

BRAND ON THE BOOK

BRAND BOOK

ON THE BRAINBOOK

Préambule

1. Logotype

2. Typographie

3. Codes couleurs

4. Règles d'usage

Seul

Gestion de la taille

En présence

Sur fonds complexes

En défoncé

Au blanc

5. Les codes graphiques associés

Papeterie

Signatures

Annonce presse (modèle)

6. Packagings

L'ellipse et son utilisation

Emballages type

7. Principes Web



L'objet de ce document est de permettre aux différents utilisateurs de la marque Nohoo d'en appréhender les codes, de manière à ce que chaque prise de parole soit faite en cohérence.

Il est important que les règles édictées dans ce document soient respectées, afin que la marque soit protégée, et son univers de communication clairement identifiable.

|

LOGO
TYPE

Les produits NohooH ont cette particularité de ne pas contenir d'hydroquinone. Cette caractéristique unique marque une rupture à la fois technologique et d'usage, que le nom même de l'entreprise transporte et affirme.

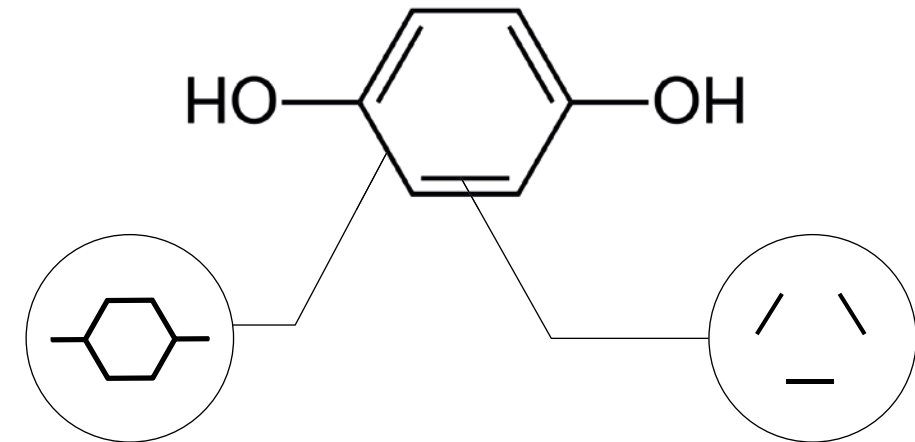
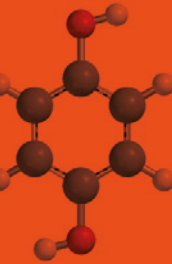
C'est sur cette logique que nous nous sommes appuyés pour imaginer un signe graphique capable :

- De souligner cette double rupture
- De s'inscrire de façon statutaire dans un univers associé aux notions de santé, de bien-être et cosmétique
- D'exprimer la spécificité de l'entreprise
- De conserver une élégance graphique facilitant la reconnaissance et son attribution à l'entreprise.

L'INSPIRATION

NohooH : No + HO OH = absence d'hydroquinone

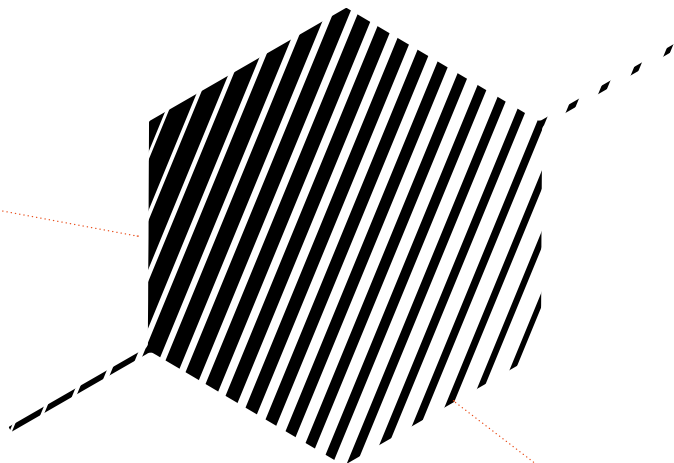
Nous sommes partis de la représentation de la formule semi-développée de l'hydroquinone en nous attachant à souligner que son absence fait de NohooH l'entreprise capable de bouleverser son domaine. Sans hydroquinone, les cosmétiques développés par NohooH Monaco sont à la fois plus sains et plus en rapport avec leur temps.



LE SIGNE



Un symbole incliné, épuré et dynamique, qui rompt l'idée de la molécule.



Des éléments qui balisent un espace d'expertise en gestation.

