



14 mai 2025

DEVIAN ELYSIUM

Brandbook

Site Internet

v1.0

Partie 1

Les fondamentaux

Les couleurs, typographies et leurs utilisations

Cette police d'écriture n'est pas disponible sur canva*

Les typographies

La typographie utilisée est Euclid Square, une sans-serif géométrique à la fois précise, épurée et contemporaine.

Son design net, aux courbes tendues et à la structure équilibrée, incarne parfaitement l'univers de Devialet : technologique, élégant et haut de gamme.

Utilisée à la fois pour les titres et le texte courant, elle garantit une cohérence visuelle sur l'ensemble du site tout en conservant une excellente lisibilité. Sa polyvalence et ses différentes graisses permettent de structurer l'information sans jamais briser l'esthétique minimaliste.

Parfaitement adaptée au web, Euclid Square renforce l'identité premium de la marque dans une interface fluide et raffinée.

Typographie primaire (Headings)

Euclid Square*

Aa

Headings

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

WXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Typographie secondaire (body)

Euclid Square

Aa

Body

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

WXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Hiérarchie des textes

Titre de niveau 1
Euclid square
Bold

Taille de texte x1,6

Titre de niveau 2
Euclid Square
Bold

Taille de texte x1,6

Titre de niveau 3
Euclid Square
Medium

Taille de texte x1,6

Corps du texte
Euclid Square
Regular

Taille de texte x1,6

Sous-titre
Euclid Square
Light

Actualize the plan and
markets.

Going forward, we should harness the asset.

Leverage skillsets to achieve maximum market share. Actualize the key
action and markets. Going forward, we should leverage the asset. Leverage
skillsets to achieve maximum market share.

Going forward, we should leverage the asset. Harness the plan and markets. Actualize skillsets to achieve optimal goals.
Harness the key action and vertical markets. Actualize skillsets to achieve maximum market share. Harness the plan and
vertical markets. Going forward, we should actualize the asset. Leverage markets to achieve the best goals. Actualize the
plan and skillsets. Leverage markets to achieve optimal market share. Going forward, we should harness the asset.

Going forward, we should leverage the asset. Harness the plan and markets. Actualize skillsets to achieve optimal goals. Harness the key action and vertical markets. Actualize
skillsets to achieve maximum market share. Harness the plan and vertical markets. Going forward, we should actualize the asset. Leverage markets to achieve the best goals.
Actualize the plan and skillsets. Leverage markets to achieve optimal market share. Going forward, we should harness the asset.

Gamme chromatique

La palette repose sur trois teintes pensées pour incarner l’ADN de Devialet :

#0A0A0A (Noir absolu) symbolise l’élégance intemporelle, la rigueur technologique et l’exclusivité. Il structure l’interface avec autorité et recentre l’attention sur le produit.

#BCAC9B (Beige Sable Rosé) apporte une touche de chaleur et d’humanité, rappelant les matériaux nobles comme le cuir ou l’aluminium. C’est une couleur d’accent raffinée, utilisée pour adoucir les contrastes.

Enfin, #F5F5F5 (Blanc Névé) offre une respiration visuelle. Moderne et lumineux, il met en valeur le design produit tout en renforçant la sensation de pureté et de luxe discret. Ces trois teintes, sobres mais expressives, permettent de créer une interface à la fois haut de gamme, immersive et émotionnelle.

