

SOLVER. Brandbook

Logo	3
Couleurs	10
Typographie	13
Photographie	17
Cas d'utilisation	22

Logo

Logo principal

Le logo est basé sur la police D-DIN, communiquant le caractère technique de la marque, ainsi que la simplicité et la fonctionnalité de ses solutions.

Utilisez cette version par défaut sur les arrière-plans clairs, partout où les couleurs complètes de la marque peuvent être appliquées.

The logo consists of the word "SOLVER" in a bold, black, sans-serif typeface. The period at the end is a solid orange circle.

Logo Inversé

Utilisez cette version sur des fonds sombres afin de garantir la cohérence des couleurs de la marque.

The image shows the word "SOLVER." in a bold, white, sans-serif typeface. The period at the end is represented by a solid orange circle. The text is centered horizontally against a dark, solid background.

Logo Monochrome (noir)

Utilisez cette version sur des fonds clairs, dans des supports monochromes ou partout où l'utilisation des couleurs est limitée.

SOLVER.

Logo Monochrome (blanc)

Utilisez cette version sur des fonds sombres, dans des supports monochromes ou partout où l'utilisation des couleurs est limitée.

The word "SOLVER." is written in a bold, white, sans-serif font against a dark, solid background. The letters are evenly spaced, and the period at the end is a standard size.The word "SOLVER." is written in a bold, white, sans-serif font against a solid orange background. The letters are evenly spaced, and the period at the end is a standard size.

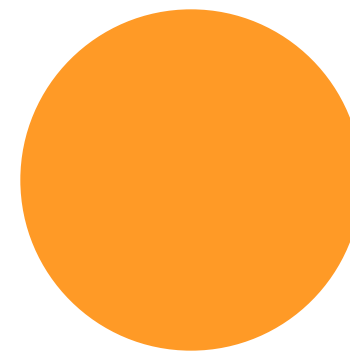
Zone de protection

Le logo doit toujours être entouré d'une zone de protection suffisante. Ses dimensions sont définies par la hauteur de la lettre « R », comme illustré ci-dessous.



Symbole de la marque

Le point fait partie intégrante du logo et peut être utilisé comme élément graphique autonome de la marque. Il doit toujours être représenté en orange.



Couleurs

Palette de couleurs

Une combinaison très contrastée de noir, de blanc et de gris neutres, complétée par une couleur d'accentuation orange

