

laboîte

Le kit de marque.

Le logo, les couleurs, la typographie, les formes et les règles
de LaBoîte : pour que tout ce que nous montrons se
reconnaisse au premier regard.



Le logo : **une boîte et son couvercle.**

Le chevron blanc est le couvercle : il dit à la fois « on ouvre » et « on monte ». Le dégradé réunit les trois couleurs du logo, du bleu au corail.



Logo, sur clair



Logo, sur sombre

laboîte

Sur couleur



Symbole seul

Espace, tailles **et interdits.**

marge = hauteur du symbole ÷ 2



Taille minimale

Logo : 24 px de haut à l'écran, 8 mm en impression. Symbole seul : 16 px, 5 mm.

Fonds

Logo noir sur papier et fonds clairs, blanc sur nuit, photo sombre ou dégradé.

À ne jamais faire

Déformer, recolorer, ajouter un contour ou une ombre, tourner le symbole, mettre le logo dans une pastille ronde, écrire « LaBoîte » à la place du logo dans un visuel.

Les couleurs.



Papier

#F6F4EF · le fond clair



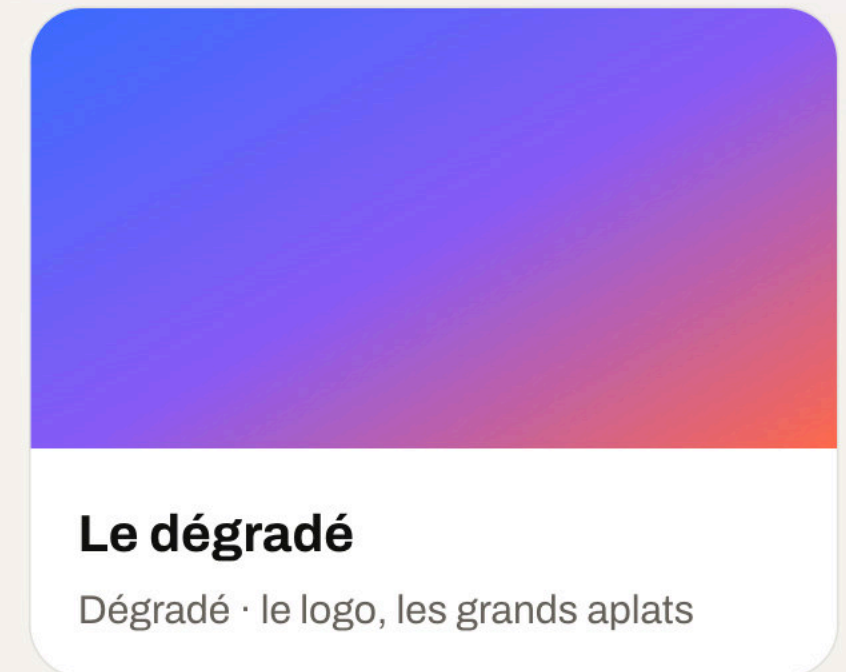
Encre

#111110 · textes et boutons



Nuit

#0C0C0D · le fond sombre



Le dégradé

Dégradé · le logo, les grands aplats



Bleu signal

#3B6DFF · le Conseil, les liens



Violet

#8B5CF6 · les réalisations



Corail

#FF6A4D · le Studio, les appels

Deux couleurs par section

Chaque univers du site a son duo : Studio corail et rose, Conseil bleu et violet, Réalisations violet et magenta, Journal orange et ambre.

Une seule famille : **Archivo.**

Aa Titres

Graisse 760, largeur 116 %, interlettrage -4,2 %, interligne serré.

Sous-titres et boutons

Graisse 600, largeur normale.

Le texte courant reste à largeur normale, en graisse 400, pour se lire sans effort sur un téléphone.

