pouvoir faire une bonne refonte en lien avec la marque, j'ai décidé de resserrer les liens avec les références qu'elles proposent. Entre le lion, la réserve naturelle Serengeti ou encore l'eau économisée lors de la production des jeans. Je souhaite qu'on retrouve tout ça dans l'identité de la marque. C'est donc là-dessus que je pars pour mon Moodboard. Entre le paysage de la réserve, la fierté du lion, et les magnifiques paysages que propose la nature.



## Recherche d'inspiration et de procédés

J'ai essayé de faire des recherches de logo en prenant comme point central l'image du lion. J'ai donc essayé plusieurs formes et positions mais aucune ne correspondait à l'image que je me faisais en tête. Je trouvais que l'image de la nature et de l'écologie n'était pas assez présente. J'ai donc décidé de développer l'idée du dessin au milieu en bas où la crinière du lion rappelle la forme d'une feuille.



## Réflexion sur le logo

Voici le logo que j'ai créé pour la marque. Une tête de lion dont la crinière rappelle la forme d'une feuille. Le lion a un regard fier. Le tout est à l'apparence simpliste et les couleurs rappellent la nature pour la version verte. Pour le nom « GREEN LION » j'ai utilisé la version « bold » de la police Poppins donnant un aspect puissant et naturel à la marque.



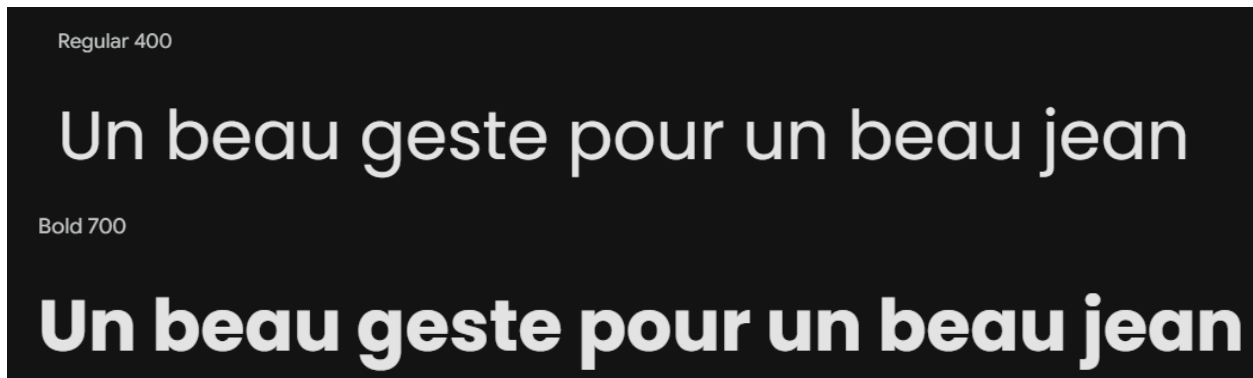
Et j'ai fait le choix de faire une version dorée pour rappeler la couleur de l'or, la fierté.

## Recherche de la typographie

Poppins : J'ai fait le choix de cette police de par sa simplicité. Je ne voulais pas une police extravagante, je voulais quelque chose qui se rapproche de mon logo style simple.

Elle reste tout de même forte et sans artifice, représentant bien la fierté et la puissance du lion.

Je vais utiliser plus particulièrement la version bold pour le logo, montrant une image puissante dès le logo et la version regular pour tous les textes du site.



## Recherche des couleurs



**Vert : #50A54B** : Ici le vert représente la nature, l'écologie, l'éco-conception et tout ce qui concerne le côté soucieux de l'environnement de la marque.



**Jaune : #D6B254** : La couleur dorée rappelle le lion, la fierté, la puissance et d'une certaine manière le côté aisé de nos clients.



**Bleu : #6585B9** : Le bleu vient rappeler l'eau économisée lors de la création d'un jean et sera utilisé pour tout ce qui est texte. C'est un rappel constant même pendant l'achat d'un vêtement. Le bleu représente aussi la couleur du jean.

## Recherche d'un slogan

Pour ce qui est du slogan, je cherche à mettre en avant la nature, le lion et le style, la mode :

- La mode au plus naturel.
- Le plus naturel des styles.
- Une goutte de plus vers un style naturel.
- Fier, tel est la nature d'un lion.

## Recherche du webdesign

Pour le web design, j'ai décidé de mettre le produit au centre du site. Sur la plupart des pages on va voir le jean mis en avant dans des décors rappelant la nature et l'eau qui sont deux choses très importantes de la marque et qu'on retrouve peu dans le site web officiel de Green Lion.