R255 G255 B255
C0 M0 Y0 K0
#FFFFFF

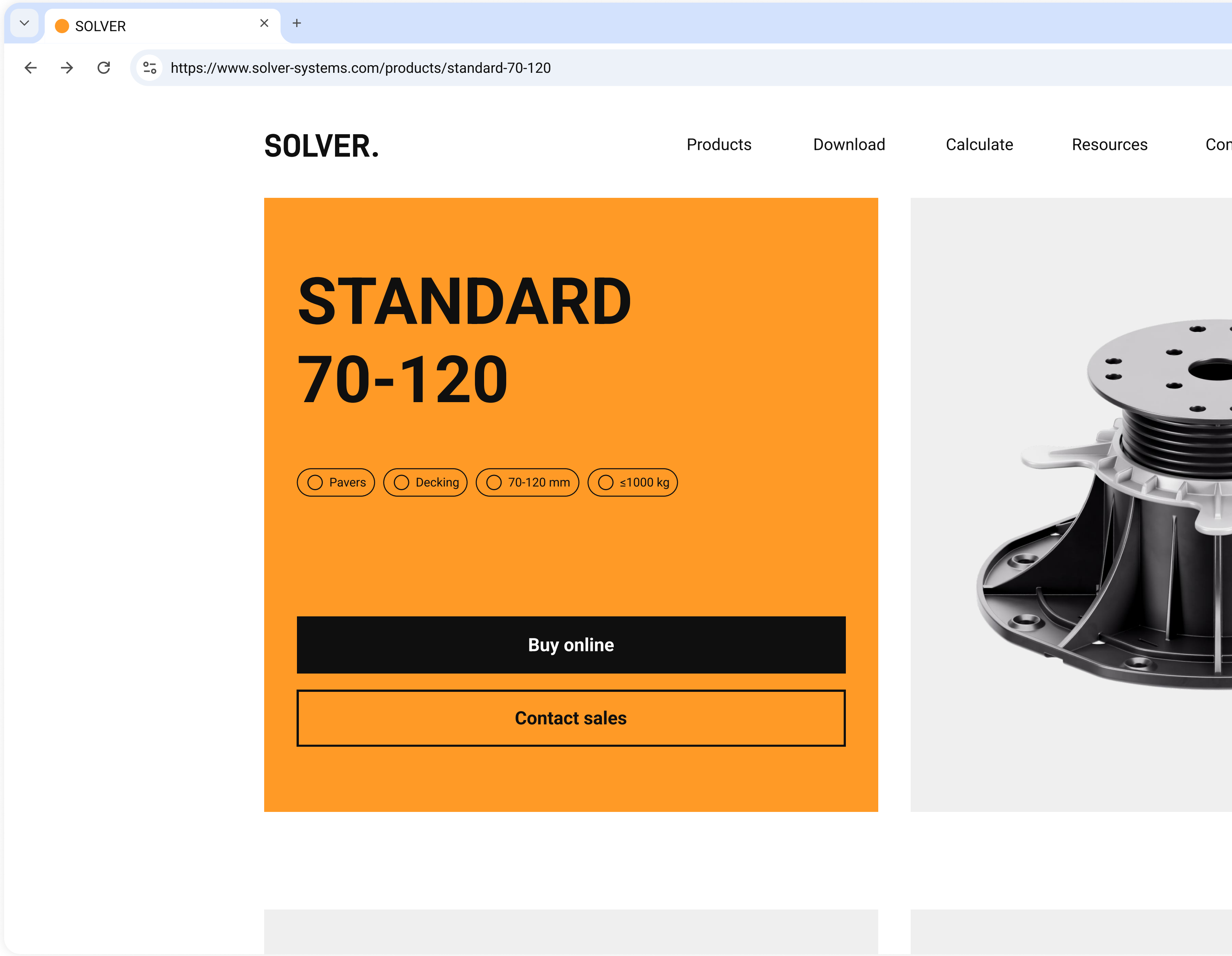
R240 G240 B240
C7 M5 Y6 K0
#F0F0F0

R15 G15 B15
C81 M71 Y62 K90
#0F0F0F

R255 G154 B38
C0 M48 Y87 K0
#FF9A26

Utilisation UI

Utilisez des fonds clairs avec un texte très contrasté et des accents orange vifs pour mettre en évidence les éléments interactifs et les actions.



Typographie

Typographie principale

Roboto est la police de caractères principale utilisée sur tous les supports numériques et imprimés lorsqu'elle est disponible.

Roboto est une police gratuite disponible sur Google

Fonts: <https://fonts.google.com/specimen/Roboto>

Roboto

Roboto Regular (400)

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit,
sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore
magna aliqua.

Roboto Bold (700)

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit,
sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore
magna aliqua.**

Typographie secondaire (Système)

Utilisez Arial comme police de remplacement lorsque Roboto n'est pas disponible.

Arial

Arial Regular (400)

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit,
sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore
magna aliqua.

