

Workshop

Identité visuelle & packaging

Bénin Agro Trans

Tonisu GBOHAYIDA

Bénin Agro Trans

est une entreprise de transformation et de distribution de produits alimentaires et actuellement le poisson fumé.

Ses valeurs : L'écologie, équité, solidarité

Positionnement : Produit de haute gamme (par rapport à la production rurale habituelle) - production locale béninoise

Cibles : Classe moyenne et plus - responsable de foyer (mère jeunes couples, célibataires indépendants)

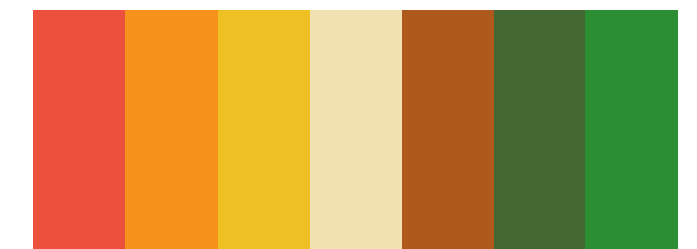
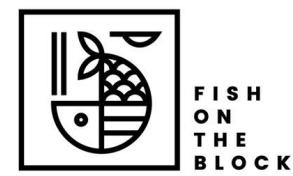
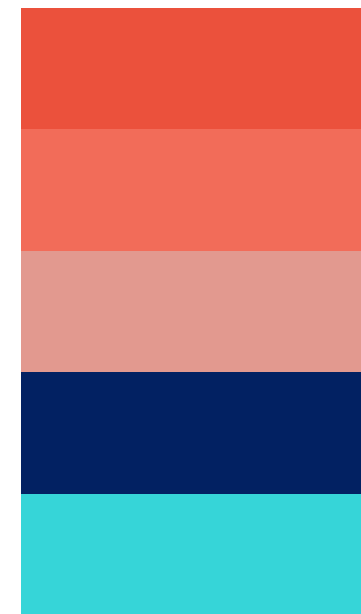
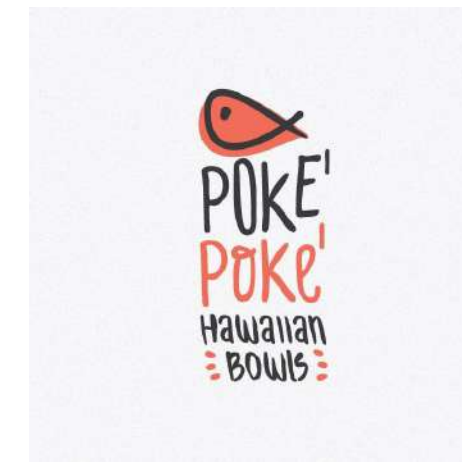


Critique de l'identité existante :

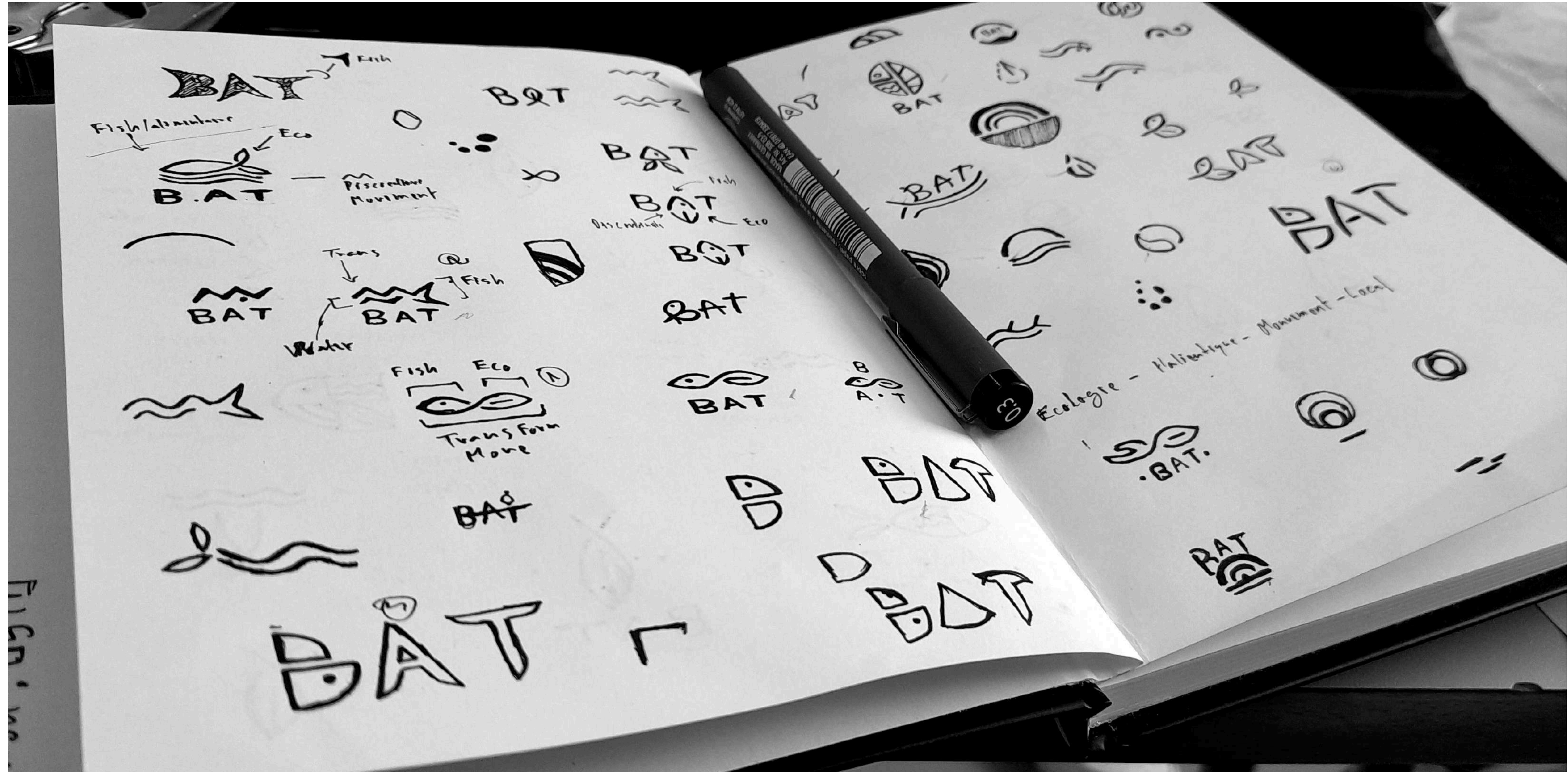
- Logo non responsive : polyvalence du logo, détachement entre le naming et l'icône
- Surcharge visuelle : dégradé, détails de l'illustration du poisson
- Surcharge colorimétrique
- Couleur non adapté à la personnalité de la marque
- Concept non original : poisson
- Packaging standard et en décalage avec le logo
- Absence de cohérence visuelle : couleurs, typographies, formes etc



