Charte graphique

Sœurette

Emma BARRAUD

Sommaire

1. Présentation de l’entreprise
2. Le logo
3. Les codes couleur
4. La typographie
5. Règles d’utilisation du logo
6. Interdis du logo
7. Application de la charte graphique

Présentation de l’entreprise

Chez Sœurette, nous avons créé une boutique indépendante de prêt-à-porter féminin. Nous vendons principalement des vêtements pour femmes, ainsi que quelques accessoires de mode. Notre gamme va de l’article le plus basique au plus extravagant. Nous avons voulu que notre boutique s’adresse à toutes celles qui cherchent des pièces tendance, originales, uniques et faciles à porter et accessibles, tout en gardant une attention particulière à la qualité et au style.

Sœurette est née en janvier 2026, dans le quartier République à Dijon, de notre projet commun, avec ma sœur Solène. Depuis toujours, nous sommes passionnées de mode et nous avions envie de créer un lieu qui nous ressemble vraiment. Notre boutique est une petite entreprise indépendante, une SARL, cequi nous protège tout en nous permettant de gérer nous-mêmes chaque aspect de notre activité.

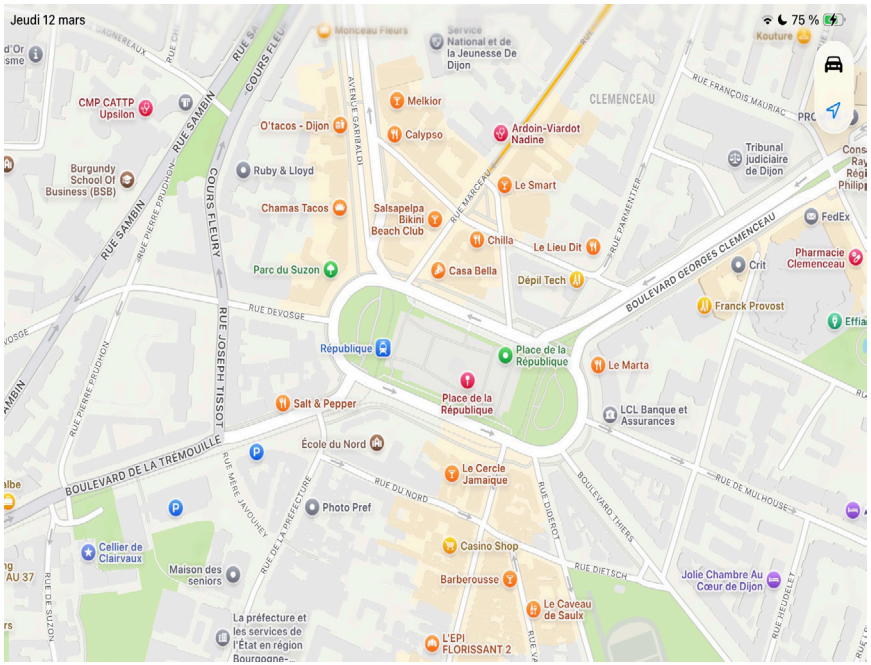


Emma
Fondatrice



Solène
Co-Fondatrice

Le choix de l’emplacement n’a pas été un hasard : le quartier République estnon seulement dynamique et attractif, mais c’est aussi l’endroit où nous avons grandi.





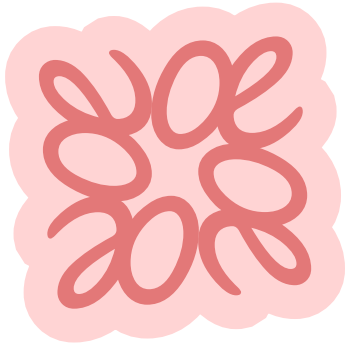
Notre développement repose principalement sur une clientèle féminine de 20 à 60 ans, de classe moyenne, plutôt locale et fidèle, mais nous accueillons aussi des clientes de passage.

Ce qui nous distingue, c’est notre identité familiale, chaleureuse et humaine. Alors que certaines boutiques misent uniquement sur leur image en ligne, nous préférons créer une vraie relation avec nos clientes, basée sur l’écoute, le conseil et la proximité. Nous les accompagnons dans leurs choix pour qu’elles se sentent uniques et en confiance.