Pour les deux premières images, on a une page de bienvenue de la marque, montrant un avant-goût de ce que va être le site. On y découvre le logo, le slogan et en arrière-plan le produit. Il y a deux versions, une pour le mode clair du site, et une pour le mode sombre.





Maintenant, voici une page de vente du jeans « Serengeti Smooth ». On y retrouve le jean mis en avant d'une manière différente de la plupart des autres sites. Au lieu d'être enfermé dans une case comme dans la plupart des sites, l'image recouvre ici l'entièreté de la page et les éléments cherchent à se faire une place. On y retrouve dans les textes le bleu, représentant l'eau économisée lors de la production d'un jean et la couleur du produit évidemment. On y retrouve la même police que pour le logo, Poppins, mais cette fois-ci dans sa forme « Regular », un peu plus fine.

Nous pouvons imaginer que diverses images défilent en arrière-plan pour montrer, par exemple, une personne portant le jean dans la forêt ou au bord d'une rivière, pour rester dans l'esprit de la marque.

En dessous de cette page, nous pouvons imaginer une description plus détaillée et technique du jean. Ou encore les conditions de transports et tout ce qui entoure les détails de ventes.



## Analyse critique de la proposition

- On trouve que le logo aurait pu être mieux. Le concept de la crinière du lion en forme de feuille est bien pensé, mais en général le logo n'a pas une forme élégante.
- Pour ce qui est de la recherche de la typographie, on trouve que la police d'écriture reste encore trop basique même si ça fonctionne bien pour le site.
- Pour la couleur, on reste bien dans le thème de la marque, mais il n'y a pas vraiment de prise de risque. On pense que ça aurait pu être des couleurs un peu plus fantaisistes donnant encore plus de signification.
- Pour ce qui est du site web, on trouve que le design n'est pas trop mal. À notre avis, ce genre de site un peu hors norme pourrait fonctionner, mettant beaucoup plus le produit au centre de la page.

# Proposition de Camille

## Moodboard



MOODBOARD



Voilà mes première recherche sur le sujet. Je voulais qu'on retrouve l'image du lion, de l'eau et de l'écologie donc j'ai trouvé des inspirations dans ce domaine.

## Recherche d'inspiration et de procédés



Je suis d'abord parti dans l'idée de faire un lion avec une crinière en feuillage. J'ai donc réalisé plusieurs croquis mettant cela en avant.

## Réflexion sur le logo



Le logo avait d'abord repris les premiers dessins de lions que j'avais pu réaliser. J'y ai ajouté le nom de la marque et une sorte de rivière passant derrière lui. Mais cela ne me convenait pas, cela faisait trop gros et pas assez professionnel. J'ai donc par la suite affiner le lion et modifier sa forme pour le faire apparaître en un trait. J'ai voulu rajouter une ou plusieurs feuilles à différents endroits, mais cela n'était pas concluant alors je suis partie sur simplement le lion en une ligne.

## Réflexion sur le slogan

- « Porte la force du lion, protège la force de la Terre »
- « Le rugissement du style écologique »
- « Fier comme un lion, vert comme l'avenir »
- « Le lion protège sa terre... Nous aussi »
- « Quand la mode rugit pour le climat »

## Recherche de la typographie

### Lion club

GREEN LION

Police un peu trop enfantine, mais l'idée d'un peu mal dessiner me paraissant intéressante.

### Lion king

GREEN-LION

Une police plus professionnelle pour une marque de vêtements. Cependant, celle-là n'allait pas vraiment avec le logo fait précédemment.

### Lionelofparis

GREEN LION

Police très fine qui peut être difficile à lire si mal placée, mais que je trouvais parfaite pour le logo puisqu'on retrouvait le fait d'écrire en une ligne fine pour chaque lettre.

## Recherche des couleurs

### Couleur principale



Ce vert a pour but de montrer le côté écoresponsable de la marque qui est l'aspect principal. Il est assez fort pour pouvoir le faire ressortir sur le logo qui n'est qu'un trait fin.

### Couleur secondaire



Un jaune pâle est utilisé en couleur secondaire ramenant à l'idée du lion et de la savane. Elle contraste assez joliment avec le vert et permet de faire une jolie combinaison.

## Recherche du webdesign



### Nos produits rois



Acheter



Acheter



Acheter

Voici mes idées de design pour un site web. Je voulais garder cette idée d'une seule ligne. Pas présente ici, mais je souhaiterais amener des images de jean sur fond de savane, nature ou autre pour mettre plus de contexte aux jeans. Comme pour le titre de présentation des jeans faire de la marque, j'aimerais mettre des allusions à plusieurs endroits dans le site afin de mettre en avant cet animal emblématique de la marque.