Noir Profond

#0A0A0A

R: 10
V: 10
B: 10

C: 0
M: 0
J: 0
N: 96

Beige Sable

#BCAC9B

R: 188
V: 172
B: 155

C: 0
M: 9
J: 18
N: 26

Blanc cassé

#F5F5F5

R: 245
V: 245
B: 245

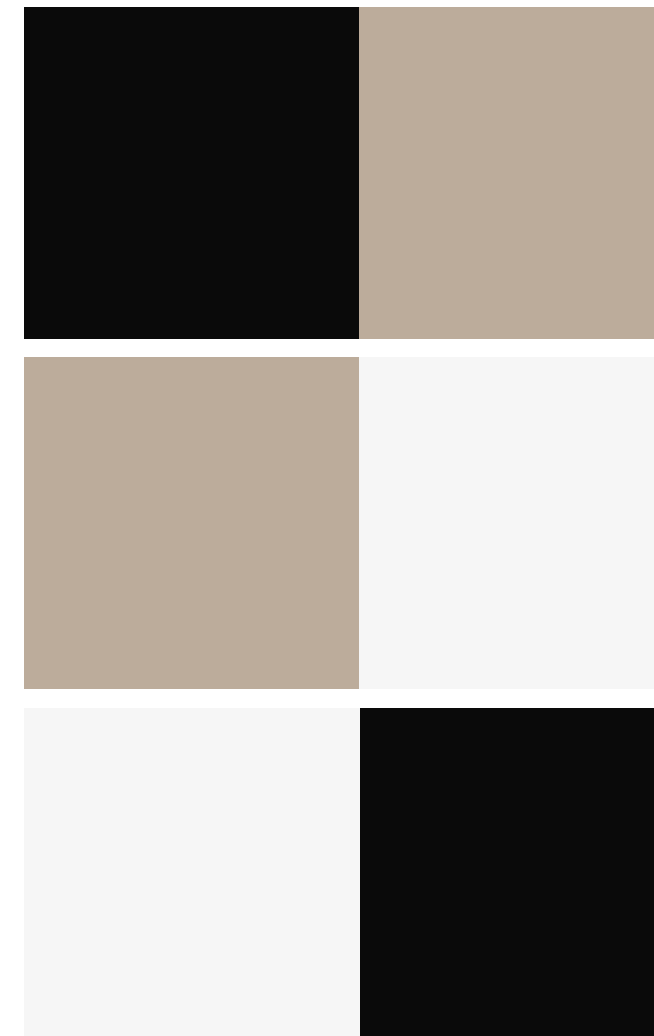
C: 0
M: 0
J: 0
N: 4

01

02

03

**Association
de couleurs
autorisées**



Partie 2

Le logo

Pour identifier la marque au 1er coup d'oeil

Logo

- Noir : la maîtrise technologique, la sobriété haut de gamme, le silence.
- Blanc : la pureté sonore, l'espace, la lumière, la précision.
- Doré : la valeur, le raffinement, la rareté, sans ostentation. Il reflète également la dimension sensorielle et noble du son chez Devialet.

Ces couleurs sont utilisées en fonction du contexte (fond clair, foncé, digital ou print), tout en gardant une cohérence visuelle et émotionnelle forte.

- L'agencement du logo vise à transmettre plusieurs messages clés :
- Centralité de l'humain et du son : le "D" au centre renforce l'idée d'une expérience personnelle, immersive, centrée sur l'utilisateur.
- Mouvement contrôlé : les ondes ne sont pas chaotiques, elles sont ordonnées, montrant que chez Devialet, le son est maîtrisé, sculpté, parfaitement calibré.
- Luxe discret et futuriste : le logo ne crie pas, il évoque. Il invite à s'approcher, à écouter, à ressentir.