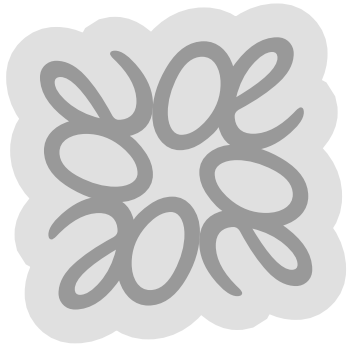
Sœurette se démarque aussi par notre sélection de pièces plus intimes et authentiques.
Contrairement à certaines boutiques qui proposent de grandes quantités de vêtements, nous choisissons chaque pièce avec soin, pour que nos clientes puissent porter quelquechose de différent, d’unique qui leur ressemble vraiment

Le logo

Version principale du logo



Déclinaison en noir et blanc



Sœurette

Le nom Sœurette fonctionne donc comme un signe affectif plutôt que comme signe commercial.
Il ne renvoie ni à la performance ni à la vente ni à la consommation, ni à la mode industrielle. Mais plutôt à la relation, le lien humain, la famille, la proximité, l'intimité, la confiance et l'émotion.

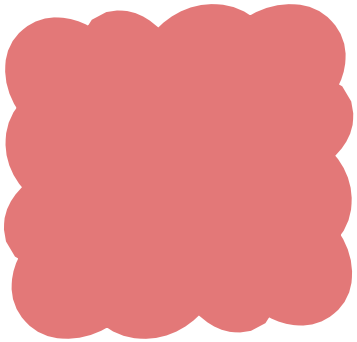
La présence du caractère « œ » est très intéressante et montre le côté familial de la marque, il représente la relation entre deux sœurs.

La typographie du logo est entourée d'une forme aux bords arrondis qui évoque la douceur et la chaleur. Cette forme enveloppe le mot et renforce l'idée de proximité et de bienveillance portée par la marque. Elle traduit visuellement un univers rassurant et suggère une relation simple et complice entre la vendeuse et la cliente, inspirée d'un esprit familial basé sur la confiance.
Envoyé de mon iPad

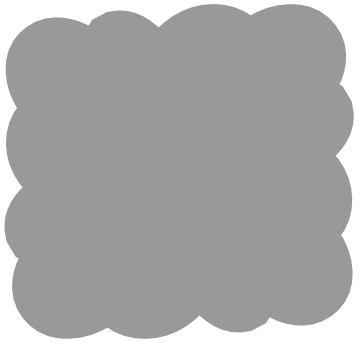
Les codes couleurs

RVB : 255 212 212
CMJN : 0 24 12 0
Pantone : 705 C
Hexadécimal : #ffd4d4

RVB : 224 224 224
CMJN : 15 10 11 0
Pantone : cool gray 1 C
Hexadécimal : #e0e0e0



RVB : 227 120 120
CMJN : 7 64 43 0
Pantone : 1775 C
Hexadécimal : #e37878



RVB : 153 153 153
CMJN : 41 32 32 11
Pantone : cool gray 6 C
Hexadécimal : #999999

La Typographie

Segoe Print Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T
U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w
x y z
0123456789

Open Sans Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

League Spartan

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W
X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

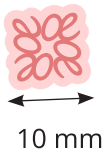
Logo

TITRE

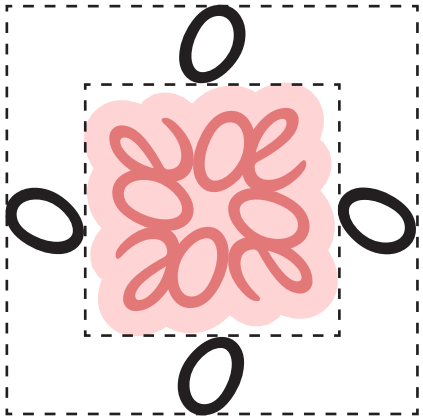
Paragraphe

Règles d’utilisation du logo

Taille minimale :