## **Analyse critique de la proposition**

- C'est une proposition qui propose un logo qui appuie encore plus le lien entre le lion et la nature, avec ici les feuilles pour crinière.
- La police est originale, proche de l'état de simple fil, elle pourrait très bien représenter les tissus du jean. Pour autant, si mal utilisée, elle ne pas être très accessible pour les personnes malvoyantes.
- Pour les couleurs, on est sur quelque chose de plutôt classique et qui fonctionne plutôt bien avec les axes de la DA.
- Pour le site web, l'utilisation de la police qui dessine la page est plutôt intéressante. Le site reste tout de même très simple et pas assez professionnel.

## 4 - CHOIX DÉFINITIFS

### Notre moodboard



Nous reprenons le même moodboard que celui de la proposition de Aywen, mais en changeant légèrement les couleurs et les images pour mieux refléter l'engagement écologique de la marque.

### Nos typographies

**Limelight**  
**LIMELIGHT**

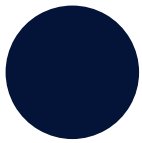
La police Limelight permettrait de créer des formes géométriques et grasses, ce qui permet un visuel à la fois imposant et élégant pour représenter le lion. La police servira pour les titres, et les lettres majuscules et minuscules serviront à créer des niveaux de titre différent.

**Outfit**

La police Outfit servira pour le texte. C'est une police sans empattement qui aidera à lire le texte facilement. De plus, sa forme sans fioritures et allant droit au but s'adapte aux formes

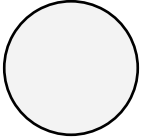
géométriques que nous intégrons dans notre logo.

## Nos couleurs



Code hexa :  
#041439

La couleur noire tendant vers le bleu permet de donner une allure calme, et de rappeler l'eau que la marque économise lors de la fabrication de ses jeans.



Code hexa :  
#F3F3F3

Le blanc est une couleur pure qui permettra de séparer le jaune et le vert entre eux.



Code hexa :  
#D49D31

La couleur jaune légèrement orangé vient rappeler le soleil, ainsi que l'aspect doré, ce qui permet de montrer cet air élégant associé à la marque.



Code hexa :  
#13B383

La couleur verte fait référence à l'écologie et aux valeurs de la marque de respecter la nature. Le vert tend légèrement vers le bleu pour rappeler l'eau que la marque économise.

## Notre logo



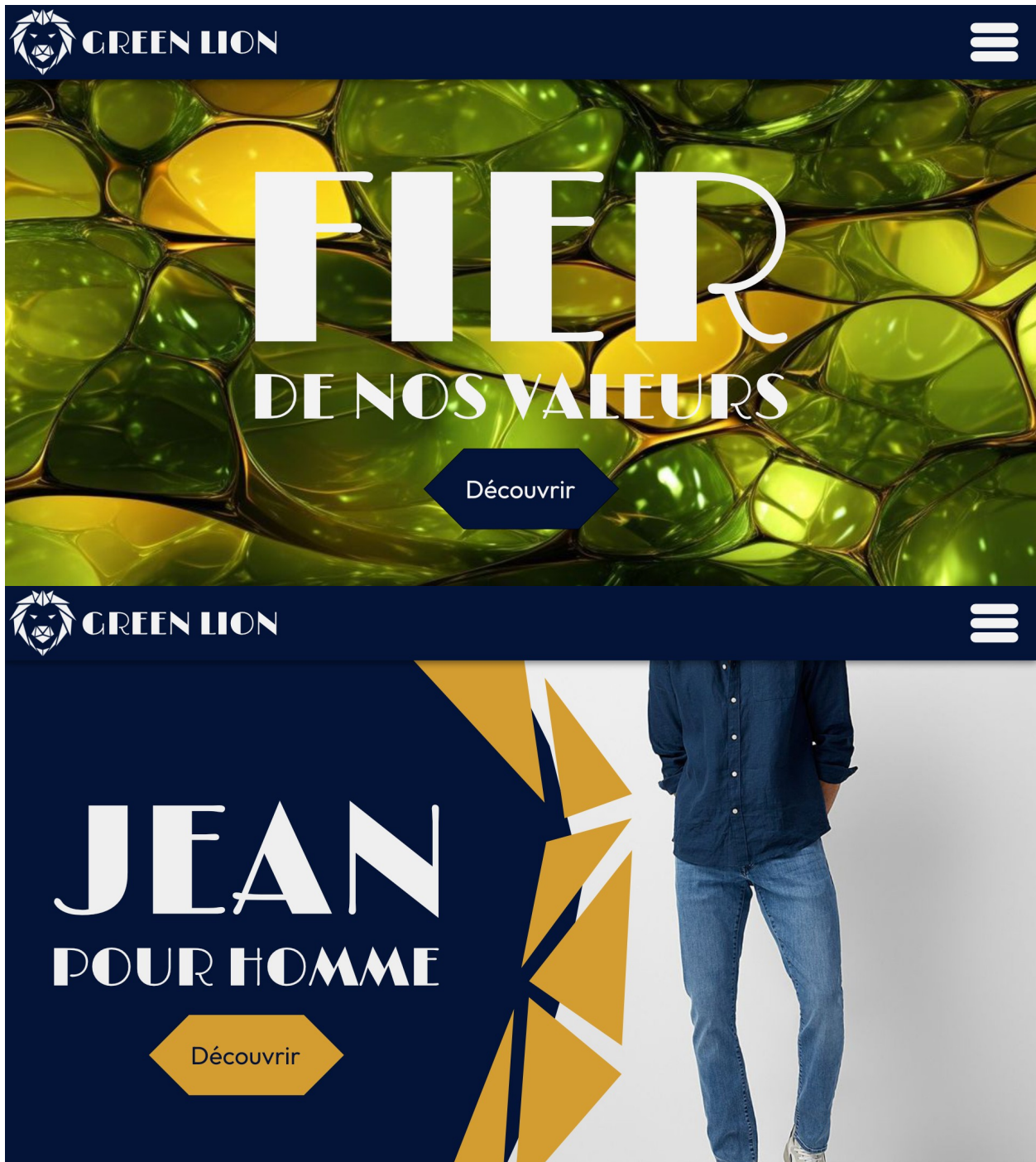
Suite aux propositions individuelles, nous avons décidé de faire une fusion entre le logo de Aywen, avec l'aspect origami et pliable, et le logo d'Elias, qui reflétait la goutte d'eau et les feuilles formant un visage de lion.

