



PRESENTATION DE L'IDENTITE VISUELLE

FOR CLAIRE DUPONT - GOURMET LYONNAIS

BY LORENZO FLORENTY



A PROPOS DU GOURMET LYONNAIS

Le Gourmet Lyonnais, fondé en 2005 au cœur de Lyon, incarne l'alliance parfaite entre l'élégance et l'authenticité. En tant que restaurant gastronomique de prestige, ils se distinguent par leur approche innovante et artistique de la cuisine française traditionnelle, utilisant uniquement des ingrédients de la plus haute qualité. Chaque plat, soigneusement élaboré, est une ode à l'excellence culinaire, offrant aux clients une expérience sensorielle inégalée. Leur engagement à créer une atmosphère chaleureuse et accueillante reflète leur passion pour la gastronomie et leur désir de partager leur art avec les amateurs de cuisine raffinée.

ÉLÉGANCE

AUTHENTICITÉ

PRESTIGE

INNOVATION

TOUT CE QU'IL Y A A SAVOIR

- LE MOOD BOARD
- LE LOGO
- LES TYPOGRAPHIES
- LA PALETTE DE COULEURS
- LES PATTERNS DE LA MARQUE
- LES STYLES PHOTOS
- LES RESEAUX SOCIAUX
- LA MARQUE EN ACTION
- VOS RETOURS COMPTENT





MOOD BOARD

Afin d'avoir une idée du message à véhiculer et de l'ambiance à instaurer, un moodboard a été réalisé en collaboration avec la cliente Claire Dupont. Cet outil nous a permis de mettre en évidence le style, les tonalités ainsi que les formes qui devraient être présents dans le logo ainsi l'identité visuelle finale.

DIRECTION

La direction prise apporte une sensation d'élégance, de qualité, de maîtrise et d'originalité à la marque. L'élégance se traduit bien par la typographie serif en capitale, ainsi que les tons noirs et blancs. La maîtrise ressort avec les ustensiles et outils. Puis viennent la qualité et l'originalité avec la couleur Or Champagne, ainsi que la typographie manuscrite. Tout cela permet de faire ressentir un sentiment de prestige de confiance, et de sophistication.



LE LOGO

LOGO PRINCIPAL

Le Logo principal du restaurant est une version paysage et complète de celui-ci, et est donc la version la plus étendue.

On retrouve une version retravaillée de notre palette initiale de couleur dans les deux coloris Sombre et Clair.

Un mélange entre Icône et Logotype a été préféré pour le logo principal, amenant une reconnaissance accrue de la nouvelle image de la marque.

L'icône est dérivée des Polices utilisées dans le Logotype amenant alors une harmonie naturelle entre les deux.

Emphase sur le gourmet dans une police serif en capitale pour inspirer la maîtrise ainsi que l'élégance du restaurant.

Lettres G, R, et E personnalisées afin de coller au style du logo, et affirmer l'impression de hauteur des lettres

Cette petite forme rappelle une toque de chef et sert aussi d'ornement au G qui lui-même à la forme d'une cloche de cuisine



Un Insigne dont le G renversé est une cloche de cuisine et un verre à Martini. Le L, lui, rappelle la forme d'un couteau de cuisine.

GOURMET *Lyonnais*
L'art de la gastronomie

Une Police d'écriture style signature, offrant un rappel au terme "Signature", mettant alors l'emphase sur l'originalité et l'innovation

NOTES

Le Logo principal en couleur existe en deux variantes "Sombres" et "Claires" pour s'adapter à la plupart des arrière plans.

Il peut être utilisé seul ou sur de grands espaces afin de rester bien lisible et compréhensible.

Son but est d'informer sur la marque et de permettre de la reconnaître efficacement à terme par son nom et son visuel.



GOURMET *Lyonnais*
L'art de la gastronomie

LOGOTYPE

Le Logotype servira de logo secondaire à la marque. C'est une version condensée du premier logo où le nom de la marque et les éléments marquants restent lisibles et visibles.

Tous les éléments importants du logo principal sont repris pour une cohésion et une reconnaissance optimale.

Lyonnais et Gourmet sont de la même taille pour ramener ce sentiment d'équilibre et de maîtrise.

