



2025©

Brand Guidelines

La Marque

Introduction	04
Mission	05
Raison d'être	05
Valeurs	06

Logos

L'icône	08
Utilisations de l'icône	09
L'icône en action	10
Le logotype	11
Les variations	12
Logos inversés	13
Utilisation des logos	14
Utilisation des variations	15
Exemples d'utilisation	16
Collaborations	17
Utilisations incorrectes	18

Couleurs

Palette	20
Hiérarchie	21
Combinaisons	22
En action	23

Typographies

Police principale	25
Police secondaire	26
Espacement	27
Hiérarchie	28
En action	29

Ressources

Iconographie	31
Dégradés	32

En action

Identité en action	34
--------------------	----

Contenus



2025©

La Marque

Introduction de la marque

Ekonum est une jeune entreprise engagée aux côtés des TPE/PME pour simplifier et rationaliser leur gestion grâce à des outils comme Odoo ou Google Workspace. Elle offre un accompagnement complet : audit, implémentation, formation et support. Fondée sur des valeurs de transparence et d'efficacité, Ekonum vise à redonner du temps aux entrepreneurs pour qu'ils se concentrent sur leur cœur de métier. Fiable, astucieuse et humaine, Ekonum incarne la gestion moderne, sur-mesure et accessible.



Raison d'être de la marque

Rendre la gestion d'entreprise plus humaine,
plus simple et plus accessible, pour que les
entrepreneurs puissent se concentrer sur ce qui
a vraiment du sens : créer, transmettre et faire

Mission de la marque

Libérer les dirigeants de TPE/PME des lourdeurs
administratives et des outils dispersés, en leur
apportant une gestion centralisée, simple et
durable, pour qu'ils puissent se recentrer sur ce
qu'ils font de mieux : leur métier.

A large billboard advertisement for Ekonum is displayed outdoors. The billboard has a light green background with a large, faint, stylized leaf graphic. The main headline is in bold black text. Below it is a smaller line of text in a lighter green color. The Ekonum logo, consisting of a green infinity symbol and the word 'Ekonum' in black, is positioned in the bottom right corner of the billboard. The billboard is set against a backdrop of trees and a clear sky.

**Gérez moins,
entrepenez plus.**

Ekonum rend plus simple la gestion de votre entreprise
pour que vous puissiez vous concentrer sur votre activité.

 **Ekonum**

Valeurs de la marque

► **Transparence**

Nous croyons qu'une relation saine commence par une transparence totale, sur nos méthodes, nos tarifs, nos choix et nos limites. Nous documentons nos projets, remettons nos livrables en toute clarté, et assumons chaque décision.

► **Efficacité**

Nous faisons des choix réfléchis, au service de l'essentiel. Notre rôle est de guider nos clients avec discernement, en privilégiant toujours ce qui est juste, utile et durable. Pas de superflu, juste des solutions pensées avec rigueur, pour qu'elles aient un vrai impact.

► **Transmission**

Nous accompagnons pour rendre nos clients autonomes. Former, expliquer, simplifier : c'est le cœur de notre démarche. Nos outils sont techniques, mais nous les rendons accessibles pour que chacun se sente capable et à l'aise.

► **Engagement**

Nous nous impliquons humainement dans chaque projet. Chaque client, chaque entreprise, chaque histoire mérite une attention sincère. Nous prenons le temps de comprendre les enjeux, de nous adapter, de proposer des solutions sur mesure.



2025©

Logos

L'icône

Cette icône est l'élément central de votre nouvelle identité. Elle reprend l'idée de votre logo précédent combinant un nuage, qui renvoie à une idée de transparence, et le sigle infini qui représente le recyclage et l'idée d'économie circulaire.

Toutefois la forme globale a été modifiée afin de la faire correspondre au reste de l'identité visuelle.



Utilisations de l'icône

Nous utilisons cette icône uniquement pour notre favicon, nos photos de profil, notre application et dans les espaces de petite taille car ce design a la particularité d'être lisible même en petite taille.

Favicon

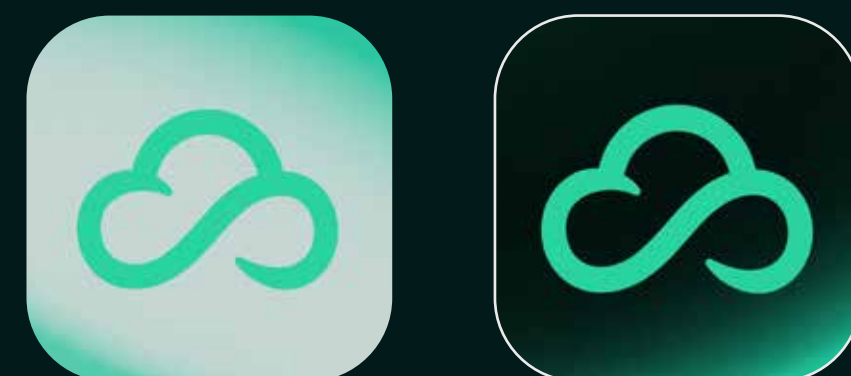
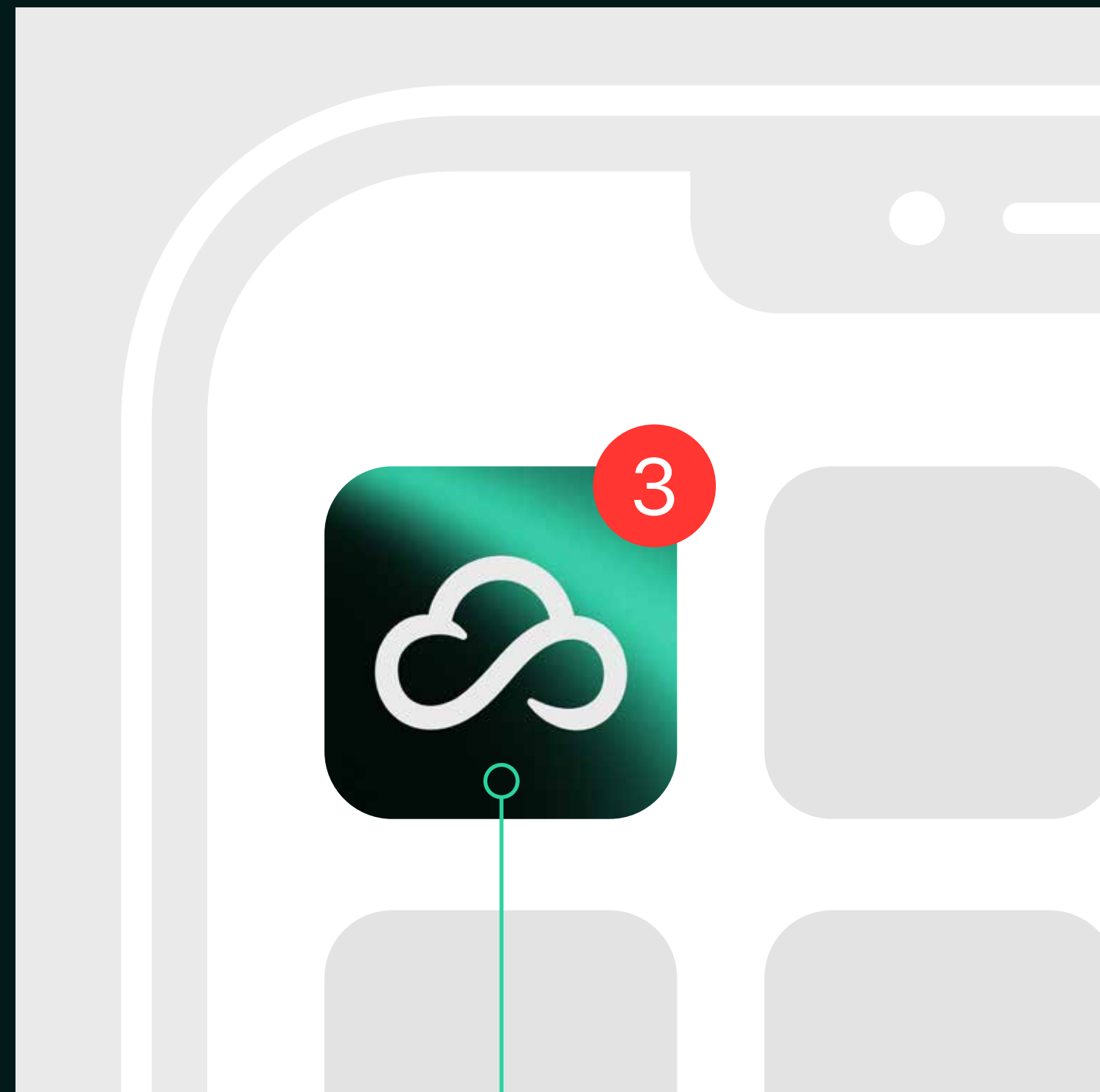


