

Élhée 

IDENTITÉ DE MARQUE

LES OBJECTIFS

Les chartes ont trois objectifs principaux :

- 1. avoir un document de référence pour guider les actions de communication et de création de contenu.*
- 2. informer rapidement et clairement les nouveaux salariés, alternants ou stagiaires du statut à adopter.*
- 3. transmettre une image de marque claire aux intervenants externes ou aux partenaires.*

CHARTE GRAPHIQUE ET ICONOGRAPHIQUE

La charte graphique doit être respectée pour une cohérence dans l'image de marque. Plus l'image de marque sera chartée, plus elle sera claire et facile à reconnaître. Une bonne charte iconographique permet de développer un message encore plus clair derrière.

Elle doit faire transparaître les valeurs de la marque.

CHARTE ÉDITORIALE

La charte éditoriale permet d'avoir une ligne directrice commune à toute l'entreprise et un unique process de communication malgré la multitude d'acteurs.

Elle appuie les valeurs à travers le ton, les sujets abordés ou au contraire, les frontières du champ d'action dans la communication.

ÉLHÉE : LA NAISSANCE D'UN PROJET, LA QUÊTE D'UNE MAMAN.

LA GÉNÈSE

Les *BibRonds* Élhée sont nés des expériences décevantes d'Allison, maman de jeunes enfants devant alterner entre allaitement au sein et au biberon. Le biberon historique, au contenant en verre, casse, celui en plastique est obsolète d'un point de vue sanitaire. Animée par ces problématiques, Allison pense un nouveau concept de biberon, alliant santé et émotions.

POURQUOI ?

Si l'allaitement est désormais une affaire de couple, l'industrie du biberon reste traditionnellement un domaine réservé aux hommes. Dépourvu d'expérience sensorielle pourtant au coeur de l'allaitement, le biberon classique n'est pas à la hauteur du parent exigeant. Le *BibRond* est le premier contenant pour nourrisson entièrement conçu par une maman. Il vise à effacer les grandes problématiques de l'alimentation des bébés : les coliques du nourrisson, les matériaux nocifs et l'expérience dure du biberon en verre ou en plastique.

QUELLE EST LA MISSION D'ÉLHÉE ?

Élhée apporte une solution saine, sensorielle et design aux jeunes parents nourriciers. Elle offre une expérience de biberonnage inédite dans le respect de l'enfant et des émotions que procure l'allaitement.

L'objectif est de déculpabiliser le choix sein/biberon pour jouir d'une alternative émotionnelle en toute confiance.

QUELLE EST LA RAISON D'ÊTRE ?

Le *BibRond* révolutionne en tout point de vue le doux monde des tout petits : un biberon en hommage aux courbes maternelles et au toucher peau de pêche ; un contenant en silicone souple et aux matériaux sains ; un design épuré et innovant offrant un confort digestif maximum.

QUEL EST LE DOMAINE D'EXPERTISE ?

L'expertise d'Élhée est tout d'abord technique : un système de fermeture breveté et un silicone de grade médical innovant dans l'industrie du biberon.

L'équipe se positionne en conseillère et fédératrice d'une communauté de parents exigeants, engagés.

Les sujets de l'allaitement, de la grossesse et du post-partum sont au coeur de la communication avec les clients. Par extension, l'entreprise est amenée à parler plus largement de bien-être, de santé, de puériculture.

Enfin, Élhée peut s'exprimer sur des sujets entrepreneuriaux comme la RSE, l'innovation technique et technologique, le design, la micro-entreprise,...

ÉLHÉE : LES VALEURS



CONFORT ET CONFIANCE

L'expérience Élhée est conçue en amont, pendant et après l'achat d'un *BibRond* pour soulager les maux du biberonnage : les positions, les coliques du nourrisson ne sont plus un problème.

Toute l'expertise technique développée par l'entreprise et appliquée au contenant permet une solution saine et sûre.



DESIGN ÉMOTIONNEL

Le *BibRond*, outre une solution innovante, est un objet design pensé pour générer des émotions.

Chaque support et service créé possède un aspect sensoriel, graphique ou esthétique pour aller au-delà du contenant.