NOTES

Le Logo secondaire est un Logotype compacte disponible aussi dans les variantes "Sombres" et "Claires".

Son utilisation sera préférée sur des espace moins étendues avec le nom de la marque. Il peut être accompagné du pattern de la marque.

Son but est de donner de la visibilité au nom de la marque en reprenant ses caractéristiques principales.

Le G personnalisé du logotype a la même forme de cloche que celui de l'icône de la marque

GOURMET
Lyonnais

Le L est de la même forme que celui de l'icône de la marque

Les mots Gourmet et Lyonnais sont maintenant l'un au dessus de l'autre

GOURMET
Lyonnais

ICONE

L'icône est la version la plus minimaliste du Logo. Elle est donc celle qui représente implicitement la marque avec une forme mémorable et unique.

L'icône présentée utilise de nombreux symboles liés à la cuisine et plus particulièrement à la gastronomie, et ce de façon subtile, sobre et minimaliste pour coller à l'image haut de gamme de la marque.

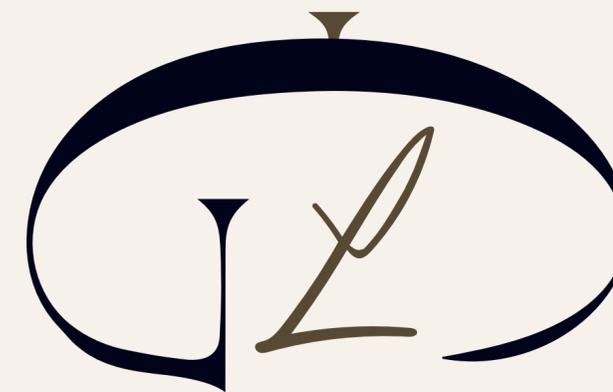
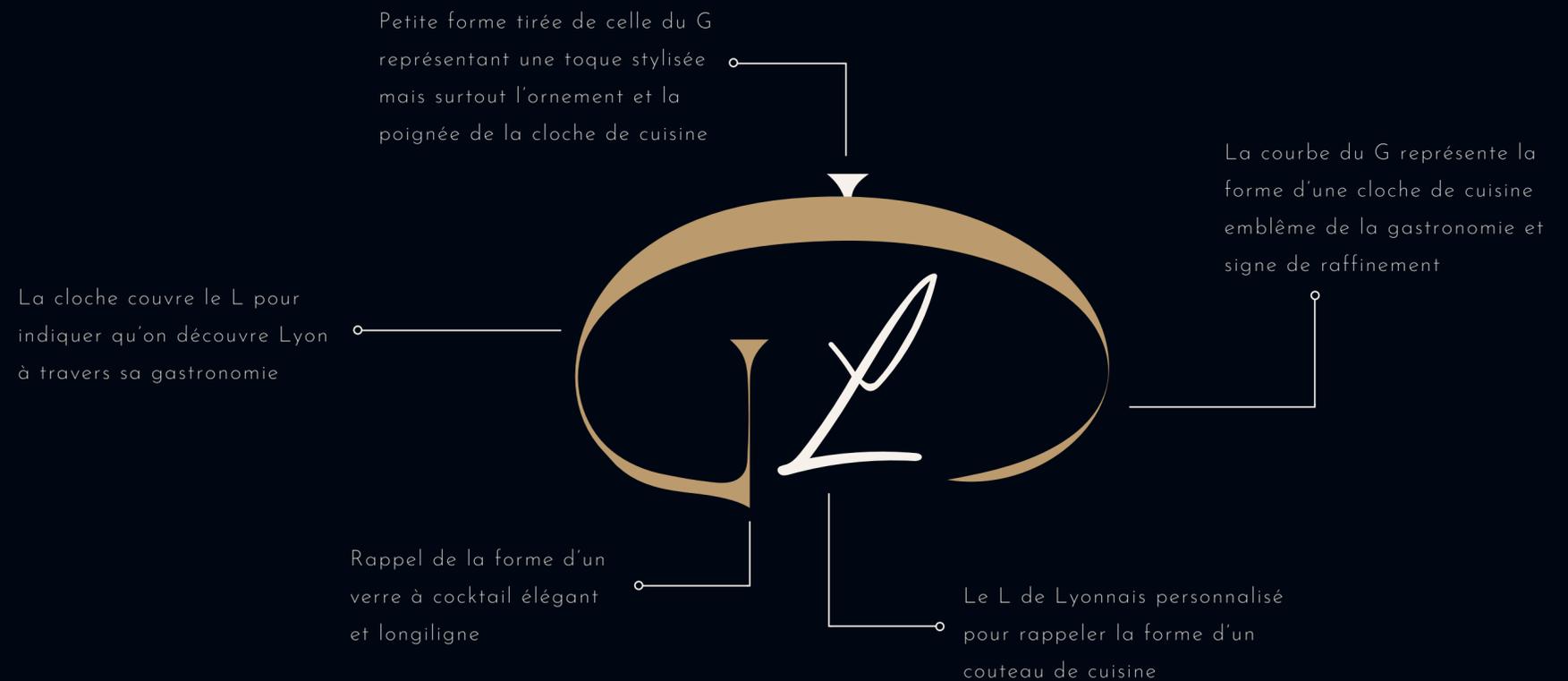
Il raconte aussi une histoire. La cloche qui recouvre le L de Lyonnais nous dit que le restaurant permet la découverte de Lyon à travers ses plats.

