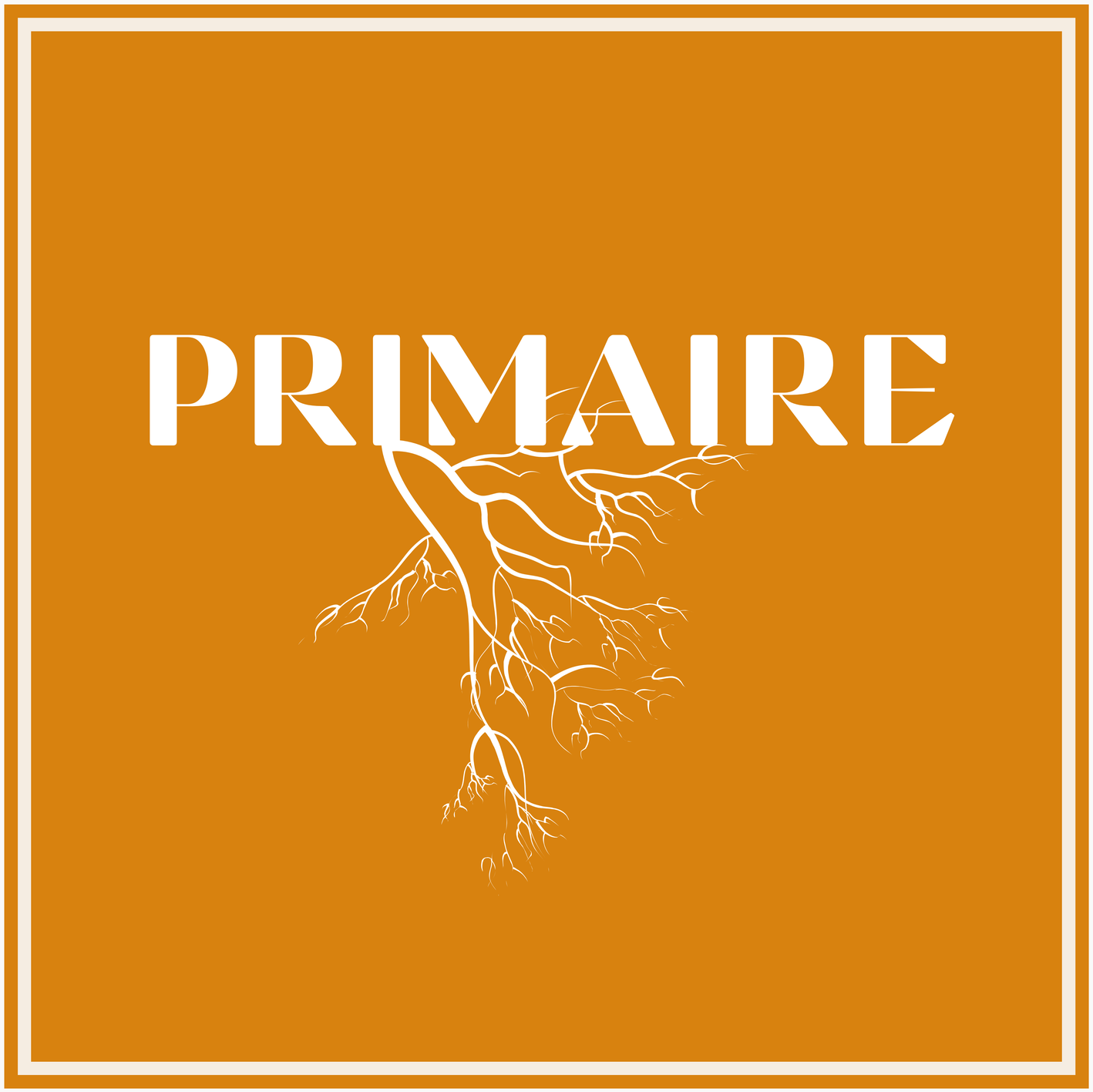
Primaire

Media

Lenny Gadroy - contact@lennouille.fr

LE LOGOTYPE



Le logo est composé de :

- **Un logotype textuel**

Le nom « PRIMAIRE » est écrit en lettres capitales pour asseoir le sérieux, la stabilité et l'autorité du projet journalistique. La police utilisée, avec ses pleins et déliés élégants, rappelle les codes classiques de la presse écrite et de l'éditorial.