Photo de profil

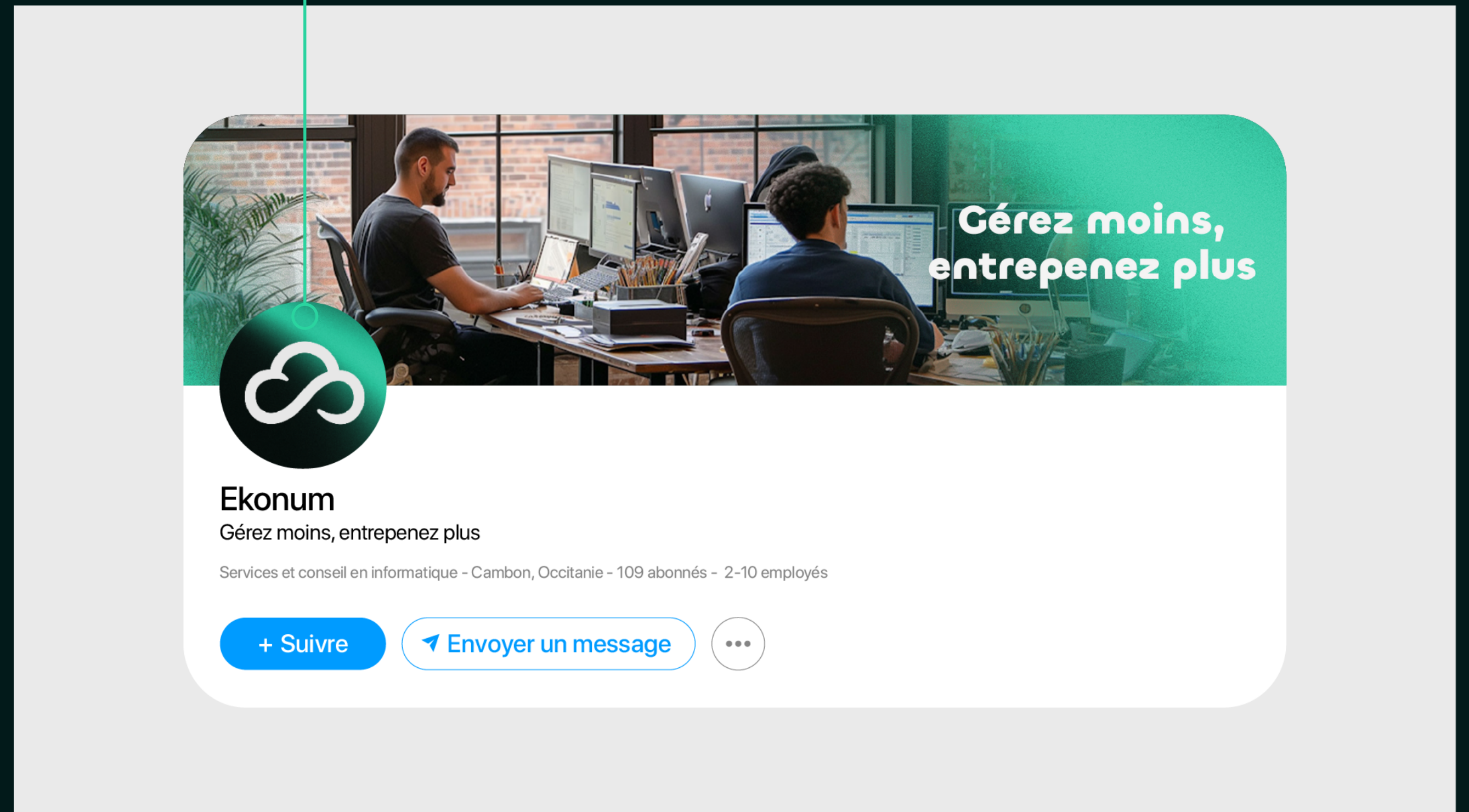


L'icône en action



Favicon

Photo de profil



Le Logotype

Tout comme l'icône, le logotype a été créé afin de retranscrire les idées de stabilité, de fluidité et d'adaptabilité tout en restant simple et moderne. Le logotype a donc été créé à partir d'une police de caractère épaisse et avec des lettres arrondies pour un look accueillant tout en restant moderne et surtout professionnel.

The image displays the brand name 'EKONUM' in a large, bold, white, rounded sans-serif typeface. The letters are thick and have soft, curved edges, giving it a friendly yet professional appearance. The text is centered horizontally against a dark background.

Les variations

Afin que le logo d'Ekonum conserve son impact et sa polyvalence dans diverses applications, nous avons développé différentes variantes du logo. Chaque variante est conçue pour s'adapter à différents contenus et supports, garantissant ainsi que l'identité de la marque reste forte et reconnaissable, quel que soit l'endroit où elle apparaît. Vous trouverez ci-dessous un aperçu des différentes variantes et de leurs utilisations optimales :

Horizontale

Utilisations Optimales
Site Internet, Signature Email, Papeterie

Verticale

Utilisations Optimales
Application Mobile, Packaging

Horizontale



Verticale



Logos inversés

Afin de conserver la lisibilité des logos dans chacune de leurs utilisations, il est important d'utiliser la bonne version du logo en fonction de son utilisation.

Lorsque le fond sur lequel les logos sont utilisés est sombre, utilisez la version claire des logos. Inversement, quand le fond est clair, utilisez la version sombre des logos.

Version claire



Version sombre

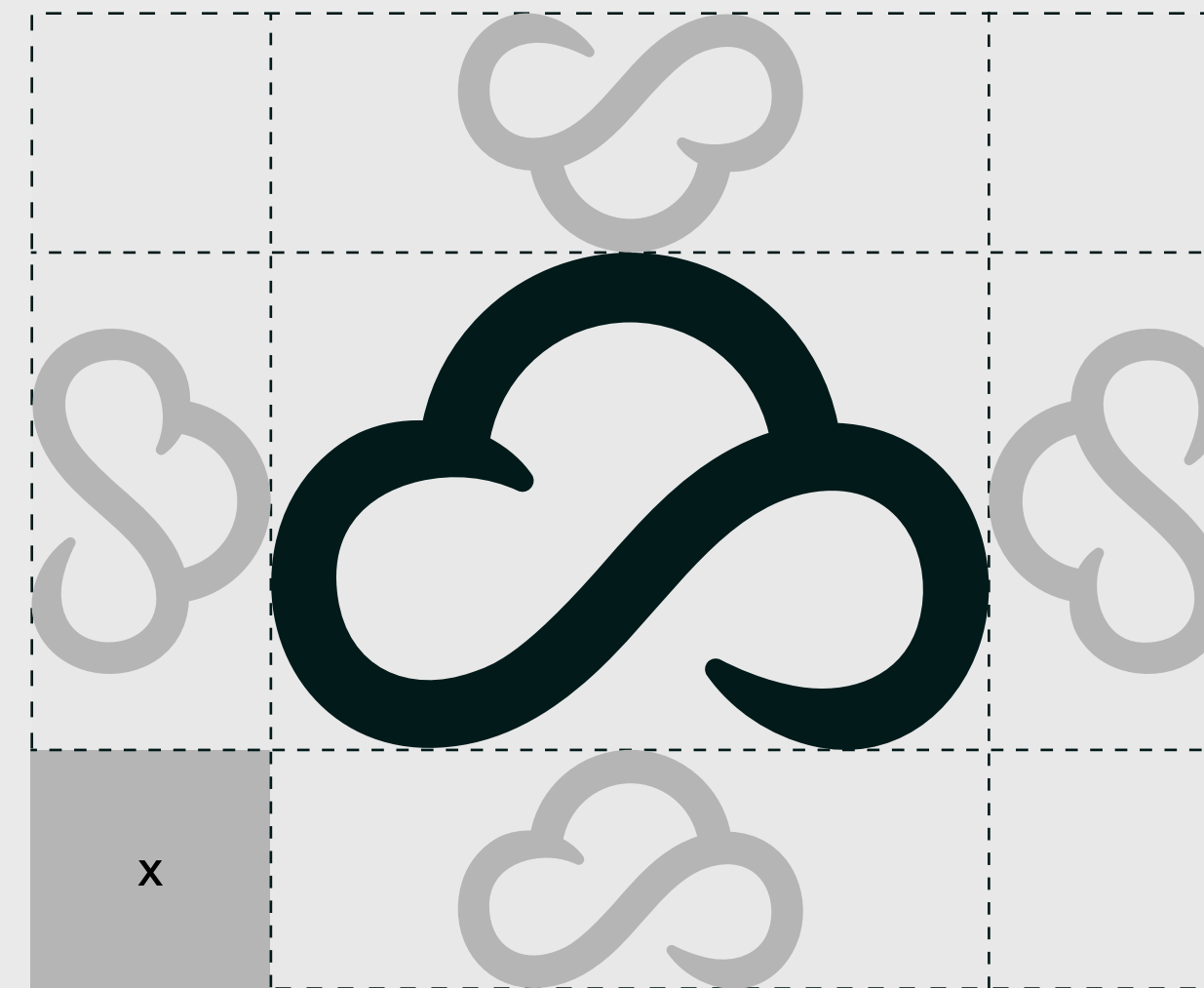


Utilisation des logos

Lorsque vous placez notre logo sur n'importe quel support, il est important que vous suiviez ces directives afin de vous assurer que notre identité soit bien représentée.

