



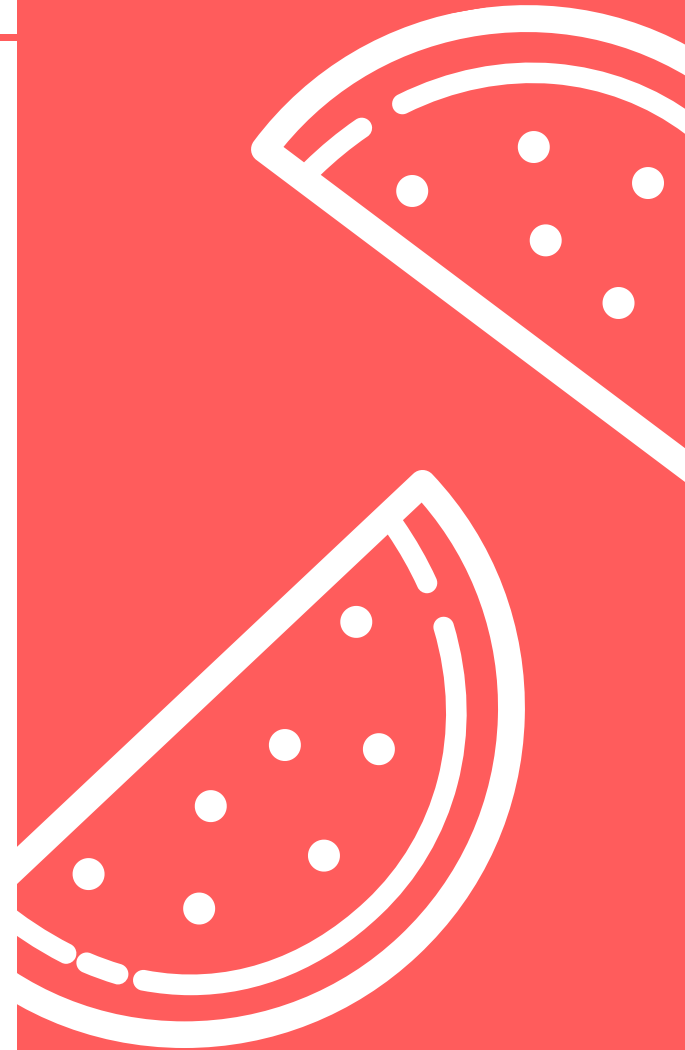
Pastèque

LA TRANCHE BIO-LOGIQUE

À PROPOS DE NOUS

DÉCOUVREZ QUI NOUS SOMMES

Des distinctions sont parfois faites entre plusieurs catégories de végétalisme. Les végétaliens diététiques s'abstiennent d'ingérer des produits d'origine animale. Cela signifie qu'ils évitent non seulement la viande, mais aussi les œufs et les produits laitiers, ainsi que d'autres denrées alimentaires d'origine animale. Certains végétaliens diététiques choisissent de porter des vêtements contenant des produits d'origine animale (par exemple, du cuir ou de la laine).






DONNER LE TON

COMMENT NOUS VOULONS COMMUNIQUER

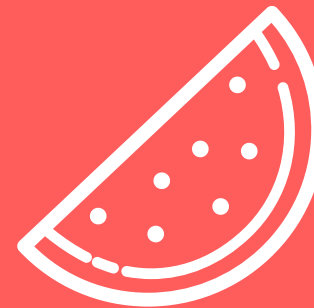
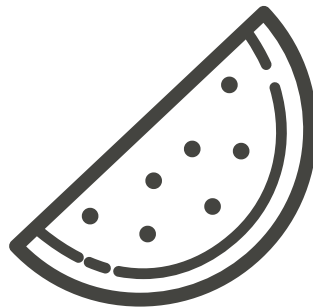
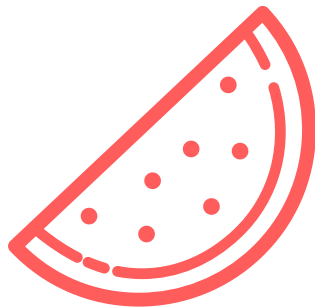
Le terme végétalien a été inventé en 1944 par Donald Watson lorsqu'il a cofondé la Vegan Society en Angleterre. Au départ, ce terme signifiait "végétarien non laitier", puis "la doctrine selon laquelle l'homme devrait vivre sans exploiter les animaux".