- **Un élément illustratif organique**

Un système racinaire blanc et complexe se déploie vers le bas depuis les lettres centrales. Cette illustration symbolise la dimension écologique du média, son ancrage profond dans le territoire ardennais, ainsi que la volonté d'aller à la "racine" de l'information.

La typographie :

FINDEL DISPLAY : Utilisée pour le logotype, elle apporte une touche de classicisme et d'élégance tout en restant moderne.

Les couleurs :

- **Orange ocre :**

Couleur principale évoquant la terre, l'automne et la nature, marquant immédiatement l'engagement écologique du média.

- **Blanc (pur)**

Utilisé pour le texte et les racines, il offre un contraste maximal et une lisibilité parfaite tout en apportant de la lumière à la composition.

L'ELEMENT ORGANIQUE

La “Branche” :

Extrait directement du logotype principal, le système racinaire devient un élément graphique fort et totalement autonome. Il constitue la signature visuelle secondaire de la marque.

· Le Symbolisme

Utilisé seul, ce motif organique met l'accent sur l'identité terrienne du média. Il rappelle visuellement l'ancrage local profond dans le territoire ardennais et illustre la thématique écologique au cœur de la ligne éditoriale. C'est l'image d'un journalisme d'investigation qui va chercher l'information à la racine.

· L'Utilisation

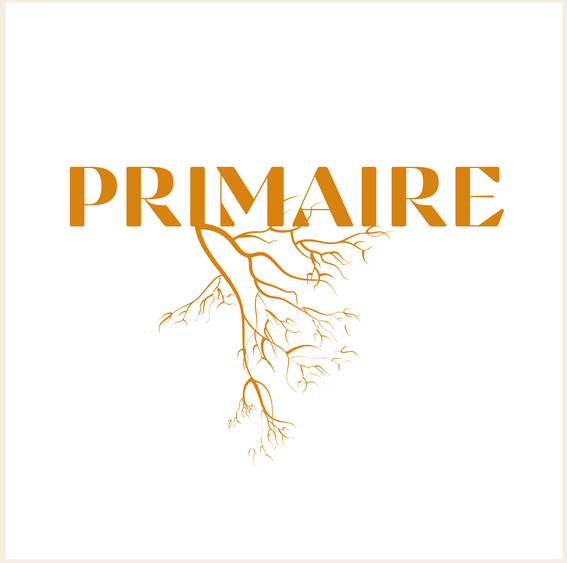
Cet élément de décor est pensé pour habiller, structurer et dynamiser les différents supports de communication, sans jamais surcharger la lecture. Il peut être exploité de multiples façons :

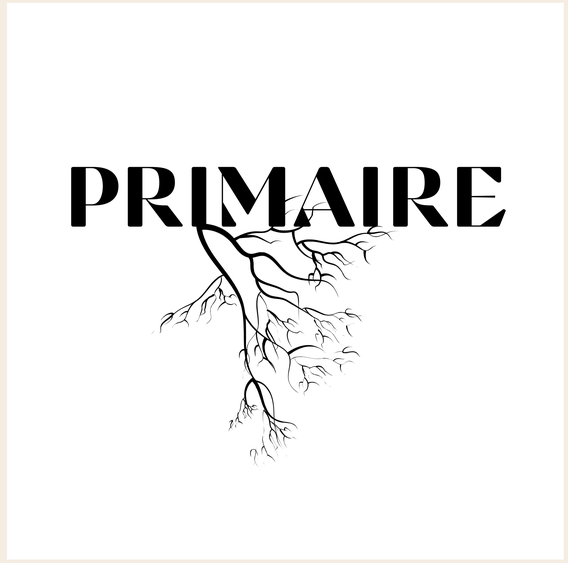
- **En filigrane** (opacité réduite) **:** Sur nos fonds unis (Crème ou Orange) pour créer une texture subtile et élégante.
- **En élément de cadrage :** Positionné dans les angles ou sur les bords d'une publication imprimée ou numérique pour asseoir la composition.
- **En marqueur visuel :** Comme puce de liste stylisée ou séparateur pour marquer la transition entre deux rubriques d'un article.

Règle d'application :

Même utilisé seul, l'élément organique reste soumis aux mêmes règles de contraste que le logo principal (utilisation exclusive en blanc ou en noir selon la densité du fond, et conservation stricte de ses proportions d'origine).

