

GUIDE BRANDING

Yoan TORAN – S5B2
R.506 CRÉATION NUMÉRIQUE



SOMMAIRE

1. QUI SOMME-NOUS ? 4. THYPOGRAPHIES

Sed moluptiat. Nam volorei citatios esequiat laborumque sim fugit laut am eaquaspedis venimin re, tem fugia vella consequatus aut liqui venis magnat doll

Sed moluptiat. Nam volorei citatios esequiat laborumque sim fugit laut am eaquaspedis venimin re, tem fugia vella consequatus aut liqui venis magnat doll

2. NOS PRODUITS

Sed moluptiat. Nam volorei citatios esequiat laborumque sim fugit laut am eaquaspedis venimin re, tem fugia vella consequatus aut liqui venis magnat doll

5. COULEURS

Sed moluptiat. Nam volorei citatios esequiat laborumque sim fugit laut am eaquaspedis venimin re, tem fugia vella consequatus aut liqui venis magnat doll

3. LOGO

Sed moluptiat. Nam volorei citatios esequiat laborumque sim fugit laut am eaquaspedis venimin re, tem fugia vella consequatus aut liqui venis magnat doll

6. PACKAGINGS

Sed moluptiat. Nam volorei citatios esequiat laborumque sim fugit laut am eaquaspedis venimin re, tem fugia vella consequatus aut liqui venis magnat doll



THE BEAR



QUI SOMMES-NOUS

NATURE & RESPECT

Une direction artistique inspirée des grands espaces et un engagement dans des productions responsables.

PARTAGE

THE BEAR est pensée pour accompagner les moments de convivialité et de partage, entre amis ou en famille.

CRÉATIVITÉ

Des étiquettes illustrées, des univers graphiques et une identité qui fait voyager avant même la première gorgée.

Équipe

Nous sommes deux passionnés, Yoan, l'explorateur des saveurs, invente et des bières à la personnalité unique. Logan, le créatif derrière l'identité visuelle, qui donne vie aux ours, aux paysages et à toute l'âme de THE BEAR.

Création

THE BEAR est née d'une idée simple partagée par deux amis grenoblois : créer des bières qui rassemblent autant par leur goût que par l'histoire qu'elles racontent. Entre les montagnes, les forêts et l'air frais de notre région, nous avons imaginé une marque à l'image de ce qui nous entoure : authentique, vivante et un brin sauvage.

Autour d'un verre, nous avons construit THE BEAR comme un hommage à la nature et aux moments chaleureux qu'on partage avec ceux qu'on aime. De ce mélange de passion, de créativité et d'humour (beer/bear... impossible de résister !) est née notre collection de bières illustrées, chacune incarnée par un ours emblématique.

NOS PRODUITS

PACK 3x25cl - Blanche - Brune - Extrême

La gamme THE BEAR réunit trois bières complémentaires pensées pour offrir une expérience cohérente et accessible. Chaque bouteille possède son propre univers visuel et son identité, représentée par un ours différent. L'idée est de proposer un trio varié qui parle au plus grand nombre, tout en gardant une direction artistique chaleureuse et facilement reconnaissable.

Le pack rassemble une bière blanche, une bière brune et une bière plus intense, permettant à chacun de trouver son profil de goût. Les illustrations colorées et les ambiances inspirées de la nature donnent une personnalité forte à l'ensemble, sans compliquer la lecture du produit. THE BEAR se présente ainsi comme une gamme simple, claire et attractive, conçue pour apporter du plaisir aussi bien par le visuel que par la dégustation.



BRUNE

6,9%/25cl

Ingrédients : eau, malt de blé, malt d'orge, houblon, levure

Brown Bear est une bière brune ronde, maltée, chaleureuse, dévoilant des notes toastées, caramélisées et légèrement torréfiées. Une bière profonde mais accessible, idéale pour accompagner des moments plus intenses et gourmands.

On y découvre une forêt dense bordant un lac calme, une atmosphère enveloppante qui rappelle l'habitat naturel de l'ours brun. Le logo se reflète au centre de la scène comme un signe de paix dans ce décor sauvage. La tête d'ours brun en relief parachève l'identité de la bouteille.