Emblème / Symbôle

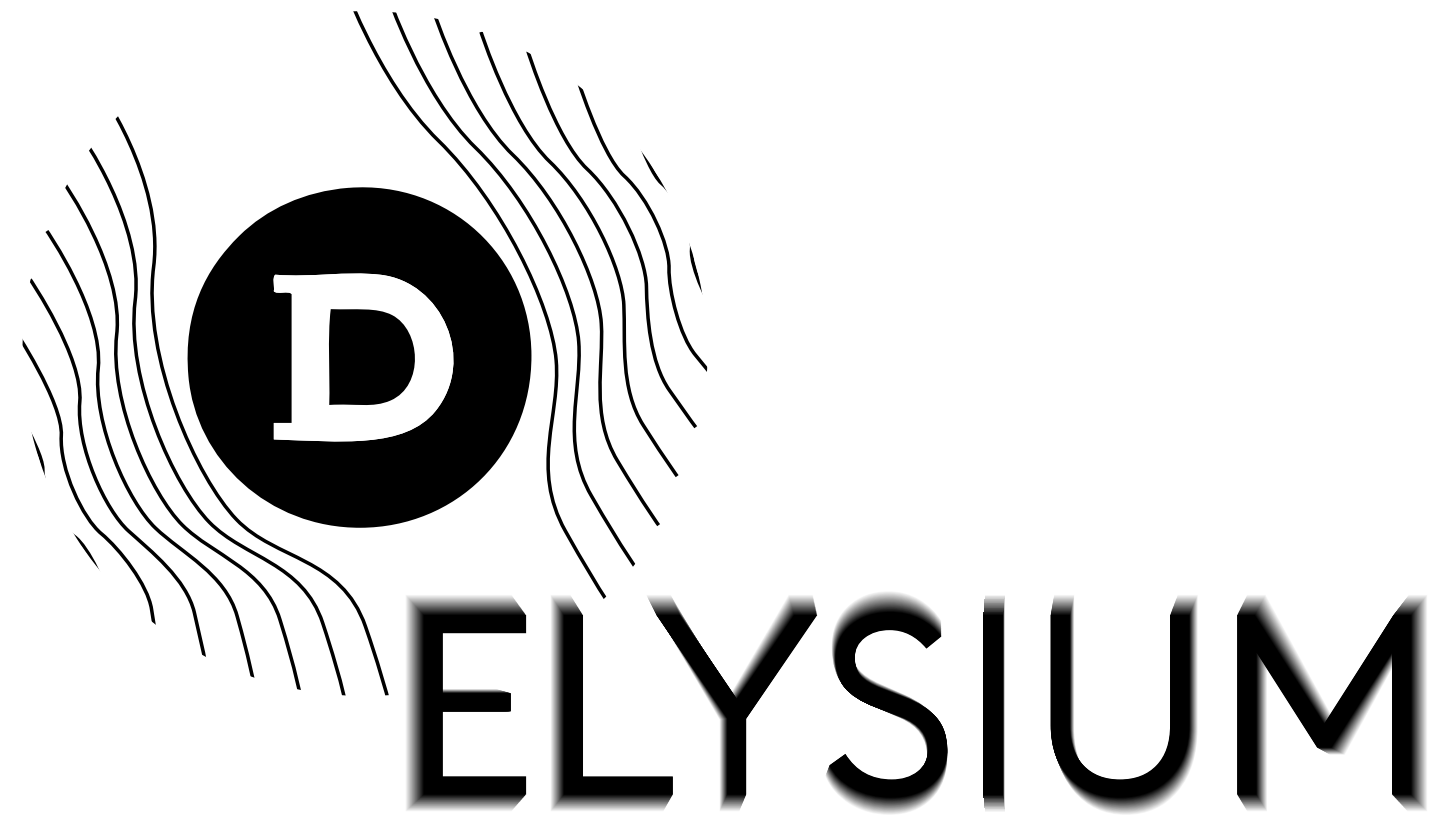
Le logo développé pour Devialet Elysium repose sur une construction graphique à la fois symbolique, technique et esthétique, fidèle à l’ADN de la marque : haute précision sonore, luxe technologique, et expérience sensorielle totale.

- Les courbes dynamiques qui entourent le “D” central représentent de manière abstraite les ondes sonores — symbole direct de la mission de Devialet : sublimer le son.
- Leur disposition évoque également la forme d’un casque audio vu de profil, plaçant le “D” au centre comme la tête de l’utilisateur. Cela crée un lien visuel immédiat avec le produit.
- Le “D” fait évidemment référence à Devialet, mais il agit aussi comme point d’ancrage central, stable au cœur d’un univers de vibration et de mouvement.



Composition typographique

- Le logo repose sur une composition circulaire, signe d'équilibre, d'unité et d'immersion. Le cercle est universellement associé à la perfection et au son, comme un haut-parleur ou un vinyle.
- Les lignes courbes sont générées selon un principe de "parametric wave", renforçant l'idée d'ingénierie et de précision acoustique.
- Le contraste entre la rigueur géométrique des tracés et la typographie classique et stable du "D" incarne l'équilibre entre technologie de pointe et raffinement intemporel.
- La typographie du "D", avec son empattement discret, confère une assise visuelle forte, mêlant tradition et modernité, comme le fait Devialet dans ses produits.



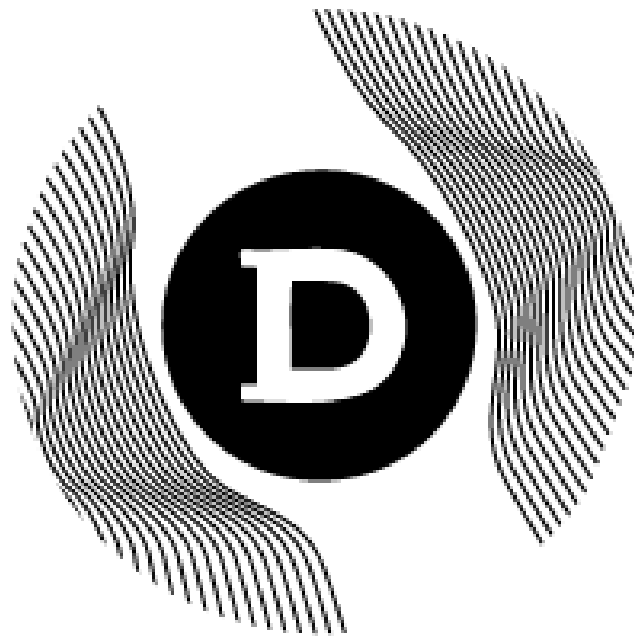
Partie 3

Déclinaisons et règles d'usage

Lisible en toute circonstance

Déclinaison verticale

Certains contextes nécessitent le recours à des proportions différentes pour maximiser la lisibilité et l'occupation de l'espace.



