

case study

Refreshing OMOA

En 2016, le Groupe Syrse-OMOA contacte Lotin Corp. pour la rédaction de leur charte graphique. Mais nous estimons qu'il serait non professionnel de procéder avec un logo qui ne serait pas aux normes.



Henri Lotin

Brand Strategist & Creative Director

lotincorp.biz/henrilotin

Contexte

Le groupe Syrse-OMOA est l'acteur de référence en Afrique en matière de solutions de paiement innovantes et sécurisées.

Depuis plus de 20 ans , Syrse-OMOA agit sur toute la chaîne de valeur des paiements.

En 2016, ils contactent **Lotin Corp.** pour la rédaction de leur charte graphique.

Mais nous estimons qu'il serait non professionnel de procéder avec un logo qui ne serait pas aux normes.

Nous avons pour principe d'aller toujours au-delà des attentes de nos clients.

Mission

Rédiger une charte graphique au Groupe OMOA à l'initiative de la filiale du Cameroun.

Notre réponse

À Lotin Corp. nous avons opté pour le rafraîchissement du logo, notamment sa mise en conformité aux standards internationaux.

Ce qui a entraîné la mise en place d'un véritable système d'identité de marque.

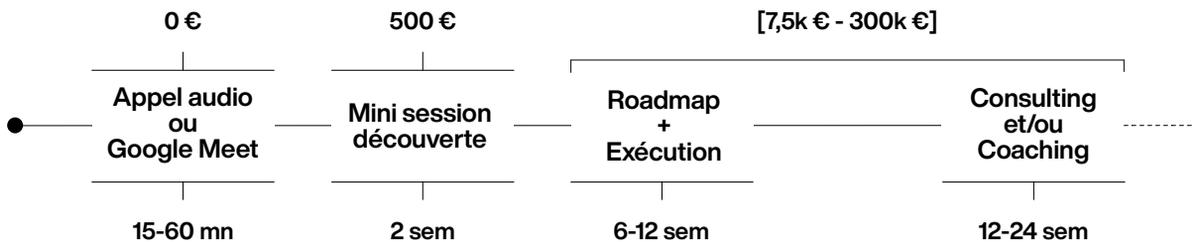
Mais avant, nous avons procédé à un audit de marque, et à une redéfinition du récit de l'entreprise, afin de lui conférer une mémoire collective unifiée.

Notes

Identité visuelle, site web, marketing digital, aménagement d'intérieur... rien ne se fait sans stratégie.

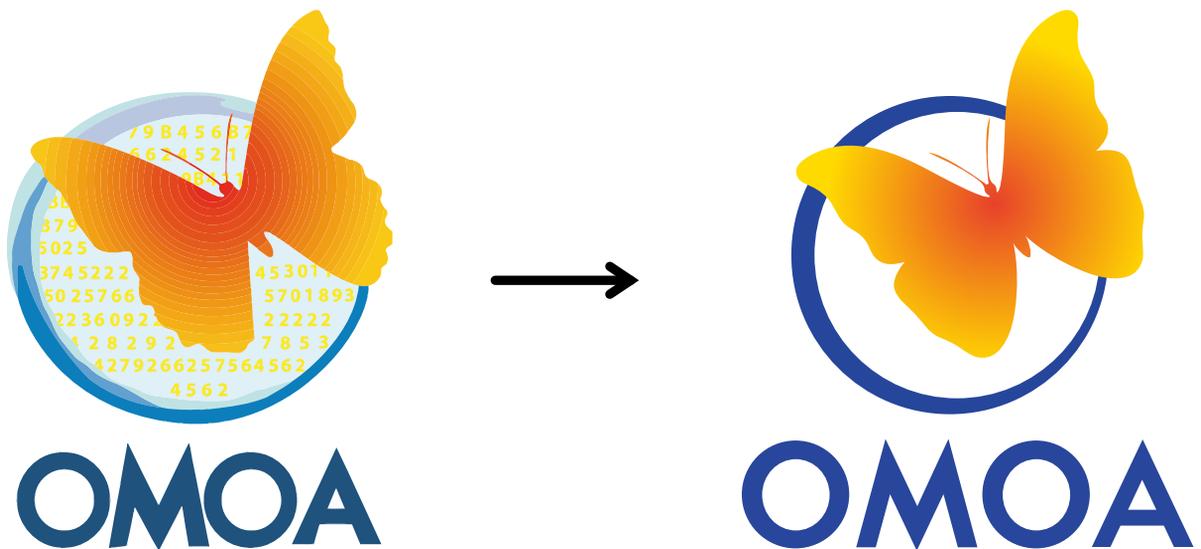
Nous vous aiderons à comprendre, à prioriser et à vous concentrer sur une vision, et un plan clairs pour réussir.

