

BLOOM

BRAND BOOK

Version 0.01 | Date 2022/12/29



Introduction

BLOOM est une association de loi 1901 à but non lucratif fondée en 2005 par Claire Nouvian. Entièrement dédiée à l'océan et à ceux qui en vivent, BLOOM a pour mission d'œuvrer pour le **bien commun, la préservation** de la biodiversité, des habitats marins et du climat en inventant un lien durable et respectueux du vivant entre les humains et la mer.

Les océans sont exsangues. Surexploités, pollués et dévastés par des méthodes de pêche destructrices, ils sont méthodiquement vidés de leurs extraordinaires richesses. Longtemps pensés inépuisables, les océans sont pillés jusqu'à épuisement, loin des regards et des préoccupations de l'opinion publique comme des décideurs politiques.

“Ensemble, nous avons le pouvoir de sauver nos océans”

Table des matières

04	Livre de marque
11	Public cible
15	Charte graphique
25	Les applications
28	Manifeste



LIVRE DE MARQUE

Constat **actuel**

Nos sociétés ont donné un blanc-seing aux industriels qui se comportent désormais en maîtres des lieux alors que les océans forment **le plus grand bien commun de notre planète**. Nous voici face à une situation sans précédent : alors que la crise écologique met les écosystèmes sous tension et qu'il faudrait **agir urgemment et avec détermination**, un réseau très puissant d'industriels a phagocyté les structures de pouvoir et réussit à accroître chaque jour un peu plus son emprise sur les océans.

L'impact de cette pêche industrielle intensive ne se limite pas à la diminution de la taille des populations de poissons : les filets maillant dérivants et autres dispositifs de concentration de poissons **ont un terrible effet sur la biodiversité marine et la structure des habitats**.

Ce sont aussi de nombreux « services écosystémiques » gratuits qui sont perdus :

- Une nourriture abondante ;
- L'absorption du CO₂ (relâché dans l'atmosphère par la combustion des énergies fossiles, mais absorbé par diffusion et photosynthèse au niveau des océans) et la régulation du climat mondial ;
- L'incroyable réservoir d'espèces et de molécules (patrimoine culturel, potentiel médical et technologique) ;
- Source de stabilité alimentaire, économique et politique pour des zones exsangues (comme la Corne de l'Afrique) et les pays en voie de développement.

Cette surexploitation des ressources entraîne une perte d'emplois et une iniquité croissante dans la répartition des captures et de la consommation des produits de la mer dans le monde. C'est donc une catastrophe écologique, socio-économique et sanitaire qui se profile.

Nos valeurs

Engagé

Bloom est impliquée dans les actions qu'elle mène et cela se ressent jusque dans ses actions et mobilisations, franches, sincères, accessibles et spontanées.

Confiance

Faire confiance à Bloom, c'est se sentir concerné par la cause. C'est aussi pouvoir nous rencontrer, nous parler afin de comprendre qui nous sommes, comprendre notre fonctionnement et comment nous investissons nos moyens en toute transparence.

Protection

BLOOM veut protéger le plus grand bien commun de cette planète, mais aussi notre futur et notre société afin de vivre dans un monde meilleur.

Optimiste

BLOOM est positive et a espoir. Pour rassurer, accompagner sereinement et faire progresser la société vers un avenir aussi certains que serein.

Passionné

La création de Bloom vient tout d'abord d'une passion. La passion de l'environnement marin, sa faune. Cette richesse marine qui est nécessaire à notre planète et notre écosystème. C'est cette passion qui fait notre force et notre détermination dans nos actions menés.

Écologie

L'association est bien évidemment dans une démarche écologique, le but n'est pas seulement de préserver notre biodiversité mais également de préserver nos énergies et aussi limiter la pollution des océans avec ses pratiques néfastes.

Notre promesse

La vision de BLOOM est de refuser cette fatalité, en prouvant que la mobilisation peut retourner la tragédie environnementale et humaine en cours. A nous d'être la voix des écosystèmes menacés, des territoires et des peuples exploités, dans un même mouvement de défi de la logique industrielle méprisant la nature comme les humains.

