



PRESENTATION BRANDING

Nom : Studio Varya

Date de création : juin 2024

Créer par : Agence Aude & Mathilde

SOMMAIRE

- 03 **Studio Virya**
- 04 **Moodboard**
- 06 **Logo principal**
- 07 **Variation**
- 08 **Polices**
- 11 **Couleurs**
- 13 **Éléments graphiques**
- 15 **Médias sociaux & photographie**
- 18 **Votre retour**



Studio Virya

Studio Virya croit au pouvoir transformateur du yoga pour aider chacun à retrouver énergie intérieure et vitalité. Son nom, dérivé du mot sanskrit « Virya » signifie énergie et incarne notre mission principale : permettre à chacun d'exploiter leur force innée, de revitaliser leur esprit et leur corps.

Notre studio est fondé sur le principe selon lequel chaque personne possède en elle un incroyable réservoir d'énergie. Grâce à nos cours de yoga soigneusement conçus, nous visons à vous aider à libérer ce potentiel.

Énergie

Équilibre

Douceur

Spiritualité

Santé

Force



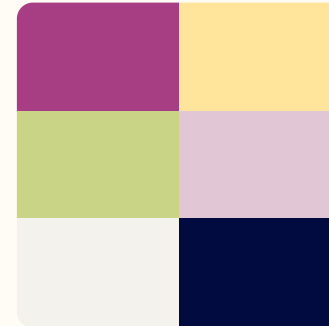
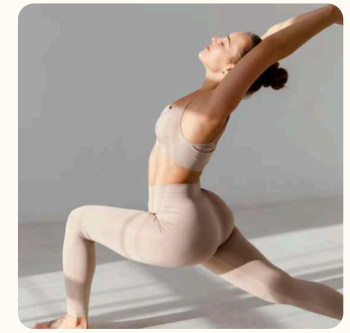
MOODBOARD

Lors de la phase de direction créative, nous avons opté pour ce moodboard car il correspond le mieux à votre entreprise !

Les moodboards ou planches d'inspiration sont un collage d'e différents éléments graphiques (images, concepts, couleurs) qui servent à définir l'orientation, l'apparence et l'ambiance de votre future l'identité visuelle. Ils vous donne une compréhension claire de l'orientation artistique choisie.

Direction artistique choisie :

L'identité visuelle doit véhiculer une atmosphère calme mais énergique, accueillante mais forte. La combinaison de ces valeurs doit créer une expérience visuelle apaisante mais énergisante, qui invite à la transformation intérieure.



LOGO

Un logo est un symbole, un pictogramme, un mot ou une combinaison de tous ces éléments utilisés par les entreprises pour rendre visible l'identité de leur marque. Avoir un logo unique aide vos clients à vous identifier et à se souvenir de vos produits, services et de la qualité de votre marque.

Il est important que votre logo puisse s'adapter à tous les supports et média (on dit qu'il est « responsive »)

C'est pourquoi des variantes de votre logo principal ont été conçues.



LOGO PRINCIPAL

Votre logo principal est la signature principale de votre marque. Il doit être utilisé le plus souvent possible lorsque l'espace le permet. Considérez votre logo principal comme le tronc d'un arbre et les variantes de logo comme ses branches.

Direction artistique choisie :

Le logo est construit autour de l'idée d'une flamme, symbolisant à la fois la lumière intérieure, l'énergie et la transformation. La flamme prend la forme d'un corps humain, représentant l'union du corps et de l'esprit dans la pratique du yoga. Ce visuel exprime l'éveil spirituel et la paix intérieure qu'apporte la discipline du yoga



VARIATION

Le logo secondaire, ou « logo alternatif », utilise des éléments de votre logo principal, mais dans une disposition différente. Ce logo permet plus de flexibilité et s'adapte à tous formats et supports (print, web, etc.)

Direction artistique choisie :

Afin de rendre le logo adaptable, une version verticale est ajoutée au logo principal.



POLICES

Utiliser un ensemble de polices d'écriture cohérentes pour votre entreprise est crucial.

Vos polices d'écriture ont été choisies pour s'associer parfaitement entre elles ainsi qu'à l'identité de votre marque.

En utilisant une typographie cohérente, votre marque sera reconnaissable et mémorable.