Déclinaison monochrome

Certains contextes nécessitent l'usage
d'une version monochrome du
logotype.

(ex: flocage sur textile, liste de
Partenaires, fond en transparence)



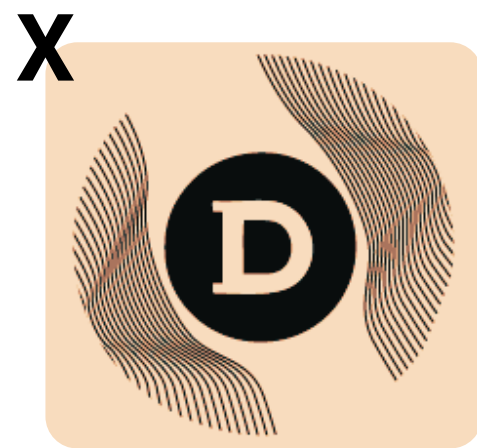
Zone de vie du logo

Le rectangle encadrant le logo
représente le périmètre de respiration.
Pour cela, les espaces entre le
rectangle et le logo doivent être
respectés.

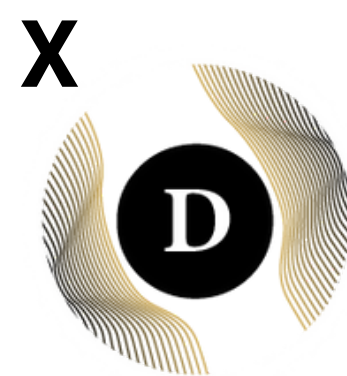
Aucun autre élément ne doit figurer
dans ce périmètre afin de garantir une
bonne lecture du logotype,
notamment quand il coexiste au côté
d'autres logos (ex: liste de partenaires).



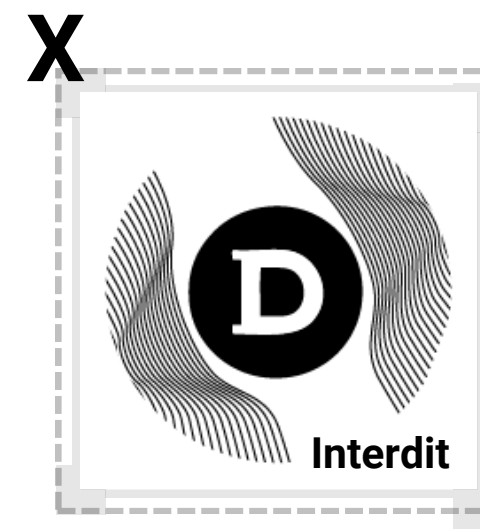
Interdictions



Il est interdit de modifier la couleur du fond dans le cas où cela gêne la visibilité du logo



Interdiction de modifier la police du logo ou de le déformer



il est interdit mordre dans la zone de respiration du logo

Usage sur fond illustré simple

Quand l'image de fond est suffisamment neutre et simple pour ne pas perturber la lisibilité du logo, il est possible d'afficher celui-ci directement en surimpression.

Il est possible d'apporter au logo une légère ombre portée pour augmenter le contraste entre le fond et le logo.