- **Ensemble, il est permis** d'aspirer à un autre rapport à la nature, de faire le vœu d'un équilibre harmonieux entre humains et non humains.
- **Ensemble, il est possible** de rêver à l'avènement d'un monde meilleur, qui utilise le défi du changement climatique pour repenser de fond en comble ses rapports malsains à l'altérité humaine et animale.
- **Ensemble, nous avons le pouvoir** de réaliser nos rêves. L'union fera notre force et notre force sera notre humanisme.



Notre ton de voix

Le ton de BLOOM est engagé et militant.

Nous utilisons un langage direct et des termes forts pour sensibiliser à la protection des océans et des espèces qui y vivent. Nous mettons en avant les actions concrètes que nous menons pour lutter contre la pollution, la pêche et la chasse illégales de différentes espèces. Voici quelques exemples de phrases qui reflètent le ton rédactionnel engagé et militant de BLOOM :

- Nous ne laisserons pas les industries polluantes détruire nos océans.
- Nous appelons les citoyens du monde entier à se joindre à nous pour lutter contre la pêche illégale et la chasse illégale.
- Nous ne nous taisons pas face à l'injustice commise envers les océans et les espèces qui y vivent.

Il est important de noter qu'il y a beaucoup d'autres phrases qui peuvent être utilisées pour refléter le ton engagé et militant de BLOOM, car les exemples sont donnés à titre d'illustration.



Nos missions

Notre choix :

BLOOM a fait le choix stratégique de conserver une petite taille et de focaliser son énergie et expertise autour de trois sujets clés :

- **La préservation des écosystèmes et de la biodiversité** par la mise en place de pratiques limitant les impacts sur les espèces non-ciblées et les habitats ;
- **La création d'emplois** grâce au développement du secteur de la pêche artisanale ;
- **La fin d'un désastre financier** en militant pour une meilleure répartition des subventions publiques françaises et européennes, aujourd'hui captées par le lobby de la pêche industrielle.

Nos actions :

Nous ne croyons pas à l'action « *unique et magique* » qui permettrait de résoudre seule les problèmes évoqués en amont. Ainsi, nos progrès sont tangibles car nos objectifs se traduisent en trois axes d'action stratégique, chacun permettant de faire un effet de levier sur l'autre et d'augmenter ses chances de succès, sa visibilité, son efficacité.

Nos objectifs :

Nos objectifs sont de protéger l'océan et les espèces marines tout en maximisant les emplois durables dans la pêche et l'aquaculture.

- En premier lieu, nous devons **prendre soin, restaurer, protéger**.
- Simultanément, nous devons **lutter, résister, empêcher et opposer**.
- Enfin, nous devons **transformer, inventer et construire**.

Nos actions

- Le développement d'une recherche scientifique indépendante afin d'être à même d'étudier tous les sujets, même les plus sensibles. Nous avons donc fait le choix de mettre en place de véritables programmes de recherche, afin de donner à nos actions et nos propos une légitimité à toute épreuve. Dans la mesure du possible, nous publions nos analyses dans des revues scientifiques internationales nos travaux sont également réalisés en collaboration avec des chercheurs du monde entier.
- La pédagogie, pour donner au plus grand nombre la possibilité de faire des choix responsables. Nous menons des actions de sensibilisation, d'éducation et de médiation scientifique. Nous transmettons notre savoir via la participation à des conférences, des cours, des expositions, des ateliers et des salons et festivals afin de donner aux différents publics la possibilité de faire des choix responsables.
- L'intervention politique, pour influencer sur les pratiques et les pressions qui ont produit le modèle de gestion inefficace que l'on connaît aujourd'hui. Nous sommes engagés sur le terrain législatif avec des actions de plaidoyer citoyen et une participation à des consultations publiques et des processus institutionnels. Nous nous battons pour que les décideurs politiques et les acteurs privés protègent l'océan. Ce combat se traduit par un accompagnement des élus, une évaluation des pratiques publiques et privées, par la mobilisation des citoyens et par des actions juridiques.

