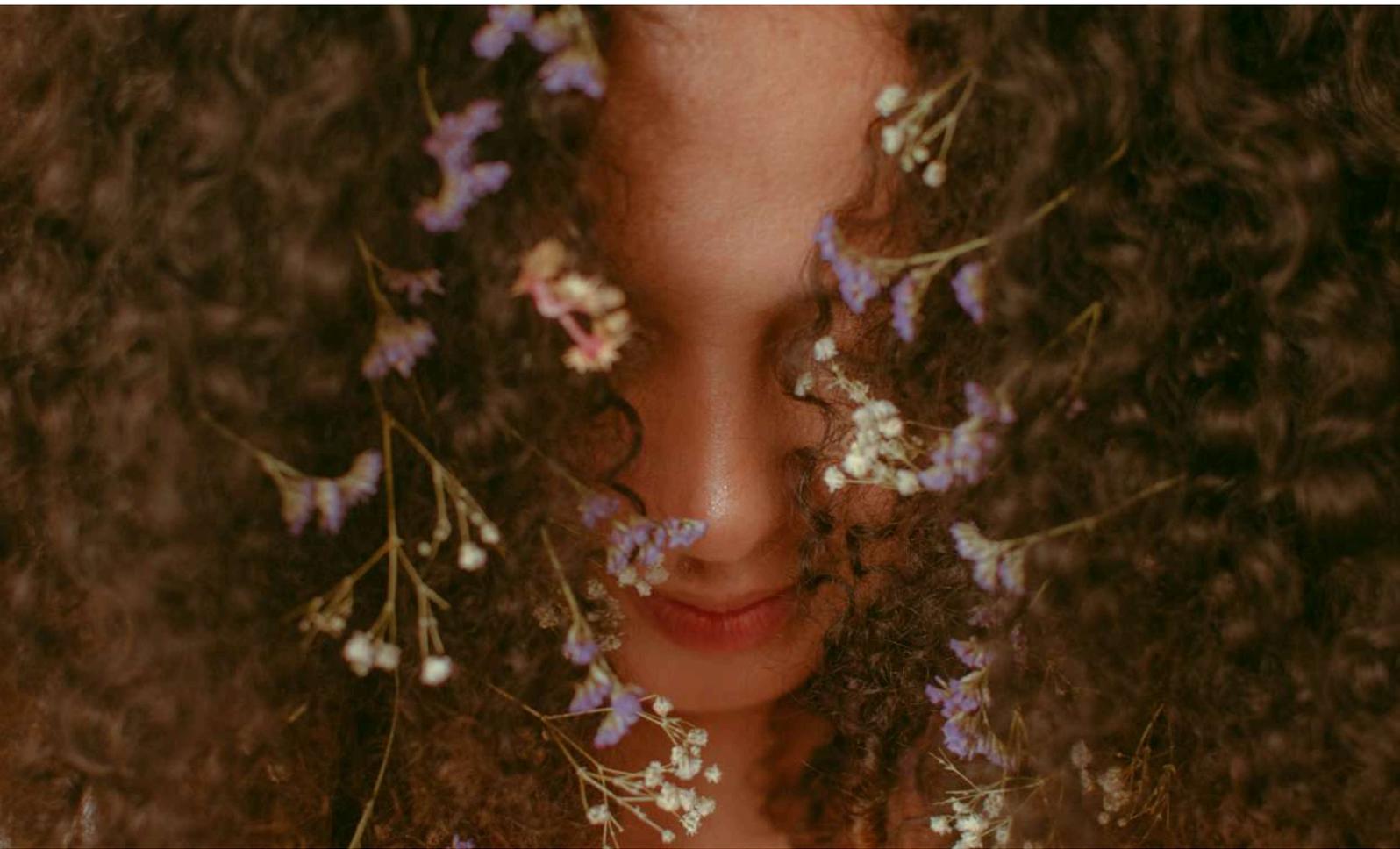




NEWBIO

PROJET DE CRÉATION DE LOGOTYPE

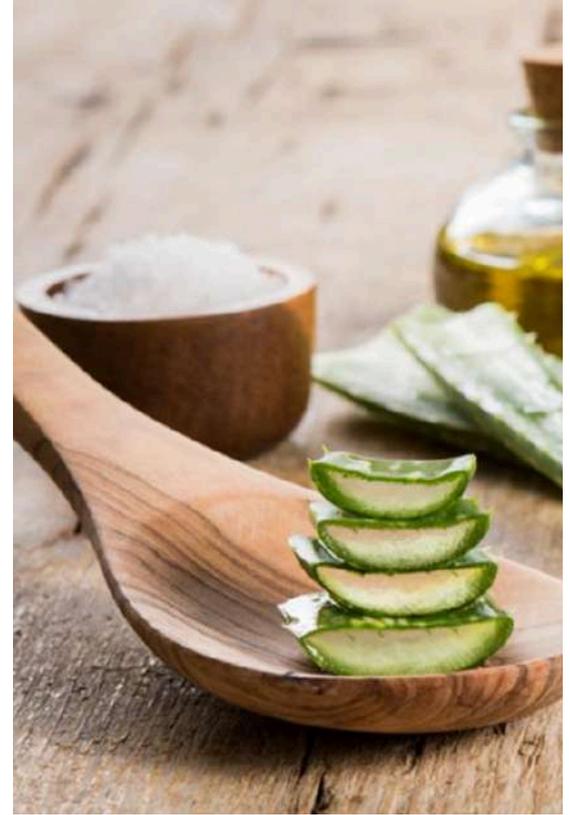


La marque **Newbio** se positionne comme un acteur clé dans le secteur en pleine expansion des produits capillaires biologiques. Elle cible une clientèle jeune, de 18 à 35 ans, qui est à la fois soucieuse de la santé de ses cheveux et engagée dans des causes environnementales et sociales. Ces consommateurs recherchent des produits naturels, exempts de produits chimiques nocifs, et fabriqués de manière respectueuse de l'environnement.

Les shampoings **Newbio** se distinguent par leurs formules enrichies en ingrédients biologiques, conçus pour nourrir, protéger et réparer tous les types de cheveux tout en respectant la planète. La marque adopte une approche éco-responsable globale, utilisant des emballages recyclables et des procédés de fabrication à faible empreinte carbone.

Le logotype de **Newbio** est essentiel pour refléter ses valeurs de modernité et de responsabilité écologique. Il doit intégrer des éléments naturels avec une touche contemporaine, utilisant des couleurs, formes et typographies qui symbolisent pureté, simplicité et durabilité.

En résumé, **Newbio** se distingue par la qualité de ses produits et son engagement envers un avenir plus vert. La marque vise à satisfaire une génération de consommateurs qui souhaite concilier efficacité et éthique dans leurs choix de consommation.



#258559

#EBFFF6

#77D1A8

#8A4E45

#D6958B

MOODBOARD

- **Inspiration visuelle:** Couleurs, formes, et typographies reflétant l'univers de la marque.
- **Style général:** Minimaliste, moderne ou vintage.
- **Éléments graphiques:** Icônes, illustrations, et motifs intégrables dans le logo.