Voici à quoi ressemblent le processus et la démarche de l'agence de branding **Lotin Corp.** :



Le logo

Nous avons beaucoup de doutes sur la qualité du logo. Raison pour laquelle nous l'avons simplifié et mis aux normes.



Extraits charte OMOA

Dans les pages qui suivent, je vous présenterai des extraits de la charte graphique du projet réalisé en 2016.

Par la suite, je vous présenterai le travail d'accompagnement que nous avons réalisé deux ans plus tard, à l'occasion de l'Africa Banking Forum 2018.



CHARTE GRAPHIQUE V.1.0

CONTENU

Sections

- 1.0 Logo
- 2.0 Sous-marques
- 3.0 Co-branding
- 4.0 Palettes de couleurs
- 5.0 Typographie
- 6.0 Discours
- 7.0 Imagerie
- 8.0 Applications
- 9.0 Signalétique

LOGO

Le logo n'est pas la marque : C'est un symbole qui représente la marque.
Il est primordial de s'assurer que le logo est cohérent avec la marque.

© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

4

01.3 SIMPLIFICATION

Le studio graphique a pris sur lui d'intervenir sur ces points pour parvenir à un système proportionnel plus cohérent, et aboutir ainsi à un logo plus simple et plus lisible.

INTÉRÊTS DE LA SIMPLIFICATION

1. Le temps d'attention des individus a diminué, ils retiennent plus facilement les choses simples.
2. La simplicité se vend mieux dans un environnement complexe.

Exemple : Verifone

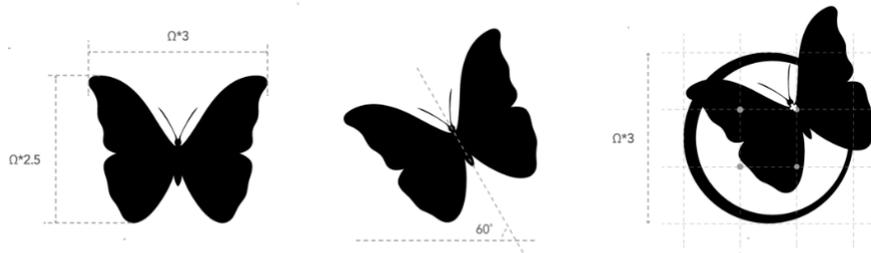


© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

7

01.4 PROPORTIONS

Le système de proportion est basé sur la lettre "O" majuscule de la police de caractères Anacharis Bold, nous l'appellerons la mesure "Ω".



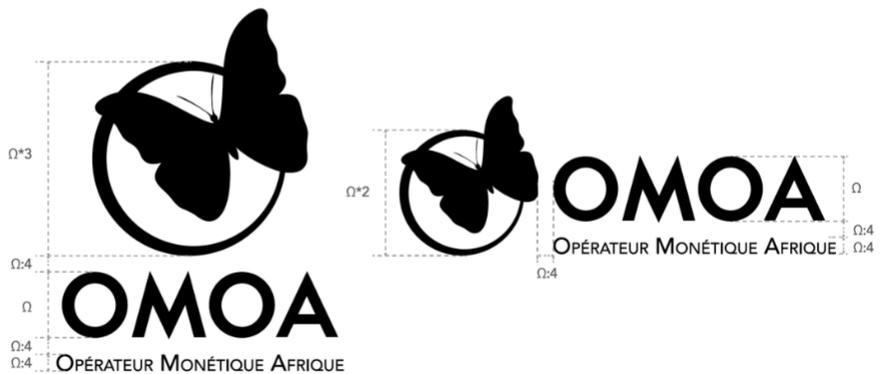
Le papillon, en terme d'envergure est parfaitement proportionnel au cercle. La position du papillon au-dessus du cercle respecte la règle des tiers. Les quatre intersections sont les points où l'attention se portera naturellement. La croix blanche représente le centre du papillon.

© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

8

01.4 PROPORTIONS

Le système de proportion est basé sur la lettre "O" majuscule de la police de caractères Anacharis Bold, nous l'appellerons la mesure "Ω".



© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

9

01.5 TYPOGRAPHIE

La typographie est le noyau dur des marques. Il est impératif que l'on puisse identifier la marque en l'absence du symbole.



© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

10

01.6 COULEURS

La couleur, avant la forme et la typographie est le premier élément visuel d'identification de la marque.



© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

11

01.7 ESPACE DE PROTECTION

L'espace de protection encadre le logo, le séparant des autres éléments de la composition comme les titres, les paragraphes, l'imagerie et la marge de sécurité des documents destinés à l'imprimerie. L'espace indiqué ici est le minimum.

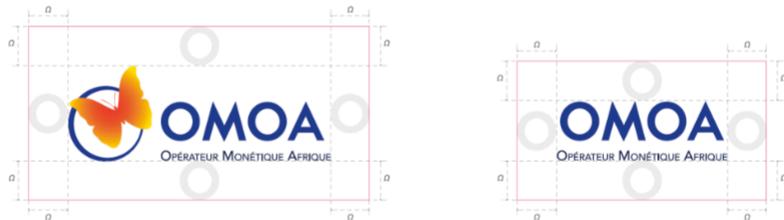


© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

12

01.7 ESPACE DE PROTECTION

L'espace de protection encadre le logo, le séparant des autres éléments de la composition comme les titres, les paragraphes, l'imagerie et la marge de sécurité des documents destinés à l'imprimerie. L'espace indiqué ici est le minimum.



© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

13

01.9 VARIATIONS

Un logo est appelé à être utilisé dans des contextes et des conditions diverses. Dans cet état d'esprit, il peut être présenté sous 04 variantes.

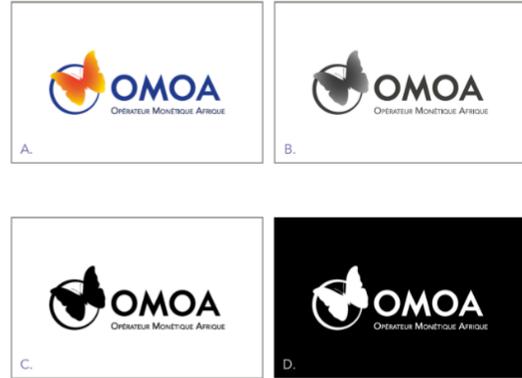
A. La version standard sur fond blanc. Il est interdit d'utiliser la version standard sur tout autre fond que le blanc.

B. La version en niveaux de gris sur fond blanc ou clair. Il est interdit d'utiliser la version en niveaux de gris sur tout autre fond que le blanc ou des fonds clairs.

C. La version en couleur unie sur un fond blanc sans demi-teintes. La couleur du symbole de la marque, le logotype et le slogan ont une couleur identique.

D. La version en défoncé sur les fonds noirs (ou sombres, ou colorés, ou en dégradés ou avec des motifs) sans demi-teintes. La couleur du symbole de la marque, le logotype et le slogan ont une couleur identique.

Le logo de OMOA ne doit pas faire l'objet d'une reproduction anarchique. Toutes ses instances doivent prendre leur origine dans le pack d'identité visuelle fourni par Lotin Corp. Il est ainsi impératif de vous rapprocher de la Direction Marketing pour en avoir une copie.



© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

15

01.10 INTERDICTIONS

A. Il est interdit de changer l'alignement du symbole, du logotype et du slogan.

B. Il est interdit de changer la couleur du logo.

C. Il est interdit de changer les proportions du logo.

D. Il est interdit de changer la police du logo.

E. Il est interdit de placer la version standard (couleur) du logo sur tout autre fond que du blanc.

F. Il est interdit de redimensionner le logo de façon non proportionnelle.

En cas de doute sur l'utilisation du logo, prière de vous rapprocher de Lotin Corp. à l'adresse contact@lotincorp.biz.



© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

17

01.11 ARRIÈRE-PLANS

Vous pouvez utiliser les couleurs primaires du logo, comme arrière-plan pour le logo en couleur unie.

- A. Fond blanc pour le logo standard.
- B. Fond bleu pour le logo en défoncé.
- C. Fond jaune avec motif (décimales du nombre Pi, inclinées à 30° par rapport à la verticale).
- D. Fond orange avec motif (décimales du nombre Pi, inclinées à 30° par rapport à la verticale).



© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

18

02.1 INTERNATIONALISATION

OMOA Group est répartie actuellement sur trois zones géographiques au niveau du continent : Afrique du Nord (Syse technologie), Afrique de l'Ouest et Afrique Centrale.

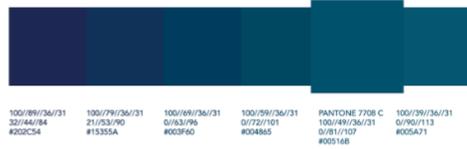


© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

20

02.3 COULEURS

Les sous-marques possèdent chacune un univers colorimétrique propre, dérivé de celui du logo standard.



© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

22

02.4 LOGOS

Les sous-marques possèdent chacune un univers colorimétrique propre, dérivé de celui du logo standard.



© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

26

03.2 SAME COMPANY CO-BRANDING

Dans les cas de communication groupe, le logo de Syrse apparaîtra toujours en première position. Veillez à respecter l'espace de protection du logo.

Sauf avis contraire, seule la version horizontale standard du logo doit être utilisée en cas de co-branding.



© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

30

03.3 JOINT VENTURE CO-BRANDING

Dans les cas de communication avec un partenaire, le logo de OMOA apparaîtra toujours en première position. Veillez à respecter l'espace de protection du logo.

Sauf avis contraire, seule la version horizontale standard du logo doit être utilisée en cas de co-branding.



© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

31

COULEURS

Quelles couleurs devront être utilisées dans le système d'identité visuelle de OMOA ? Ce sont les palettes primaires et secondaires.

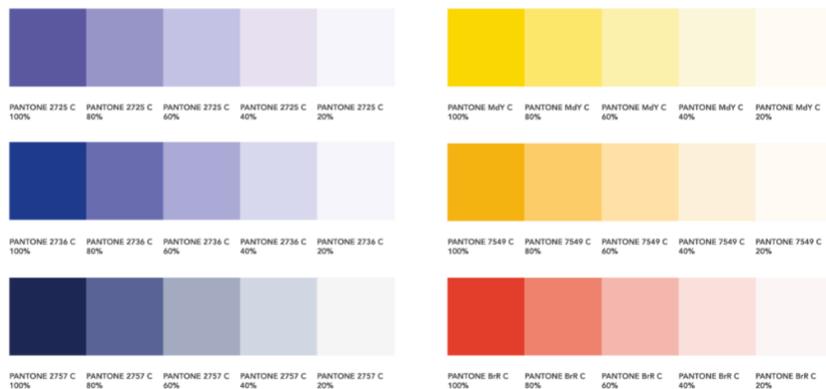
© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

33

4.2. PALETTE PRIMAIRE (OMBRES)

Les ombres (nuances lumineuses) de la palette primaire serviront de couleurs de soutien si on souhaite partir sur un camaïeu (teintes froides uniquement).