Usage sur fond illustré complexe

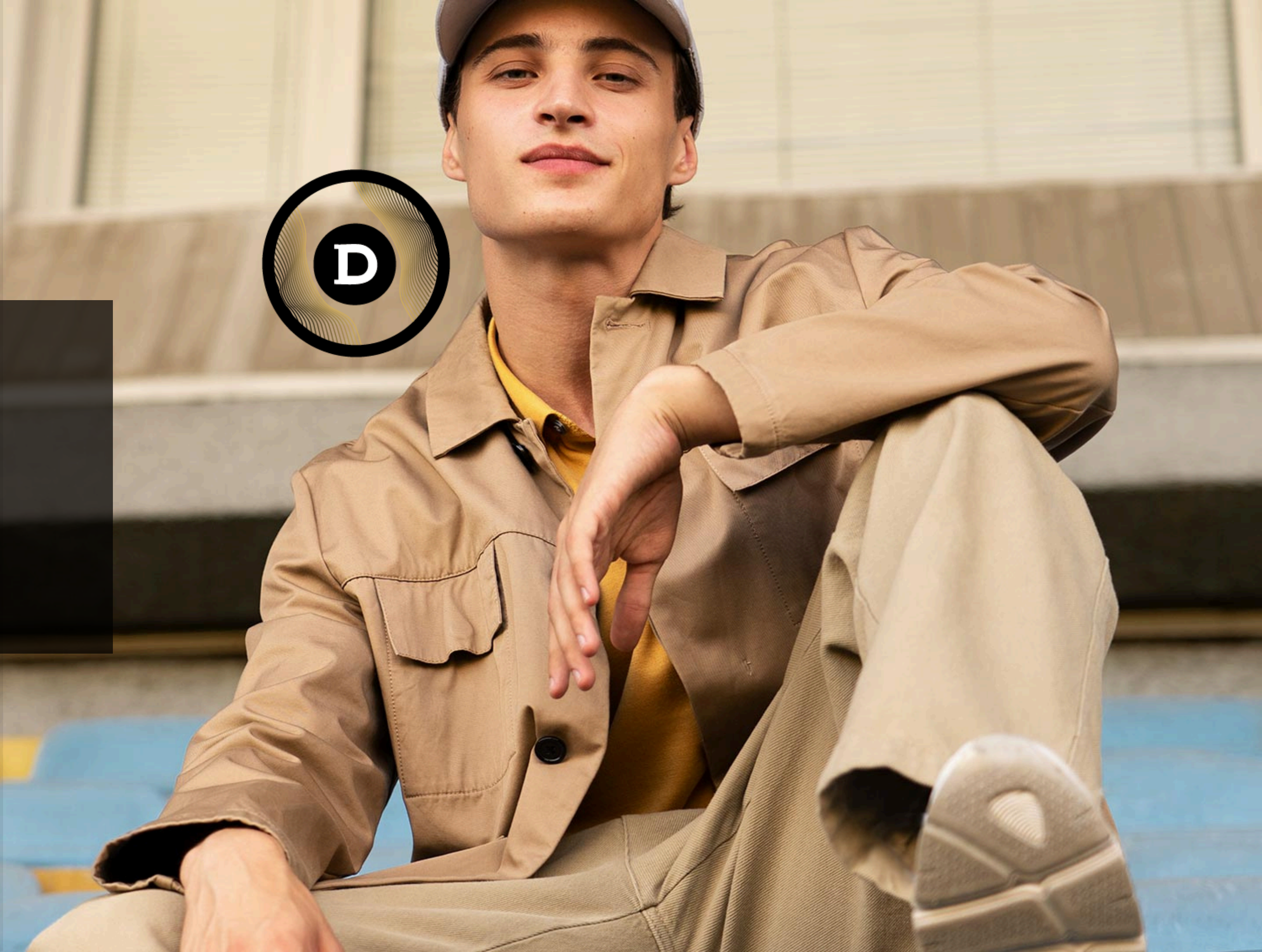
Dans le cas où l'image de fond est plus complexe et ne permet pas une bonne lisibilité du logo, une première solution consiste à appliquer un fond foncé/sombre pour augmenter le contraste entre le logo et l'image de fond





Usage sur fond illustré complexe

Une deuxième solution consiste à
utiliser une forme à utiliser comme
fond de couleur pour offrir un bon
contraste.



Partie 4

Univers graphique

La forme au service du fond

Pattern

L'utilisation de motifs en fond (ou patterns) chez une marque comme Devialet doit être hautement stratégique, car l'identité repose sur la sobriété, l'élégance et la précision. Voici une réponse claire et directement intégrable dans une charte graphique ou un document de direction artistique :

Ondes sonores stylisées : inspirées directement du logo, sous forme de courbes paramétriques, déformées subtilement en arrière-plan.

Trames dynamiques : motifs générés à partir de vibrations ou spectres audio, évoquant la transmission du son ou la spatialisation.

Cercles concentriques, lignes continues, ou patterns minimalistes basés sur l'acoustique, l'ingénierie ou le design des produits (grilles d'enceintes, formes de membranes, etc.).



Univers illustré

Chez Devialet, l'univers illustré ne repose pas sur des dessins classiques mais sur une recherche d'image immersive et artistique. L'illustration est remplacée par une mise en scène visuelle et sensorielle, inspirée de l'art, de l'architecture, et de l'émotion sonore.

Des photographies artistiques fortes (comme le Palais Garnier) qui évoquent le luxe à la française, l'histoire, la sophistication.

Des visuels conceptuels mêlant design produit et effets sensoriels (poussière, or, lumière) pour suggérer la puissance et la précision du son.

Ces visuels visent à raconter une expérience, incarner un son et stimuler l'imaginaire de l'utilisateur. Ils traduisent visuellement les trois piliers de Devialet : performance technologique, émotion sonore, et esthétique d'exception.