Moodboards



Sketches

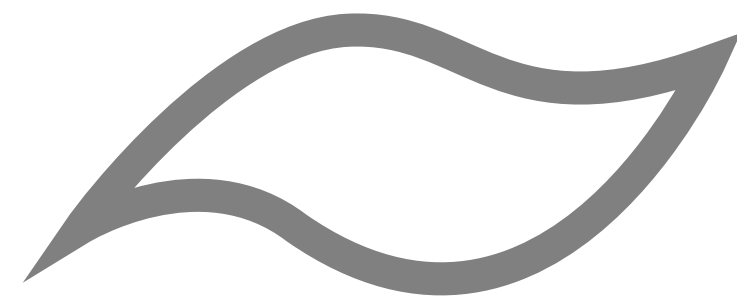


Propositions

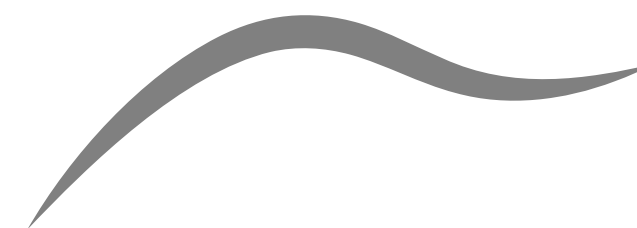


Concept final

BA**T**
B é n i n A g r o T r a n s



Nature et écologie



Mouvement et transformation

Charte graphique



Sommaire

I- Logotype

- 1-1 Présentation du logo
- 1-2 Déclinaisons du logo

II - Couleur

- 2-1 Palette de couleur
- 2-2 Usage des Fonds

III - Typographie

- 3-1 Police principale
- 3-2 Polices secondaires

V- Usages du logo

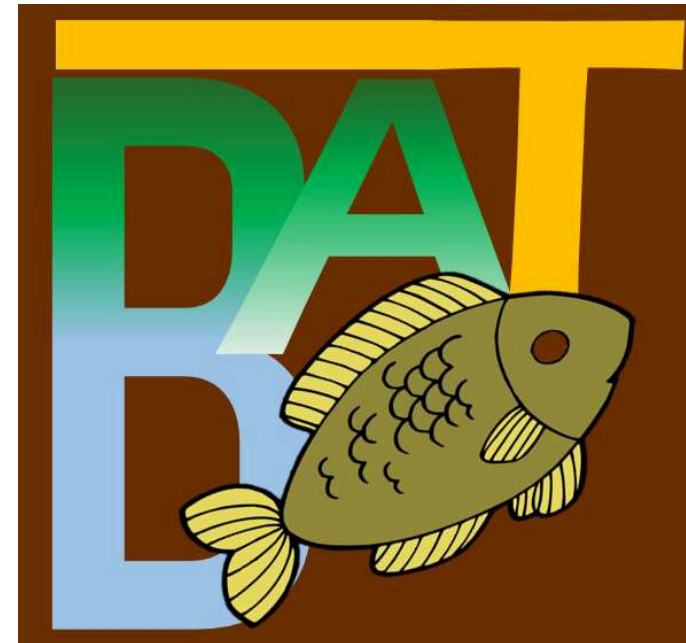
- 4-1 Interdits
- 4-2 Meilleurs usages

VI- Applications

- 5-1 Patterns
- 5-2 Papeterie
- 5-3 Packaging



Avant



Après



Thanks
For discovering

Identité visuelle_Bénin AgroTrans

Tonisu GBOHAYIDA