Exemple :

2019

21 janvier : BLOOM lance un nouvel outil, iPolitics, qui regroupera désormais toutes les interpellations de notre initiative. BLOOM appelle les citoyens à exercer leur pouvoir de contrôle quotidien sur les décideurs politiques, notamment la Commission européenne, et invente un outil d'un nouveau genre permettant de demander des comptes, jour après jour, aux négociateurs qui œuvrent dans la plus grande opacité institutionnelle.

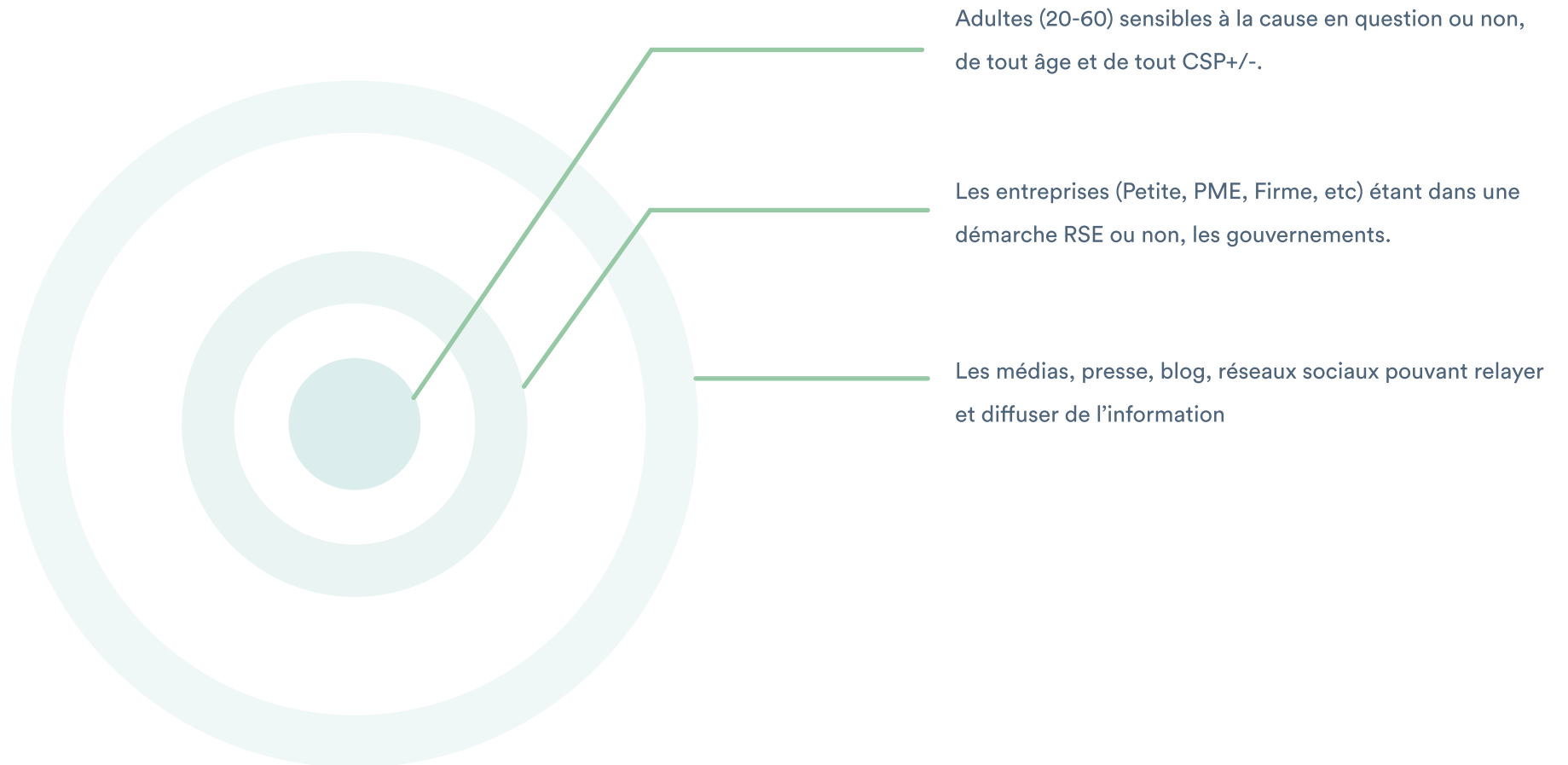
2021

27 mai : BLOOM mène un combat avec la Commission européenne contre les fraudes aux dérogations délivrées par les Pays-Bas pour pratiquer la pêche électrique. Malgré les deux plaintes de BLOOM déposées en 2017 et 2019, la Commission européenne refuse d'obliger les Pays-Bas à respecter le règlement et de les sanctionner. BLOOM lance une plateforme d'interpellation pour dénoncer la corruption morale de la Commission européenne.

An aerial photograph of the ocean with white-capped waves breaking against a dark blue background. The waves are concentrated on the right side of the frame, creating a sense of movement and depth.

PUBLIC CIBLE

Nos cibles



Personnae



Gabrielle

AGE 22
EDUCATION Sciences Physique
STATUS Célibataire
TRAVAIL Contrat étudiant
VILLE Nanterre
CSP Moyens

“ J'ai l'habitude d'utiliser mon smartphone pour naviguer sur internet et voir les actualités du jour

Environnement tech



Desktop



Mobile



8h

Traits de personnalité

Introvertie

Social

Organisé

Responsable

Joviale

Bio

Elle vit actuellement à Nanterre. Elle est en deuxième année de son master en sciences et travaille le week-end dans une boulangerie. Elle est également bénévole pour des associations durant son temps libre et aime bien sortir dehors avec ses amis dans plein de typologie de lieux différent.

