Identité visuelle Back Market

- Police Segoi UI emoji regular restant proche de la typographie précédente.

- La couleur noire a été conservée dans le même objectif : rester proche de l'identité actuelle.

- Ajout du vert (CMJN : 75,0,100,0) pour induire l'idée d'un geste écologique par l'achat d'un appareil recyclé.

- Les chevrons sont conservés de l'ancienne identité visuelle mais devenus verts pour appuyer cette idée du

---

Logo 1 :
Les K sont marqués en vert pour appeler la notion de recyclage-écologie. La police de caractère, bien que proche de l'actuelle, est moins épaisse, en majusucules et plus aérée. Les lettres sont plus élancées, plus smart et a pour utilité de pouvoir replacer le chevron sans alourdir malgré le vert.
L'encadré noir de la version claire rend le visuel propre et sérieux.
Cet encadré n'existe plus dans la version sombre puisqu'il est rempli pour s'adapter aux fonds clairs.

Pictogrammes :
Ces éléments sont issus du logo 1, les trois couleurs sont rappelées (blanc, noir et vert).
Le premier est en fond blanc.
Il est important d'avoir des fonds pleins et unis pour une lecture intuitive de la marque.

Logo 2 :
Mêmes notions qu'au dessus (logo 1).
Le chevron est doublé mais creux. Ceci ajoute du blanc déclinable en pictogramme.

Logo 3 :
Les notions de bases sont reprises ici également.
Chevron marqué deux fois par un chevron plein et un demi, plus grand, rappelant l'intérieur du K ainsi que

Les logos d'inspiration qualitative.
Les couleurs en sont issues et l'idée de la police de caractère également.

Le logo original dont on devait conserver l'identité

CHANEL GUCCI PRADA

Back Market

Cartier

BACK MARKET

Les flèches de recyclage ont apporté la couleur verte, la flèche originale du K du logo a été simplement retravaillée mais conservée.

Les couleurs composites

Les couleurs composites pourront être utilisées pour décliner les visuels selon la gamme ci-dessous.

C :15	C :60	C :42	C :90
M : 75	M : 0	M : 90	M : 0
J : 0	J : 38	J : 0	J : 57
N : 0	N : 40	N : 20	N : 20

Conclusion

L'identité Back Market est conservé grâce à des changements minimes.
L'ajout d'une couleur permettra plus de souplesse selon les couleurs des supports ainsi que d'ajouter un côté plus smart avec un noir plus présent.

L'idée simpliste et épurée que nous connaissons de Back Market est également conservée.

L'ajout du vert, sans avoir lourdement modifié les polices de caractère, aura pour effet d'installer progressivement dans l'esprit des consommateurs un rapport à l'écologie.
Notez que le vert et le noir sont deux couleurs qui se marient parfaitement et conservent, ensembles, le côté smart.

Typographie

Le choix de Albra, proche de l'actuelle GT Super, avec une lecture plus aisée.

A B
C D
E F
G H
I J K
L M
N O
P Q
R S
T U
V
W
X Y
Z

a b c d e f
g h i j k l m n o
p q r s t u v
w w y

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! % $ £ # & @

Segoe UI Emoji

BACK MARKET uniquement pour le logo, simple et élancée, smart et sans serif.

version positive :

version négative :

Le magasin

BACK MARKET
STORE

Le logo noir pour le magasin car le blanc aurait des connotations trop «tchip» et se dirigerait vers trop de ressemblances aux magasins d'occasions et de recodionnements

Le logo noir pour le magasin car le blanc aurait des connotations trop «tchip» et se dirigerait vers trop de ressemblances aux magasins d'occasions et de recodionnements

Les Stickers

Les stickers seront repris et seule la police Albra viendra changer un point de cet ensemble.
La police Albra est cousine de GT Super déjà intégrée à l'identité Black Market.
Albra est cependant plus facile à lire.

Typographie

Le choix de Albra, proche de l'actuelle GT Super, avec une lecture plus aisée.

A B
C D
E F
G H
I J K
L M
N O
P Q
R S
T U
V
W
X Y
Z

a b c d e f
g h i j k l m n o
p q r s t u v
w w y

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! % $ £ # & @

Segoe UI Emoji

BACK MARKET uniquement pour le logo, simple et élancée, smart et sans serif.