

Brand Guidelines

TURN THE PAGE TO EXPLORE ➞

READY TO GROW?

We're Ready to Go

Ce manuel de bonnes pratiques et d'utilisations de la nouvelle identité visuelle de la marque est fait à votre attention.

Avoir une charte graphique permet de s'assurer d'avoir un même langage graphique, et surtout de garantir une cohérence de marque sur l'ensemble des supports de communication.

Vous trouverez au sein de ce guide, l'explication de la construction de cette nouvelle identité et comment la faire vivre au delà de ces pages.

Pour qu'Hogma Digital se déploie de la manière la plus juste qui soit.

- 01 Logotype
- 02 Couleurs
- 03 Typographie
- 04 Éléments graphiques
- 05 Mises en situation



01

Logotype

COMPOSITION ➡



Le sigle du logo s'inspire de trois piliers clés : construire, connecter et accompagner.

Sa composition en briques modulaires symbolise la structure, la progression et la capacité d'Hogma à bâtir des projets durables. Les tracés reliant certains blocs évoquent la circulation des idées, la connexion et la guidance.

L'ensemble se condense en un monogramme abstrait intégrant la lettre H, aux angles subtilement arrondis pour une dimension digitale et contemporaine. Sa forme carrée affirme rigueur, stabilité et confiance.

Le résultat : une identité moderne, structurée et mémorable, reflet de l'accompagnement proposé par Hogma.

1 LOGO SIGLE

2 LOGO TYPOGRAPHIQUE



Pour assurer la lisibilité, les tailles minimales sont : 120 px de largeur pour le logo principal, 80 px pour le logo secondaire et 32 px pour le logo sigle. En dessous de ces dimensions, l'utilisation du logo n'est pas recommandée.



120 PX

LOGO PRINCIPAL



80 PX

LOGO SECONDAIRE



32 PX

LOGO SIGLE



01

Logotype

VARIATIONS ➞

Le logo se décline en version primaire, secondaire et en logo sigle, afin de s'adapter à tous les formats.

Le logo primaire est recommandé pour les supports larges (site web, présentations, affiches).

Le logo secondaire convient aux formats plus compacts comme les en-têtes ou documents éditoriaux. Le logo sigle est destiné aux usages très réduits : favicon, réseaux sociaux, icônes ou signatures. Chaque version est disponible en noir et en blanc pour garantir un contraste optimal.

 Hogma Digital

LOGO PRINCIPAL

 Hogma Digital

LOGO SECONDAIRE



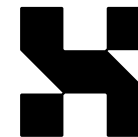
LOGO SIGLE

 Hogma Digital

B/W Light version

 Hogma Digital

B/W Light version



B/W Light version

 Hogma Digital

B/W Dark version

 Hogma Digital

B/W Dark version



B/W Dark version



01

Logotype

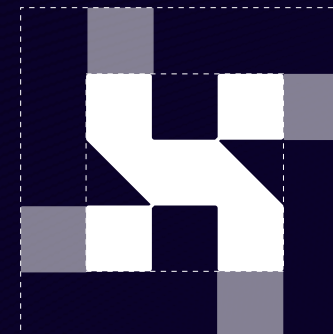
ZONE DE SÉCURITÉ ➞

La zone de sécurité du logo correspond à l'espace minimum à respecter autour de celui-ci afin de préserver sa lisibilité et son impact. Aucun élément graphique, typographique ou visuel ne doit pénétrer cette zone.

Elle garantit une respiration visuelle et une reconnaissance optimale de l'identité.

La zone de sécurité est définie à partir d'une unité de mesure issue du logo (hauteur d'un bloc ou du sigle).

Cette règle s'applique à toutes les déclinaisons du logo, quels que soient le support ou le format. Le non-respect de cette zone peut nuire à la clarté et à la cohérence de la marque.





01

Logotype

INTERDITS



Pour mettre en place une communication cohérente, il est important de savoir où, quand et comment utiliser le logo. Certains interdits d'utilisation sont ainsi mis en place et doivent impérativement être respectés.



Ne pas modifier les proportions du logo (étirement, compression).



Ne pas changer les couleurs officielles du logo.



Ne pas appliquer d'effets (ombre portée, contour, dégradé, transparence).



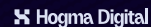
Ne pas altérer la structure ou l'agencement des éléments du logo.



Ne pas utiliser le logo sur un fond nuisant à sa lisibilité.



Ne pas faire pivoter ou incliner le logo.



Ne pas utiliser le logo en dessous de sa taille minimale de lisibilité.



Ne pas modifier la typographie du logo.