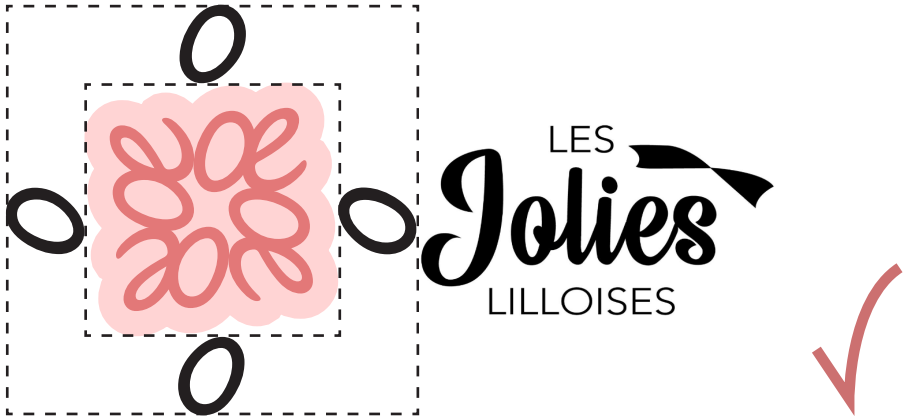


Espace vital :

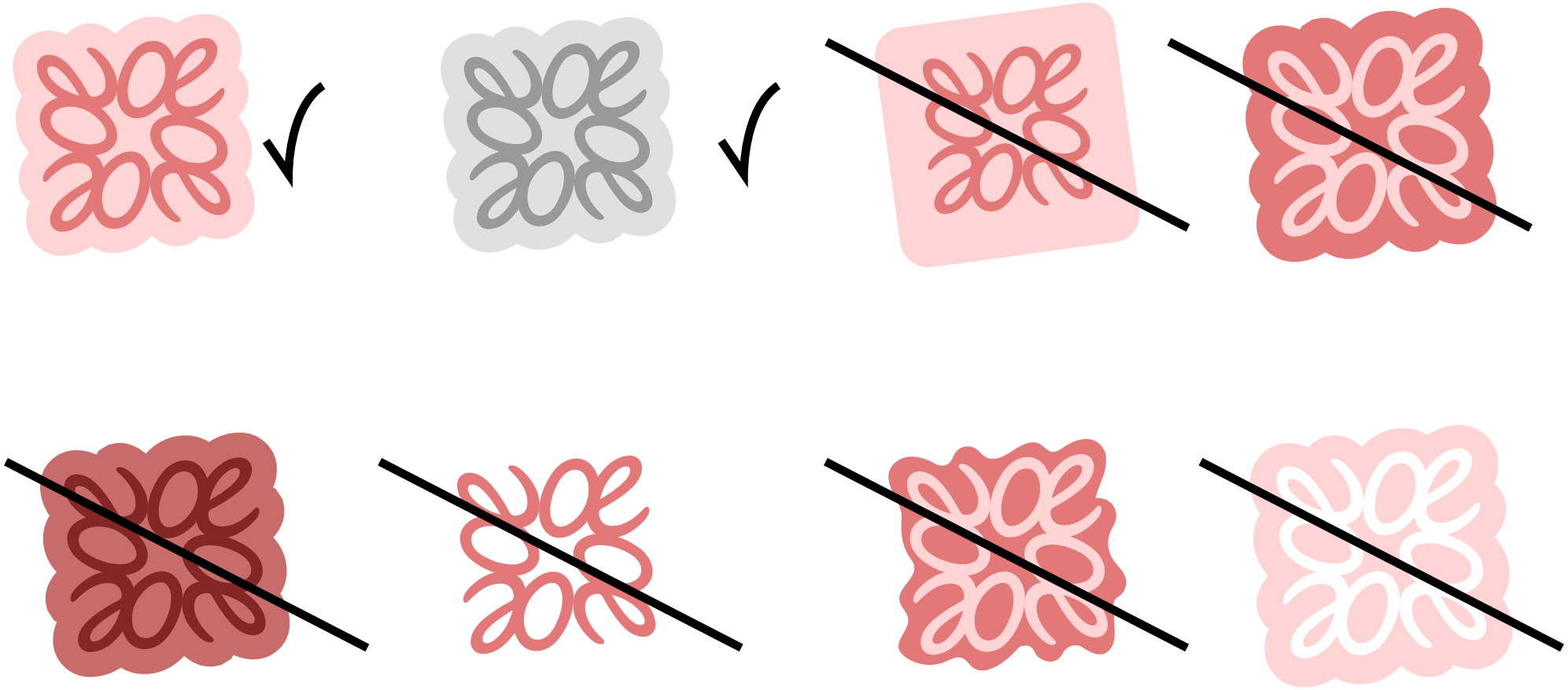


Nous avons établi des règles précises concernant la zone de protection autour de notre logo :
Un espace réservé dans lequel aucun élément graphique ne doit s’y insérer. Tous les éléments visuels doivent respecter les marges définies autour du logo.