A partir de 40% pour les teintes froides, et de 100% pour les teintes chaudes, on aura un large choix pour les aplats de couleur.



© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

35

TYPOGRAPHIE

La typographie joue un rôle indispensable dans la communication d'une marque. En l'absence de couleurs et de logo, c'est un des identifiants forts de la marque.

© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

38

5.1 POLICE DE CARACTÈRES

Aa

La police de caractères Anacharsis est exclusivement utilisée dans le logotype de OMOA. Toute autre utilisation est interdite dans cette identité visuelle.

ANACHARSIS

Anacharsis est une police moderniste géométrique sans-serif, dans le sillon de Futura, Simplex ou Semplicità. Ses formes et proportions sont basées sur Rotunda Black Letter, douces, arrondies. Sombre et forte, Anacharsis a deux séries de variantes de glyphes.

© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

39

APPLICATIONS

Comment mettre à profit toutes les informations communiquées plus haut dans la papeterie (papier à lettre, carte de visite, brochure) et autres supports de communication (matériel de marketing et de vente)

© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

56

8.1 EN-TÊTE ET CARTE DE VISITE



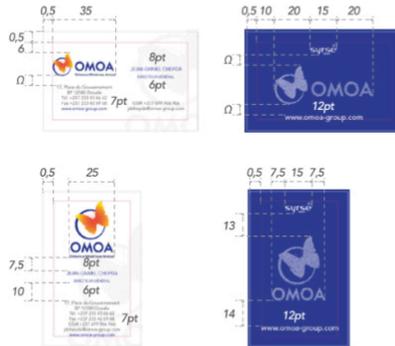
Toutes les dimensions sont en mm.

Le papier à lettre est au format A4.

© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

57

8.1 EN-TÊTE ET CARTE DE VISITE



Toutes les dimensions sont en mm.

Les cartes de visites sont au format carte bancaire : 86mm*55mm ou 55mm*86mm

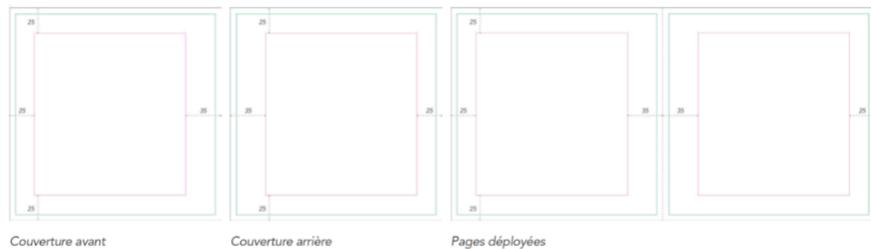
OMOA a le choix d'adopter une version horizontale ou une version verticale de la carte visite.

© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

58

8.3 BROCHURES

Les marges sont très importantes dans la présentation de l'information. Nous les avons définies larges pour mettre plus d'emphase sur le contenu.



Toutes les dimensions sont en mm.

Les dimensions du document fermés sont 210mm*210mm et ouvert 420mm*210mm.

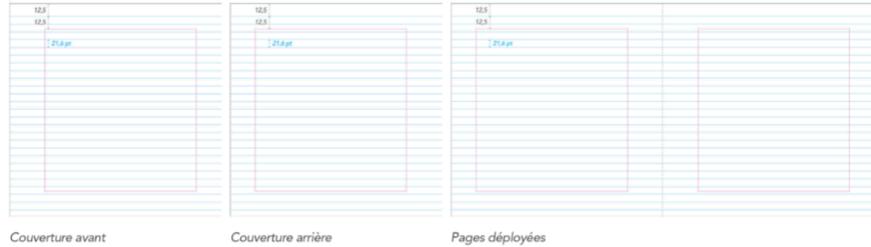
Le maquettiste pensera à rajouter 5mm de fond perdu, et prévoir une zone de sécurité (vert) de 6mm.

© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

62

8.3 BROCHURES

La grille de ligne de base permet d'organiser horizontalement les éléments de la composition.