LES VARIANTES





Un logo et des multiples manières de l'utiliser

Afin de garantir une lisibilité optimale et de s'adapter à tous les supports de communication du média, le logo se décline en quatre versions distinctes :

- **Version Couleur Standard** (visuel en haut à gauche) **:**

C'est la version de référence. L'orange sur fond blanc transmet immédiatement l'identité terrienne et naturelle du média, offrant une lecture claire de la typographie et de l'illustration racinaire.

- **Version Monochrome Noire** (visuel en haut à droite) **:**

La déclinaison la plus brute. Utilisée sur fond blanc ou très clair, elle garantit un contraste absolu. Elle est indispensable pour les documents administratifs, la presse papier ou les impressions en noir et blanc.

- **Version Couleur sur fond sombre** (visuel en bas à gauche) **:**

La version impactante. Le maintien de l'orange identitaire sur un fond noir profond offre un contraste visuel fort et élégant, idéal pour des mises en avant spécifiques sur les supports numériques ou les réseaux sociaux.

- **Version Monochrome Blanche / Négative** (visuel en bas à droite) **:**

Pensée pour les fonds obscurs ou les superpositions photographiques sombres. Les lettres et le système racinaire passent intégralement en blanc pour assurer une lisibilité parfaite, tout en conservant la finesse du tracé.

L'Application sur Fond

L'intégration sur fond photographique

Afin de préserver la force, l'autorité et la lisibilité du logo de Primaire Média lorsqu'il est superposé à des images, son application obéit à des règles de contraste strictes. Sur des photographies ou des supports complexes, les versions monochromes (blanche ou noire) doivent être utilisées exclusivement.

- **Le logo en réserve blanche** (visuels du haut) **:**

La déclinaison blanche est de rigueur sur des fonds photographiques sombres, denses ou fortement texturés (comme une forêt dense ou des paysages profonds). Elle permet à la typographie et à la finesse du système racinaire de se détacher avec clarté tout en apportant une respiration lumineuse à la composition.

- **Le logo en version noire** (visuels du bas) **:**

À l'inverse, sur des fonds très clairs, fortement exposés ou sur des zones de ciel, la déclinaison noire est indispensable. Elle assure une présence marquante et garantit que les détails organiques du logo ne se perdent pas dans les hautes lumières de l'image.

Règle de contraste :

La lisibilité prime toujours. Il est impératif de s'assurer que la zone de la photographie accueillant le logo offre un contraste suffisant. La version couleur (orange) est déconseillée sur les fonds photographiques afin d'éviter les conflits chromatiques et de conserver l'impact visuel de la marque.

LES INTERDITS

Les règles de bonne conduite

Par souci de cohérence et pour préserver l'impact visuel de la marque,
il est strictement interdit de :

- **Déformer le logo :**

Qu'il soit étiré verticalement ou écrasé horizontalement, les proportions d'origine doivent impérativement être conservées.

- **Désorienter le visuel :**

Il ne faut ni retourner le logo (tête en bas), ni lui appliquer un effet miroir.

- **Altérer les couleurs :**

Il est interdit de modifier les couleurs officielles ou de les mixer au sein d'un même logo (comme illustré avec la typographie blanche associée aux racines noires).

- **Ignorer le contraste sur fond uni :**

La version noire ne doit pas être utilisée sur le fond orange identitaire, le contraste n'étant pas optimal.

- **Négliger la lisibilité sur photographie :**

Il ne faut pas utiliser le logo blanc sur une zone très lumineuse (ciel clair), ni le logo noir sur une zone sombre et texturée (forêt dense).

- **Appliquer la couleur sur image :**

La version orange est exclusivement réservée aux fonds unis et ne doit jamais être superposée à une photographie.

Le logo de Primaire Média est soumis à ces règles strictes. Elles doivent s'appliquer sur l'ensemble des supports de communication pour garantir son intégrité, sa force et sa parfaite lisibilité.