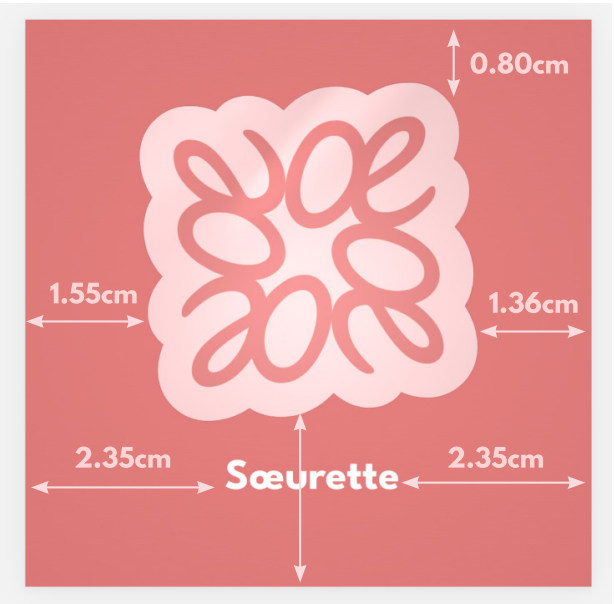


Interdits du logo



Application de la charte

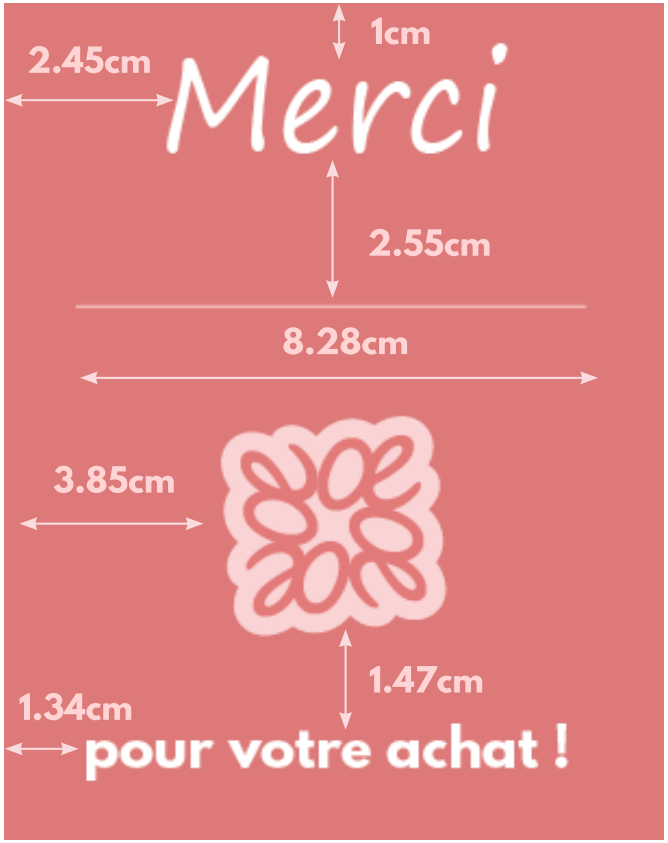
Carte de visite :