Besoins / Attentes

- Trouver une association dans le besoin qui n'est pas vraiment connu à la différence de Green peace ou Sea Sheperd
- Aimerai ne pas tomber sur des associations douteuse sur internet, elle veut être en confiance avec l'association à laquelle elle apporte son aide

Frustrations

- Aimerai aider du mieux qu'elle peut la cause maritime mais ne trouve pas beaucoup d'association autre que les plus connues
- N'a pas forcément le temps de participer à des activités associatives

Personnae



Sandra

AGE 37
EDUCATION WebMarketing
STATUS Marié
TRAVAIL Traffic Manager
VILLE Couloumiers
CSP Haut

“ Mieux vaut prendre le changement par la main avant qu'il ne nous prenne à la gorge
• Winston Churchill

Environnement tech



Desktop



Mobile



6h

Traits de personnalité

Extravertie

Assidu

Motivé

Empathique

Proactif

Bio

Sandra travaille dans une entreprise digital. Elle est sensible à l'écologie et aux différentes causes environnementales. Son entreprise est dans le même esprit et met en place différentes actions dont la donation aux associations et du bénévolat réguliers pour de la communication ou des actions sur le terrain.

Besoins / Attentes

- Aimerai se sentir utile dans cette démarche environnementale
- Aimerai réussir à convaincre son entreprise d'aider une association peu démocratiser afin de la lancer, l'aider par plusieurs moyens (humains, financier, matériel)

Frustrations

- Son entreprise ne sait plus qui aider en associations et en cherche de nouvelles



CHARTE GRAPHIQUE

01 Logo de marque



L'icône de la marque est une vague cerclée d'un rond. La vague représentant la force des océan et le cerclage, sa protection. BLOOM représente le protecteur de cet océan.