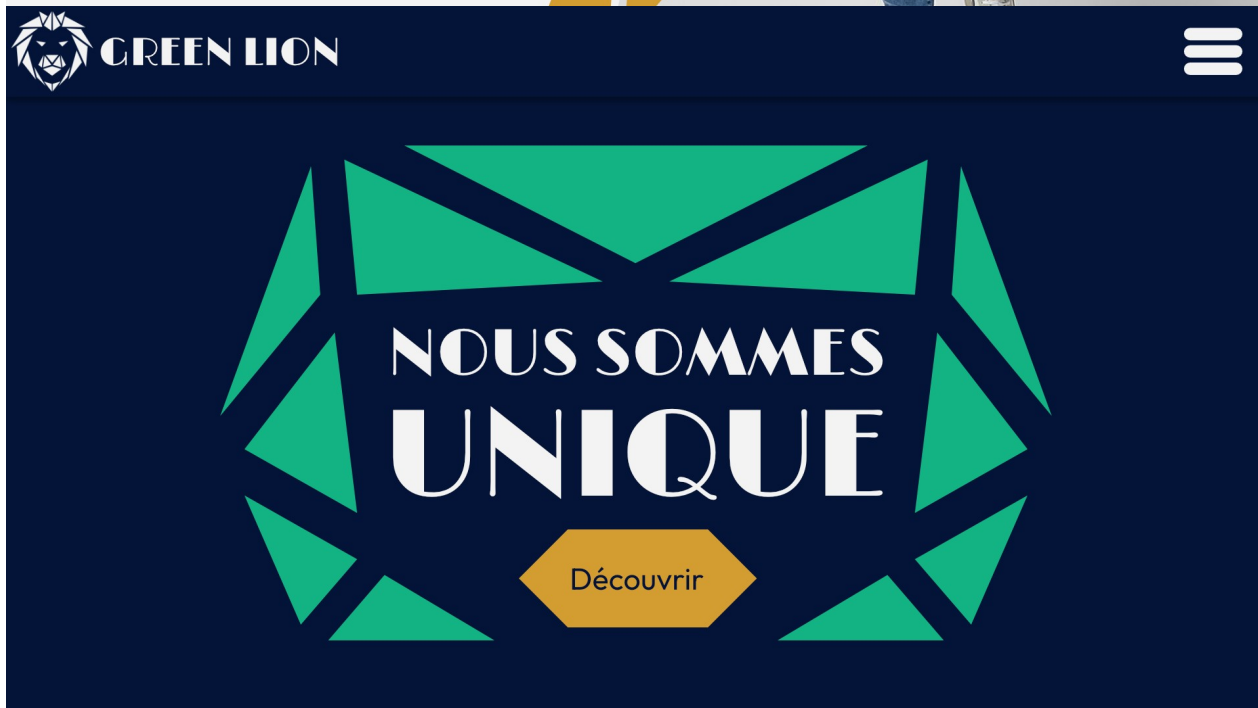
Ainsi, les espaces négatifs dans le logo font apparaître le lion grâce à sa coiffure, son museau, sa bouche et ses yeux. Son aspect origami reflète comment on plie un vêtement. Ensuite, nous pouvons noter que la forme globale ressemble à une goutte, ce qui vient rejoindre l'engagement de la marque sur sa consommation d'eau. De plus, la forme de la coiffure vient rappeler le feuillage et la nature, ce qui permet de mettre en avant l'engagement écologique global de la marque. Enfin, sa forme géométrique vient contrer totalement le design lisse des concurrents, permettant à la marque de se différencier.