02

Couleurs

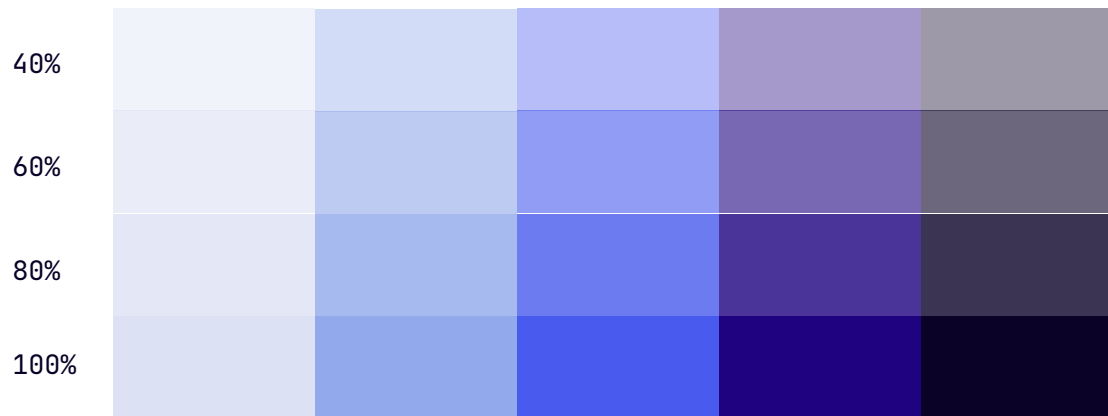
CODES COULEUR ➞

La palette chromatique repose sur une gamme de bleus profonds et nuancés, symboles de confiance, de stabilité et d'expertise. Les tons les plus clairs apportent douceur, lisibilité et respiration, tandis que les bleus plus intenses renforcent la dimension institutionnelle, technologique et premium de l'identité.

Les dégradés introduisent de la profondeur et du mouvement, traduisant l'évolution, la progression et la capacité d'adaptation.

Cette palette équilibrée permet une utilisation aussi bien digitale qu'éditoriale, en garantissant contraste, cohérence et modernité sur l'ensemble des supports.

CMYK	10 8 0 4	38 28 0 7	69 62 0 7	76 98 0 50	74 95 0 85
RGB	220 225 244	146 169 236	73 90 238	31 2 128	10 2 39
HEX	#DCE1F4	#92A9EC	#495AEE	#1F0280	#0A0227
PANTONE	Pantone 656C	Pantone 2727C	Pantone 2728C	Pantone 2756C	Pantone 2767C



Angles des dégradés : 80%



0%	25%	50%	75%	100%
HEX #DCE1F4	HEX #92A9EC	HEX #495AEE	HEX #1F0280	HEX #0A0227



0%	36,5931%	67,063%	100%
HEX #DCE1F4	HEX #92A9EC	HEX #495AEE	HEX #1F0280



02

Couleurs

UTILISATIONS ➞

Toutes les combinaisons de couleurs ne fonctionnent pas. Il faut utiliser le guide sur la droite pour déterminer quelles couleurs peuvent être associées en arrière-plan et au premier plan. Afin d'éviter une complexité excessive, n'utilisez pas plus de trois couleurs de la marque dans une même création, sauf si des dégradés sont présents sur le visuel.

Couleurs du Logo

	Couleurs de fond						
	Bleu Brume	Bleu Lila	Bleu Electrique	Bleu Profond	Bleu Nuit	Dégradé Nuit	Bleu Electrique
Chrome							
Bleu Profond							
Noir							
Bleu Nuit							
Bleu Lila							
Bleu Brume							
Bleu Electrique							
Blanc							



03

Typographies

UTILISATIONS ➞

La typographie joue un rôle central dans l'identité visuelle de la marque. Elle contribue à la lisibilité, à la hiérarchisation des informations et à la cohérence globale des supports.

La typographie principale est utilisée pour les titres, accroches et éléments de communication forts.

La typographie secondaire accompagne les textes courants afin d'assurer confort de lecture et clarté. Elle s'utilisera pour des sous-titres, CTA ou encore des légendes de visuelles.

Leur association permet de créer un équilibre entre impact, modernité et fonctionnalité. L'utilisation cohérente des graisses, tailles et interlignages garantit une lecture fluide sur tous les supports, imprimés comme digitaux.

H1

Zt Talk Bold

The quick brown fox jumps
over the lazy dog

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Body

Zt Talk Bold

The quick brown fox jumps over
the lazy dog

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

H2JetBrains
Mono Regular

The quick brown fox jumps over
the lazy dog

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

0,567 degrés

0,567 degrés

0,567 degrés

0,567 degrés

CTA/SOUS-TITRES ➞



03

MISE EN SITUATION 

HOGMA DIGITAL BRAND GUIDELINES



Hogma Digital

Accueil

Nos Services

Nos projets

À Propos

Contact

READY TO GROW?

We're Ready
to Go

>>> Commencer

SCROLL TO EXPLORE 



04

Éléments graphiques

UTILISATIONS

Les éléments graphiques viennent enrichir l'identité visuelle et renforcer la reconnaissance de la marque.

Les patterns s'appuient sur les formes et rythmes issus du logo, créant des surfaces graphiques cohérentes et identitaires.