FABRICATION ENGAGÉE

Élhée prend en compte son empreinte écologique et pense chaque projet dans son aspect environnemental également. Les composants et matériaux utilisés respectent au mieux la planète pour un produit de qualité.

L'entreprise et ses membres prônent l'achat responsable, durable du produit dans un secteur de consommation de masse.

LOGOTYPE ET ÉCOTYPES

LOGOTYPE D'USAGE

Élhée ♥

Le logotype utilise la typographie Kepler Sdt Bold Extended Subhead avec des empattements fins.

ÉCOTYPES



VARIATIONS DU LOGOTYPE

Élhée ♥

La variation bicolore blanc-rose est prévue pour les fonds noirs ou les visuels sombres. Dans le cas de son utilisation, les autres éléments présents sur le visuel doivent aussi être blancs.

Élhée ♥ Élhée ♥

Les variations monochromes servent uniquement des projets d'impression sur objets dérivés de la marque, gravure, embossement, ..

Elles ne doivent pas être utilisées sur des supports visuels.

TYPOGRAPHIES ET USAGES

KEPLER STD

Typographie d'identité

REGULAR - texte de titrage sur visuel de communication

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

() ? ! : , . @ % « »

ITALIC - légende et description

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

() ? ! : , . @ % « »

BOLD EXTENDED SUBHEAD- logotype et titrage

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

() ? ! : , . @ % « »

BROWN PRO

Typographie de texte

REGULAR - texte courant sur visuel de communication

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

() ? ! : , . @ % « »

BOLD - titrage

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

() ? ! : , . @ % « »

TYPOGRAPHIES ET USAGES

COOPER HEWITT

Typographie alternative de texte #1

BOOK - texte courant sur visuel de communication
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
()?!:,.@%«»

BOLD - titrage sur visuel de communication
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
()?!:,.@%«»

ITC CASLON 224

Typographie alternative de texte #2

BOOK - texte courant et titrage sur visuel
de communication
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
()?!:,.@%«»

TYPOGRAPHIES ET USAGES

AVENIR NEXT

Typographie site internet #1

REGULAR - texte courant sur le site e-commerce

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

() ? ! : , . @ % « »

BOLD - mot important en gras

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

() ? ! : , . @ % « »

ITALIC - légendes

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

() ? ! : , . @ % « »

MONTERRAT

Typographie site internet #2

REGULAR - Call To Action et menu

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

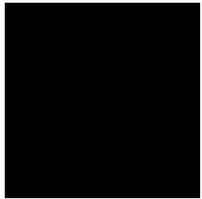
0123456789

() ? ! : , . @ % « »

COLORIMÉTRIE

IDENTITÉ

Le rose prononcé est utilisé dans l'écotype d'Élhée et exceptionnellement dans certains visuels. Il n'est pas à privilégier.



#000000



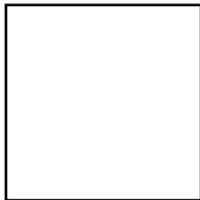
#FFD8C8

POLICE ET DESIGN SYSTEM

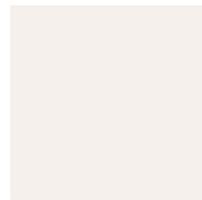
Ces couleurs sont utilisées pour le texte, le site e-commerce ainsi que les supports visuels.



#000000



#FFFFFF



#F7FOED



#EDE8E0

ICONOGRAPHIE

LES PROMESSES



*biberon
anti-colique*



*respect
environnemental*



*fabrication
française*



*débit de tétine
rapide*



*débit de tétine
moyen*



*débit de tétine
lent*



*tétine
physiologique*



sain

LE MODE D'EMPLOI



LES RÉSEAUX SOCIAUX



FAQ / FR



Retailers



Press



FAQ / EN



Tutoriel



Backstage



Coffrets



Tétines



*Tips
& Tricks*



Event



Inspiration



BibRond



Your words



You



Challenge

LES SERVICES E-COMMERCS



*livraison
offerte*



*paiement
sécurisé*



*retours et
échanges gratuits*



service client

L'UNIVERS ÉLHÉE



POURQUOI VOIT-ON ÉLHÉE ?



UN OBJET DESIGN TENDANCE

Le *BibRond* est un objet que l'on a envie de montrer et de mettre en valeur sur les réseaux sociaux. Il possède une grande notoriété nourrie par la communauté elle-même.