NOTES

L'icône est une version simple et minimaliste du logo disponible aussi dans les variantes "Sombres" et "Claires".

Il sera utilisé sur des surfaces très restreintes, dans les patterns, pour représenter un site ou une application ou encore pour faire un rappel subtil à la marque.

Son but est de représenter la marque même dans les détails sans avoir à la nommer.



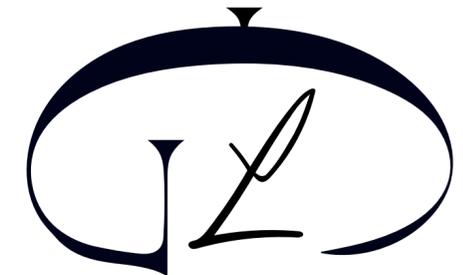
VERSIONS MONOCHROMES



GOURMET
Lyonnais



GOURMET
Lyonnais





VOTRE
TYPOGRAPHIE

VOS TITRES

Vos Titres Secondaire

Vos paragraphes et textes

LES POLICES UTILISEES

Plusieurs polices ont été sélectionnées pour refléter l'élégance et le prestige du Gourmet Lyonnais.

Gramon Mini Edition, utilisée comme police principale et dans le logo, apporte style et sophistication, idéale pour les titres et les éléments de marque.

Bastiken, une serif moderne et distinctive, ajoute une touche luxueuse, parfaite pour les supports visuels de haute qualité.

Josefin Sans a été choisie pour les paragraphes et les textes longs, offrant une lisibilité exceptionnelle.

Enfin, High Summit, une police signature élégante, apporte une note personnelle et raffinée, utilisée dans le logotype et certains titres ou sous-titres.

LA POLICE PRINCIPALE

La police principale est votre typographie de référence et donc celle qui reflétera votre image de marque et aidera à sa reconnaissance

Gramon Mini Edition

La Police Secondaire

La police secondaire est complémentaire à votre police principale tout en reflétant l'identité de votre marque

Bastiken

La Police de Soutien

La police de soutien fonctionne bien avec vos autres typographies. Elle est là pour les accompagner au besoin (longs textes, espace réduit, etc ...)

Josefin Sans

Informations :

La Gramon Mini Edition est une police élégante et raffinée, incarnant parfaitement le style et le prestige du Gourmet Lyonnais avec ses proportions harmonieuses et son allure moderne

Informations :

La Bastiken est une police serif moderne qui se distingue. Elle ajoute une touche unique et luxueuse, idéale pour refléter l'élégance et le prestige du Gourmet Lyonnais.

Informations :

La Josefin Sans est une police sans-serif géométrique et épurée, offrant une lisibilité exceptionnelle, complétant parfaitement l'élégance du Gourmet Lyonnais.