Pour un impact optimal, notre logo nécessite un espace minimum de « x » tout autour.

Afin de garantir la lisibilité de notre logo dans les petits espaces, veuillez ne pas réduire la taille de l'icône à moins de 20 pixels de hauteur.



Taille minimale : 20px de hauteur



Utilisation des variations

Lorsque vous placez notre logo sur un support, il est important que vous suiviez ces directives afin de vous assurer que notre identité soit bien représentée.

Pour un impact optimal, notre logo nécessite un espace minimum de « x » tout autour.



Exemples d'utilisations

Certains supports peuvent dicter le type de logo que nous utilisons. Si nous disposons d'un espace réduit, nous pouvons utiliser le logo horizontal. Si l'espace est très limité, nous pouvons utiliser notre icône.

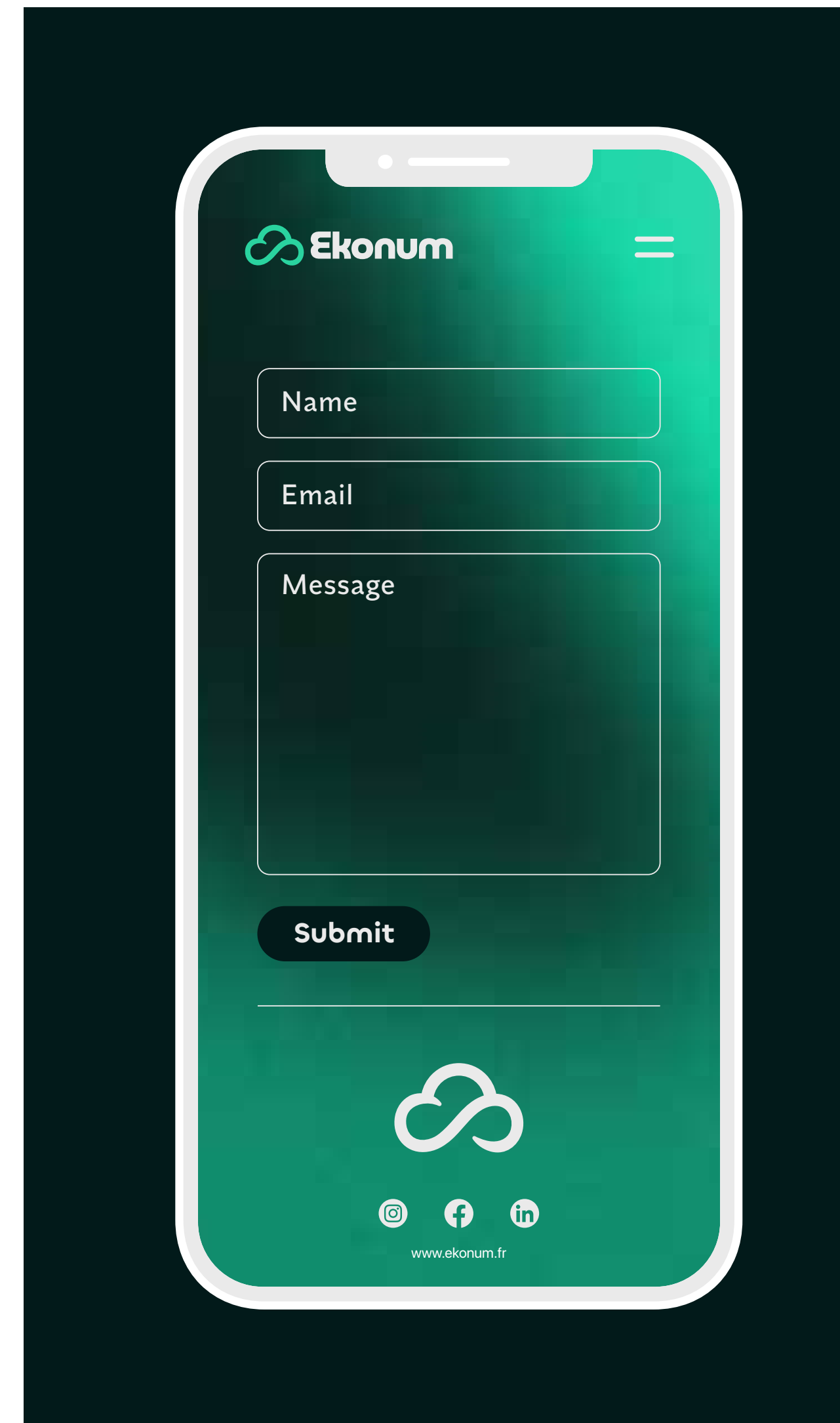
Exemple 01

Espace horizontal = Variante horizontale

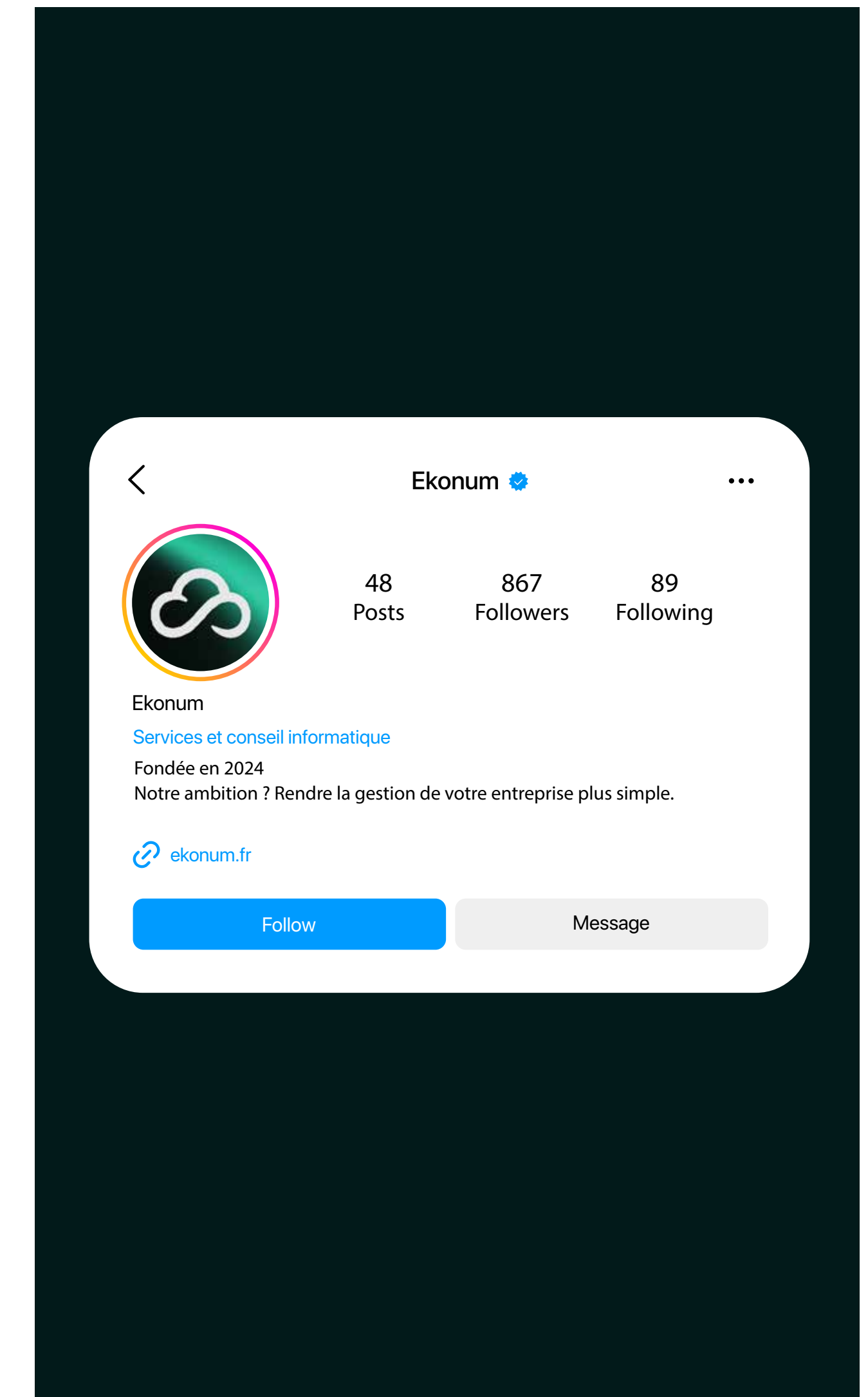
Exemple 02

Espace minimal = Icône

Exemple 01



Exemple 02

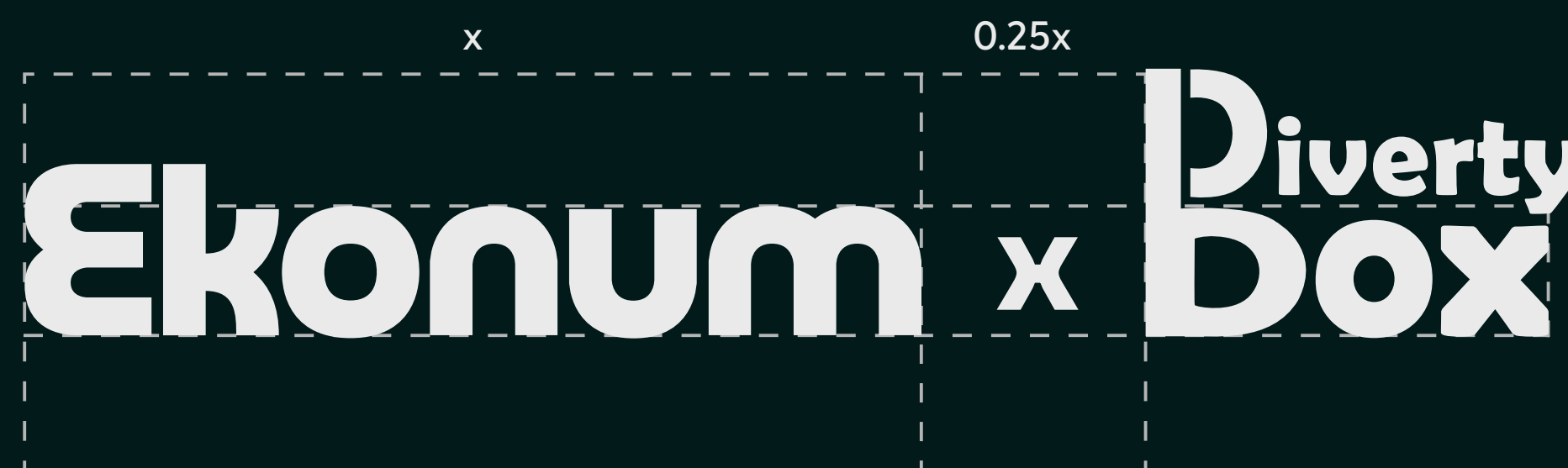
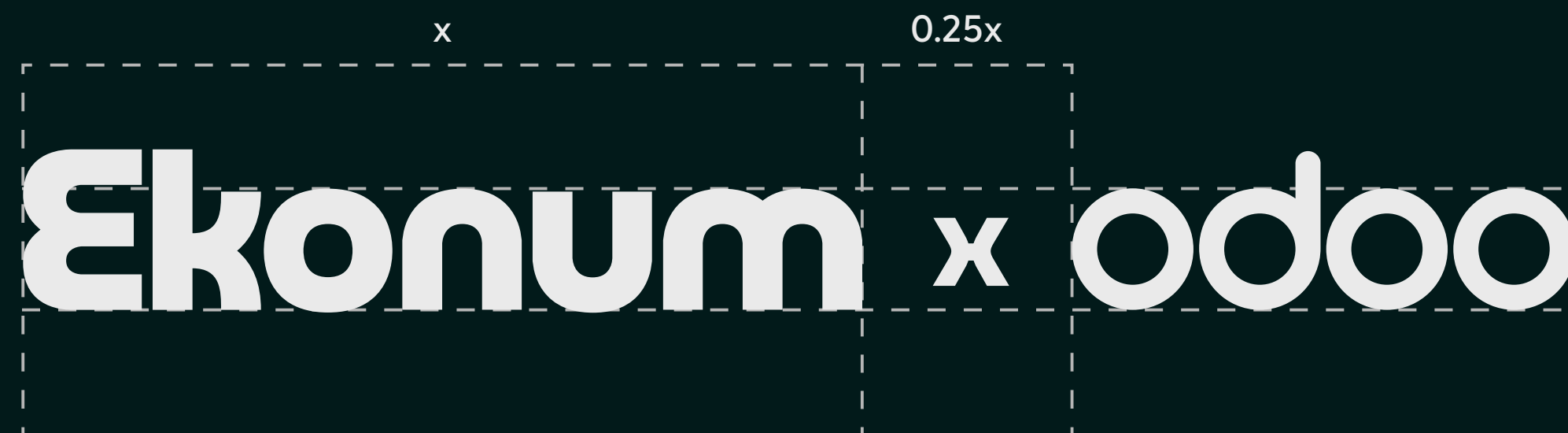


Collaborations

Parfois, nous pouvons être amenés à associer notre logo à celui d'une autre entreprise ou d'un partenaire.

Nous séparons notre logo et celui de notre partenaire d'une distance de 0,25x. X est défini par la largeur de notre logo. Le logo de notre partenaire ne doit jamais dépasser la hauteur des caractères minuscules de notre logotype.

Une exception peut toutefois être faite si le logo de notre partenaire est tout en majuscules. Dans ce cas-là, le logo de notre partenaire ne doit pas dépasser la hauteur des caractères majuscules de notre logotype.