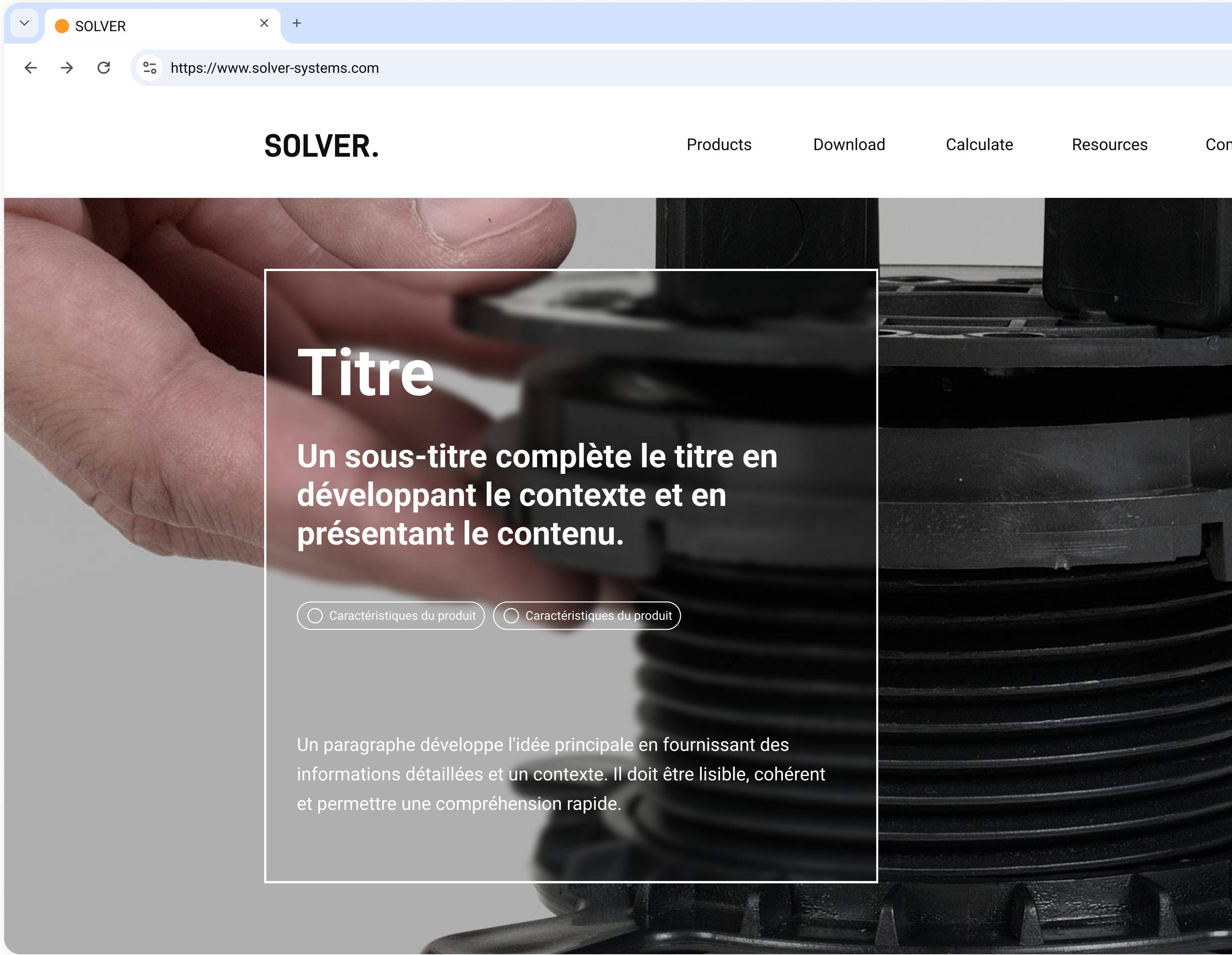
Arial Bold (700)

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing
elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et
dolore magna aliqua.**

Hiérarchie de l'information

Créez une hiérarchie de l'information claire en différenciant les titres (headings), les sous-titres (subheadings) et le corps du texte (body text) à l'aide de la taille et de la graisse de la police.

Cela garantit la lisibilité et permet aux utilisateurs de parcourir rapidement le contenu.