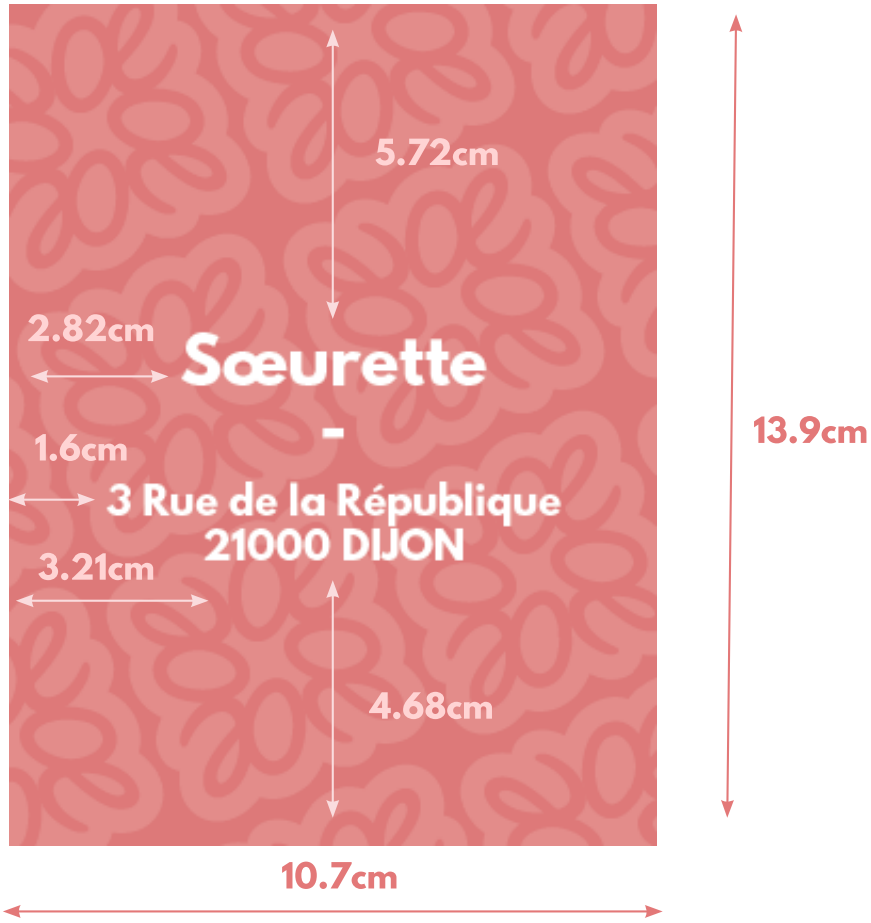




La carte de visite adopte un format carré avec une texture naturelle et un design épuré. Au recto, le logo est mis en valeur grâce à un vernis sélectif. Au verso, les coordonnées sont centrées et présentées de manière claire et lisible.

Carte correspondance :





La carte de correspondance adopte un format rectangulaire avec une texture naturelle et un design épuré. Au recto, le logo est mis en valeur grâce à un vernis sélectif. Au verso, les coordonnées sont centrées et présentées de manière claire et lisible. En fond, le logo est repris sous forme de motif.