Utilisations incorrectes

Le logo est un élément clé de l'identité de la marque et doit être utilisé avec soin afin de préserver son impact. Toute utilisation incorrecte, telle que la modification des proportions, des couleurs ou l'application d'effets, nuit à la cohérence et à la reconnaissance de la marque.

Afin de protéger l'intégrité de la marque évitez toute modification qui pourrait compromettre sa clarté, sa lisibilité ou son alignement avec l'identité visuelle de la marque.

Les exemples suivants s'appliquent à tous les logos d'Ekonom.

×



NE PAS ajouter de contour à votre logo.

×



NE PAS étirer ni déformer le logo.

×



NE PAS ajouter d'ombre à votre logo.

×



NE PAS ajouter de dégradé à votre logo.

×



NE PAS modifier la disposition de votre logo.

×



NE PAS modifier la taille des éléments de logo.

×



NE PAS utiliser de couleurs qui ne font pas partie de la palette de la marque.

×



NE PAS ajouter d'éléments graphiques derrière le logo.

×



NE PAS modifier les lettres.



2025©

Couleurs

Palette de couleurs

La palette de couleurs d'Ekonom est conçue pour être reconnaissable, reflétant les valeurs d'engagement et d'efficacité de la marque. Chaque couleur a été soigneusement sélectionnée pour évoquer l'innovation, la simplicité et la transparence. De plus, elles s'associent entre elles pour créer une identité visuelle cohérente et dynamique.

La palette doit être utilisée de manière cohérente sur tous les supports, afin que la marque reste immédiatement reconnaissable et percutante. Une utilisation appropriée des couleurs est essentielle pour maintenir une identité forte et unifiée.