Toutes les dimensions sont en mm.

Les dimensions du document fermés sont 210mm*210mm et ouvert 420mm*210mm.

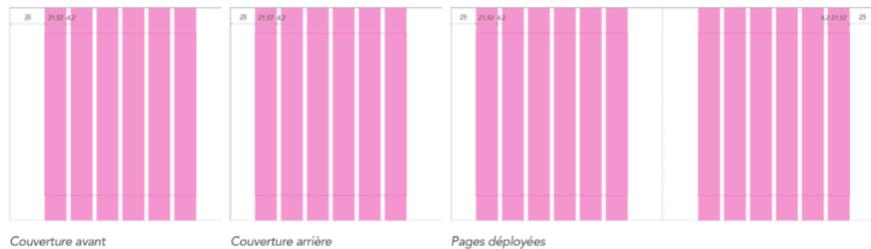
Le maquettiste pensera à rajouter 5mm de fond perdu, et prévoir une zone de sécurité (vert) de 6mm.

© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

63

8.3 BROCHURES

L'organisation modulaire en unités verticales permet de bâtir un système proportionnel solide et cohérent.



Toutes les dimensions sont en mm.

Les dimensions du document fermés sont 210mm*210mm et ouvert 420mm*210mm.

Le maquettiste pensera à rajouter 5mm de fond perdu, et prévoir une zone de sécurité (vert) de 6mm.

© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

64

8.3 BROCHURES

Positionner les éléments de la composition sur la grille garantit harmonie et cohérence à l'ensemble des productions discursives de OMOA.



Couverture avant

Couverture arrière

Pages déployées

Toutes les dimensions sont en mm.

Les dimensions du document fermés sont 210mm*210mm et ouvert 420mm*210mm.

Le maquetiste pensera à rajouter 5mm de fond perdu, et prévoir une zone de sécurité (vert) de 6mm.

© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

65

8.3 BROCHURES

Simulation pour la finition (réliure) en piquère à cheval. OMOA a également le choix d'une réliure en spirale.



© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

67

8.9 VÉHICULES



Pour les berlines et les trois portières, le design est simple et épuré. Le logo en blanc (fond blue argent) et en couleur (fond gris argenté).

© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

76

8.9 VÉHICULES



Pour les utilitaires (véhicules d'intervention), le design réduit à l'essentiel. Nous recommandons uniquement la couleur bleu pour la carrosserie.

© 2016 OMOA Group - Charte Graphique V.1.0

77

Résultats

Grâce au travail de Lotin Corp, OMOA a pu se repositionner, non plus comme représentant de NCR sur le marché africain, mais comme un expert monétique à part entière.

Comme un partenaire expérimenté de choix pour accompagner les structures financières dans leur transformation digitale.

Il y aurait eu quelques parts de marchés en plus, mais le client n'a pas souhaité partager ces détails avec nous. 🤔