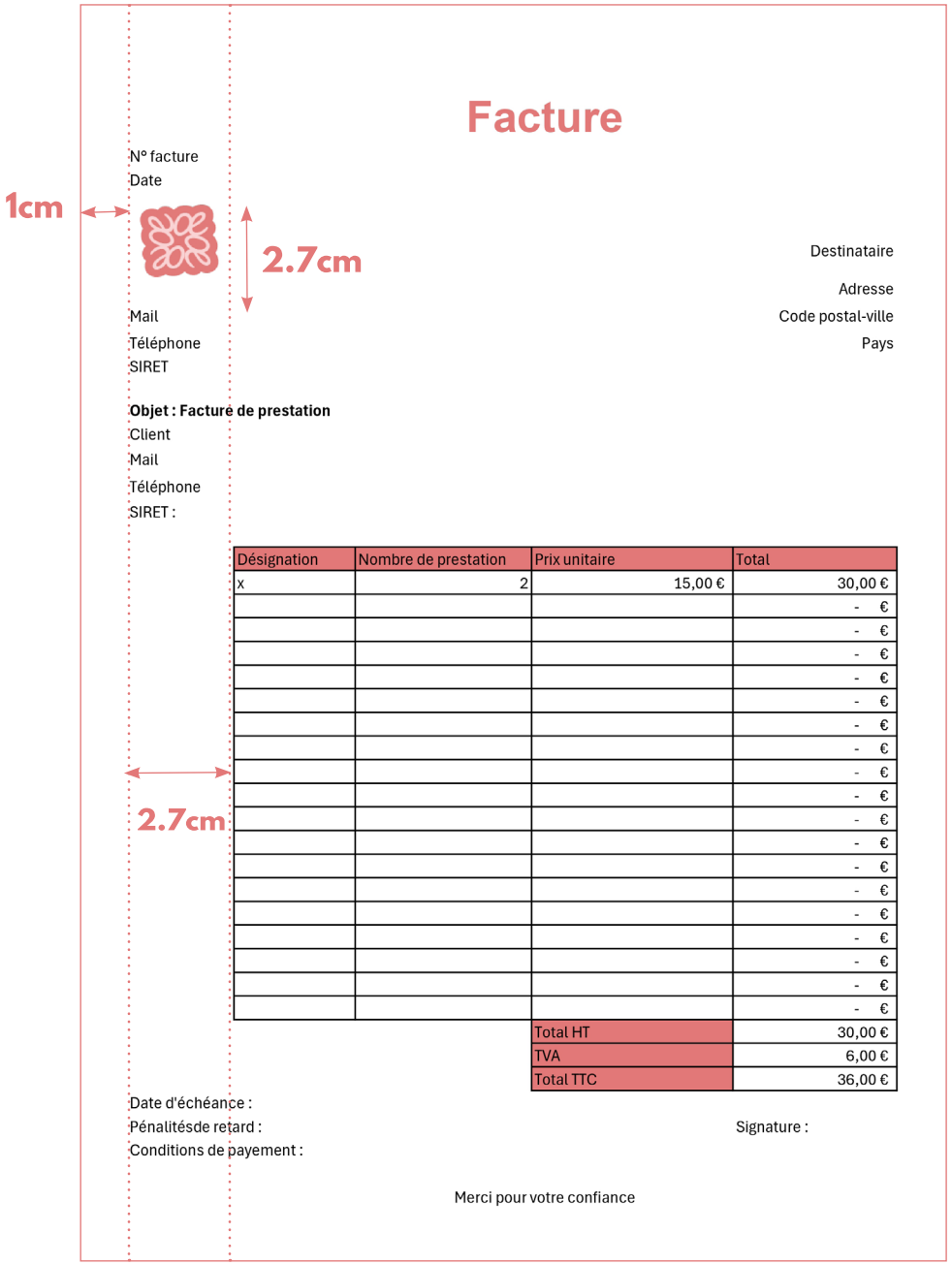
Modèle de facture :

La facture reprend le même esprit que le devis pour garder une cohérence visuelle et une continuité dans l'expérience client.

Elle présente de manière claire les prestations réalisées ainsi que les montants associés. Tout est organisé pour être lisible rapidement, avec un tableau structuré et des totaux bien visibles.

Les informations importantes sont intégrées de façon discrète mais accessible, sans alourdir le document.

Le ton reste professionnel, tout en étant simple et direct, avec une petite touche humaine pour maintenir une relation de confiance avec le client.