## Notre slogan

Après réflexion, nous avons choisi le slogan « Fier comme un lion, vert comme l'avenir ». Ce slogan vient associer le lion, la fierté et l'engagement écologique de la marque, permettant d'associer en une seule phrase ce que représente la marque.

## Proposition de webdesign







## SERENGETI SMOOTH

### JEAN AJUSTÉ BLEU ÉCO-RESPONSABLE

★★★★★ (4)

120.00€

Le Serengeti Smooth est le jean qui vous surprendra par son toucher "cachemire"

Vous aimerez :

- ◆ Le fit ajusté qui mettra en valeur votre silhouette
- ◆ Le toucher ultra doux et sa souplesse avec ses 2% d'élasthanne
- ◆ Sa fabrication avec seulement 75cl d'eau au lieu de 7 000L
- ◆ Sa composition de 20% de bouteilles plastique recyclé provenant de la mer Méditerranée

Taille 28

28

30

32

33

34

36



## SERENGETI SMOOTH

### JEAN AJUSTÉ BLEU ÉCO-RESPONSABLE

★★★★★ (4)

120.00€

Le Serengeti Smooth est le jean qui vous surprendra par son toucher "cachemire"

Vous aimerez :

- ◆ Le fit ajusté qui mettra en valeur votre silhouette
- ◆ Le toucher ultra doux et sa souplesse avec ses 2% d'élasthanne
- ◆ Sa fabrication avec seulement 75cl d'eau au lieu de 7 000L
- ◆ Sa composition de 20% de bouteilles plastique recyclé provenant de la mer Méditerranée

**Taille 28**

28  30  32  33  34  36



# COLLECTION HIVER

Découvrir

Pour notre webdesign, nous réutilisons celle de la proposition de Aywen, en mettant les couleurs et le logo choisi pour cette DA.

# Premières propositions de supports de communication


## Publication Instagram



GREEN LION



  Green Lion 

Chez Green Lion, on ne fait pas de compromis : nos jeans sont taillés pour durer, pensés pour impressionner, et conçus pour respecter la planète. Coupes modernes, matières recyclées, attitude assumée — parce que l'élégance peut (et doit) être durable. 

Portez vos valeurs. Affichez votre style.   
#GreenLionJeans #EcoStyle #DenimResponsable  
#ModeConsciente #RugirAvecStyle

## Publication Facebook



Green Lion  
Lundi à 12h



Nous savons qu'un bon jean ne se résume pas à son style ou à sa coupe. Il se définit aussi par la philosophie qui l'accompagne. Chez Green Lion, nous avons fait un choix : celui de concevoir des jeans qui respectent l'environnement et valorisent un savoir-faire responsable.

Un choix qui parle aux personnes qui, avec maturité, reconnaissent la valeur d'un engagement sincère et durable.

#ChoixResponsables #ValeursDurables #ConscienceÉcologique  
#EngagementSincère



Lorem ipsum and 291 others

55 comments



Like



Comment



Share

## Email



**Bonjour chers clients** 🌱,

Chez **Green Lion**, nous avons une mission simple : allier confort, style et engagement envers l'environnement.

Aujourd'hui, nous sommes ravis de vous présenter le jean **Serengeti Smooth** 🌊.



Portez un jean dont la création a dépensé **99% moins d'eau** qu'un jean classique 💧, et dont **20% provient de plastique recyclé** ♻️.

Parce qu'ensemble, nous pouvons allier **élégance et respect de la planète** 🌍.

👉 **Découvrez le Serengeti Smooth** dès maintenant sur notre site et laissez-vous séduire par une nouvelle façon de porter le changement ✨.

[Site Web](#)

À bientôt,  
L'équipe Green Lion 📧