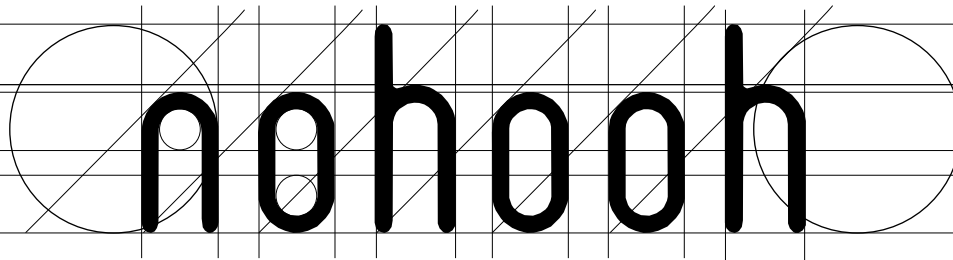


||

**TYP
GRADE**

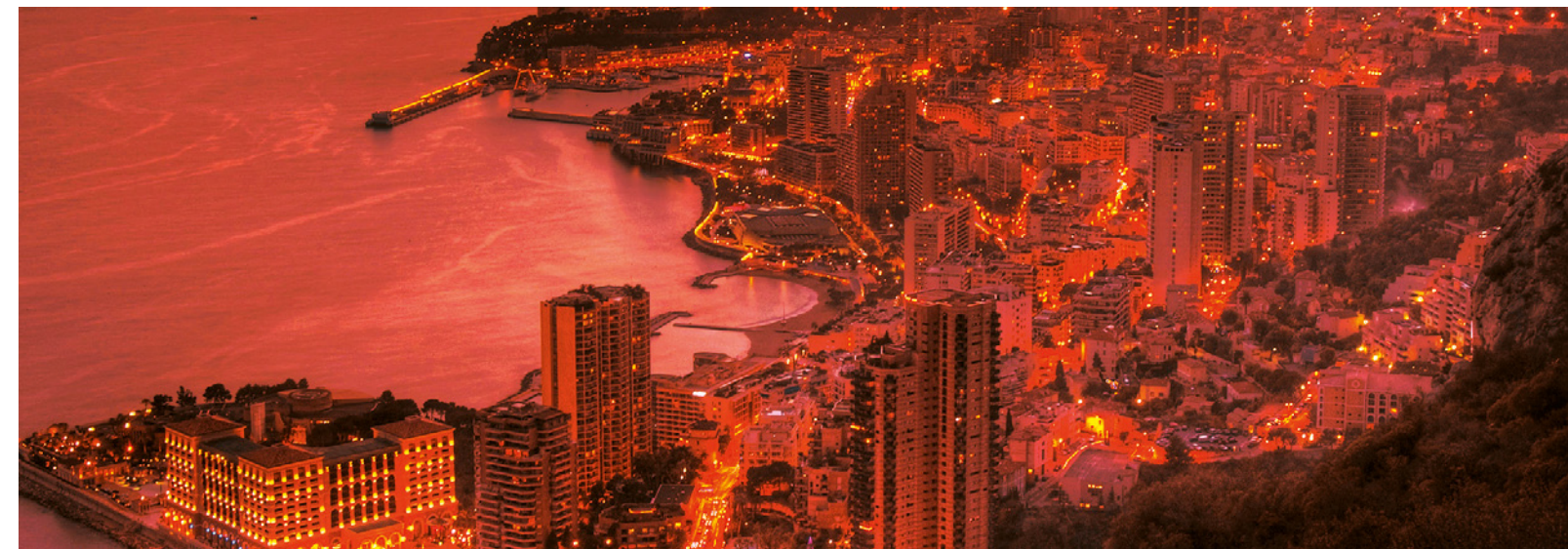
LE NOM

Le choix typographique est une création travaillée et épurée afin de laisser pleinement s'exprimer l'aspect graphique du nom, qui alterne des O et des consonnes construites sur les mêmes proportions.



M O N A C O

Le sous-titre Monaco offre une typographie très contemporaine, dont l'approche a été travaillée pour assurer la lisibilité. Afin d'éviter tout risque de mauvais usage, ces éléments ont été vectorisés, et doivent le rester.



USAGES TYPOGRAPHIQUES

POLICE DE TITRE

NEUROPOL

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz,.;!?
1234567890

Dans le cas où cette typographie serait utilisée au sein d'un document, on s'assurera d'une approche de 120 millièmes de cadratin.

POLICE DE CORPS

AVENIR BOOK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz,.;!?
1234567890

Ici aussi on s'efforcera d'ajuster l'approche et l'interlignage de manière à assurer une lisibilité maximum. Cette typographie sera utilisée pour le lettrage de lecture en annonce presse ou sur les documents de présentation.



COUL
EURS



LE CODE COULEUR

La couleur dominante a été choisie de manière à pouvoir être exploitée tant en CMJN qu'en Pantone, tout en conservant son éclat pour des utilisations digitales, moins précises.

 Valeurs CMJN
C : 0
M : 80
J : 95
N : 0

 Valeurs HEX
#e84e1b

 Valeurs RVB
R : 233
V : 78
B : 27

 Pantone 179UP

nohooh

MONACO



nohooh
MONACO



nohoooh
MONACO





USA
GES



SEUL

Le logo peut s'utiliser de trois manières différentes lorsqu'il est présenté seul.
Ces choix sont opérés en fonction de l'environnement ou des circonstances spécifiques de l'utilisation (espace disponible, présence du logo complet par ailleurs, etc.)