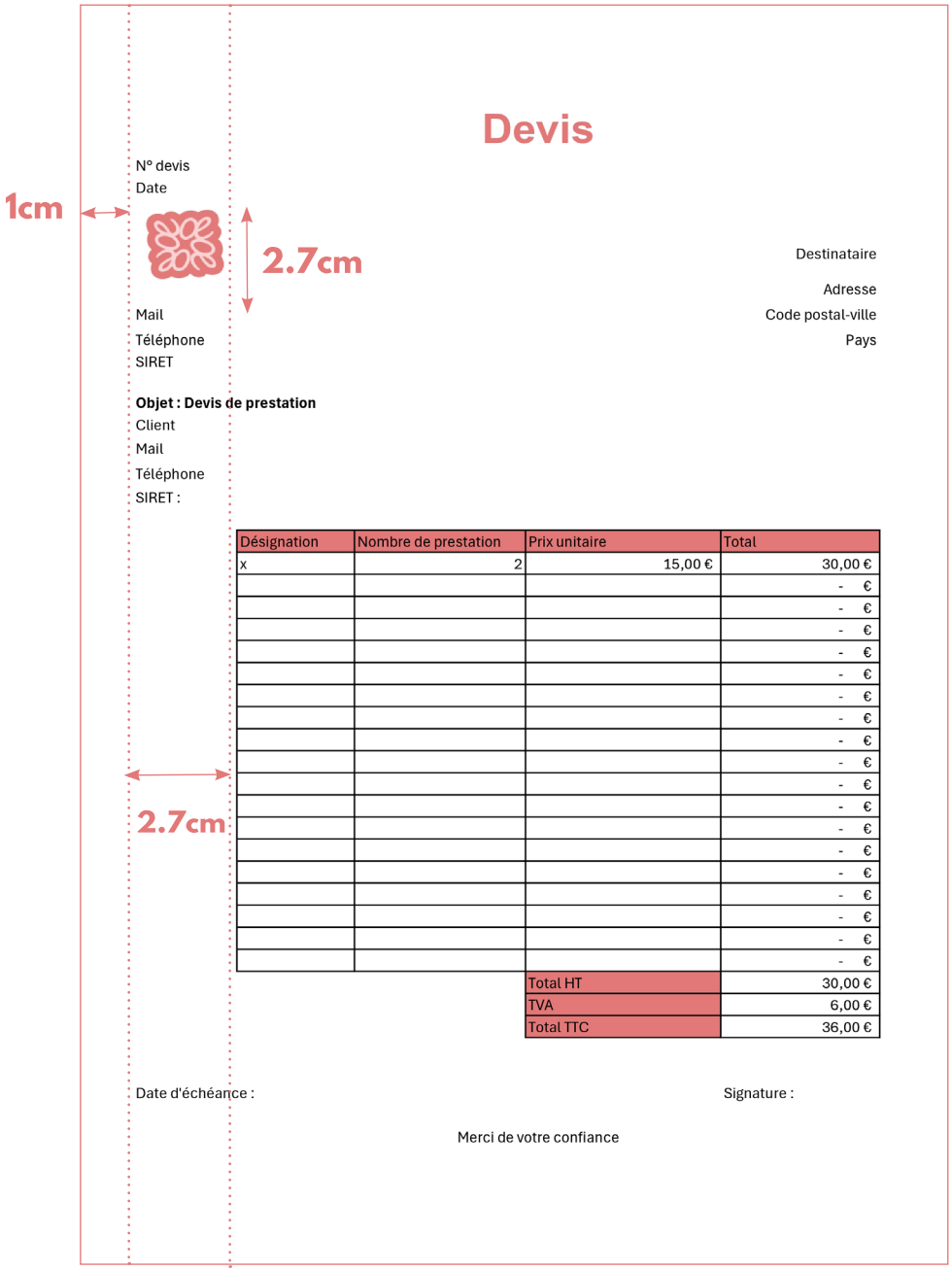
Modèle de devis :

Le devis a été pensé pour être simple, clair et agréable à lire. Il permet au client de comprendre rapidement ce qui est proposé, sans se perdre dans des informations inutiles.

On y retrouve toutes les informations essentielles : les coordonnées, les détails des prestations et les tarifs, présentés de façon structurée. Le tableau central facilite la lecture avec un bon alignement des éléments, pour que chaque ligne soit compréhensible en un coup d'œil.

Le total est mis en avant pour que le client identifie immédiatement le montant global. Une zone de signature est également prévue pour valider facilement l'accord.

L'objectif est de proposer un document professionnel, tout en restant accessible et fluide, en cohérence avec l'image de la marque.



Devis

N° devis
Date

Destinataire
Adresse
Code postal-ville
Pays

Mail
Téléphone
SIRET

Objet : Devis de prestation

Client
Mail
Téléphone
SIRET :

Désignation	Nombre de prestation	Prix unitaire	Total
x	2	15,00 €	30,00 €
			- €
			- €
			- €
			- €
			- €
			- €
			- €
			- €
			- €
			- €
			- €
			- €
			- €
			- €
			- €
			- €
			- €
			- €
		Total HT	30,00 €
		TVA	6,00 €
		Total TTC	36,00 €

Date d'échéance :

Signature :

Merci de votre confiance

Mockups :

Carte de remerciements



Carte de visite



Étiquette de vêtements



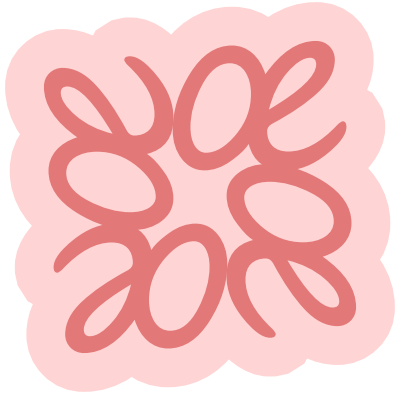
Devanture de magasin



Sac d’achat







Emma BARRAUD