Vert Foncé

Hex : 021A1A
RVB : 2, 26, 26
CMJN : 83, 63, 66, 78

Blanc Cassé

Hex : EAEAEA
RVB : 234, 234, 234
CMJN : 7, 5, 5, 0

Turquoise

Hex : 2AD39F
RVB : 42, 211, 159
CMJN : 65, 0, 53, 0

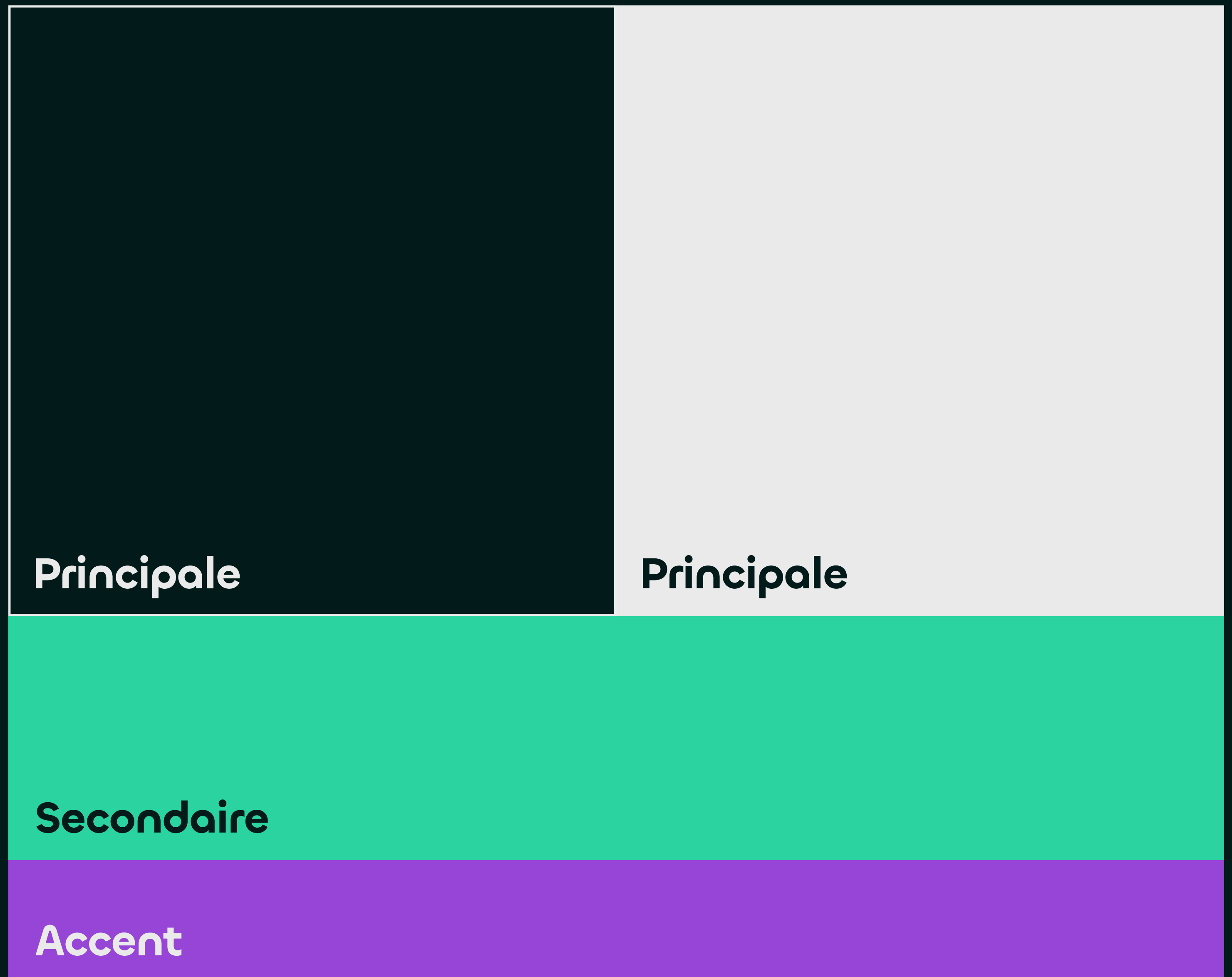
Violet

Hex : 9645D6
RVB : 150, 69, 214
CMJN : 57, 78, 0, 0

Hiérarchie des couleurs

La hiérarchie des couleurs aide le public à rapidement nous identifier et permet aussi de créer de la cohérence visuelle. La hiérarchie assure que les affiches, le site web, les réseaux sociaux... parlent la même langue visuelle.

Les couleurs principales ($\approx 60\%$) ancrent la marque et créent de la reconnaissance, les couleurs secondaires ($\approx 30\%$) apportent de la variété sans voler la vedette aux couleurs principales. Et enfin les couleurs d'accents ($\approx 10\%$) permettent de renforcer et d'attirer le regard sur certains éléments.

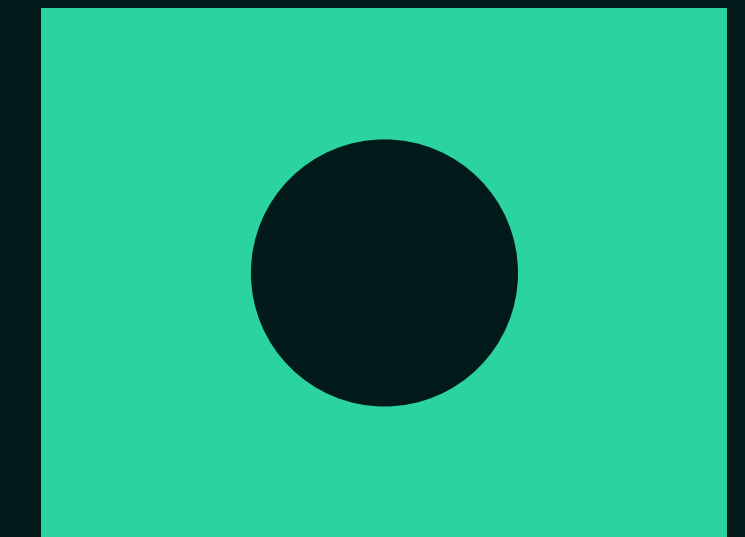
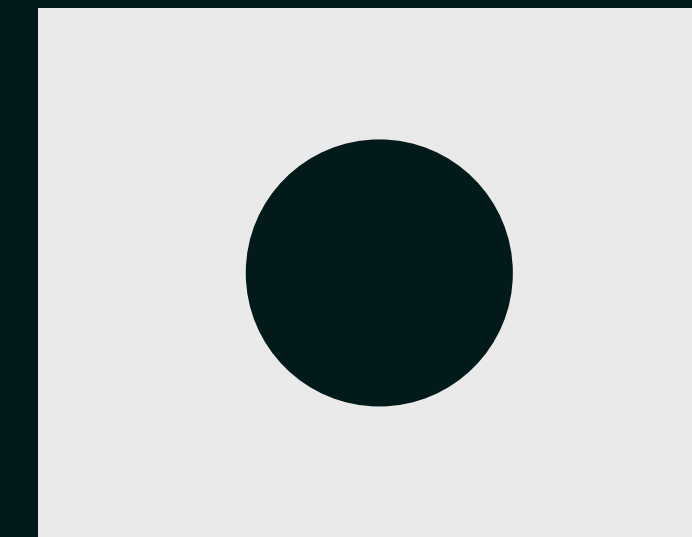
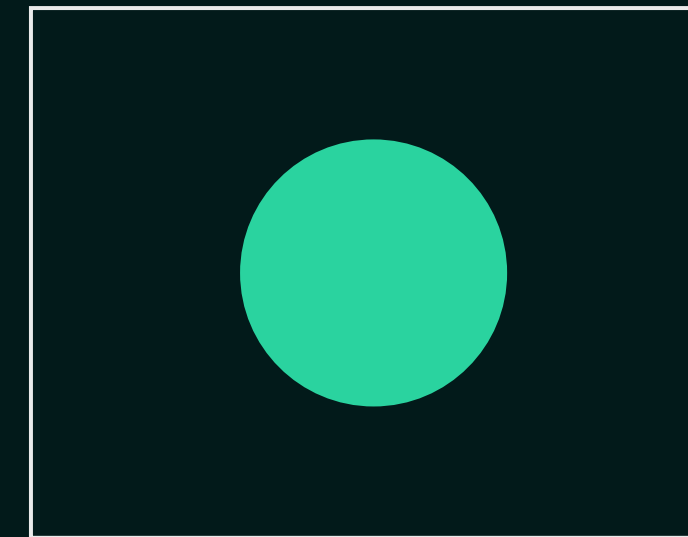
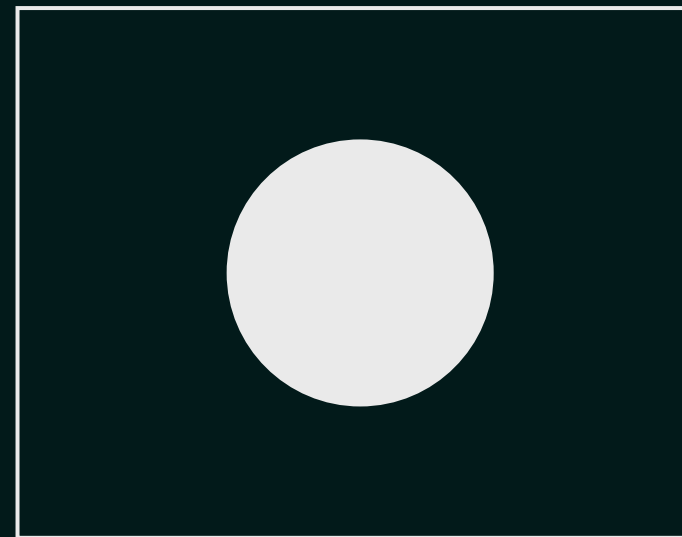


Combinaisons de couleurs

Les combinaisons de couleurs d'Ekonom sont conçues pour refléter la personnalité moderne et ingénieuse de la marque. Chaque association a été soigneusement étudiée pour garantir équilibre, contraste et impact visuel, renforçant ainsi les valeurs fondamentales d'engagement et d'efficacité de la marque.