Le logotype de BLOOM est un logo typographique. Le logo typographique permet de représenter la marque simplement par son et l'impact de la typographie. Ici, la typographie choisie est importante par sa graisse. Elle est également brute, sans sérif, les formes vont à l'essentiel. Allez droit au but et à l'essentiel pour transmettre un message sont des valeurs que BLOOM voulait représenter dans son identité visuelle. Dans le O de BLOOM, une vague est représentée. Elle désigne un mouvement, une progression ou une ascension selon le sens du tracé, le dynamisme. Ici, elle représentait également la force tranquille, elle paraît plate et peu dangereuse, mais peut s'élever d'une grande force.

Déclinaisons



Les versions colorées du logo sont utilisables sur les fonds unis de la charte, les images et les photographies. C'est la version du logo à utiliser majoritairement. La version coloré simple s'utilise si la version détaillée est trop petite sur un visuel. Il est également possible d'utiliser la version détaillée avec contour foncé si le logo n'est pas lisible sur un fond chargé.



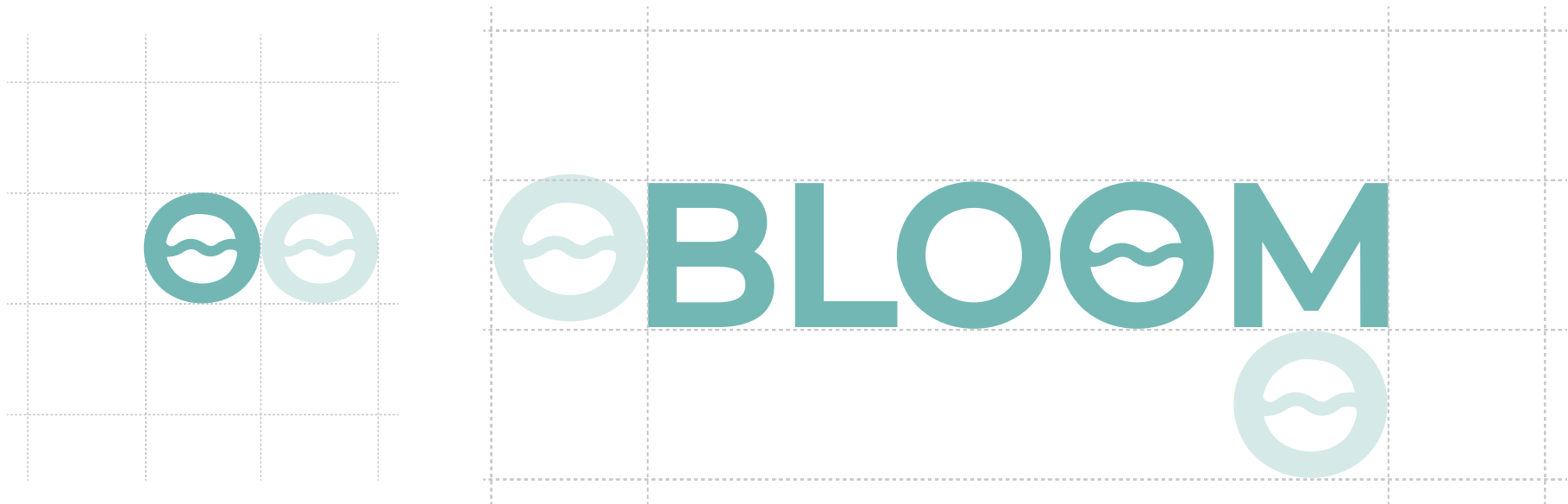
Les versions blanches du logotype peuvent être utilisées sur fonds sombres unis, mais aussi sur des images sombres.



Les versions sombres du logotype, sont exclusivement utilisées sur un fond blanc uni. Elles sont utilisées également si les deux autres versions ne sont pas lisibles sur un visuel.

Dans l'éditorial, ces versions sont utilisées en priorité si le logotype est d'une taille inférieure à 40 pixels afin d'éviter d'éventuelles défauts.

Logo Construction & marges



Les marges minimum sur la largeur et la hauteur doivent être égales à la largeur (O) de la typographie du nom.