Complémentaire :

La Police de Soutien

High Summit

High Summit est une police signature élégante, qui enrichit notre logotype par ses caractéristiques distinctives. Elle ajoute une touche personnelle et sophistiquée, en harmonie avec la police principale.

UTILISATION DES POLICES

Les choix typographiques pour le Gourmet Lyonnais ont été méticuleusement sélectionnés pour créer une harmonie visuelle. La hiérarchie des tailles de polices suit le ratio d'or (Golden ratio), guidant naturellement l'œil.

Gramon Mini Edition est utilisée pour les titres principaux, en majuscules et avec une graisse significative, attirant l'attention et ajoutant une élégance distinctive.

Les titres secondaires utilisent Bastiken, créant une transition visuelle fluide entre les styles typographiques.

Pour les textes, Josefin Sans est utilisée en différentes graisses légères, offrant une lisibilité exceptionnelle et maintenant une hiérarchie claire.

High Summit est utilisé beaucoup plus rarement, en complément des titres principaux.

Ces choix typographiques assurent une identité visuelle cohérente, élégante, reconnaissable et très lisible.

HEADING 1 _____ 215 pts / 18 rem - Gramon Mini Edition

HEADING 2 _____ 133 pts / 11.089 rem - Gramon Mini Edition

Heading 3 _____ 82 pts / 6.854 rem - Bastiken

Heading 4 _____ 51 pts / 4.236 rem - Bastiken

Large _____ 31.5 pts / 2.618 rem - Josefin Sans Light

Medium _____ 20 pts / 1.618 rem - Josefin Sans Extra Light

Small _____ 12 pts / 1 rem - Josefin Sans Extra Light

X-Small _____ 7.5 pts / 0.618 rem - Josefin Sans Extra Light



LA PALETTE DE COULEURS

LES COULEURS DE LA MARQUE

Les couleurs de la marque sont aussi importantes que le logo. Elles permettent de reconnaître l'enseigne instantanément.

Les tons dominants sont le doré, le blanc et le bleu foncé, reflétant l'image élégante, authentique, raffinée et chic de l'enseigne, inspirés des armoiries de Lyon.

L'accent est mis sur l'élégance pour évoquer prestige et excellence. Le Bistre avec ses teintes marrons apporte l'authenticité, l'Or Champagne le luxe, et le blanc la pureté de l'innovation.



Or Champagne

Symbole de richesse et d'élégance, elle contraste bien le bleu nuit en lui apportant de l'éclat



Bistre

Variante plus claire de l'or champagne, elle apporte une touche authentique et sérieuse tout en élégance



Bleu Nuit

Empruntant au noir son image très sobre et élégante, sa teinte bleutée lui confère de la profondeur.



Ivoire

Couleur alliant pureté et raffinement. Elle ramène un côté chic, tout en apportant de la chaleur au Bleu Nuit

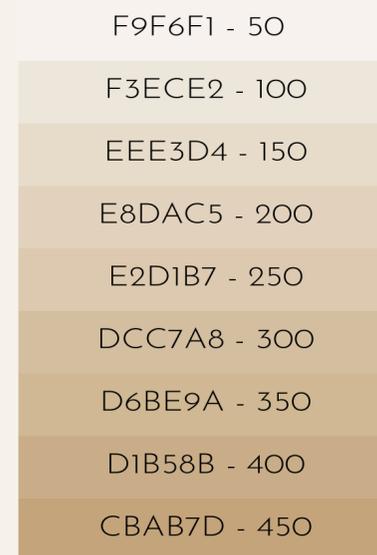
LES NUANCES, TONS ET TEINTES

La palette de couleurs du Gourmet Lyonnais est conçue pour offrir une flexibilité maximale tout en maintenant une identité visuelle cohérente.

Le Bistre et l'Ivoire sont des nuances de l'Or Champagne, assurant une uniformité des couleurs.

Le Bleu Nuit, dérivé de la couleur complémentaire de l'Or Champagne, offre un contraste optimal.

