



Agence 1 - TD11A

Karbon

Dossier de conception et
Direction artistique

*CERISIER Justine, BLIVET Melvyn,
CHATAIGNER Eliot, FLANDIN
Victor, DESHEULLES Lucie*



Questionnaire de marque

Nom de l'entreprise : **Karbon**

Missions : Permettre de connaître l'impact environnemental des produits de grande surface, accompagner les utilisateurs dans leurs achats

Les Valeurs de la marque

Problématique environnementale : Beaucoup de produits paraissent écoresponsables avec une faible émission de CO2

Nos engagements : Apporter un service fiable et de qualité d'analyse empreinte CO2 des produits

Identité de marque

Une identité visuelle perçue comme : Sûre, pratique, fédératrice

Une identité visuelle pour : affirmer nos valeurs (écoresponsabilité)

Notre produit

Une réponse à quel problème ? Un greenwashing trop souvent présent au sein de la communication et du packaging....

Promesse : avoir des informations fiables en termes d'impact CO2 sur chaque produit...

Preuve : Détail des données, présentation des sources, investigations.

Bénéfice consommateur : changement de consommation plus facile, achats plus éclairés, bonne conscience vis-à-vis de l'environnement

Message résiduel : Karbon est une application qui aide à changer ses habitudes de consommation

Les valeurs de notre produit ? Juste, fiable et engagé

Nos besoins

Notre cible

Les jeunes (20-35 ans) et les personnes soucieuses de l'environnement souhaitant mieux consommer au quotidien

Représentation visuelle et détails : Léa Durand, consommatrice écoresponsable



Identité

Nom : Léa Durand

Âge : 30 ans

Situation familiale : en couple, sans enfants

Lieu de résidence : Lyon, France

Profession : Chargée de communication digitale dans une start-up engagée pour l'environnement

Revenu : Moyen à élevé

Mode de vie : Urbaine, adepte du vélo et des transports en commun



Parcours

Léa a grandi en banlieue parisienne et a toujours été sensible aux questions écologiques. Après des études en marketing, elle s'est tournée vers des entreprises à impact environnemental positif, car cette cause lui tient à cœur. Depuis quelques années, elle essaie d'adopter un mode de vie plus respectueux de l'environnement, elle consomme bio, privilégie les circuits courts et achète en vrac. Elle utilise déjà des applications comme Yuka, Too Good To Go et Phénix, et elle suit des influenceurs engagés sur Instagram, donnant des astuces pour consommer mieux au quotidien. Mais elle ressent quand même un manque d'informations claires sur l'impact carbone des produits qu'elle achète.

Frustrations et problèmes

Manque de transparence → elle trouve que les emballages des produits ne donnent pas assez d'indications sur leur impact environnemental, leur composition ou leur provenance.

Difficulté à comparer → elle aimerait savoir quel produit est le plus écologique/respectueux de l'environnement entre deux références similaires

Trop d'efforts à fournir pour mieux où trouver des alternatives → elle veut des données claires et accessibles rapidement et simplement

Comportements

Elle utilise fréquemment des applications mobiles pour optimiser son mode de vie. Elle aime apprendre de nouvelles choses sur l'écologie et en parle autour d'elle (amis, famille, collègues)

Elle compare les produits, fait attention aux labels et privilégie les entreprises responsables ou éthiques

Attentes et motivations

Faire des choix accompagnés → voir une app qui lui dit immédiatement si un produit est bon ou mauvais pour la planète

Agir pour l'environnement → réduire son empreinte carbone au quotidien sans se prendre la tête/changer trop ses habitudes alimentaires

Accéder à des alternatives écologiques → pouvoir facilement trouver des produits plus responsables et adaptés à son budget et ses habitudes

Les critères qui caractérisent notre cible et notre communication

Notre cible est une personne respectueuse de l'environnement, plutôt jeune (étudiant.e), ayant la volonté de changer ses habitudes de consommation. C'est pourquoi notre communication utilisera un ton bienveillant et déculpabilisant. Notre communication utilisera des couleurs vives et modernes pour attirer notre cible.