UN UNIVERS AUX ANTIPODES DE LA PUÉRICULTURE TRADITIONNELLE

Entre Bauhaus et contemporain, le monde d'Élhée joue avec les codes du design affirmés et les formes organiques, parfois brutes. Ces influences permettent une identité reconnaissable parmi tous et font du *BibRond* un objet cotoyant le luxe.

POURQUOI AIME-T-ON ÉLHÉE ?



«MUMS ROCK»

Ode aux courbes féminines, Élhée n'en est pas moins une marque qui s'affirme dans sa différence et qui met en avant la force d'une mère, de l'allaitement.

Loin des clichés sociétaux, la marque est appréciée pour son authenticité et ses thématiques défiant les tabous actuels : allaitement mixte, post-partum, parentalité,...



UNE VRAIE SOLUTION

Au-delà de son design travaillé, Élhée est une réelle solution de biberon sain et anti-colique, deux arguments de vente phares. Elle est portée par la marque, mais aussi les clients eux-mêmes qui revendiquent l'efficacité du produit.

CHARTRE ÉDITORIALE



CIBLES

Des parents exigeant les meilleures solutions pour leur enfant et prêts à consommer de façon durable.

Une cible à tendance féminine et citadine même si la marque se veut universelle.



TON

Élhée s'adresse de façon professionnelle et assumée pour revendiquer ses valeurs. Sans tabou, elle aborde les sujets sensibles tout en retenu.

Dans des formats plus éphémères comme les réseaux sociaux, le ton peut être plus décalé, un doux sarcasme adapté au sujet de la parentalité.



STATUT

Sauf exception, la marque s'adresse de façon impersonnelle («on», «nous») pour marquer l'unité d'une entreprise et non pas une personnalité propre.



TERRITOIRE D'EXPRESSION

Élhée s'adresse de manière poétique, pour que les mots aient une résonance émotionnelle.

Le discours ne doit cependant pas être surfait et il doit inspirer la confiance. C'est pourquoi les termes techniques sont évoqués pour démocratiser le concept : «silicone médical», «anti-colique»,...

Les codes de la parentalité sont exprimés, la cible connaissant le sujet : «terrible two», «post partum», «allaitement mixte»,...



PROCESSUS INTERNE

Le rédactionnel est pris en charge par l'équipe en général mais toujours relu et validé par la direction.

Les articles de blog sont rédigés, sauf exception, par un professionnel externe pour l'optimisation web.

Chaque texte à destination du web doit être construit sur un objectif SEO et d'accessibilité.

Le texte généré pour les réseaux sociaux sont à valider par la personne en charge de ceux-ci pour une cohérence globale.



LES DON'T

Parler de sujets sanitaires maîtrisés uniquement par les professionnels.

Moraliser la communauté sur leurs habitudes et leurs pratiques.

Publier un texte sans vérifier les fautes d'orthographe.



LES VISUELS

L'accompagnement du texte doit être en majorité des photos prises par la marque ou sa communauté.

Les photos libres de droit sont à utiliser en dernier recours car peu originales et souvent utilisées par d'autres.

Des icônes vectorielles sobres peuvent accompagner le texte et être créées au besoin pour clarifier un propos.

CHARTE ÉDITORIALE : LE LANGAGE

SIGNATURES ET BASELINES

«L'alternative la plus saine et la plus sûre pour nourrir votre bébé au biberon.»

«Biberons sains, sensoriels et design.»

VERBATIMS

«L'amour est rond.»

«La parenthèse lactée.»

L'OBJET

Le biberon Élhée est désigné «*BibRond*» en référence à son aspect rond.
Suivant la casse, ce terme est écrit différemment :

BibRond - avec majuscules en bas de casse, italique sur «Rond».

BIBROND - en capitale, italique sur «Rond».

N.B. : dans les autres langues que le français, préférer le terme «biberon» traduit.

Cette charte est à respecter pour chaque projet, création et rédaction en interne. Elle est immuable jusqu'à décision directionnelle en amont et à mettre à jour sur ce document si nécessaire. Ce document prévaut tout autre en tant que référence chartée pour Élhée.
