

MINI CHARTE GRAPHIQUE



Kreamy



OBJECTIF DU PROJET

Kreamy est un projet fictif réalisé dans le cadre de ma formation en design graphique. L'objectif était de concevoir une identité de marque complète Logo, palette de couleurs, typographie et déclinaisons visuelles pour une marque imaginaire de crème au chocolat, en s'appuyant sur une vraie démarche de branding.

PRESENTATION

Kreamy est née d'une envie simple : créer un moment de pure douceur, à partager sans modération. Plus qu'une crème au chocolat, Kreamy est une invitation à ralentir, à savourer, à sourire seul ou accompagné. Onctueuse, fraîche et gourmande, chaque création Kreamy est pensée pour accompagner les instants de complicité : une pause entre amis, un moment à deux, une parenthèse de plaisir dans une journée bien remplie. Kreamy, c'est la maison du rafraîchissement gourmand, où chaque bouchée devient un sourire.



PSYCHOLOGIE DU LOGO



Kreamy

Le nom "Kreamy" reprend la sonorité anglaise de "creamy" (crèmeux), rendant la promesse du produit immédiatement compréhensible. Ses courbes généreuses et continues, sans angles durs, imitent le mouvement d'une texture qui s'écoule une typographie pensée pour être ressentie autant que lue, évoquant la douceur et l'onctuosité dès le premier regard.



La goutte évoque la texture crémeuse et fondante du produit, créant un lien immédiat entre le logo et le plaisir gustatif dès le premier regard.

TYPOGRAPHIE DU LOGO



Kreamy

Le lettering Kreamy a été dessiné sur mesure pour incarner la douceur et l'onctuosité de la marque. Son tracé fluide et continu, sans angles durs, évoque le mouvement d'une texture qui coule, renforçant instantanément la promesse gourmande du produit dès le premier regard.

MOODCAKE (titres)

Une police display aux formes rondes et généreuses, qui rappelle la texture moelleuse d'une pâtisserie. Son épaisseur et sa rondeur renforcent le caractère gourmand et ludique de Kreamy dès le premier regard.

POPPINS (texte courant)

Une police sans-serif moderne et lisible, aux formes légèrement arrondies qui restent en cohérence avec la douceur de l'identité Kreamy. Idéale pour les textes longs et les supports professionnels, elle assure une bonne lisibilité tout en gardant une touche contemporaine et chaleureuse.

COULEUR ET DECLINASON



Dégradé continu

A horizontal bar with rounded ends showing a continuous gradient from a dark brown on the left to a light beige on the right.

#4B2B1C — BRUN CHOCOLAT PROFOND

Couleur dominante de la marque, elle rappelle le chocolat et l'authenticité artisanale de Kreamy. Utilisée comme couleur principale du logo et des supports de communication, elle apporte profondeur, richesse et caractère à l'identité.



Dégradé continu

A horizontal bar with rounded ends showing a continuous gradient from a light yellow on the left to a white on the right.

#F2D197 — CREME/DORE

Couleur de contraste, elle évoque la douceur et la texture crémeuse des produits. Utilisée pour la mise en valeur, les accents et certains éléments de construction du logo, elle apporte de la légèreté et de la gourmandise à l'ensemble.

DECLINAISON DU LOGO

Kreamy

Kreamy

Kreamy

NB: Le texte s'adapte au fond pour rester lisible, mais le Crème Doré reste toujours le même pour créer une signature reconnaissable de la marque.

PHOTOGRAPHIE





MOCKUP



ACCESSOIRES



Kreamy









AFFICHES

*Rôle : Post de positionnement/
présentation de la marque*

*Justification : cette affiche introduit
Kreamy comme un lieu/univers
pas juste un produit.*

*Objectif : installer l'identité de marque
dans l'esprit du client avant de vendre
quoi que ce soit.*



AFFICHES

Rôle : Post d'image de marque

Justification : renforce le bénéfice émotionnel du produit (le sourire) plutôt que le produit lui-même. Sert à construire la personnalité de la marque sur la durée.



AFFICHES

*Rôle : Post d'enagement émotionnel
Justification : montre l'usage réel du
produit dans un moment de complicité.
Objectif : créer une association
émotionnelle positive pas de vente
directe, juste du lifestyle .*



Profite Chaque
Moment

AFFICHES

Rôle : Post partageable
Justification : cadrage proche, pose spontanée façon story Instagram, pensé pour être relayé/partagé, pas juste consommé passivement.



AFFICHES

Rôle : Post communautaire

Justification : montre un groupe
objectif de représenter la marque
comme un moment collectif/social,
utile pour toucher un public plus
large (amis, famille).

Kreamy

**Savourez
le plaisir
ensemble**



  KREAMY

arthurgnapi@gmail.com

AFFICHES

Rôle : Post produit/sensoriel
Justification : centré sur une seule personne et le plaisir individuel de dégustation, sert à mettre en avant la qualité gustative du produit lui-même, pas l'aspect social.

Kreamy

Délicieuse

saveur

Souvenirs

inoubliables



  **Kreamy**

AFFICHES

Rôle : Post de conversion/vente directe
c'est le seul avec un vrai call-to-action
visible ("Commande maintenant").

Objectif : transformer l'intérêt en
achat, généralement posté après
plusieurs posts d'image de marque.

Kreamy

**Commence
ta journée
relax**

**COMMANDE
MAINTENANT**



  **Kreamy**

arthurnapi@gmail.com



MERCI.
Arthur Psalme

Psaume 105:3

Heureux le peuple dont l'Éternel est le Dieu !!