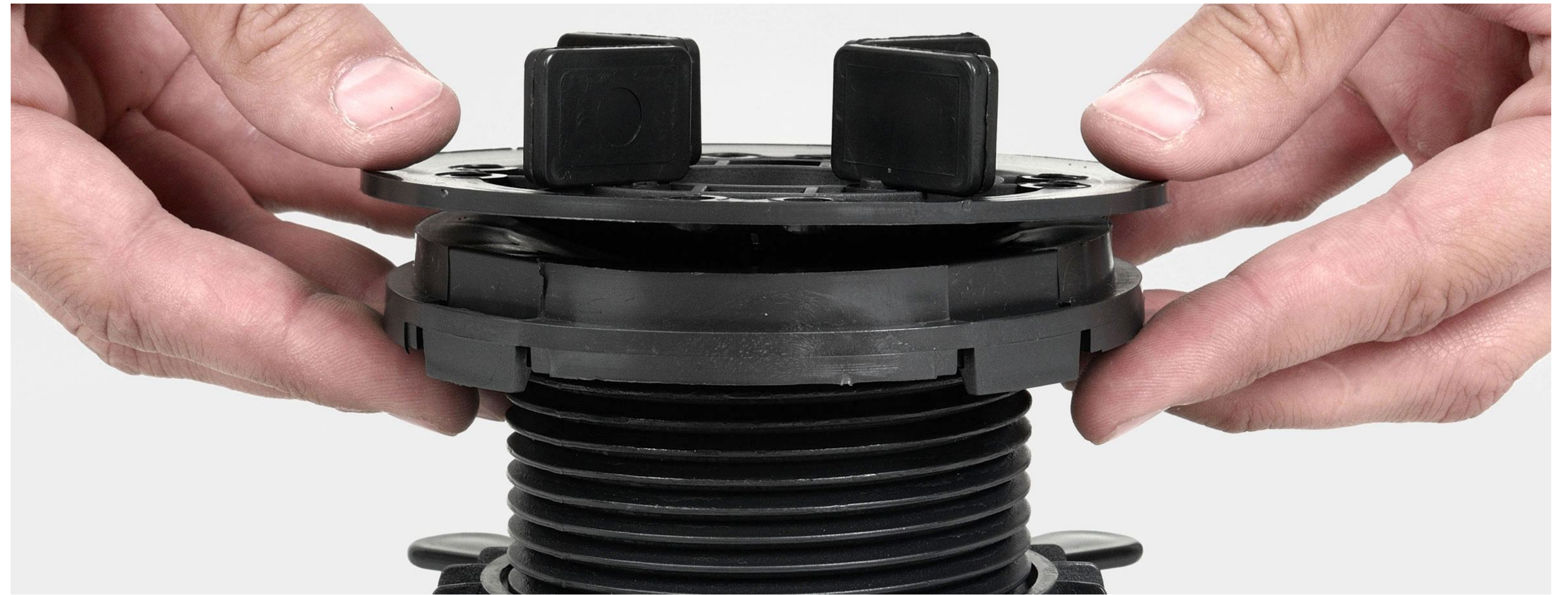


Photographie

Produit en main

Photos montrant le produit en contact avec l'utilisateur, soulignant l'échelle, l'ergonomie, les textures des matériaux et l'utilisation.

Privilégiez des prises de vue naturelles, bien éclairées, avec des arrière-plans neutres.



Produit en d'utilisation

Photos montrant le produit dans un contexte réel, communiquant la fonctionnalité, la durabilité et les avantages pratiques.

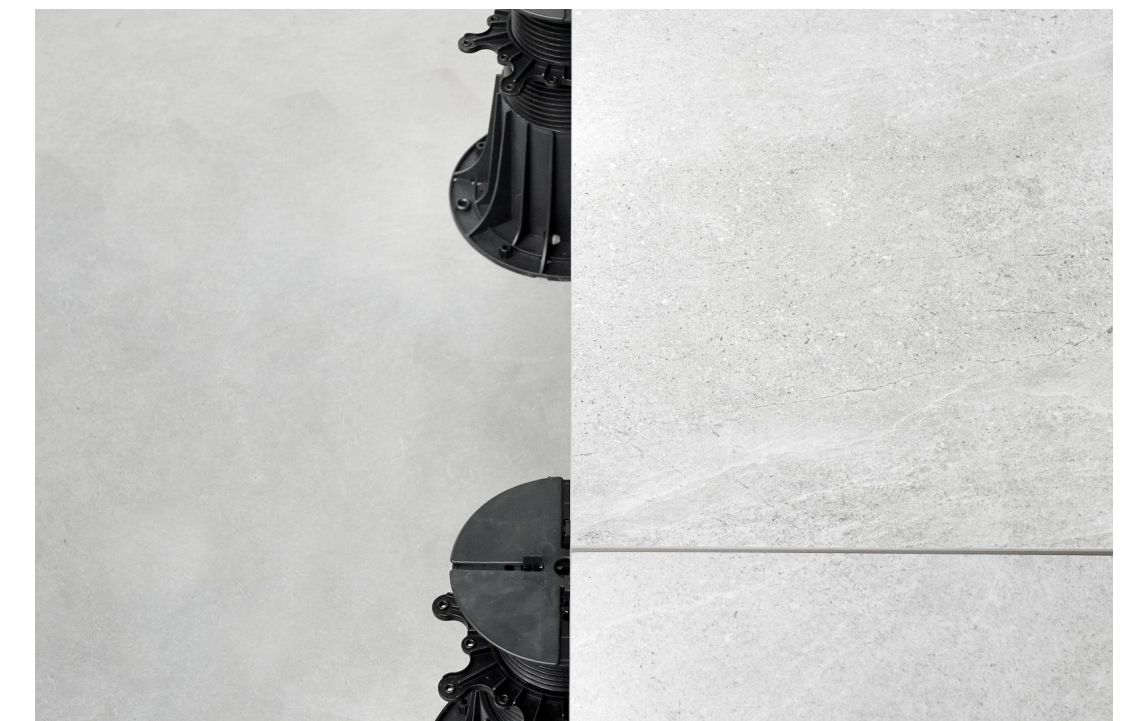
Les prises de vue de face sont privilégiées.



Prises de vue horizontales

À utiliser pour des vues larges et contextuelles montrant l'environnement du produit dans les galeries, les mises en page web et les supports marketing.

Formats d'image autorisés : 4:3 / 3:2 / 3:1



Prises de vue verticales

À utiliser pour les formats mobiles et les réseaux sociaux,
en mettant l'accent sur les détails, le produit ou
l'interaction avec l'utilisateur.

Formats d'image autorisés : 3:4 / 2:3



Cas d'utilisation



**We produce
solutions for your
projects.**

www.solver-systems.com







SOLVER. Brandbook