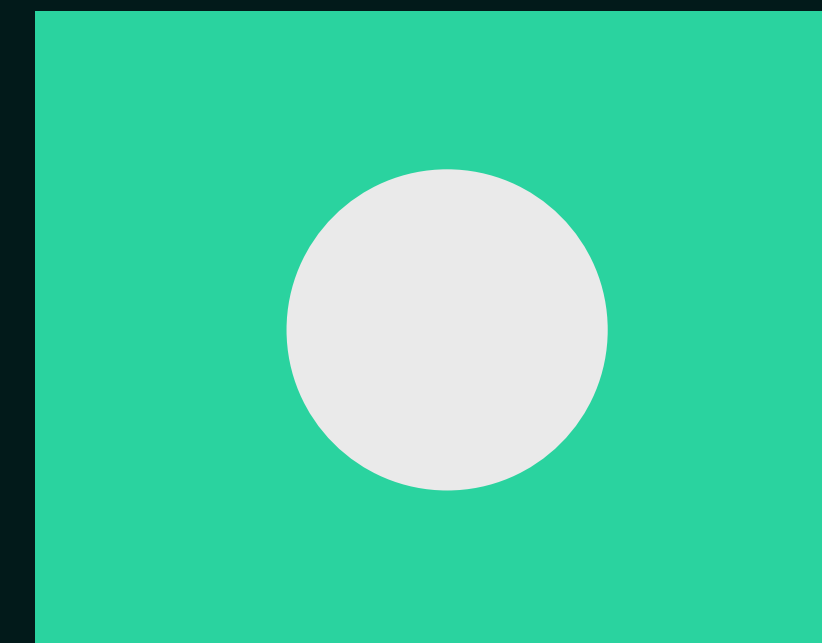
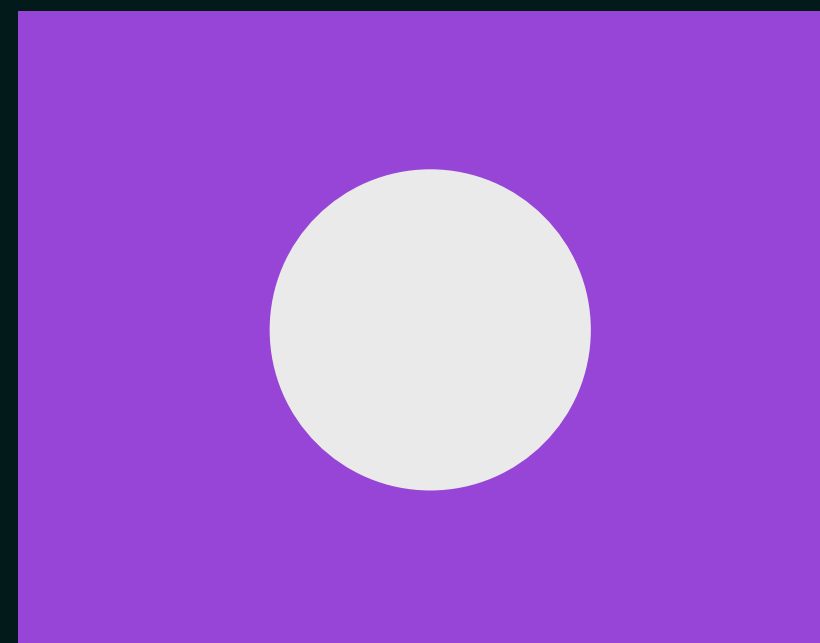
Combinaisons principales

Les combinaisons de couleurs principales peuvent être utilisées pour tous et sur tous les supports. Ce sont ces combinaisons qu'il faut choisir lorsque nous travaillons avec des petits éléments (en dessous de 30px) et des petits textes (en dessous de 18 pt).



Combinaisons secondaires

Les combinaisons de couleurs secondaires peuvent être utilisées pour les éléments plus gros (au-dessus de 30px) et les textes plus grands (au-dessus de 18 pt). Ces combinaisons doivent être utilisées avec parcimonie et ne doivent en aucun cas être plus utilisées que les combinaisons principales.



Les couleurs en action

La palette de couleurs d'Ekonom prend vie dans cette section, montrant comment chaque couleur s'intègre dans divers exemples. Des interfaces numériques aux supports imprimés, les couleurs sont utilisées de manière intentionnelle afin de refléter l'énergie et la personnalité de la marque.





2025©

Typographies

Police principale

Nous avons choisi Chillax comme police de caractères principale pour Ekonum.

Chillax permet d'assurer de la cohérence, garantissant ainsi que le message de la marque est clair et percutant, qu'il soit communiqué à travers des supports marketing, des emballages ou du contenu en ligne.

Chillax par Fontshare

AaBbCc

**Gérez moins,
entreprenez plus.**

Chillax Bold
Usage : Titre

**abcdefghijklmnop
pqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%^&***

Chillax Semi Bold
Usage : Sous-titre

**abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890!@#\$%^&***

Police secondaire

Nous avons choisi Synonym comme police de caractères secondaire pour Ekonum.

Synonym permet d'assurer de la cohérence, garantissant ainsi que le message de la marque est clair et percutant, qu'il soit communiqué à travers des supports marketing, des emballages ou du contenu en ligne.

Synonym par Fontshare

AaBbCc

Gérez moins,
entreprenez plus.

Synonym Medium
Usage : Paragraphe

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNQRSTUWXYZ

1234567890!@#\$%^&*

Espacement & interligne

L'espacement de la police principale est essentiel pour garantir la clarté et la cohérence. Ajustez subtilement l'espacement pour obtenir un texte équilibré et lisible. Utilisez un interligne cohérent pour maintenir la hiérarchie et la fluidité visuelle dans toutes les applications. Un espacement approprié garantit que la marque reste toujours nette et professionnelle.

Pour déterminer la taille de vos textes, commencez par choisir la taille de votre plus petit texte (souvent le corps de texte). Pour obtenir la taille du sous-titre multipliez la taille de votre corps de texte par 1.6. Pour obtenir la taille du titre, multipliez la taille du sous-titre par 1.6. Continuez ainsi jusqu'à avoir toutes les tailles dont vous avez besoin

✓ L'espacement et l'interligne sont parfaits !

À propos

**Gérez moins,
entreprenez plus.**

Ceci est un exemple de texte : Notre police secondaire est Synonym par Fontshare.

Dans cet exemple, l'espacement est à :

-10 unités pour tous les textes

L'interligne est à :

- 40pt pour une taille de 36pt pour la légende.
- 65pt pour une taille de 58pt pour le titre.
- 30pt pour une taille de 22pt pour le paragraphe

✗ L'espacement et l'interligne sont trop serrés.

À propos

**Gérez moins,
entreprenez plus.**

Ceci est un exemple de texte : Notre police secondaire est Synonym par Fontshare.

✗ L'espacement et l'interligne sont trop étendus.

À propos

**Gérez moins,
entreprenez plus.**

Ceci est un exemple de texte :

Notre police secondaire est

Synonym par Fontshare.

Hiérarchie des polices

La hiérarchie des polices de caractères permet d'organiser l'information et de guider la lecture du public tout en mettant en valeur les points importants. Une hiérarchie claire assure une cohérence visuelle sur tous les supports.