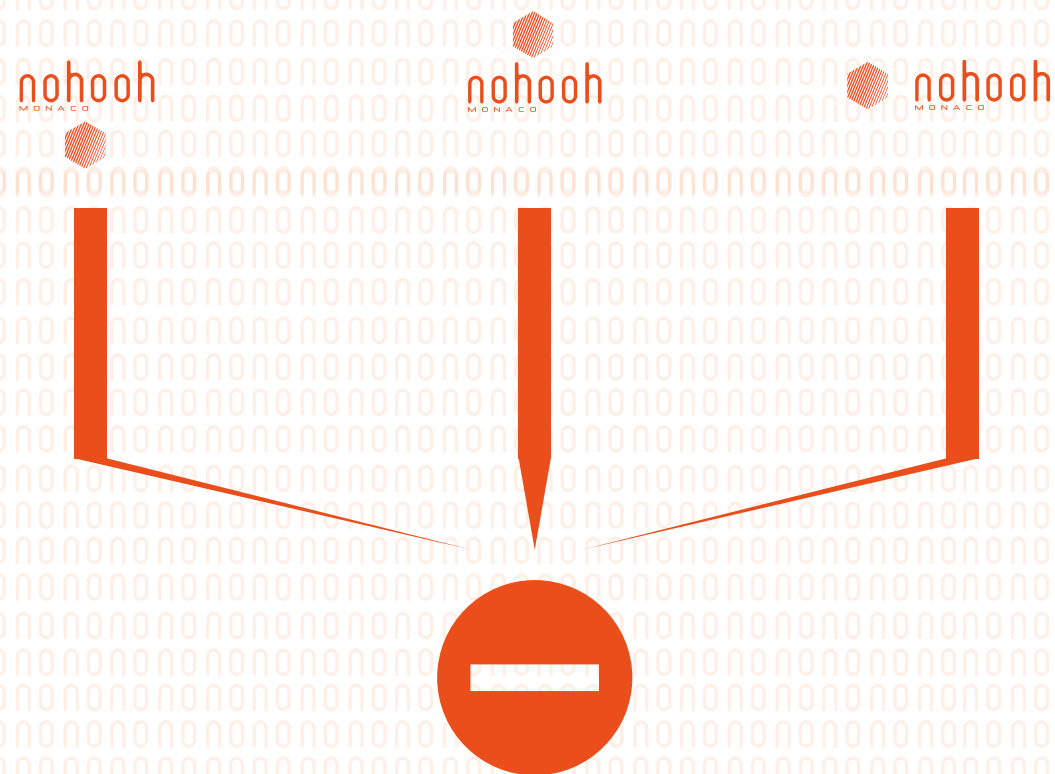
Symbole seul



Nom seul



En aucun cas on utilisera le logo de manière alternative ou déstructurée.



GESTION DE LA TAILLE



100%



50%

NB : lors de la manipulation du logo, on utilisera uniquement les recadrages homothétiques de manière à préserver l'intégralité du logo.



20%



EN PRESENCE

Dans le cas de l'usage du logo en présence, on calculera la valeur de protection horizontale en s'appuyant sur le volume du symbole, comme suit :

10%

En deçà de 20% de la taille initiale, on utilisera uniquement le symbole.

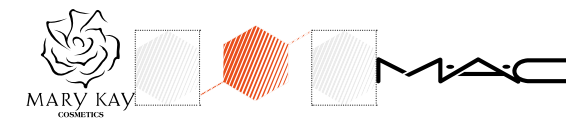




Exemples :



Lorsque le symbole est seul, on utilisera le même espace de propriété.
Ce choix permet de protéger le symbole.

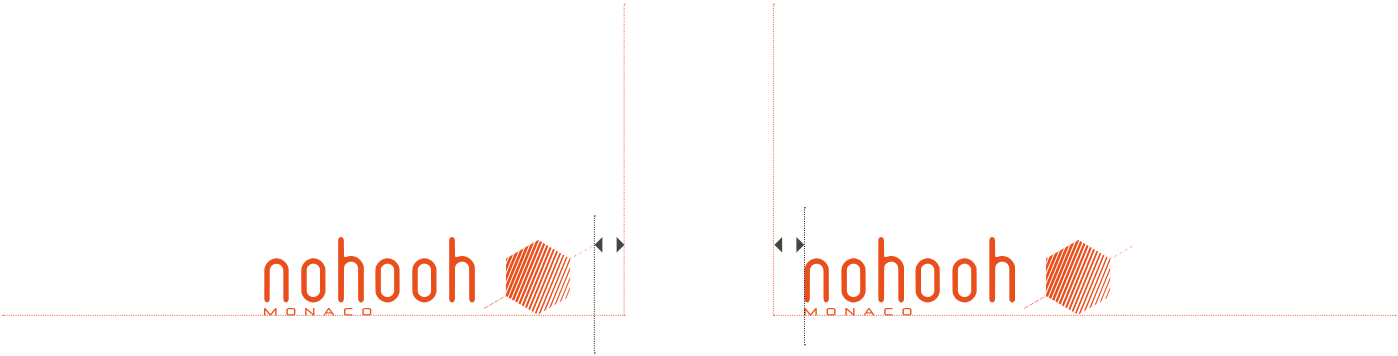




Le calcul de l'espace de protection vertical se base quant à lui sur la hauteur du jambage du plus haut lettrage, comme suit :



Enfin, les espaces de protection initiaux et terminaux se structurent sur l'espacement actuel entre le symbole et la typographie.





SUR FONDS COMPLEXES

Le choix du logo sera effectué en fonction de la tonalité du fond et on s'attachera à préserver des fonds neutres (blanc, ou de couleur pleine). Le symbole pourra être supprimé sur le fond est trop clair et nuit à sa lisibilité.



EN DÉFONCE



AU BLANC





CODES GRAPHIQUES ASSOCIES



Les éléments qui suivent permettent de déterminer les outils officiels de la marque, dans son expression corporate.