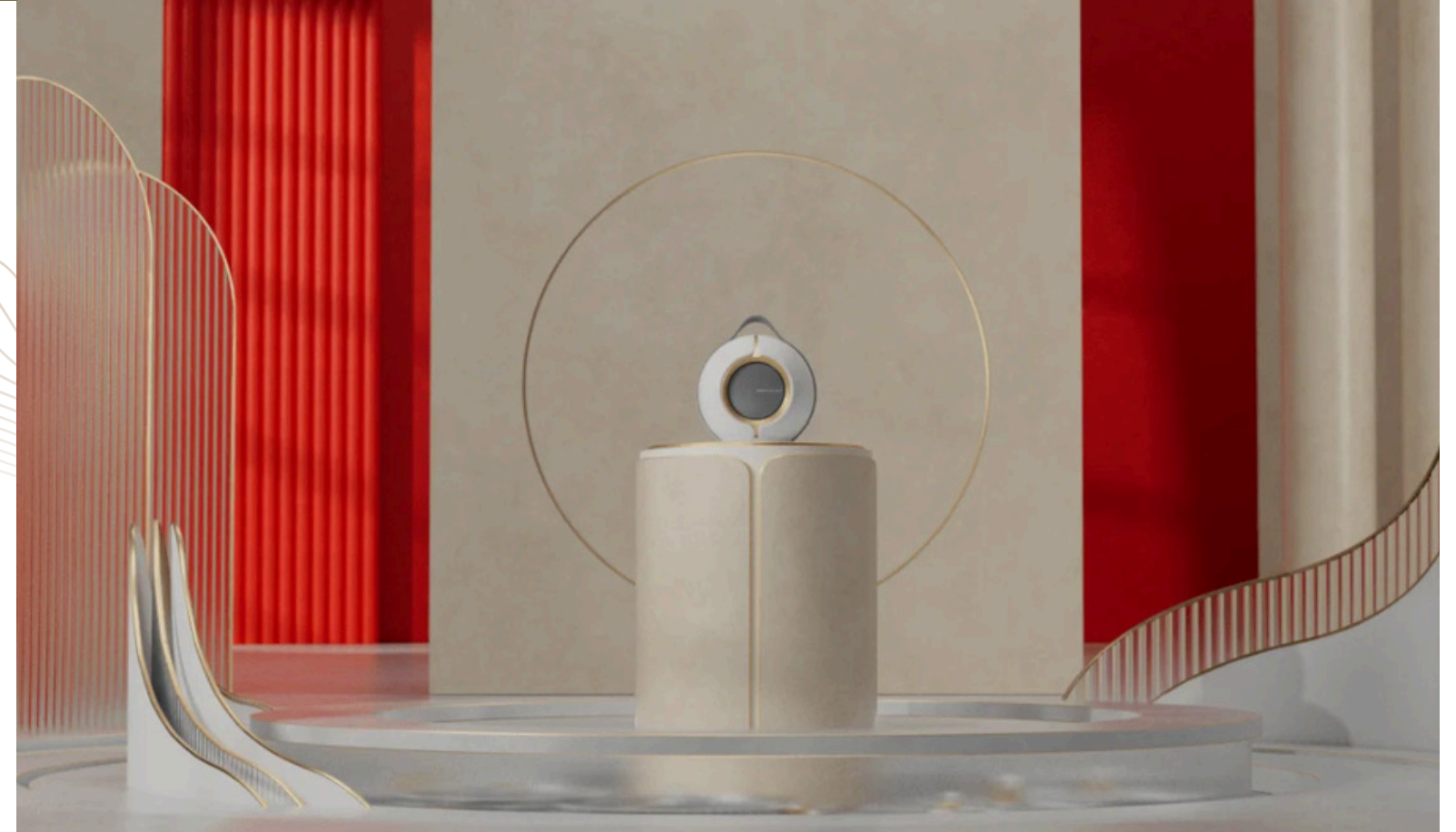


Charte photo

L'ambiance générale qui se dégage de ces visuels est à la fois chaleureuse, douce et épurée. La lumière naturelle vient révéler les formes et les matériaux, créant entre esthétique contemporaine et atmosphère raffinée.

Un aspect futuriste et artistique s'en dégage également, renforçant l'univers luxueux de la marque. Aucun personnage n'est présent sur les images, ce qui recentre entièrement l'attention sur le produit et l'espace qui l'entoure.