Titre : Chillax Bold
Sous-titre : Chillax Semi Bold
Paragraphe : Synonym Medium

Pour déterminer la taille de vos textes, commencez par choisir la taille de votre plus petit texte (souvent le paragraphe). Pour obtenir la taille du sous-titre multipliez la taille de votre paragraphe par 1.6. Pour obtenir la taille du titre, multipliez la taille du sous-titre par 1.6. Continuez ainsi jusqu'à avoir toutes les tailles dont vous avez besoin.

Titre : 90pt (35pt x 1.6 x 1.6)
Chillax Bold

Sous-titre : 35pt (22pt x 1.6)
Chillax Semi Bold

Paragraphe : 22pt
Synonym Medium

CTA : 22pt
Chillax Semi Bold

Titre

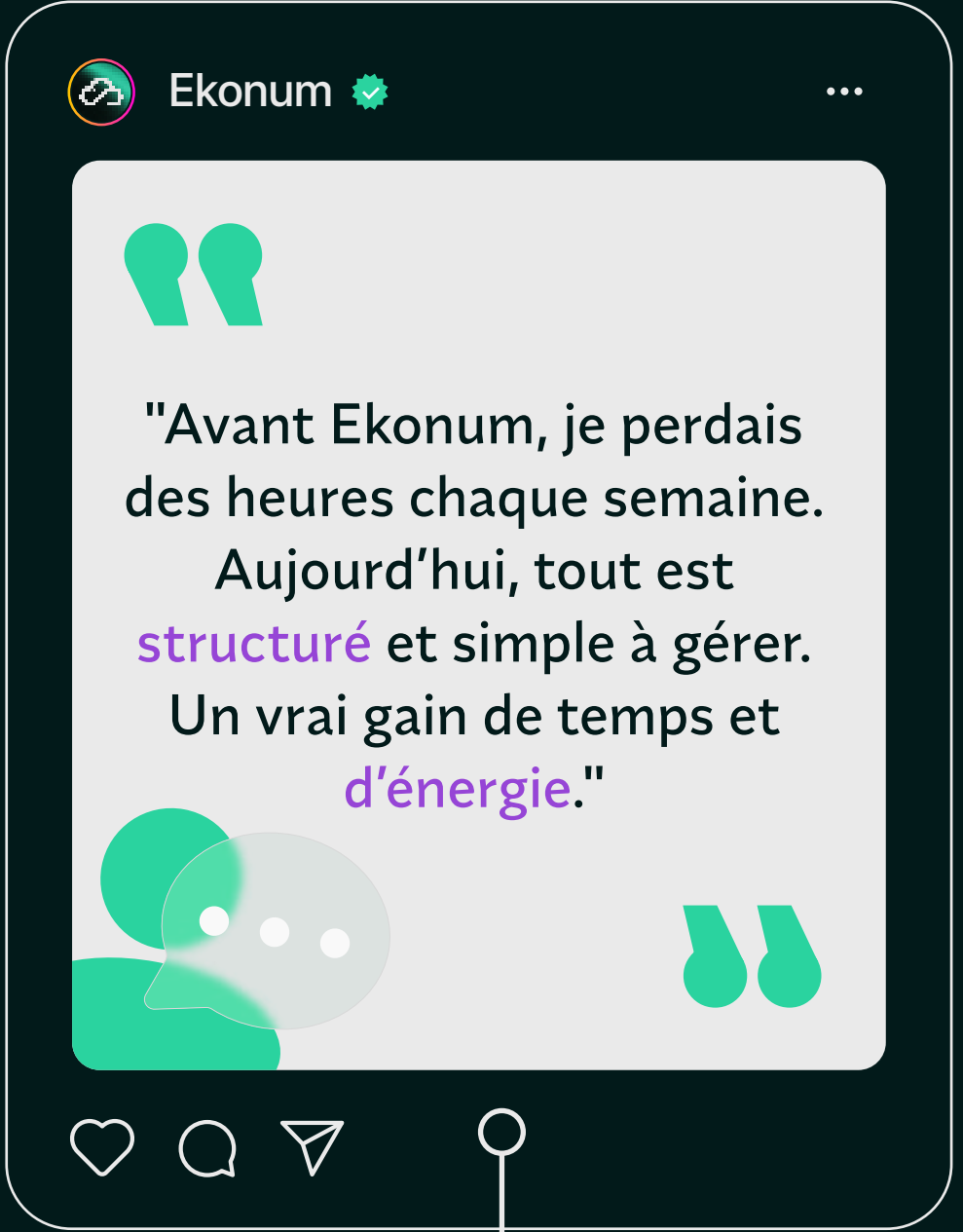
Sous-titre

Paragraphe : Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis.

Call to action

Les polices en action

Chillax Semi Bold



Synonym Medium

Chillax Bold





2025©

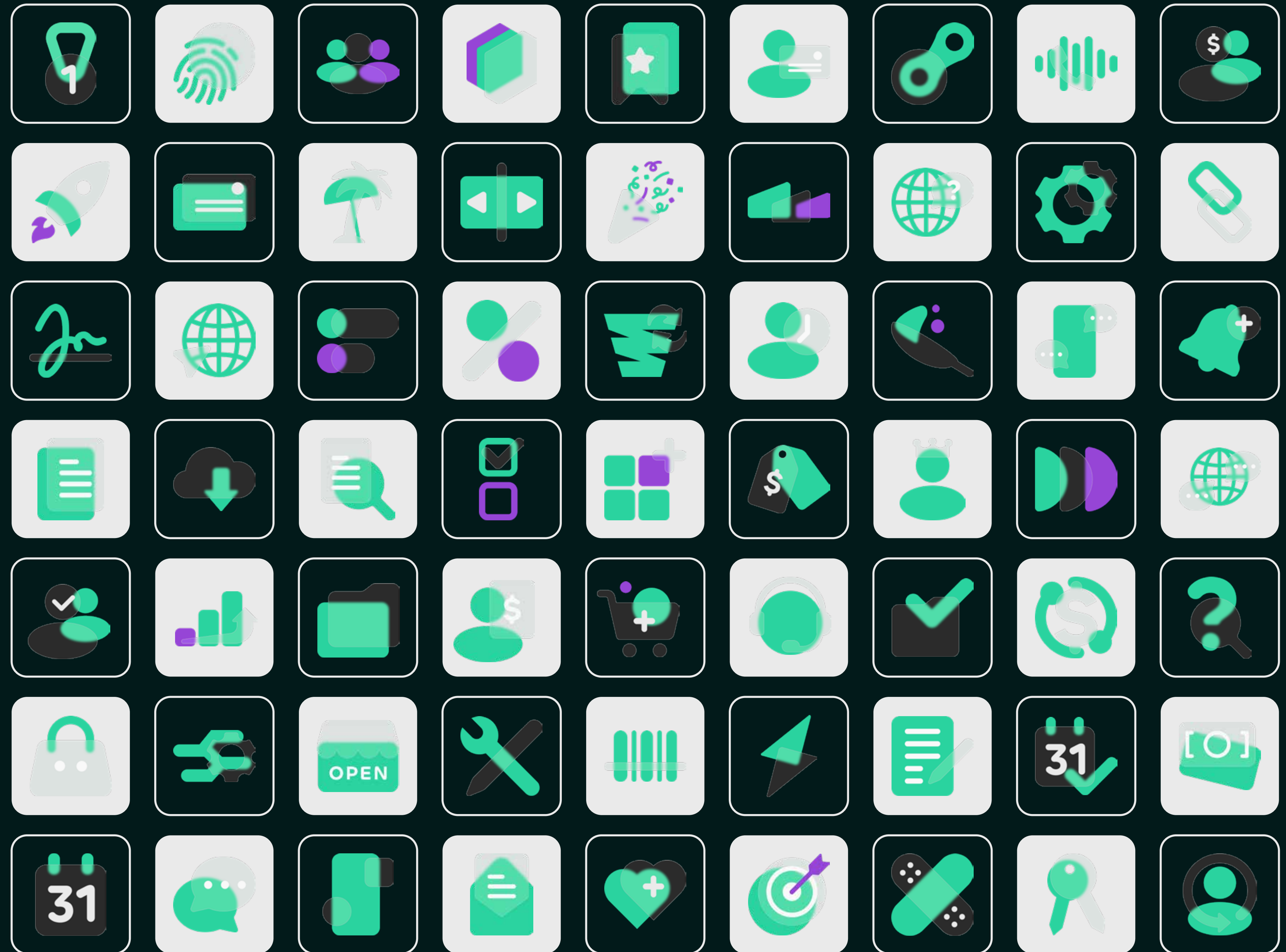
Ressources

Iconographie

Le style iconographique d'Ekonom est moderne et simple, reflétant ainsi la personnalité de la marque. Ces visuels sont conçus pour compléter l'identité, ajoutant profondeur et énergie sans éclipser les autres éléments.