ABF 2018

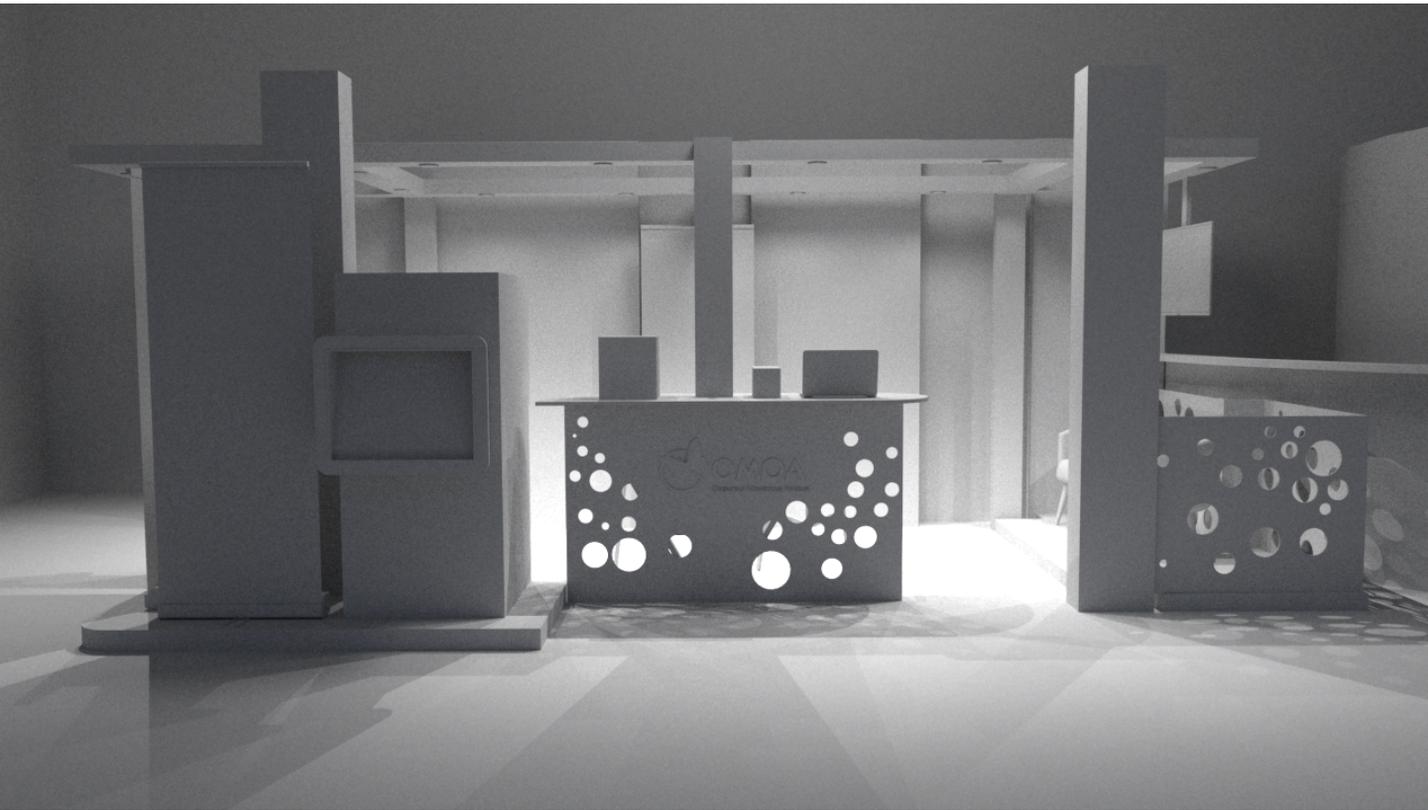
En 2018, se tient à l'Hôtel Akwa Palace de Douala l'Africa Banking Forum.

Notre client OMOA nous sollicite pour l'accompagnement 360° à ce salon.

Ils nous mettent une pression énorme, parce que le directeur général viendra en personne depuis le Luxembourg pour représenter le groupe Syrse-Omoa.

Voici notre réponse.

Stand



Oui, c'est tout. 😂

En réalité, ce projet mérite sa propre étude de cas.

Je peux aider

Stratégie de marque

Construisez votre marque de manière holistique pour créer une faveur auprès de votre marché cible.

Identité de marque

Votre marketing en toute confiance, en interne et en externe, avec une boîte à outils d'actifs visuels et verbaux qui rendent votre marque distincte.

Brand marketing

Établissez une relation distincte avec vos clients actuels et futurs.

Je suis **Henri Lotin**, Brand Strategist & Creative Director.

Mon agence de branding rend votre business plus rentable, en créant une marque forte et unique grâce au Framework BIDS™.

J'ai, depuis 2008 aidé **+1000** entrepreneurs et dirigeants de PME à gagner en clarté sur leur business, à déployer une identité de marque différenciée (messaging, logo, site web, packaging...) et à prospérer.

Travaillons ensemble.



like



commente



partage

Henri Lotin

lotincorp.biz/henrilotin