PAPETERIE

La carte de visite



85 mm
54 mm

nohooh
MONACO

nohooh
MONACO

Christian Carlesi-Sorasio
Chief Executive Officer

@ ccs@nohooh.com

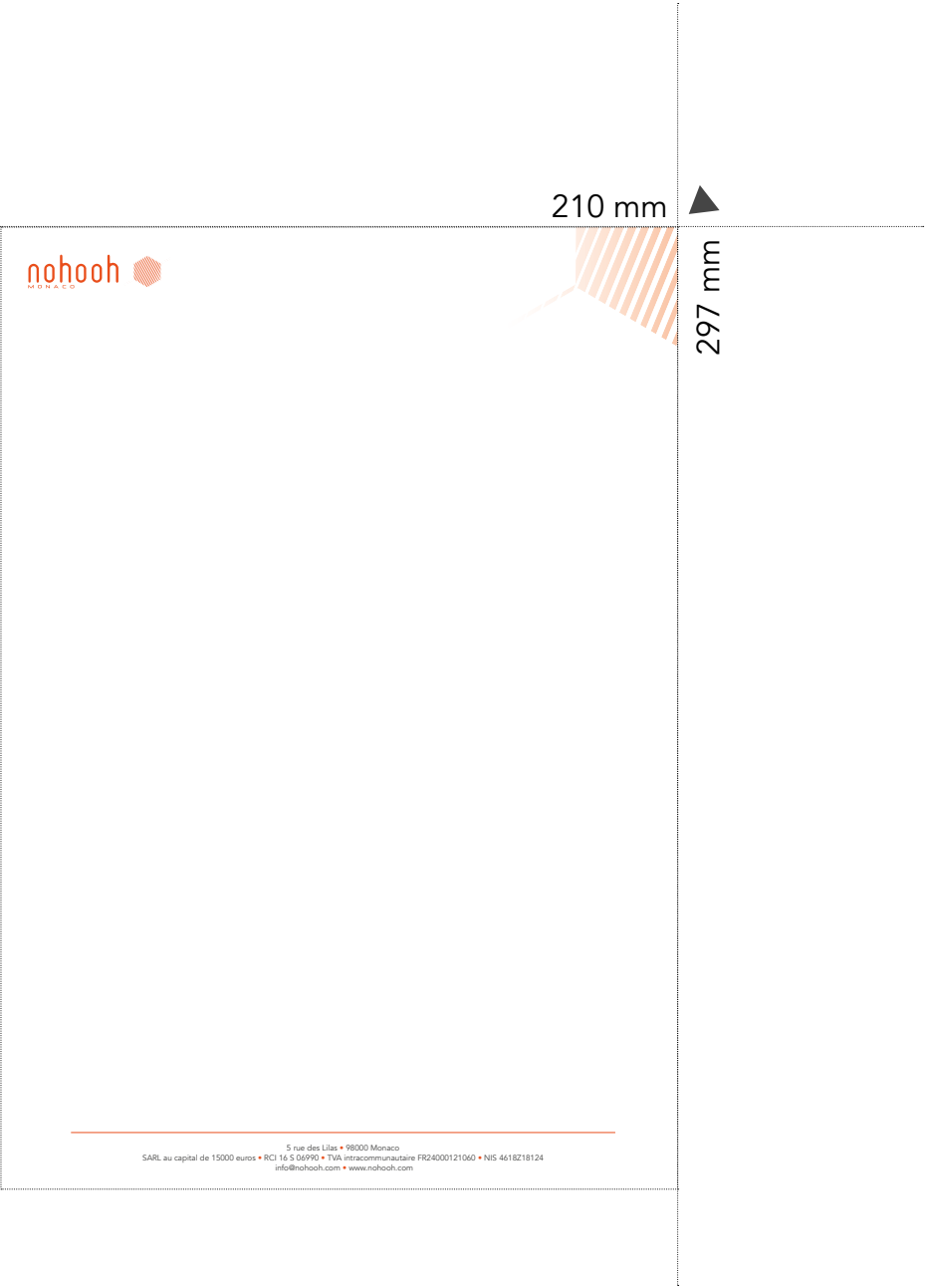
+33(0)6 07 93 03 97

5 rue des Lilas - 98000 Monaco

www.nohooh.com

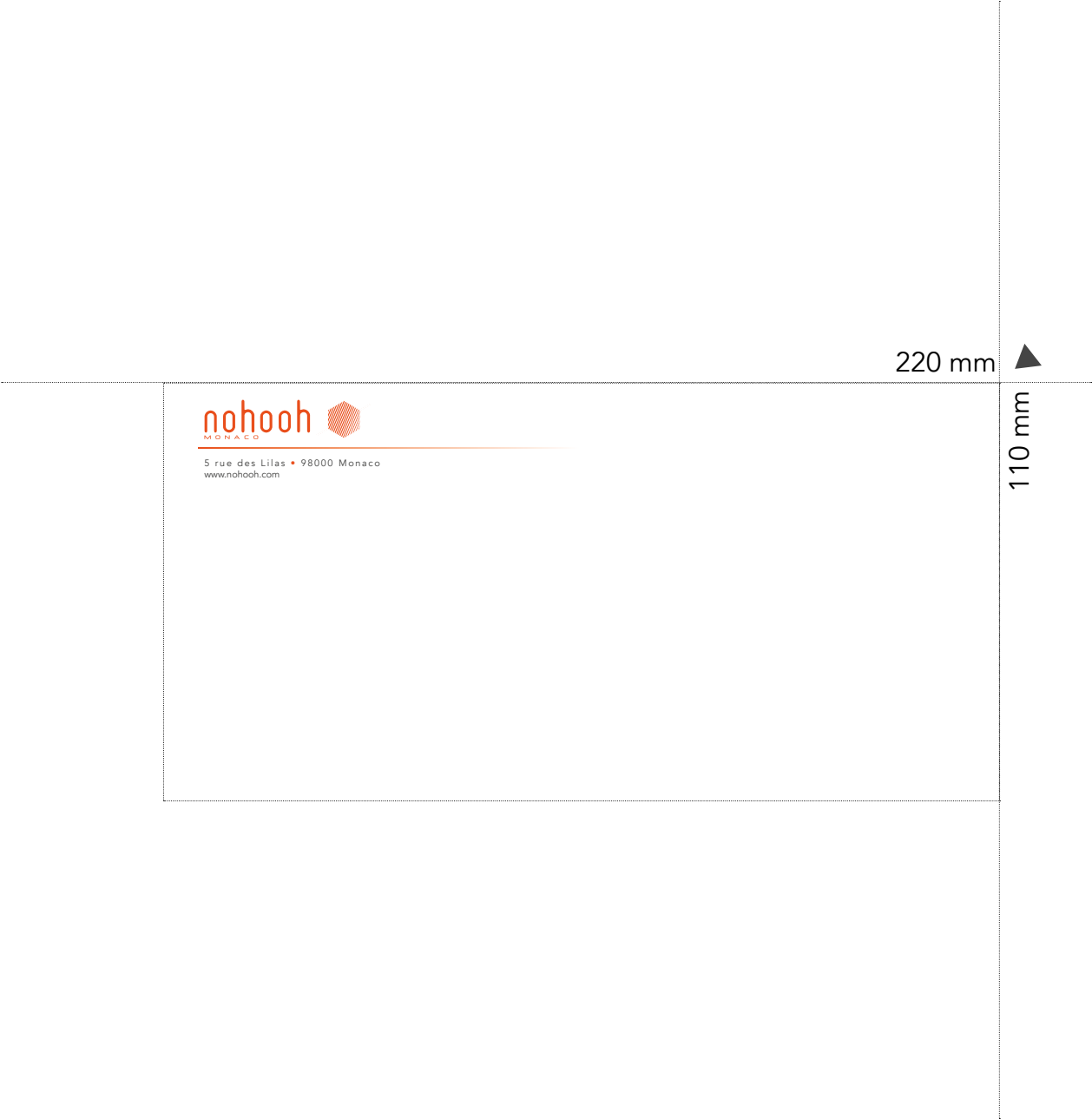


Papier à lettres



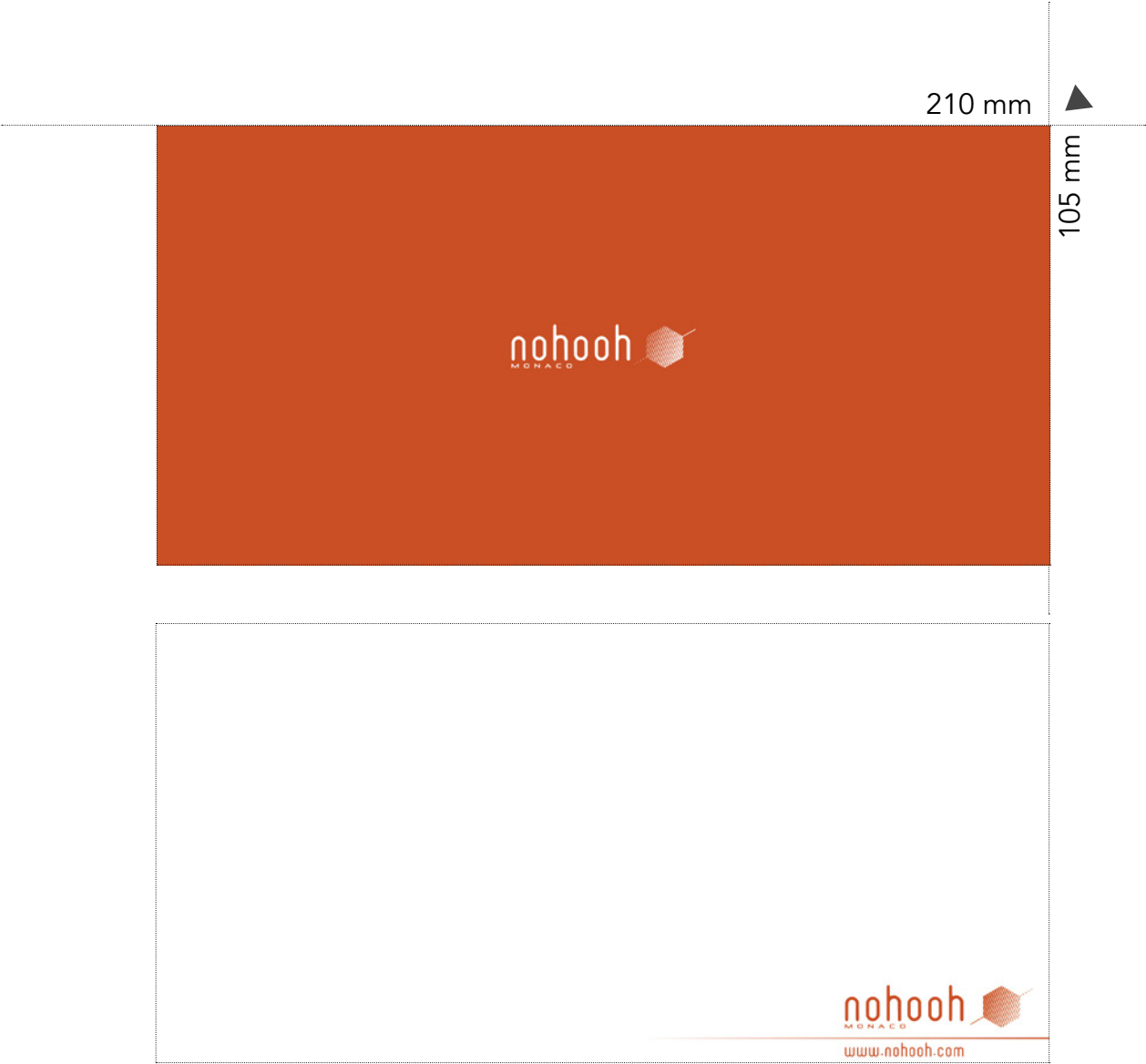


Enveloppe



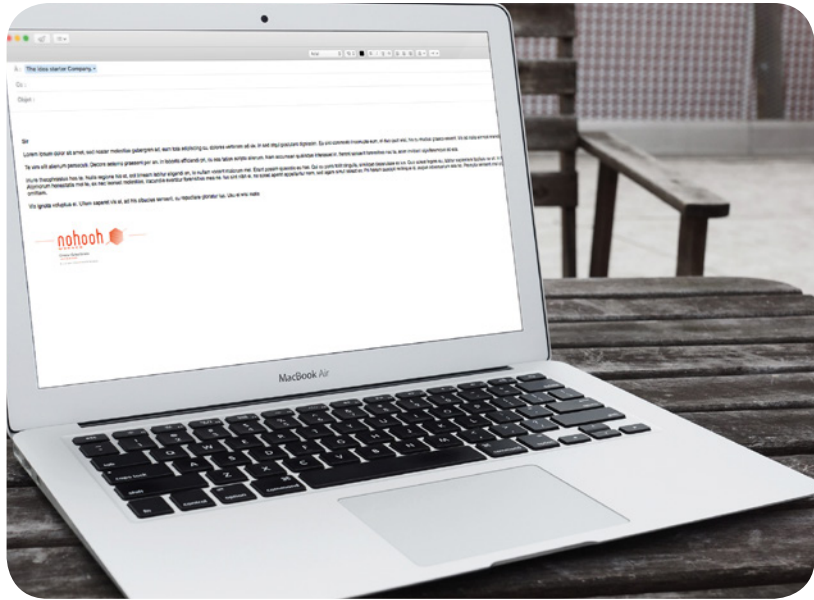


Carte de correspondance





SIGNATURES





ANNONCES PRESSE