BLANCHE

4.9%/25cl

Ingédients : Eau, malt de blé, malt d'orge, houblon, levure

Polar Bear est une bière blanche légère, fraîche et intensément fruitée. Sa douceur et sa finesse en font la compagne idéale de l'apéritif, parfaitement équilibrée entre vivacité et gourmandise.

L'étiquette vous transporte au cœur d'une banquise lumineuse, sculptée autour d'un large trou dans la glace où se niche notre logo. Les teintes froides contrastent avec la chaleur de son goût. À l'extrémité de l'étiquette, la tête de l'ours polaire en relief veille sur l'ensemble.



A photograph of a brown glass bottle of beer and a tall, slender glass filled with the same beer. The bottle's label features a stylized illustration of a bear's head and the text 'THE GRIZZLY'. The glass is filled with a golden beer topped with a thick head of foam. The background is dark and textured, possibly a stone wall.

EXTRÊME

12%/25cl

Ingédients : eau, malt de blé, malt d'orge, houblon, levure

The Grizzly est une bière forte, puissante, audacieuse, intense, mais étonnamment raffinée et équilibrée pour son degré d'alcool. Elle offre une explosion aromatique généreuse, soutenue par une structure robuste et un goût persistant.

L'étiquette plonge dans une ambiance minérale et sauvage : une caverne rocheuse dans laquelle repose un grizzly endormi. Mieux vaut ne pas troubler son repos... Le visuel joue sur les contrastes entre ombre et lumière pour évoquer la force contenue de cette bière extrême.

LOGO



LOGO PRINCIPAL

Le design du logo permet d'annoncer la direction artistique dès le premier regard. Le fond en bois montre l'aspect naturel et la typographie étiré et griffé créer un sentiment de vitesse et rappelle l'ours. De plus la silhouette du texte laisse apparaitre un ours de profil. Le fond ovale permet d'incruster le logo sur des textures et divers supports colorer et de mieux s'intégrer dans le design des bières. Le tout est accompagnée d'un contour blanc pour détacher le logo du fond



NOIR SUR BLANC

Dans certain cas le contraste entre le logo et le fond ne marche pas, comme sur des fond unis de certaine couleur. Dans ce cas précis il est possible d'utiliser une version noire ou blanche, monochrome, sans l'ovale. Cela permet de varier les utilisations et les supports de manière professionnel. Or il faut privilégier la version originale.

HORIZONTAL



Il est possible d'utiliser le logo dans sa version horizontale lorsque les contraintes du support l'exigent. Cette déclinaison est notamment recommandée pour des applications spécifiques, telles que l'impression sur la tranche d'un packaging, où l'espace disponible est limité. L'utilisation du logo à l'horizontal permet ainsi de préserver sa lisibilité et son impact visuel tout en respectant l'identité de la marque.

FOND

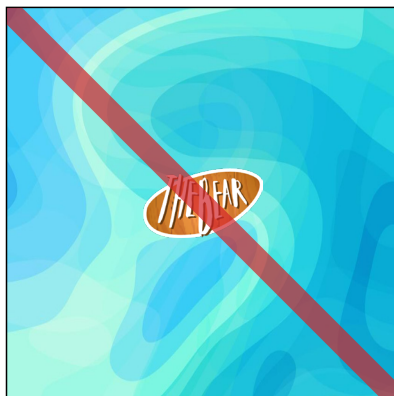
Idéalement, le logo est placé en superposition sur une photo ou une illustration. Il faut veiller à avoir un contraste suffisant pour qu'il ressorte clairement et reste bien visible. Cela permet de le mettre en valeur sans nuire à la lisibilité de l'image.



LES INTERDITS



Il est interdit de modifier la résolution ou les proportions du logo. Celui-ci doit toujours être utilisé dans son format d'origine afin de préserver sa qualité et son intégrité visuelle.