Le titre principal

Poppins semi bold :
Comme pour le texte
courant, elle offre
une belle lisibilité

LE SOUS-TITRE ICI

Le texte courant ici. Le texte courant ici. Le texte courant ici.
Le texte courant ici. Le texte courant ici.

BOUTON

Poppins majuscules :
Lisible et impactante,
elle invite au clic.

Bestigia : La police du titre
rappelle le mouvement
fluide et naturel du yoga

Poppins : Simple et sans
serif, elle permet une très
bonne lisibilité du texte.

PRIMARY

La police principale est votre police par défaut et doit être utilisée dans les **en-têtes et les titres**

BESTIGIA : Une polices aux courbes et des formes harmonieuses. Elle évoque une sensation de calme et de légèreté. Élégante mais fonctionnelle, elle combine lisibilité et esthétique.

abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQR
STUVWXYZ

0123456789

SECONDAIRE

La police secondaire complète votre police principale. Elle sera utilisée pour les **sous-titres**.

POPPINS : Une police sans serif contemporaine, utilisée pour les sous-titres. Elle est simple et aérée, pour exprimer la douceur et la fluidité.

abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRS
TUVWXYZ

0123456789

COURANTE

Votre police courante s'adapte parfaitement aux polices principale et secondaire. Elle doit être utilisée dans le **corps du texte**

POPPINS : Une police sans serif contemporaine, utilisée aussi pour le texte courant. Elle est simple, fluide et offre une très bonne lisibilité.

abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRS
TUVWXYZ

0123456789

COULEURS

Créer une palette de couleurs originale et distinctive est un élément important de l'identité de votre marque.

Votre palette de couleurs sera utilisée sur vos réseaux sociaux, votre papeterie, votre site web et bien plus encore. À la page suivante, vous trouverez la palette de couleurs proposée ainsi que les raisons pour lesquelles elle a été choisie pour votre entreprise.



PRUNE

La couleur de la spiritualité par excellence. Le violet est aussi la couleur associée à l'introspection donc idéale pour un esprit méditatif.

COQUILLE

Le jaune est la couleur de l'énergie et de l'optimiste. Le jaune pâle ajoute ici un sentiment de douceur et d'apaisement.

AMANDE

Le vert amande est utilisé ici pour offrir un sentiment de calme et d'apaisement digne d'une séance de méditation.

PARME

Tout comme la couleur prune dont il est issu, le parme véhicule la spiritualité mais en y ajoutant un sentiment de calme.

BLEU DE PRUSSE

Une pointe de bleu foncé pour renforcer le sentiment de calme et mettre en avant les couleurs pâles

ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

L'ajout d'éléments graphiques complètent l'identité visuelle de votre marque. Ils donnent personnalité unique à votre marque et créent une expérience de marque mémorable.

C'est également un moyen efficace de renforcer la reconnaissance de votre marque à chaque point de contact, et vous aide à maintenir une image de marque cohérente.



Utilisation de formes
simple et épurées
rappelant le yoga
et une atmosphère
zen



SOCIAUX MEDIA & PHOTOGRAPHIE

Voir votre flux Instagram avec notre proposition de branding va vous aider à visualiser les possibilités de ce que vous pouvez faire avec votre marque.

Cela vous permet également de comprendre comment tous ces composants, comme les palettes de couleurs, les polices, la photographie, vont interagir les uns avec les autres de manière harmonieuses.

Comprendre et connaître la direction artistique photographique de votre marque permet de maintenir la cohérence de cette dernière.



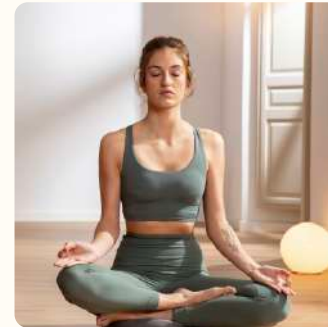
PHOTOGRAPHIE

Adopter un style photographique particulier vous aidera à mettre en valeur la voix unique de votre marque, tout en restant cohérent. Cela vous permettra d'être reconnu par votre public que ce soit sur les réseaux sociaux ou votre site internet.