Il s'agit là d'un modèle donné à titre d'exemple, permettant d'envisager les volumes et leur modération.

Les annonces presse seront adaptées selon les formats et les contraintes des supports visés.

B L A C K
IS THE NEW BLACK

Lorem Ipsum

Ipsum Lorem

REPERUM UT DOLUPTAE ET OMNIENDEM ACEATIAE EXPLICIAM NONSEDIT ASSUM

Reperum ut doluptae et omniendem aceatiae expliciam nonsedit assum id
quisi optae porepe secatio. Et eturia et aut earibus.
Alit occus, ut venim nusaperae core nus si aligendis aut od quam facipit unt

nohooh
MONACO



**PACKA
GINGS**

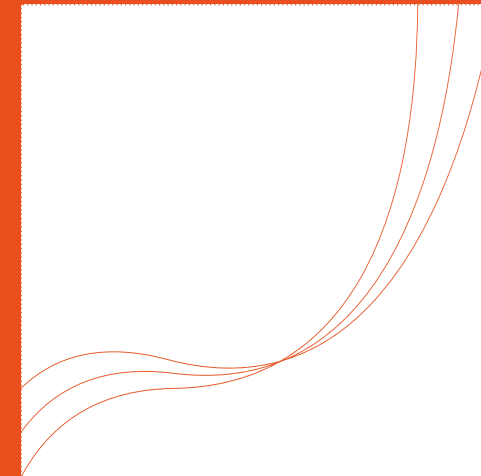


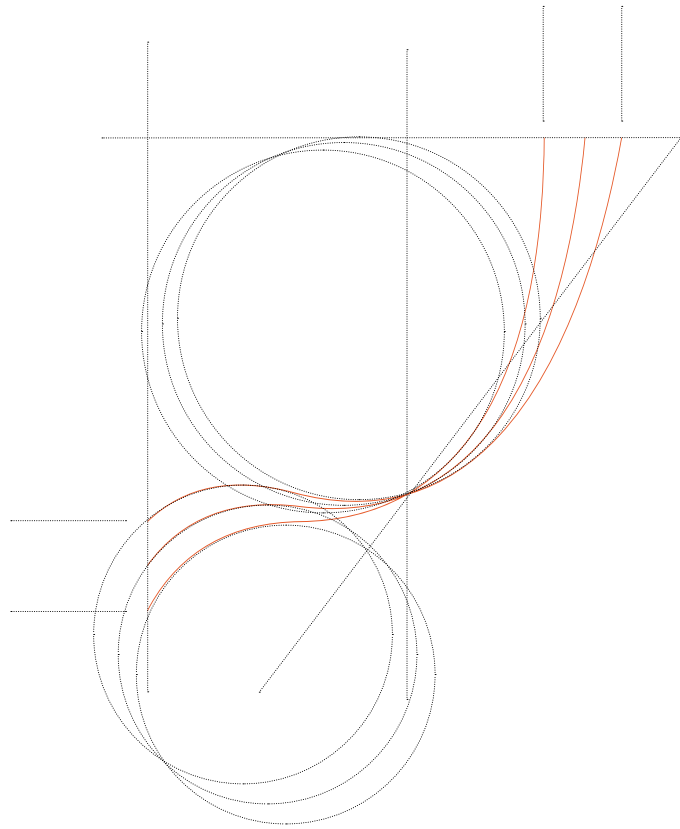
L'ELLIPSE ET SON USAGE

L'ellipse accompagne les produits Nohoo dans leur commercialité. Elle anime et signe les packagings. Elle propose une certaine hauteur de vue, qui positionne la marque sur son segment spécifique.

C'est une signature dynamique, qui confère élégance et finesse au packaging.