Les valeurs de notre cible

Écologie /respect de l'environnement, honnêteté,

Défi/problème à surmonter pour toucher notre cible

La notoriété (se faire connaître), doutes sur la fiabilité de nos données

Identité de marque

Thème(s)/idée(s) que nous voulions voir apparaître dans le Logo en lien avec nos valeurs

Nous voudrions faire apparaître une "empreinte de doigt" pour faire le lien avec l'empreinte carbone, cette dernière apparaît en vert pour indiquer une empreinte positive sur le carbone. Ce choix offre une idée très claire de l'objectif de l'application. Nous voulions aussi la présence de la couleur verte, symbole d'écologie et de santé.

Approche sémiotique des symboles

Symboles ou styles à éviter

Fumée, feu, style "usine" tout rapport avec de l'acier, du plastique

Palette de couleurs à respecter



Un vert : #51BB54 (variante foncée : #002213 | variante claire : #A9E4AA)

Un beige : #f7f7d1

Un gris : #313131

Valeurs sémiologiques

Le vert représente la nature, l'écologie, l'environnement et la santé

Le beige permet d'adoucir et de donner une ambiance chaleureuse et douce contrairement à un blanc pur.

Choix des fonts

Font de titre :

- **Chewy : aA bB cC dD eE fF gG hH iI jJ kK lL mM nN oO pP qQ rR sS tT uU vV wW xX yY zZ**

Font de texte :

- Nunito : aA bB cC dD eE fF gG hH iI jJ kK lL mM nN oO pP qQ rR sS tT uU vV wW xX yY zZ

Brief Créatif

Objectif du brief : Ce brief détaille le projet de création de la direction artistique et des éléments graphiques de la marque Karbon.

Contexte : Karbon est une entreprise qui propose une application mobile de comparaison de produits de grande distribution en se basant sur leur impact environnemental.

Pour commencer, nous avons été en recherche d'inspiration. Pour cela, nous avons épié la concurrence, les créations de personnes en freelance sur internet et d'autres projets écoresponsable.

Ébauches individuelles :



Ebauches de Lucie

Pour le logo j'avais plusieurs idées.

L'idée du code-barre m'est d'abord venue car l'application consiste au scan de ceux-ci. J'ai fais plusieurs essais avec "Karbon" écrit grâce a l'espace négatif ou écrit de façon très étirée. Mais nous trouvions les logos trop "austère" et il ne se démarquait pas assez.

J'ai aussi fait plusieurs logo avec les couleurs vertes et rouges pour rappeler le Green score des produits scannés. Je voulais aussi représenter une sorte de "chemin" vers une consommation plus durable avec des flèches intégrées au logo allant vers la couleur verte. Seulement, nous préférions n'avoir qu'une seule couleur dans notre logo afin qu'il soit facile a adapter a tout types de support.

Finalement, les logos avec la thématique de l'empreinte ont été retenus car ils étaient facile a adapter et la sémiotique de l'empreinte était forte.



Ébauche de Victor

Personnellement, dès le début, j'avais trois idées en tête :

- le code barre
- L'empreinte de doigt
- Feuille d'arbre

J'ai donc essayé divers façons de les représenter, et différents formats de texte :

1- Ici, j'essayais d'avoir un logo avec seulement le K de Karbon, avec l'empreinte qui se dessine dans le K

et une feuille pour faire penser à la nature. Il y avait de l'idée, mais nous ne sommes pas assez connus pour utiliser une seule lettre.

2 - Ma première idée, représenter "Karbon" mais écrit comme un code barre en me basant sur le principe de fermeture de gestalt, cependant la lisibilité est vraiment mauvaise.

3 - Sur le reste, j'essayais surtout de voir quel genre de font serait adaptée à la marque, et de donner des idées à mes camarades.



