

# ORPHEE®

CHARTE GRAPHIQUE

# SOMMAIRE

## 01. INTRODUCTION

## 02. LOGO

- 2.1 Logo
- 2.2 Déclinaisons
- 2.3 Logos en blanc
- 2.4 Logos en couleurs
- 2.5 Espace de protection
- 2.6 Tailles minimales
- 2.7 Interdits
- 2.8 Motif

## 03. COULEURS

- 3.1 Couleurs principales
- 3.2 Couleurs secondaires
- 3.3 Dégradés
- 3.4 Interdits

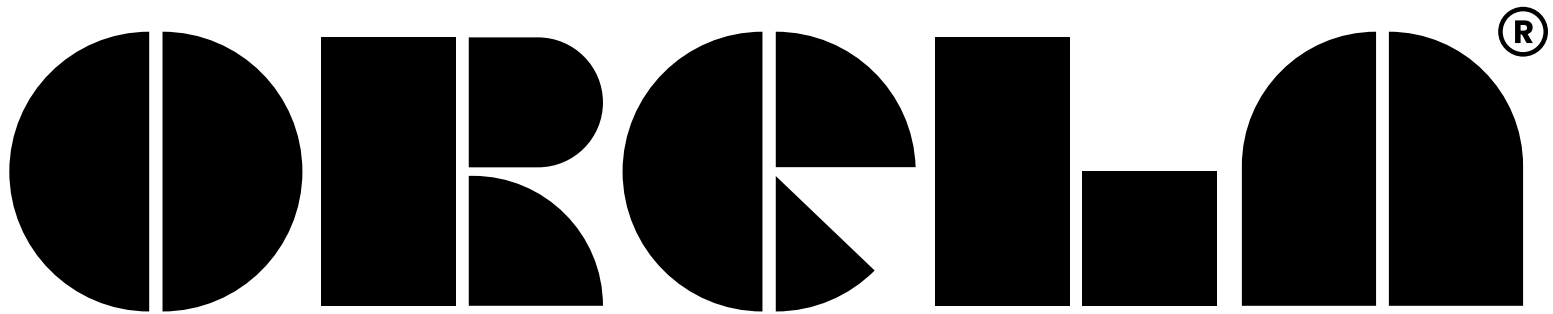
## 04. TYPOGRAPHIES

- 4.1 Typographie principale
- 4.2 Typographie secondaire
- 4.3 Hiérarchie typographique

## 05. APPLICATIONS

# 01. INTRODUCTION





Orela est un véritable bras droit pour les dirigeants de TPE et PME. Grâce à une approche humaine, proactive et engagée, l’agence accompagne les entreprises dans leur gestion quotidienne avec rigueur et clarté. Pensée comme un partenaire de confiance, Orela offre un accompagnement durable qui permet aux entrepreneurs de se concentrer pleinement sur leur métier, avec sérénité et ambition.

# 02. LOGO

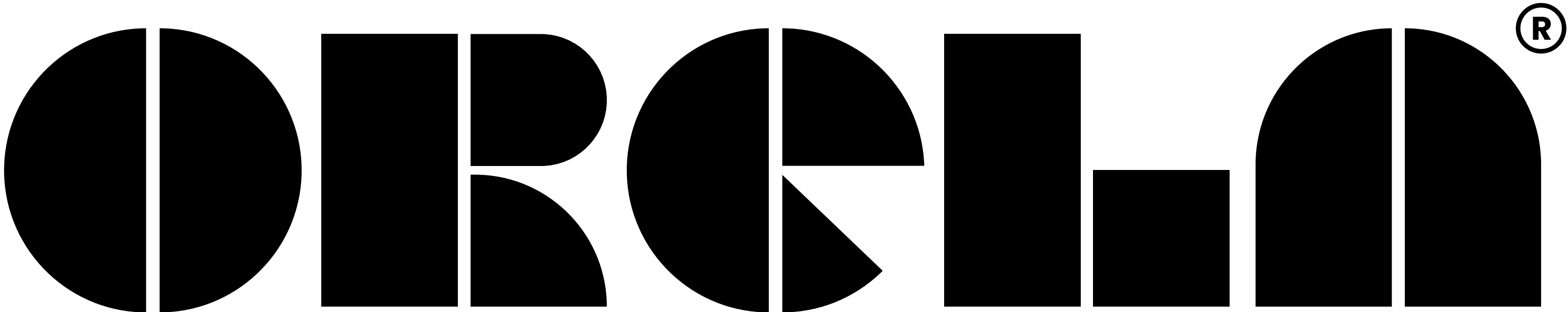
- 2.1 Logo
- 2.2 Déclinaisons
- 2.3 Logos en blanc
- 2.4 Logos en couleurs
- 2.5 Espace de protection
- 2.6 Tailles minimales
- 2.7 Interdits
- 2.8 Motif

## 2.1 Logo

Le logotype repose sur une construction entièrement géométrique, fondée sur un système de formes simples et modulaires. Il est composé de cercles pleins, de demi-cercles et de segments rectilignes qui s’assemblent pour former une typographie personnalisée.