Utilisez les icônes de manière cohérente pour améliorer la narration et maintenir une apparence homogène dans toutes les utilisations.

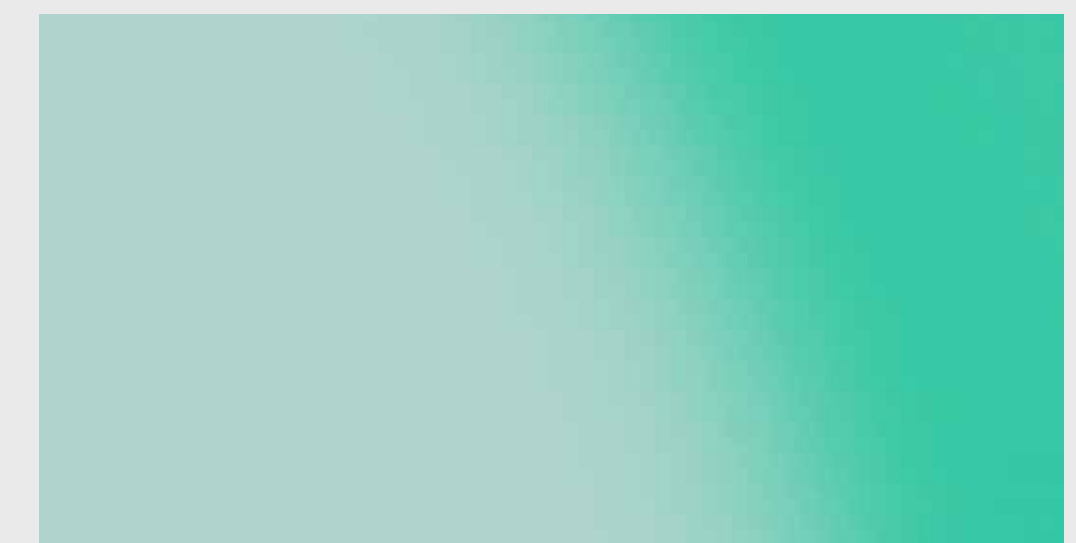
Afin de garantir leur lisibilité, les icônes ne doivent être utilisées que sur un fond uni vert foncé ou blanc cassé (vos couleurs principales).



Dégradés

Les dégradés d'Ekonom sont une extension dynamique de l'identité visuelle, conçus pour amplifier la personnalité sophistiquée de la marque tout en étant polyvalents et impactants.

Utilisez les dégradés pour ajouter de la profondeur et de l'énergie sur tous les supports, en veillant à ce qu'ils complètent les autres éléments sans les dominer. La cohérence dans leur utilisation renforcera l'identité de la marque (prenez comme exemple cette présentation).





2025©

La Marque en action





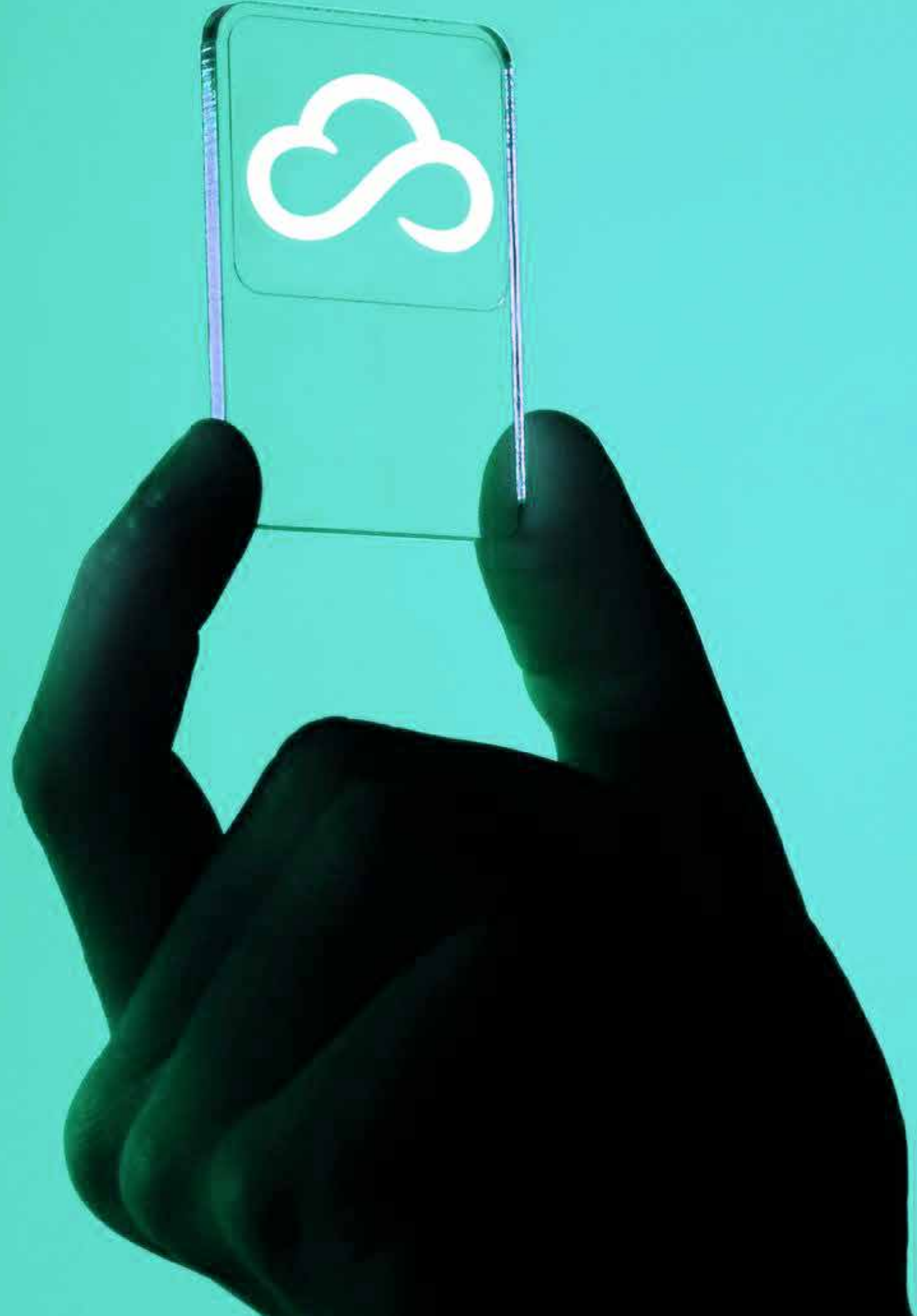
 **Ekonom**



MILL #

LOW

W



**Gérez moins,
entrepenez plus.**

**Reprenez le contrôle de votre
entreprise.**

 **Ekonom**

42
SPORTS
PLAZA

IZARD & MOORE

BRANCH

LDNAW

THE
CITY
CICL





Ekonomum

Client
SAS DIVERTYBOX

Référent
Robin

Référent
17 juillet 2025

Pilote à Valenciennes 500069 - Services annuels



Cérez moins, entrenez plus

Structure de titres et de texte

1. Titre Principal (T)

- Usage : Utilisé pour les titres les plus importants (comme le nom de document ou section principale).
- Police : Roboto gras, taille 28 px.
- Couleur : #2A2A2A pour assurer une bonne lisibilité tout en restant sobre.
- Style : Majuscule à chaque mot, sauf ceux de liaison.

1. Titre Principal (T)

- Usage : Utilisé pour les titres les plus importants (comme le nom de document ou section principale).
- Police : Roboto gras, taille 28 px.
- Couleur : #2A2A2A pour assurer une bonne lisibilité tout en restant sobre.
- Style : Majuscule à chaque mot, sauf ceux de liaison.

1. Titre Principal (T)

- Usage : Utilisé pour les titres les plus importants (comme le nom de document ou section principale).
- Police : Roboto gras, taille 28 px.
- Couleur : #2A2A2A pour assurer une bonne lisibilité tout en restant sobre.
- Style : Majuscule à chaque mot, sauf ceux de liaison.



Ekonomum

Luka Tricot
CEO

luka@ekonomum.com
+33 01 02 03 04 05
ekonomum.fr





2025©

Contact :

miloblanchard59@gmail.com

Merci