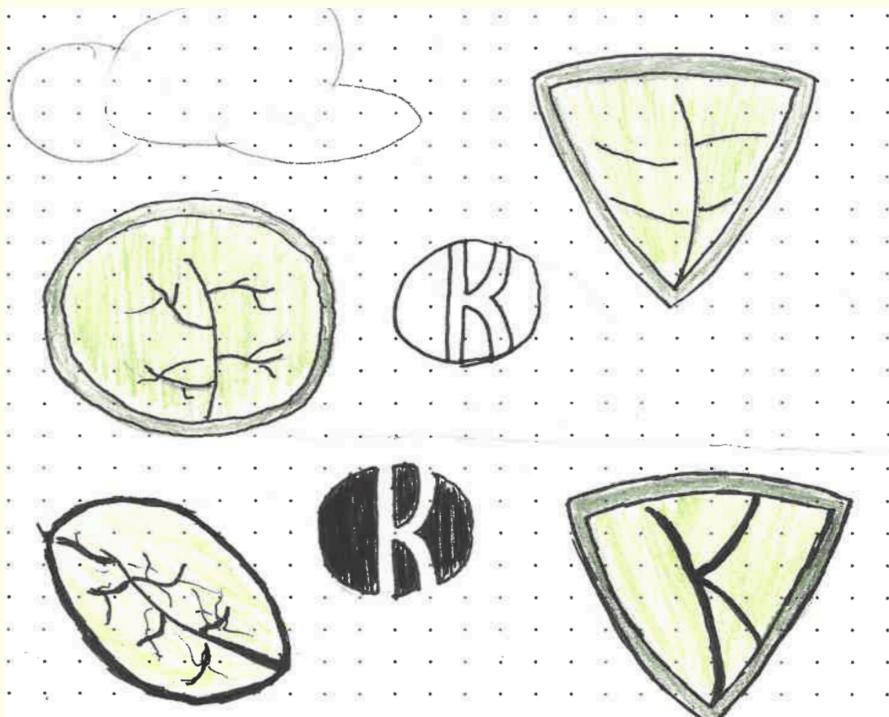
Ébauche de Justine

Pour le logo j'avais plusieurs idée. J'imaginais un logo avec les couleurs d'un nutri-score sur les lettres. Par ailleurs, je voulais qu'il y ait un effet décroissant sur la taille des lettres, pour montrer que grâce à notre application l'empreinte carbone diminue. Cependant cela peut être interprété à l'inverse de l'objectif de notre application.

J'avais aussi eu l'idée d'intégrer une libellule dans le logo. Cet animal est peu utilisé mais représenter bien l'environnement et la nature. Après discussion nous avons décidé que la libellule ferait plus tôt partie des éléments d'illustrations car l'idée de l'empreinte était mieux.

Ébauche de Melvyn

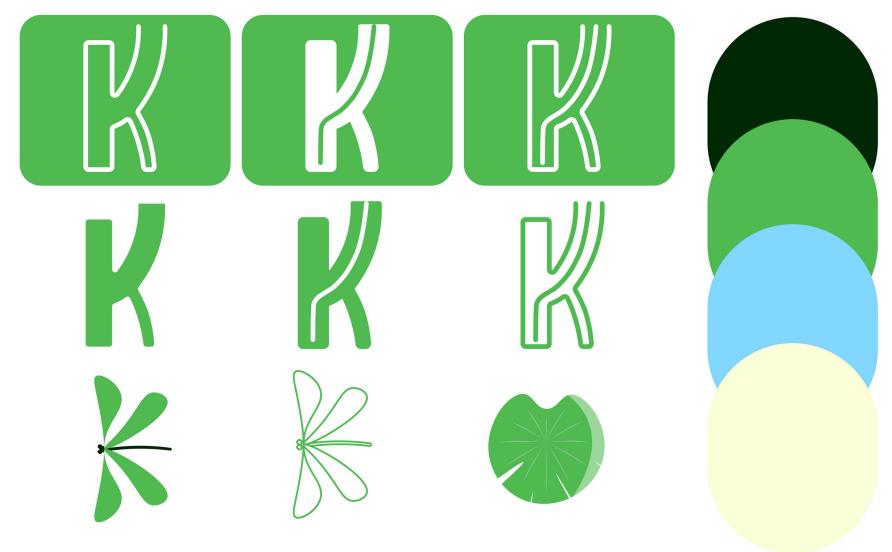
Les éléments principaux que j'ai voulu représenter étaient : une feuille, un bouclier et le K de Karbon. L'idée de la feuille représentant le côté nature de notre application. L'idée du bouclier représente la protection de l'environnement et de la biodiversité. Et l'idée du K pour rappeler le nom.