La Palette de Couleurs

HEX	#D8820F
ROUGE	216 R
VERT	130 V
BLEU	15 B

HEX	#FAB70A
ROUGE	255 R
VERT	255 V
BLEU	255 B

HEX	#EBC087
ROUGE	235 R
VERT	192 V
BLEU	135 B

HEX	#FDF8F4
ROUGE	253 R
VERT	248 V
BLEU	244 B

HEX	#FDF8F4
ROUGE	0 R
VERT	0 V
BLEU	0 B

5 couleurs, un ancrage naturel profond

L'identité visuelle de Primaire Média repose sur une palette de couleurs organiques et chaleureuses, directement inspirées par la nature et les paysages des Ardennes. Cet équilibre chromatique a été conçu pour transmettre à la fois le sérieux de la démarche journalistique et la dimension écologique du projet.

- **L'Orange Ocre**

Véritable signature visuelle, cette teinte vibrante évoque la terre nourricière, les feuilles d'automne et l'énergie vitale. Elle attire l'œil sur les éléments clés tout en affirmant un engagement écologique fort et enraciné.

- **L'Orange Ocre léger**

Cette teinte intermédiaire et chaleureuse vient soutenir l'orange principal. Elle apporte de la nuance et de la douceur, rappelant les matières naturelles et brutes, idéale pour les effets de hover sur les liens ou encore les éléments graphiques secondaires.

- **Le Crème :**

Alternative plus douce et naturelle au blanc pur, cette teinte lumineuse repose les yeux. Elle offre un confort de lecture optimal pour les articles longs, rappelant la texture du papier utilisé pour les journaux format papier.

- **Le Blanc & Noir (pur) :**

Indispensables pour garantir l'accessibilité et la lisibilité, le blanc et le noir structurent les compositions. Ils assurent un contraste maximal pour la typographie et apportent la rigueur nécessaires à un média d'information.

LES TYPOGRAPHIES

Titre H1

Titre h2

Titre h3

Titre h4

Paragraphe

Texte léger

Élégance, classicisme et autorité.

Findel est la typographie d'accroche principale de notre communication. Réservée exclusivement aux grands titres (Titre H1), cette police aux pleins et déliés marqués rappelle les codes traditionnels de la presse éditoriale. Elle permet d'asseoir immédiatement l'identité du média et de capter l'attention sur les messages forts.

Clarté, modernité et lisibilité.

Big Shoulders est la typographie de contenu qui vient structurer le reste de notre communication. C'est une police sans empattement condensée qui garantit une lecture fluide et optimale, que ce soit sur une application numérique ou sur un support

Grâce à son utilisation déclinée sur plusieurs niveaux, des sous-titres (Titre h2, h3, h4) jusqu'aux corps de texte (Paragraphe, Texte léger), elle offre une excellente flexibilité pour structurer et hiérarchiser l'information avec rigueur et professionnalisme.

LES REGLES D'OR

Chacun son rôle

Big Shoulders pour tous les éléments, à l'expetion des titres h1 exclusivement réservé à la typographie : Findel

Jouer sur les contrastes de taille

Créer un équilibre dynamique et guider le lecteur

JOURNAUX

Disponible dès maintenant

Commandez votre journal et recevez le demain !

Utiliser les bonnes graisses

Adapter les poids (Bold, Regular) pour une hiérarchie claire des informations

AUCUN texte en Findel

Findel fatigue l'oeil sur la longeur.
Privilégier Big Shoulders pour les textes

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT. MORBI NEC ULTRICIES ELIT, NEC POSUERE NISI. VESTIBULUM ID ENIM CONSEQUAT, DIGNISSIM EST EU, TEMPOR PURUS.

Ne pas mélanger les deux typos dans une même phrase

Garder chaque bloc cohérent
(ex : titre vs texte)

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. **MORBI NEC ULTRICIES ELIT**, nec **POSUERE NISI**. Vestibulum id enim consequat, dignissim est eu, **TEMPOR PURUS**.

L'équilibre visuel

Le choix et l'association de nos deux typographies traduisent parfaitement l'ADN de Primaire Média : un juste équilibre entre l'autorité du journalisme d'investigation et l'accessibilité de notre engagement écologique.

La typographie Findel apporte le caractère, le classicisme et la force éditoriale nécessaires pour marquer les esprits sur nos grands titres. À l'inverse, Big Shoulders garantit la clarté, la modernité et une fluidité de lecture absolue pour le contenu.

Respecter la séparation stricte du rôle de ces deux polices — et ne jamais les mélanger au sein d'un même bloc de texte — est indispensable. Cela permet de ne pas fatiguer l'œil du lecteur tout en assurant une hiérarchie de l'information rigoureuse et professionnelle.