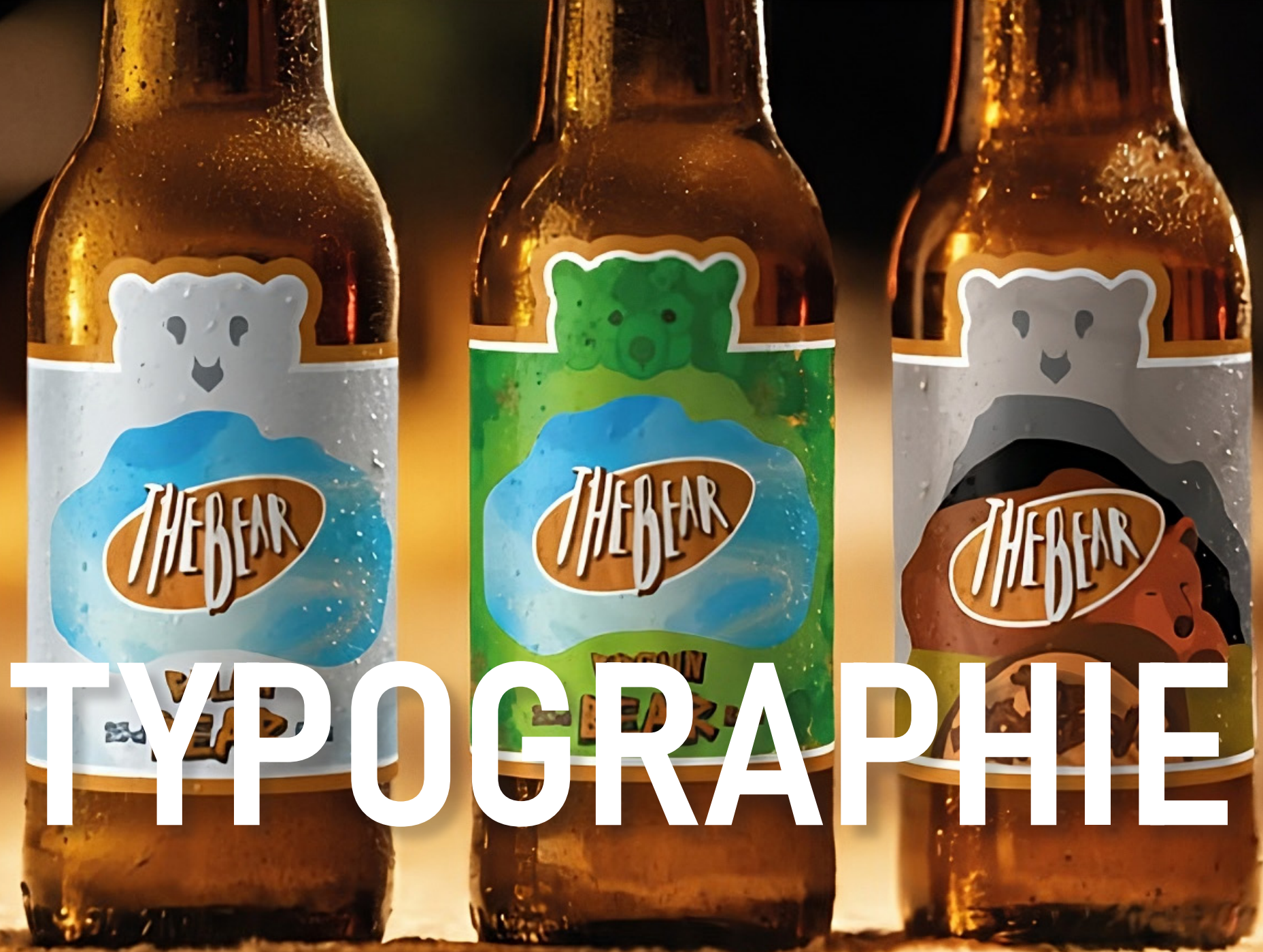


Il est interdit de placer le logo en minuscule. Il possède quelques détails qui nécessitent d'avoir une taille conséquente.



Comme indiqué précédemment, il est impossible d'utiliser le logo principal sur un fond blanc. Cette contrainte permet de garantir une bonne lisibilité.





T Y P O G R A P H I E

HONEY BEAR

Pour le nom « The Bear » présent sur le logo, la typographie Honey Bear a servi de point de départ pour poser les bases du design. Elle a été choisie pour ses volumes épais et son esthétique volontairement irrégulière, qui apportent du caractère et une identité forte. Par la suite, la typographie a été retravaillée en profondeur, modifiée sur l'ensemble de ses éléments, afin d'aboutir au résultat final et à une forme entièrement personnalisée.