Je me suis rendu compte que les logos représentant une feuille ne marchaient pas en version monochrome, j'ai donc abandonné cette idée. De même pour l'idée du bouclier car elle n'était pas assez explicite. L'idée du K est la plus pertinente, la plus simple et la meilleure des 3 idées.

Ébauche d'Eliot

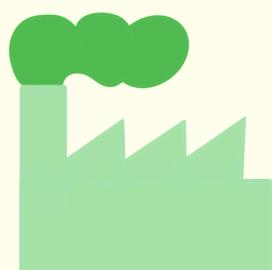
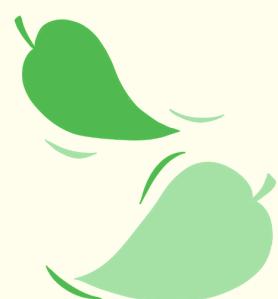
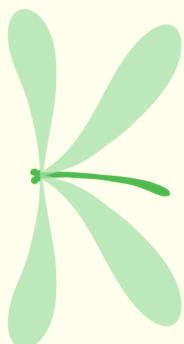
Mon idée était de représenter différentes idées dans un même logo : L'idée que notre marque rassemble et montre le chemin à prendre pour les générations futures : une nouvelle branche pousse sur "le tronc principal" de la lettre K rejoignant l'idée précédente, mais aussi représentant les alternatives écologiques que notre marque promeut.



Auto-évaluation des ébauches :

Nos ébauches explorent quasiment toutes des idées différentes, nous avons exploré des possibilités comme le changement vers quelque chose de positif (du rouge au vert), le code barre qui est une technologie essentielle de notre application, une libellule qui aurait servi de mascotte, l'idée de "virer au vert" (K avec un virage) ou même de "protéger" (bouclier).

Trame illustrative :



Choix final

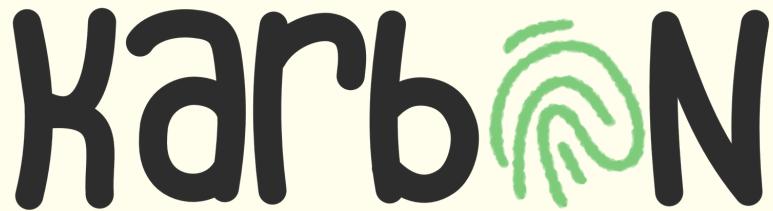
De toutes les idées qui ont pu être proposées, nous avons choisi de partir sur la représentation de l'empreinte.



A partir de ces ébauches, nous avons tenté de retravailler le logo, notamment la façon dont on écrirait Karbon :



Et ensuite nous avons mélangé les idées pour arriver au résultat final suivant :



- **Analyse sémiotique** : L'empreinte est un signe personnel qui est lié à l'identité de chacun, mais aussi un signe qui montre que nous avons "touché" quelque chose. On parle également d'empreinte carbone ou Bilan carbone (marque déposée), il s'agit de l'estimation de la quantité de gaz à effet de serre émise par l'activité (d'un site, d'une entreprise, d'une collectivité), par la production et le transport (d'un produit). Avec une empreinte verte, on signifie un impact positif sur notre bilan carbone. De plus, la police utilisée est assez simple et manuscrite ce qui permet d'insister sur le côté simple d'utilisation de notre application.