Typographie française

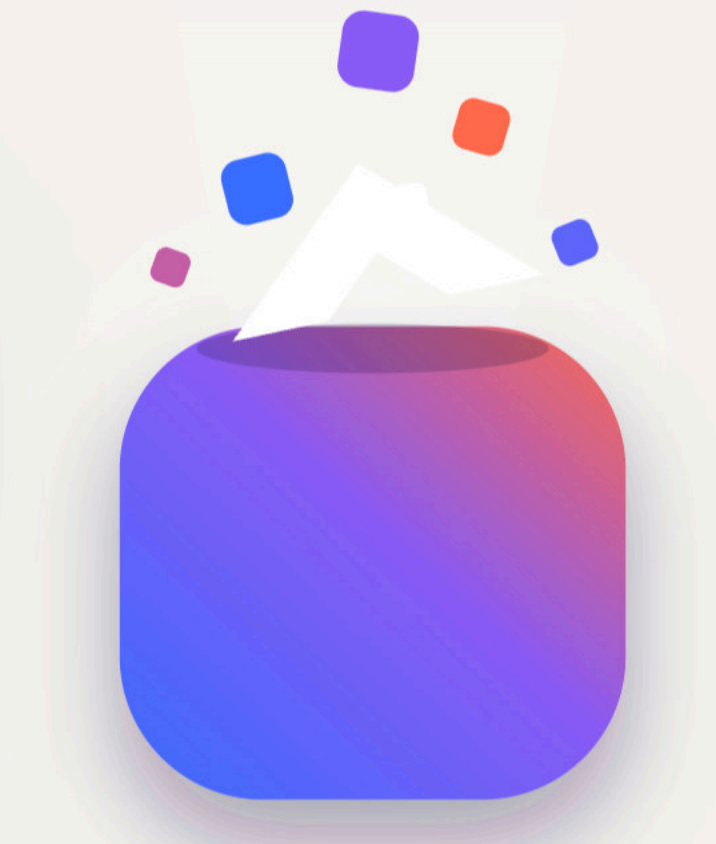
Espaces insécables avant : ; ? ! et dans « », apostrophes courbes, majuscules accentuées. Jamais de petites capitales espacées au-dessus d'un titre.

Accents de couleur

La fin d'un titre passe en dégradé (écran) ou dans la couleur de la section (impression).

Des cartes **en relief**.

Toute image posée est une carte aux coins arrondis, légèrement inclinée, avec une tranche violette. Seule une photo en plein cadre reste sans carte. Les petites boîtes reprennent le symbole.



Rayon 28 px (écran), 4 mm (impression). Inclinaison de 2 à 8°.
Jamais d'image à angle droit ni d'écran coupé en deux.

Les images : du vrai, rien que du vrai.

Les sites, en captures fixes mises en scène dans un navigateur ou un téléphone ; jamais un site qui défile.

Les marques de nos clients avec leur logo partout où l'on parle d'elles.

La vidéo et la photo créditées « nos vidéastes partenaires » ; quatre réels au plus par page.

Ce qu'on ne montre pas un prix, une promotion chiffrée, un avis présenté comme le nôtre, un chiffre sans source.