BAHNSCHRIFT BOLD SEMICONDENSED

Pour les titres, l'objectif était d'agrandir le texte tout en conservant une cohérence visuelle avec les paragraphes. La version Bold SemiCondensed représentait alors un compromis idéal, offrant à la fois impact et harmonie dans la hiérarchie typographique.



Pour les noms et informations principales des bières, un design personnalisé a été créé. Pour celles-ci, le texte est représenté sous forme de crevasses de glace.



Pour la bière extrême, il fallait un texte plus agressif, c'est pourquoi un design en forme de griffure de grizzly s'est imposé comme la meilleure option.

Bahnschrift Regular

Pour les informations présentes sur les étiquettes, il était essentiel d'utiliser une police claire et lisible, même à très petite taille. Il fallait également conserver un aspect sympathique et arrondi, en cohérence avec l'univers visuel du design. C'est pour ces raisons que la typographie Bahnschrift a été choisie.



Le texte de la bière brune devait garder le côté forestier, c'est pourquoi l'ensemble du texte est représenté comme des planches clouées entre elles.

COULEURS



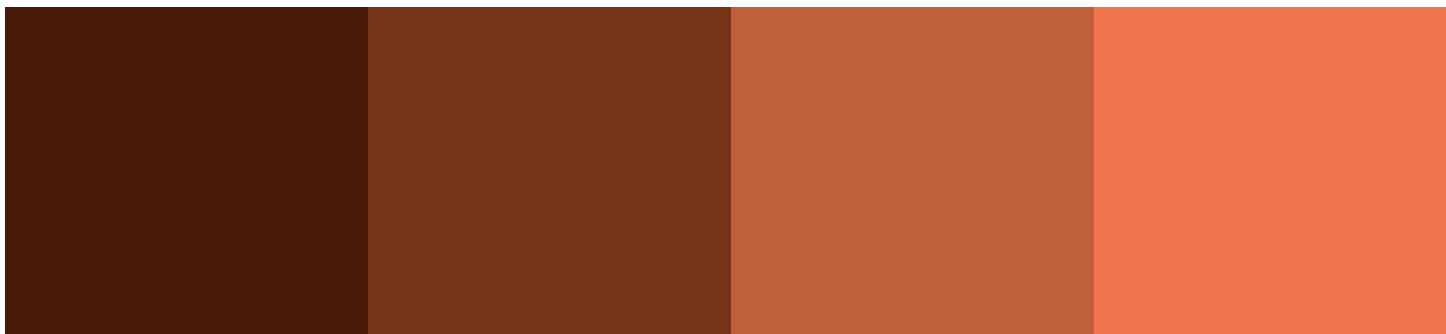
NUANCE 1

La première nuance est la plus douce. Ces tons de bleu plongent dans un univers froid, évoquant la pureté de la glace et la profondeur de l'eau polaire. L'ensemble des différentes couleurs sont peu saturé, donnant l'effet pastel.



NUANCE 2

Pour refléter l'aspect naturel et apaisant de la forêt, plusieurs nuances de vert ont été choisies, créant ainsi une harmonie et une cohérence visuelle qui rappellent la sérénité et la richesse de la végétation.



NUANCE 3

Pour la dernière bière, il fallait représenter au maximum les couleurs de l'animal, en les plaçant au centre du design et en construisant les autres teintes autour de cet élément. C'est pourquoi ces nuances de marron et d'ocre ont été choisies.



PACKAGING

Pour intégrer et résumer l'ensemble de l'identité des produits et de la marque, il était essentiel de créer un packaging facilement identifiable, capable de transmettre le design et l'univers de la marque dès le premier regard. C'est pourquoi le marron de la boîte est texturé avec un motif évoquant une grande fourrure d'ours.

L'avant du pack sert de présentoir, mettant en valeur les trois bouteilles et, en particulier, leurs étiquettes, afin d'attirer l'attention et de donner envie aux consommateurs de s'intéresser aux produits. La majorité des informations importantes sont inscrites à l'avant, tandis que les éléments secondaires se trouvent à l'arrière.

Enfin, la poignée du pack arbore la silhouette d'une tête d'ours, apportant une touche finale qui renforce l'identité visuelle et thématique du packaging.