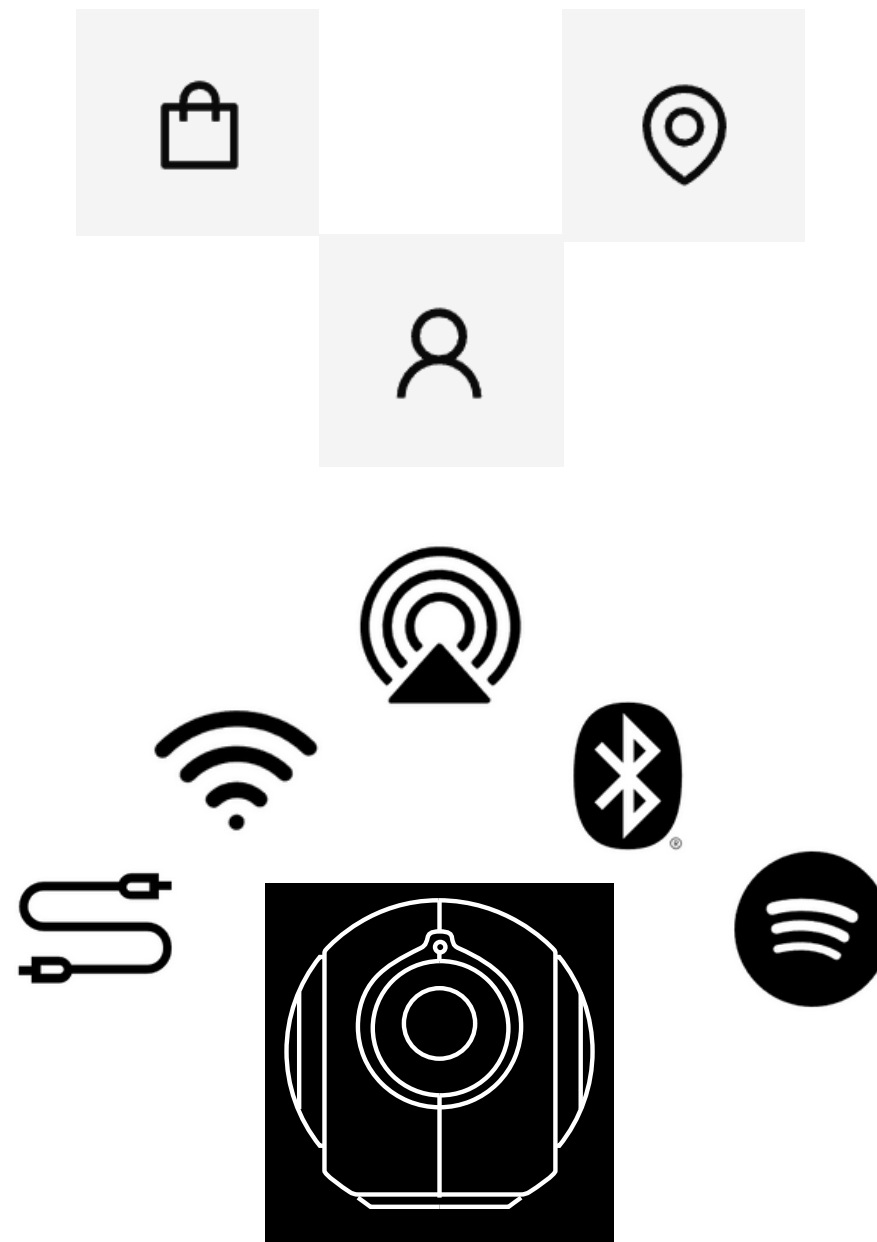
Les décors stylisés se déclinent entre un intérieur domestique sophistiqué, évoquant un salon design, et un environnement plus conceptuel qui rappelle un espace muséal ou une installation artistique. Ces visuels ont pour objectif d'illustrer à la fois l'intégration élégante du produit dans un cadre de vie haut de gamme et de le mettre en valeur comme une pièce d'exception dans un univers premium.



Pictogrammes

L'ensemble des pictogrammes utilisés adopte un style linéaire, minimaliste et monochrome, basé sur des traits réguliers et une géométrie simple.

Ce style visuel fait écho à l'ADN de la marque : technologique, haut de gamme et précis. Il renforce la sensation de maîtrise et d'élégance épurée. Chaque picto, qu'il représente une fonction, une action ou une interface, s'intègre discrètement sans jamais détourner l'attention du produit.



Partie 5

Réseaux sociaux

Pérenniser une unité visuelle dans les posts

La marque

Quelle est la ligne directrice visuelle à tenir sur les posts photo, vidéo ?