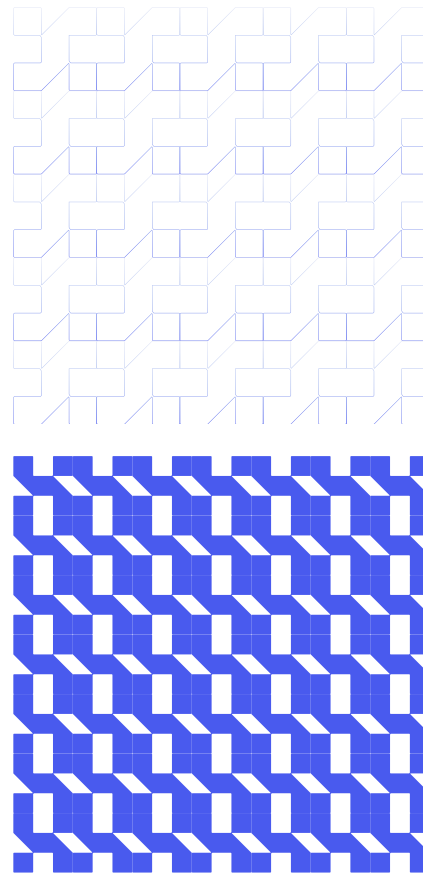
Les pictogrammes, simples et lisibles, facilitent la compréhension et structurent l'information.

Les blocs modulaires reprennent les formes du logo, avec les liens et les blocs carrés.

L'ensemble de ces éléments offre un système graphique adaptable, pensé pour le digital comme pour l'éditorial, et garantit une expression visuelle claire, moderne et évolutive.

Les éléments ci-dessous sont déclinables dans toutes les couleurs de la palette.

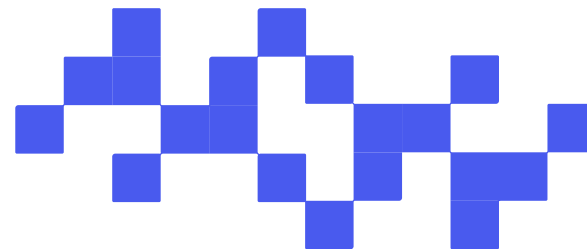
Patterns



Pictogrammes



Les blocs modulaires



(déclinables à l'infini)



05

Mises en situation

LOGO SUR FOND ➔

The Hogma Digital logo is displayed in white against a dark blue background with flowing, light blue abstract lines. It features a stylized logo icon on the left, followed by the word "Hogma" in a bold, sans-serif font, and the word "Digital" in a regular, sans-serif font.

Hogma Digital



05

Mises en situation

DÉCLINAISONS LOGO 

Version primaire



Version secondaire



Version sigle





05

Mises en situation

PANNEAU PUBLICITAIRE →





05

Mises en situation

LANDING PAGE ➞





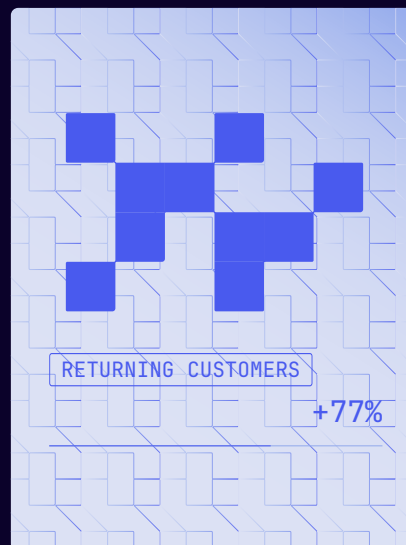
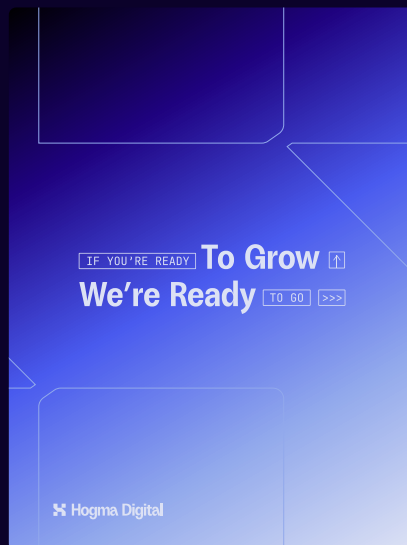
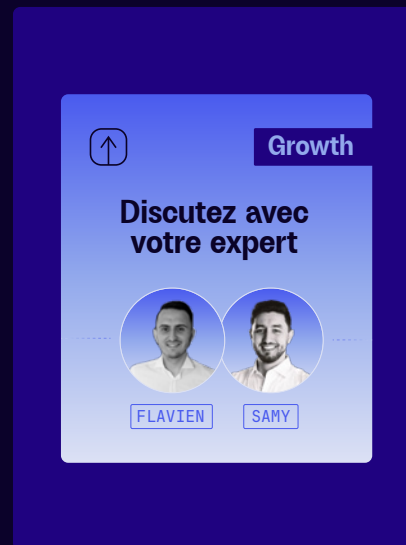
05

Mises en situation

POSTS SOCIAL MEDIA ➡



Hogma Digital



Merci

GO BACK TO EXPLORE 