Le ratio : taille du symbole et taille du nom doit rester inchangé.

Les interdits



Ne pas déformer le logo



Ne pas rogner le logo



Ne pas tourner le logo



Ne pas utiliser une couleur non conforme à la charte



Ne pas créer de cartouche exprès pour mettre le logo sur une image



Ne pas mettre d'ombre au logo



Ne pas masquer le logo



Ne pas réduire l'opacité du logo sur un arrière-plan tel qu'il soit. Pour représenter l'association le logo doit être visible sauf s'il est un watermark

02 Typographie de marque

Afin de représenter au mieux l'image de la marque, deux typographies sont en usages. Elles sont linéales, simples et épurées. L'on peut y voir de la légèreté tout comme de la brutalité par leur forme ferme, dénoué de toutes ornements. Elles possèdent différentes variantes permettant de multiples utilisations.

Montserrat

La Montserrat est à utiliser pour les titrages uniquement. Sur le web, c'est la typographie à utiliser pour les onglets, les CTA, la navigation, etc...

Cette typographie linéale, impactante et ronde donne une bonne lisibilité à un titre et le rend impactant.

Circular Std

La Circular Std est la typographie de corps de texte et de sous-titre. Elle possède plusieurs variantes permettant de mettre en valeur les informations importantes. La typographie est très arrondie et aérée, ce qui donne une lecture agréable des textes. Sur le web, cette typographie sera utilisée pour tout contenus écrit.

Montserrat font

ABCDEFGHIJKL
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklnop
qrstuvwxyz
123456789!@#\$
%^&*

Montserrat font

ABCDEFGHIJKLNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklnopqrstuvwxyz
123456789!@#\$\$%^&*

Montserrat font

ABCDEFGHIJKLNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklnopqrstuvwxyz
123456789!@#\$\$%^&*

Circular Std font

ABCDEFGHIJKL
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklnop
qrstuvwxyz
123456789!@#\$\$%^&*

Circular Std font

ABCDEFGHIJKLNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklnopqrstuvwxyz
123456789!@#\$\$%^&*

Circular Std font

ABCDEFGHIJKLNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklnopqrstuvwxyz
123456789!@#\$\$%^&*

03 Couleur de marque

Les couleurs qui représentent la marque sont porteuses de valeurs symboliques et de significations. La couleur est le critère de mémorisation le plus important de nos visuels. Ce sont les couleurs qui sont vues en premier et qui marquent le plus vite notre mémoire.

Les perceptions et les émotions que les couleurs dégagent contribuent à notre image.

En phase avec nos valeurs, le camaïeu de teintes bleu au vert vont signifier le calme, le changement et la confiance. on peut aussi lier ces couleurs à la nature, la croissance, et l'espoir.

Gamme chromatique

La gamme de coloré de Bloom s'inspire de l'univers marin, ses abysses. Elles sont douces et font appel à l'espoir, le rêve. Elles permettent également plusieurs contrastes, créant un impact fort visuellement.



#0A1827

RVB : 10 24 39

CMJN : 100 80 50 70

PANTONE : process black c

#234557

RVB : 35 69 87

CMJN : 90 60 40 40

PANTONE : P 175-16 C

#4E657B

RVB : 78 101 123

CMJN : 70 50 30 20

PANTONE : P 174-12 C

#70B6B3

RVB : 112 182 179

CMJN : 60 10 30 0

PANTONE : P 125-4 C

#97C9A6

RVB : 151 201 166

CMJN : 50 3 40 0

PANTONE : P 139-4 C

Les différentes teintes de bleu sont à utiliser notamment pour des fond, le titrage et corps de textes sur fond blanc. Ce sont les couleurs qui donnent le ton à un visuel mais aussi à la marque.

Le turquoise et le vert sont les deux couleurs donnant une tonique à la marque, elles font ressortir les éléments par un contraste fort. Elles sont à utiliser pour l'iconographie, les illustrations et titrage sur fond foncé.