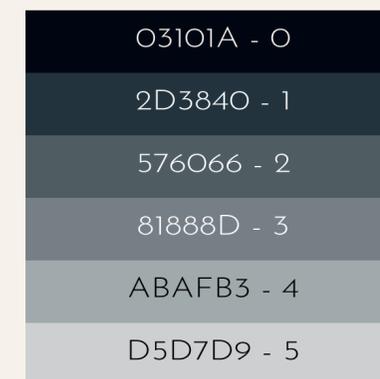
Ces variations peuvent être utilisées sur différents supports pour accompagner les visuels de la marque, garantissant une identité forte et reconnaissable, capable de s'adapter à divers contextes tout en reflétant la personnalité du Gourmet Lyonnais.



TEINTES



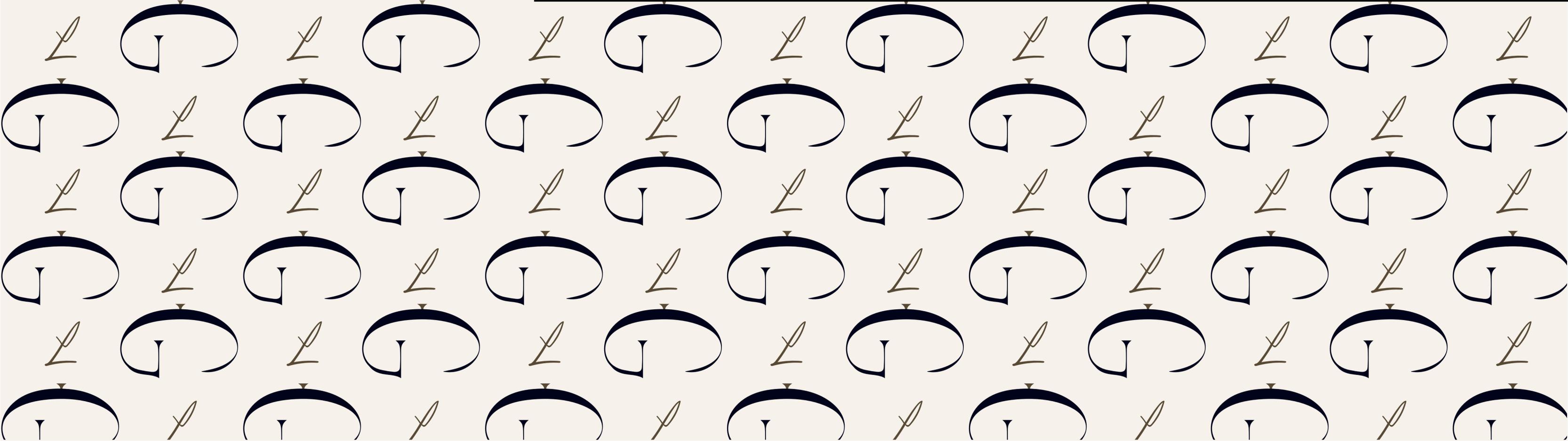
NUANCES



TONS DE GRIS



LES PATTERNS



LE PATTERNS DE LA MARQUE

Le pattern d'une marque est un élément complétant et renforçant l'identité visuelle de la marque.

Elle se compose de motif ou illustration, répétées en continu, se rapportant fortement à l'image de la marque. Dans le contexte d'une marque luxueuse et raffinée, elle démontre une attention particulière aux détails.