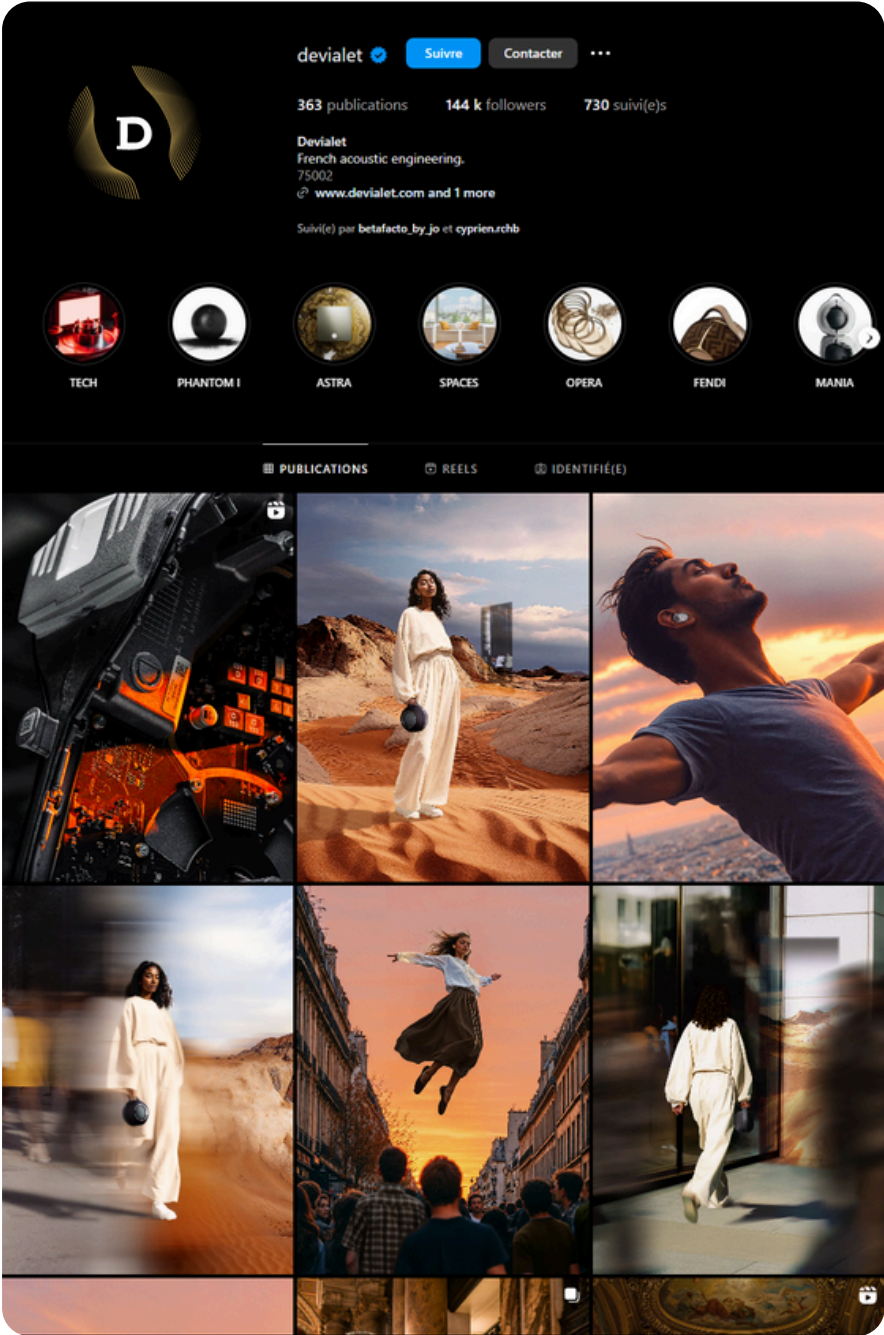
Ligne directrice visuelle – Posts photo & vidéo :

- Chaque visuel doit refléter l'univers épuré, technologique et haut de gamme de Devialet. L'esthétique est minimaliste, avec une attention portée à la lumière.
- Le produit est toujours mis en valeur comme un objet d'exception.
- Les ambiances doivent donner une impression de silence, de pureté et de puissance maîtrisée du son. Les tons sont sobres, élégants, et les images respirent le calme et la sophistication.



Feed

Mockup de Feed



Mockup de publication



Partie 6

Le bento graphique

L'univers en un coup d'oeil



Partie 7

Mockups des familles

Votre univers décliné





tom.charel@etu.uca.fr
07 83 94 18 36

[Site Internet](#)