04 Pictogrammes

Il y a plusieurs raisons pour laquelle le minimaliste peut être choisie pour renforcer l'image de marque de Bloom.

La simplicité : Une iconographie minimaliste se concentre sur l'essentiel, en utilisant peu d'éléments visuels pour transmettre un message clair et direct. Cela peut rendre le message plus facile à comprendre pour le public cible.

La modernité : Les designs minimalistes sont souvent associés à la modernité et à l'innovation, ils peuvent donc aider à donner une image moderne et avant-gardiste à une entreprise ou une association.

La flexibilité : Une iconographie minimaliste est souvent plus facile à adapter à différents formats et à différents supports de communication, tels que les cartes de visite, les sites web, les réseaux sociaux, etc.

La mémorisation : Le minimaliste utilise souvent des formes simples et géométriques, qui sont plus facilement mémorables pour le public.



L'océan

Plusieurs pictogrammes vont représenter la vie marine, et tout ce qui est lié au champs lexical de l'océan.



Web

Des icônes lié au web peuvent également aider à rendre les interfaces utilisateur plus intuitives.

Toutes ces icônes sont conçues de manière minimaliste et colorées pour un rendu esthétique et facilement identifiable. Le pack pourrait également inclure des icônes de différentes tailles et formats pour s'adapter à différents supports de communication. A noter que ces pictogrammes sont à usage digitaux uniquement.