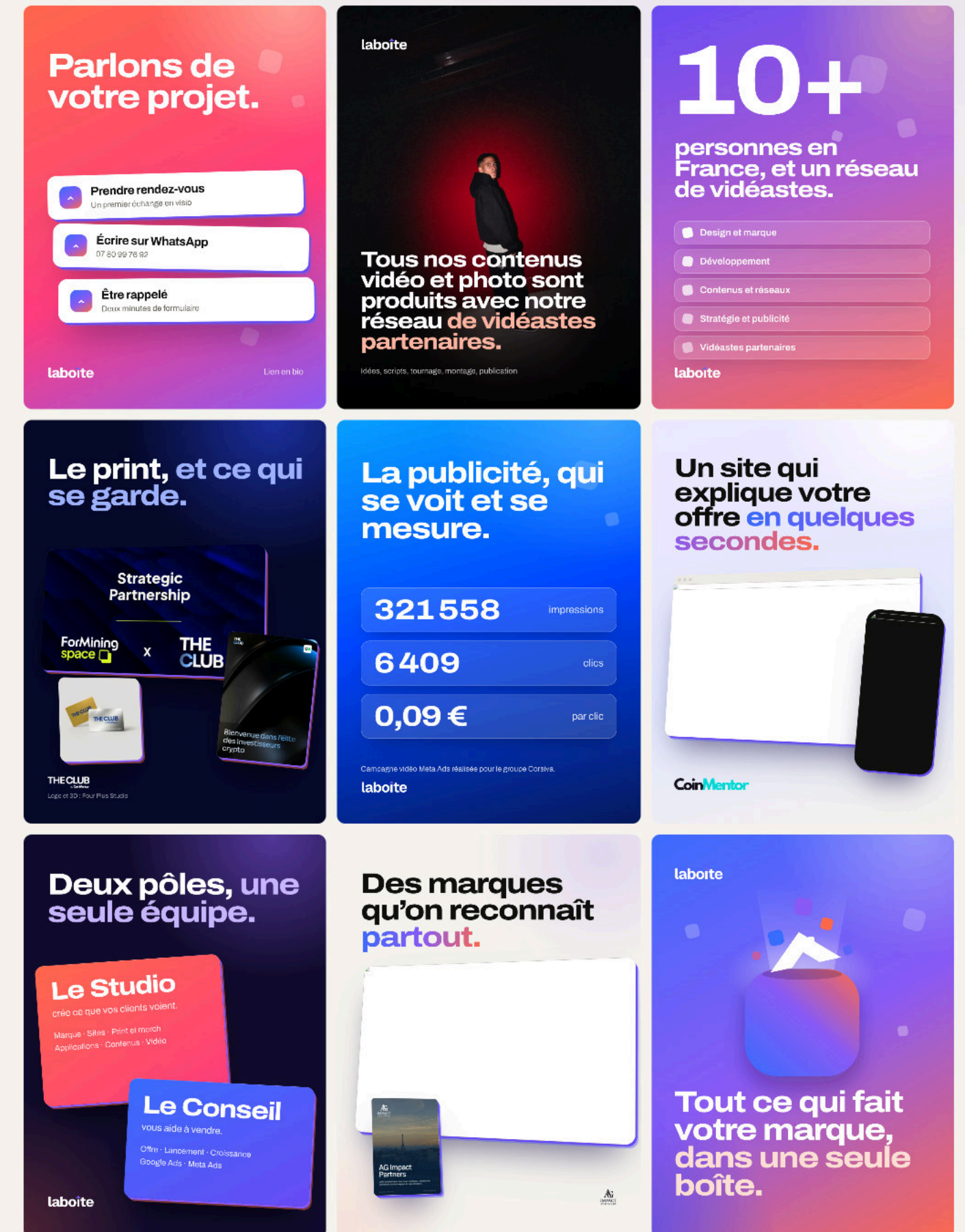


Instagram : un damier.

Couleur, puis visuel en alternance dans la grille, une mise en page différente pour chaque post.

Marges aucun texte à moins de 112 px des côtés et 96 px du haut et du bas (format 1080 × 1350) : le profil recadre en 3:4.

Légendes un fichier texte par post, avec les mots-clés et le texte alternatif.



Le print, et ce qui se garde.

Une brochure de huit pages au format diapositive, des cartes de visite 85 × 55 mm, un papier à en-tête A4 et une couverture de présentation, tous dans la même DA.



Le ton, et ce qu'on évite.

Le ton

Clair Des phrases courtes, une idée par phrase.

Précis Des faits, des livrables, des délais.

Chaleureux On parle à une personne, pas à une cible.

Sans superlatifs Ni « leader », ni « n°1 », ni « révolutionnaire ».

Mobile d'abord Peu de texte sur téléphone : titres, images, boutons.

À éviter

- ✗ Un petit titre ou une pastille au-dessus d'un titre
- ✗ Un badge rond, une note ou un sticker en haut d'un visuel
- ✗ Un chiffre sans source, un faux avis, un prix sur un post client
- ✗ Les typographies et la DA de Corsiva
- ✗ Les modèles copiés-collés d'une marque à l'autre



Les fichiers.

Logos · SVG et PNG, sur clair, sur sombre, sur couleur, symbole seul

Instagram · 9 posts, 3 stories, 5 couvertures « À la une », l'aperçu du feed et les légendes

Print · la brochure, les cartes de visite (PDF d'impression), le papier à en-tête

Gabarits · bannière LinkedIn, photo de profil, couverture de présentation, signature e-mail

En ligne · laboite-fr.com/kit-de-marque/