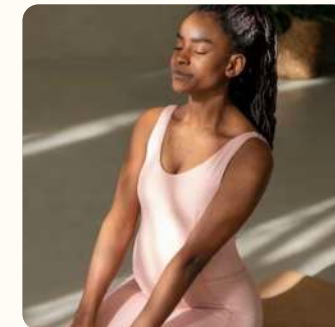
Direction artistique choisie :

La photographie Studio Virya doit être un reflet visuel fidèle des valeurs du studio : équilibre, simplicité, sérénité et connexion avec soi-même et avec les autres. À travers une approche épurée, naturelle et humaine, chaque image doit transporter le spectateur dans un état de bien-être, lui donnant envie de rejoindre le studio et de découvrir la pratique du yoga.

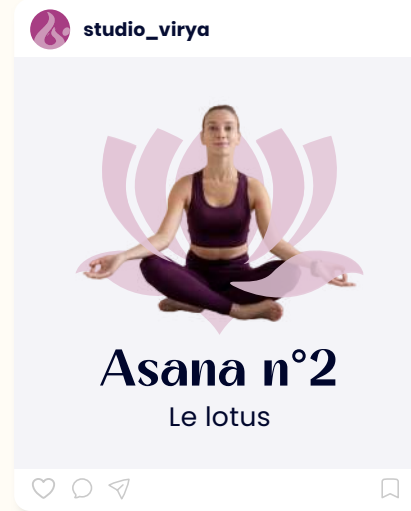
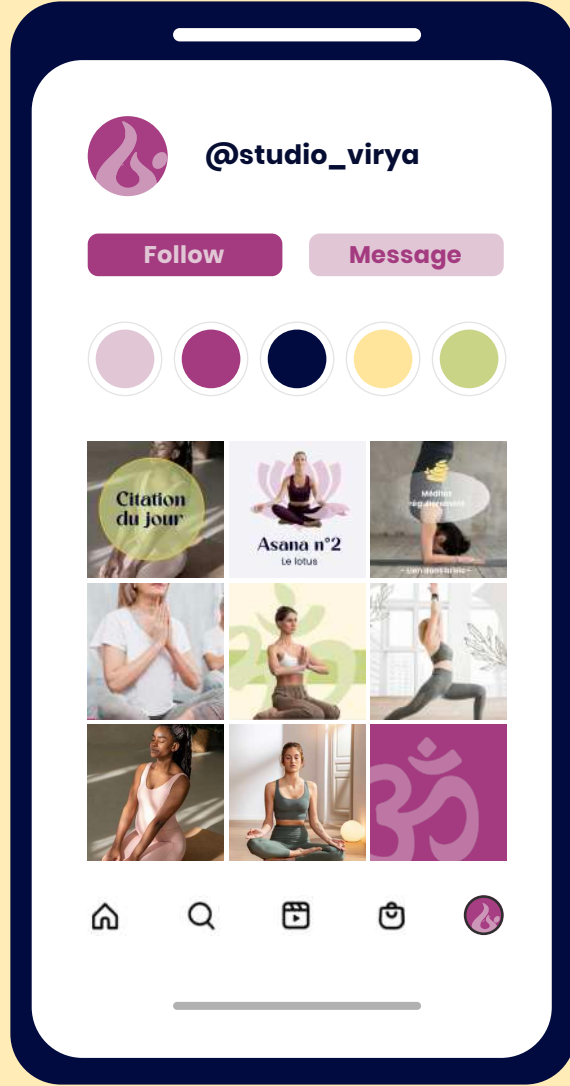
Textures et Matériaux : éléments naturels : Mettre en avant des matériaux naturels



Détails du matériel : images du matériel utilisé mais de manière subtile



Modèles diversifiés : Représentez une variété de corps, de genres et de tranches d'âge



VOTRE RETOUR !

Pour nous assurer du bon déroulement du projet, les retours doivent être donnés dans un délai de 3 jours ouvrés à compter de l'envoi de cette présentation.

Si vous avez la moindre question, le moindre doute, n'hésitez pas à en parler. Nous voulons nous assurer votre branding vous plaise et que vous n'ayez pas peur de vous exprimer si quelque chose vous pose question.

Nous avons hâte de lire vos retours et de connaître vos impressions sur cette proposition de branding !