LES APPLICATIONS

Supports

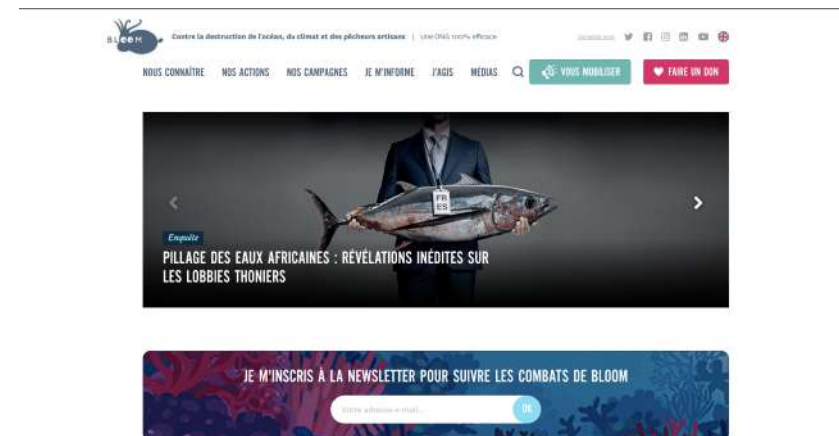
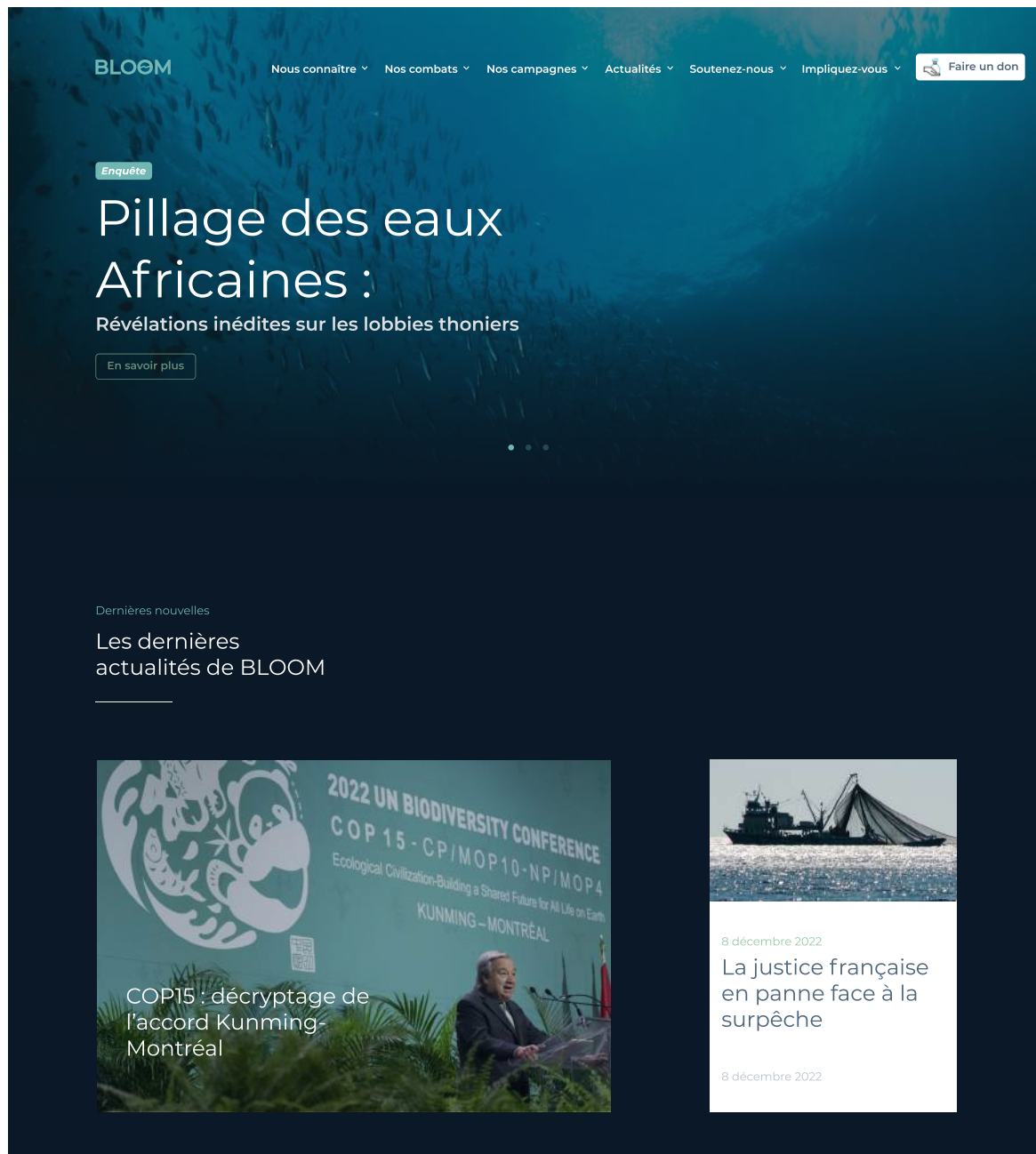


Exemple de photo utilisée

Les applications



Kit de nettoyage des plages et de recyclage (plaquette pédagogique, sac réutilisable et recyclable)



Ancienne version ci-dessus

Refonte de la Homepage



MANIFESTE

Manifeste

- Nous croyons que les océans sont essentiels à la survie de la vie sur Terre et qu'il est de notre devoir de les protéger pour les générations futures.
- Nous reconnaissons que les activités humaines, telles que la pêche excessive, la pollution, et les pratiques d'exploitation minière, ont un impact négatif sur les océans et leurs écosystèmes.
- Nous nous engageons à sensibiliser les communautés locales et mondiales à la nécessité de protéger les océans et à promouvoir des pratiques durables.
- Nous soutenons la recherche scientifique pour comprendre les impacts des activités humaines sur les océans et pour développer des solutions pour les réduire.
- Nous appelons les gouvernements et les entreprises à prendre des mesures concrètes pour protéger les océans, telles que la création de zones protégées maritimes, la réglementation de la pêche, et la mise en place de normes de durabilité pour les activités économiques.
- Nous nous engageons à travailler en collaboration avec les autres groupes et organisations pour atteindre ces objectifs et à éduquer les générations futures sur l'importance de protéger les océans.

BLOOM