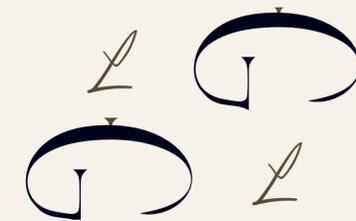
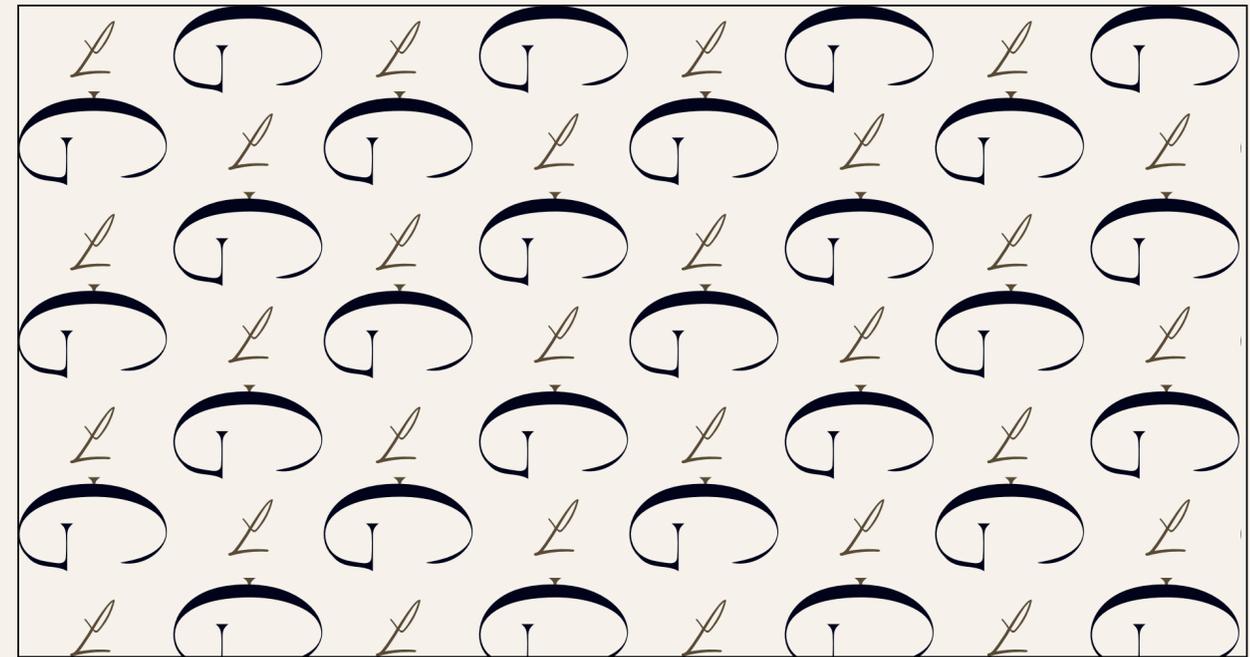
Pour finir, leur utilisation permet une reconnaissance de la marque à travers les différents media de communication.

USAGES

Les patterns réalisés doivent être utilisés subtilement et avec parcimonies dans des contextes précis.

Il doivent mettre en avant la marque là où elle manque de présence sans pour cela surcharger le medium.

Une utilisation avec opacité réduite sera fortement recommandée dans la plupart des contextes. Des zones réduites seront elles aussi préférées



Le pattern est composé du G en forme de cloche et du L en forme de couteau. Pour un fort rappel à la marque et à la cuisine.

Leur organisation rangée et alignée évoquent une rigueur et une maîtrise innée au milieu de la gastronomie.



LE STYLE
PHOTOGRAPHIQUE





LE STYLE DE PHOTOGRAPHIES

Inclure des photos dans vos visuels permettra d'ajouter une touche finale à votre identité.

Pour cela des directives sont fournies afin de garder de la cohérence, et créer une bonne cohésion avec le reste de votre identité visuelle.

Vos photos devront allier élégance, authenticité, luxe et sobriété. De plus un fort accent devra être mis sur ces visuels dans le contexte d'une marque haut de gamme comme Gourmet Lyonnais.

Gardez en tête la palette de couleur pour ajouter vos photos également. Le doré le noir, le blanc et le bleu sont recommandées, sans s'y restreindre.

Respecter ce style bien défini vous aidera à être reconnaissable même à travers vos photos.

ÉLÉGANCE

AUTHENTICITÉ

LUXE

SOBRIÉTÉ

Vos réseaux sociaux seront alimentés en majorité par vos photographies et vidéos. Ils devront alors suivre les mêmes principes.

Utilisez votre insigne comme photo de profil afin de vous distinguer et qu'il soit reconnu. La version claire avec fond Bleu Nuit sera plus marquante et aidera à la reconnaissance.

Des textes très simples sobres et descriptifs avec peu ou pas de hashtags accompagneront les photos afin de les mettre en avant.

Un certain rythme de publication pourra être respecté pour une meilleure cohérence dans le feed avec des publications plus démonstratives.