- **Ambiance:** Sentiment ou émotion que le logo doit susciter chez le public cible.

RECHERCHE & CRÉATION



+



=



NEWBIO

L'étape de **recherche et de création** est cruciale dans la conception d'un logo. Elle débute par une réflexion approfondie sur l'identité visuelle à développer, en tenant compte des objectifs, du public cible, et des attentes du client. Cette phase inclut une analyse des tendances du marché et des identités visuelles des concurrents, afin de définir un cadre créatif original et pertinent.

Les **recherches graphiques** suivent, avec l'exploration de diverses pistes créatives en matière de formes, couleurs, et compositions. Le logo, élément central, se construit autour d'une **typographie** soigneusement sélectionnée pour refléter le style et le ton souhaités. La typographie, qu'elle soit moderne, classique, audacieuse ou minimaliste, joue un rôle essentiel dans la perception et la lisibilité du logo.

Ce processus itératif vise à créer un logo distinctif, capable de transmettre une histoire et de créer une connexion émotionnelle avec le public.

APPLICATION DU CODE COULEUR



L'application du code couleur pour le logo est une étape cruciale dans la création d'une identité visuelle cohérente et professionnelle. Le code couleur, spécifiquement choisi pour représenter la marque, doit être appliqué de manière uniforme sur tous les supports de communication. Cette uniformité assure la reconnaissance immédiate de la marque et renforce son image auprès du public. Lors de la conception du logo, il est essentiel de respecter les valeurs hexadécimales ou CMJN définies, afin de garantir la constance des couleurs sur les différents supports, qu'ils soient numériques ou imprimés.

PACKAGINGS & AFFICHAGES