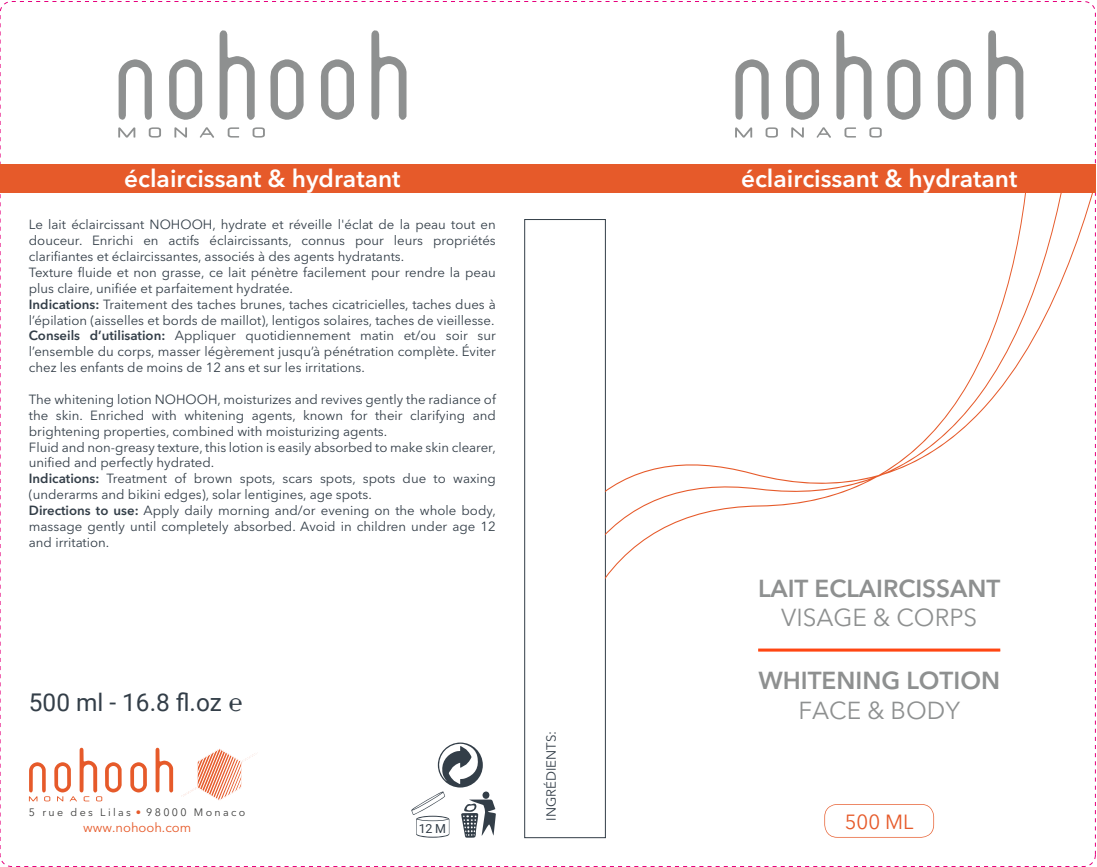
Il convient donc de l'utiliser avec soin.



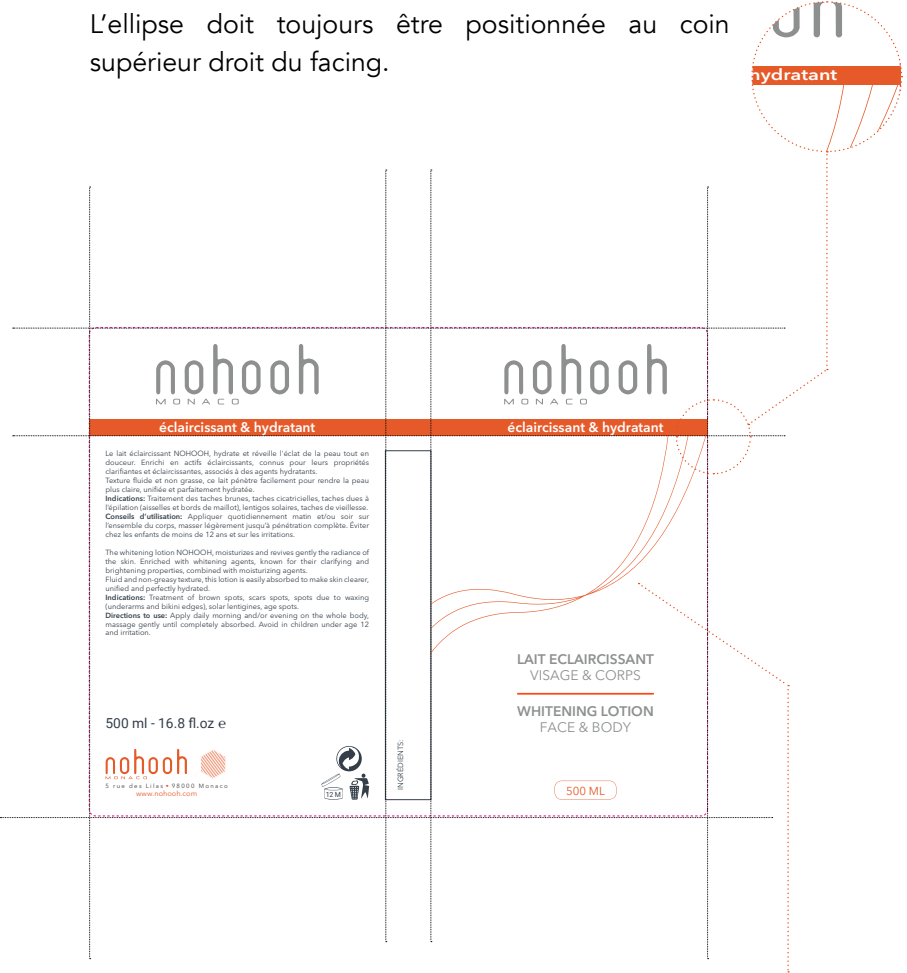


L'ellipse est un tout. Ses formes et ses dimensions sont fermes et doivent être respectées.

On utilisera uniquement les modifications homothétiques lors de son adaptation aux contraintes du packaging.



L'ellipse doit toujours être positionnée au coin supérieur droit du facing.