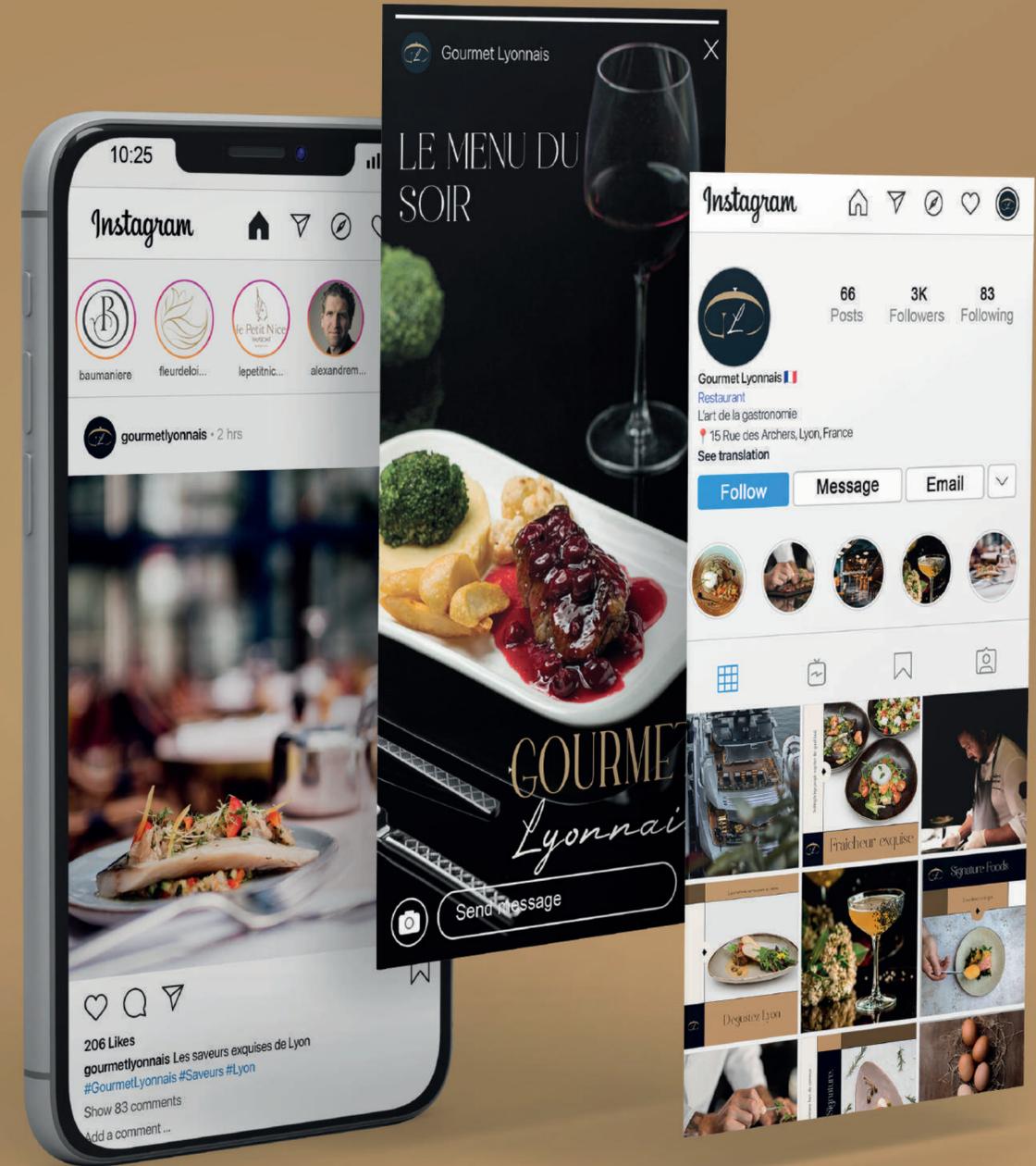
ÉLÉGANCE

AUTHENTICITÉ

LUXE

SOBRIÉTÉ

LES RESEAUX SOCIAUX



Exemples du Feed, d'une Story et d'une Publication Instagram

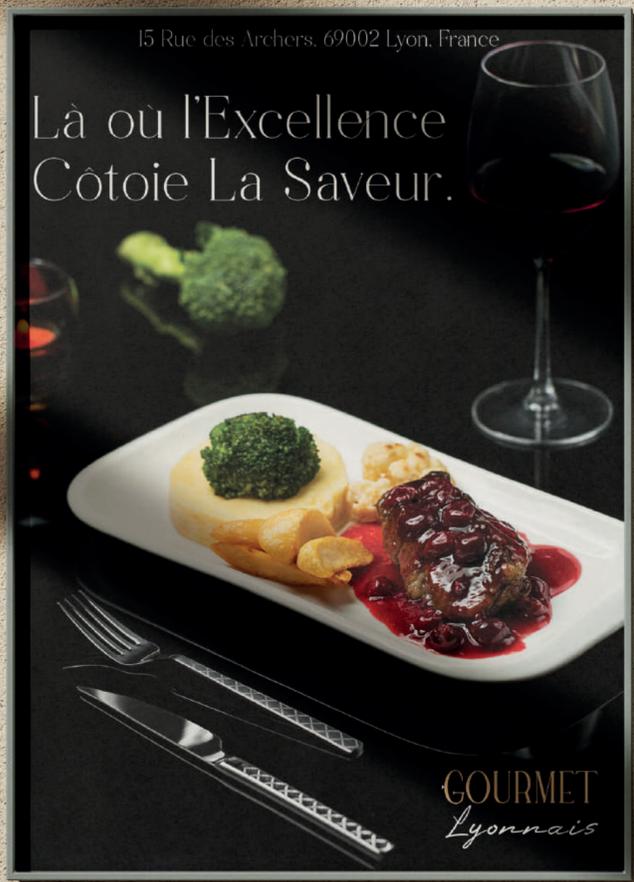


VOTRE MARQUE
EN ACTION





GOURMET *Lyonnais*
L'art de la gastronomie



MENU

ENTREES

- Déllice de Foie Gras - 35
Foie gras de canard, chutney de figues, pain brioche grillé
- Velouté de Champignons Truffé - 28
Champignons de saison, crème fraîche, huile de truffe

PLATS PRINCIPAUX

- Filet de Bœuf à la Lyonnaise - 55
Filet de bœuf, sauce au vin rouge, gratin dauphinois, légumes de saison
- Lotte à l'Armoricaine - 48
Champignons de saison, crème fraîche, huile de truffe
- Risotto de Champignons Sauvages - 42
Riz Arborio, champignons des bois, parmesan, huile de truffe

DESSERT DU JOUR

- Soufflé au Grand Marnier - 18
Soufflé léger, parfumé au Grand Marnier, sauce à l'orange

**Pour toutes demandes de plats originels ou sur mesure veuillez vous adresser au chef

ALCOOL

VINS ROUGES

- Château Margaux 2015 - 450
• Bordeaux, France
• Saveurs de cassis, cèdre, et tabac
- Domaine la Romanée-Conti 2016 - 1200
• Bourgogne, France
• Notes de cerise noire, épices, et sous-bois

VINS BLANCS

- Château d'Yquem 2010 - 350
• Sauternes, France
• Notes de miel, abricot, et vanille
- Domaine Leflaive Puligny 2017 - 250
• Bourgogne, France
• Arômes de fruits à chair blanche, beurre, et noisette

CHAMPAGNES

- Dom Pérignon Vintage 2008 - 300
• Champagne, France
• Bulles fines, arômes de brioche, agrumes, et amande

SPIRITUEUX

- Cognac Louis XIII - 500
• Cognac, France
• Notes de figue, miel, tabac, et épices
- Rhum J.M Millesime 2004 - 70
• Cognac, France
• Notes de figue, miel, tabac, et épices

**Pour toutes demandes spéciales ou conseils adressez-vous au Maître de Cave

GOURMET
Lyonnais

#699197
TABLE RESERVEE

7

Gabriel & Jade

#699197
RESERVEE

DURAND Gabriel
MOREAU Jade

GOURMET
Lyonnais

24.06.2024