Identité visuelle

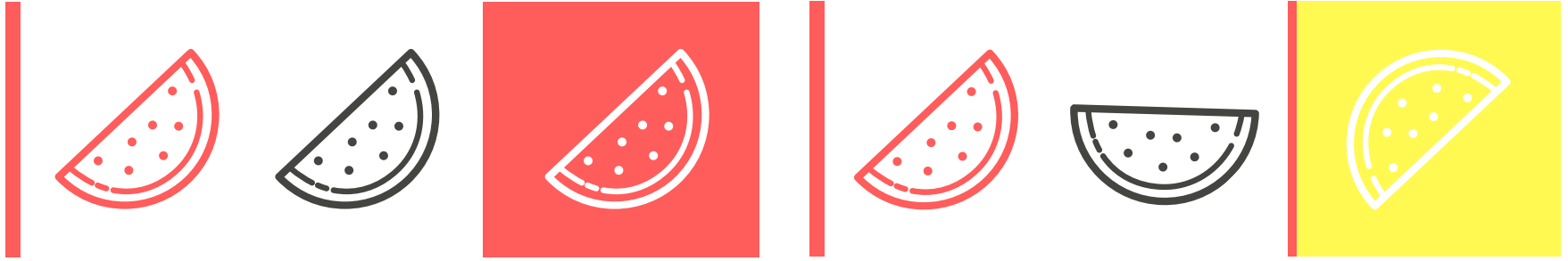
SOUVENEZ-VOUS DE NOUS GRÂCE À NOTRE LOOK

L'expression extérieure d'une marque - y compris son nom, sa marque, ses communications et son apparence visuelle - est l'identité de la marque. L'identité étant assemblée par le propriétaire de la marque, elle reflète la façon dont celui-ci souhaite que le consommateur perçoive la marque.



AUTORISÉ

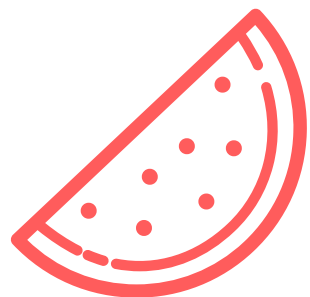
INTERDIT



Utilisation du logo

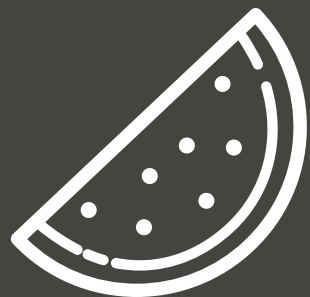
COMMENT UTILISER NOTRE LOGO

Une marque peut également être utilisée par une entreprise pour attirer des clients, si elle est bien établie et jouit d'une bonne réputation. La reconnaissance et la perception d'une marque sont fortement influencées par sa présentation visuelle.



Gamme de couleurs

WHAT GIVES THE BRAND ITS LIFE!



Une identité visuelle de marque efficace est obtenue par l'utilisation cohérente d'éléments visuels particuliers pour créer une distinction, tels que des polices de caractères, des couleurs et des éléments graphiques spécifiques.

La marque, ou logo, est au cœur de toute identité de marque. Aux États-Unis, la conception de l'identité de marque et du logo s'est naturellement développée à partir du mouvement moderniste des années 1950 et s'est largement inspirée des principes de ce mouvement.

Quicksand

HEADER 1

22.5 PX | BOLD

HEADER 2

22.5 PX | REGULAR

Body Text

12 PX | REGULAR

La typographie de la marque

CONNAÎTRE LA POLICE ET LA TAILLE DES CARACTÈRES

En tant qu'élément de l'identité de marque d'une entreprise, le logo doit compléter la stratégie de communication de l'entreprise.

Un logo efficace est simple, mémorable et fonctionne bien dans tous les médias, y compris en ligne et hors ligne.



STEPHANIE WILLIS
THE HAPPY VEGAN OWNER

(04) 398 3985 0293 | stephanie@happyvegan.com

Matériaux de la marque

NOS SUPPORTS DE MARQUE

La confiance dans une marque est la "crédibilité" intrinsèque que suscite toute entité. Dans le monde commercial, l'aspect intangible de la confiance dans la marque a un impact sur le comportement et les performances des parties prenantes de l'entreprise, et ce de plusieurs façons.



Contact en détail

FAITES PLUS AMPLE CONNAISSANCE AVEC NOUS !

(+33) 1 10 29 17 96

(+33) 6 32 33 14 28

info@pasteque.com

www.pasteque.com



Merci !

LA TRANCHE BIO-LOGIQUE