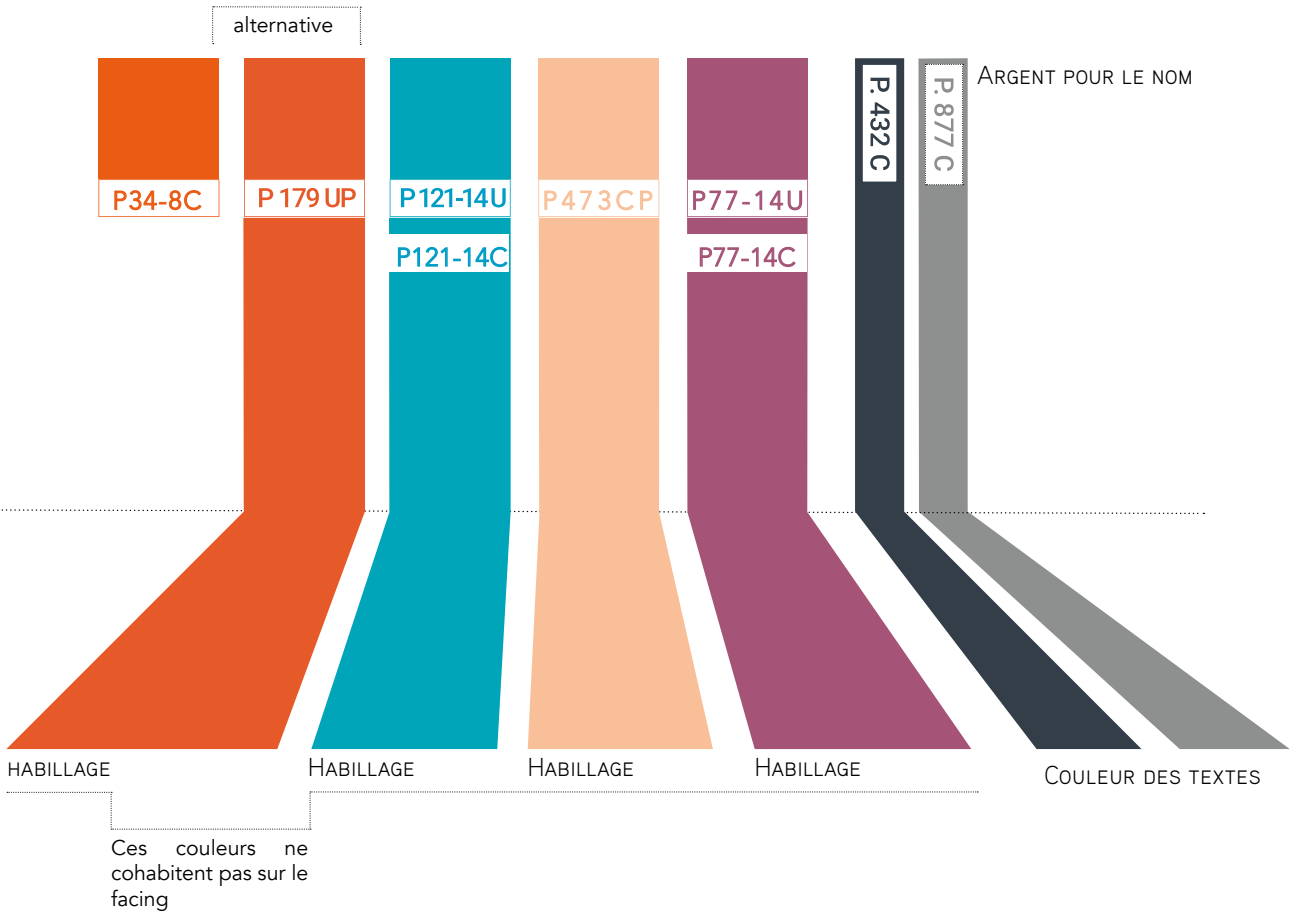


L'ellipse intervient sur le facing du packaging.
On utilisera l'homothétie pour s'efforcer de centrer la
jonction de ses fibres.

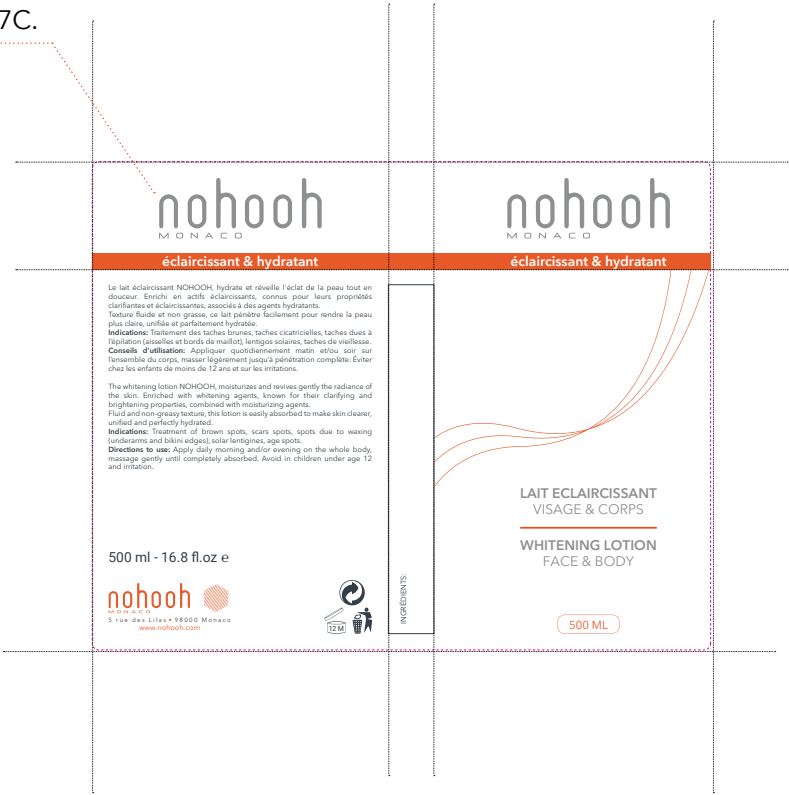


EMBALLAGE TYPE

Le packaging Nohoooh fait appel à plusieurs codes couleurs.



En retail, le nom apparaît seul, sans le signe.
Sauf incompatibilité avec le fond, il doit utiliser le
pantone argent P877C.





nohoooh
MONACO



5 rue des Lilas
98000 - Monaco



+33(0)6 07 93 03 97



contact@nohoooh.com



www.nohoooh.com