Chaque lettre est construite à partir d’un même langage formel, basé sur un module circulaire constant, garantissant une cohérence globale et un rythme visuel homogène. Les arrondis et les découpes internes créent un jeu de pleins et de vides qui structure la lecture tout en apportant une identité forte et reconnaissable.

Cette approche donne au logotype une dimension à la fois rigoureuse et expressive, où la précision du tracé renforce l’impact visuel et la singularité de la marque.





## 2.2 Déclinaisons

Les déclinaisons du logotype permettent d’adapter l’identité à différents contextes d’utilisation tout en conservant une cohérence forte.

Ces déclinaisons possèdent la baseline « consulting. » qui précise le positionnement et renforce la dimension professionnelle et experte de la marque. La version verticale offre une construction plus rectangulaire, idéale pour les supports qui s’inscrivent dans une hauteur plus importante.

Enfin, la version condensée sous forme d’icône garantit une reconnaissance immédiate, même en très petit format ou dans des environnements contraints, tout en conservant l’essence du logotype.



Logotype avec baseline



Logotype vertical



Icône

2.3  
Logos en blanc

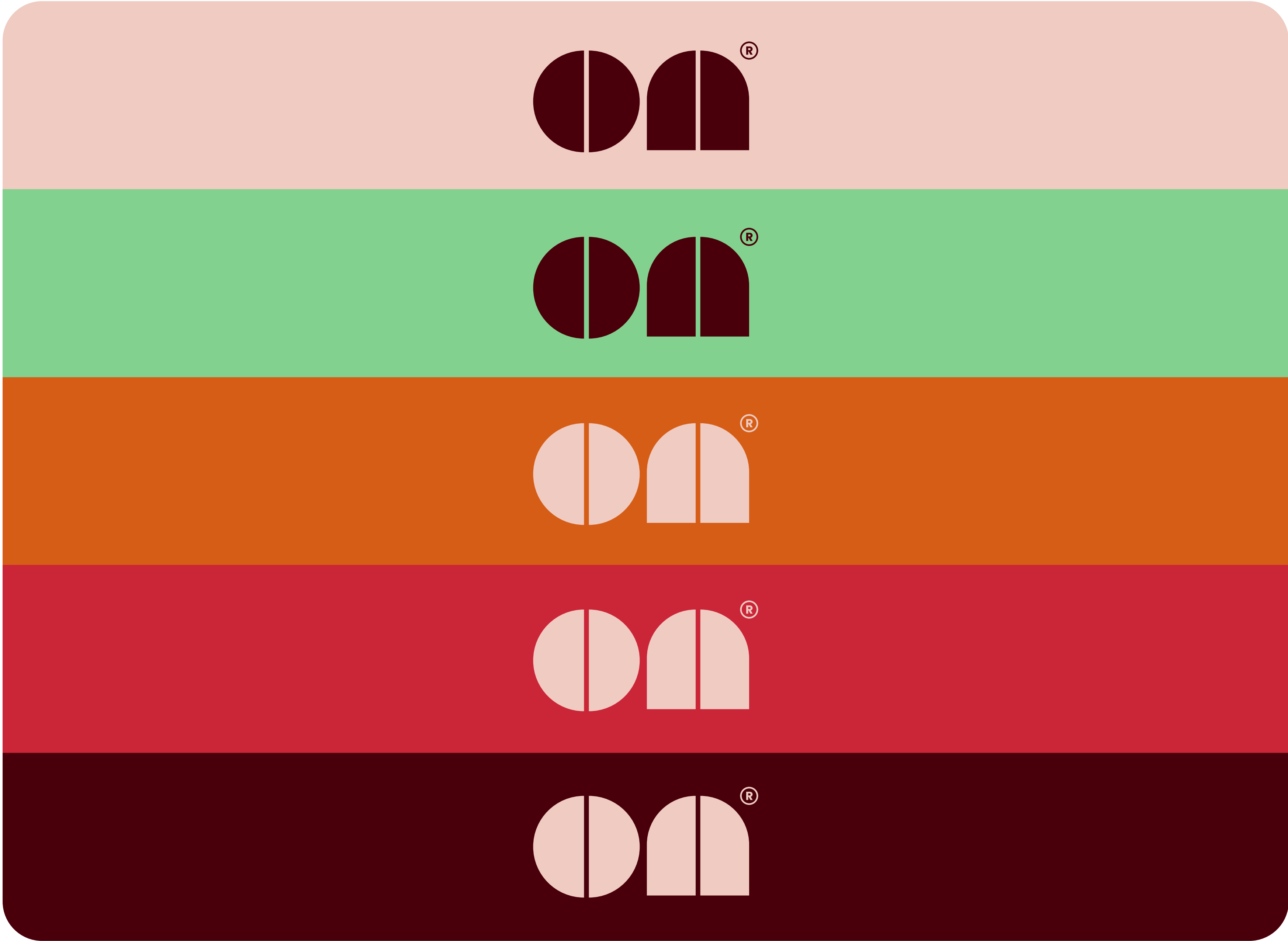




2.4  
Logos en couleurs



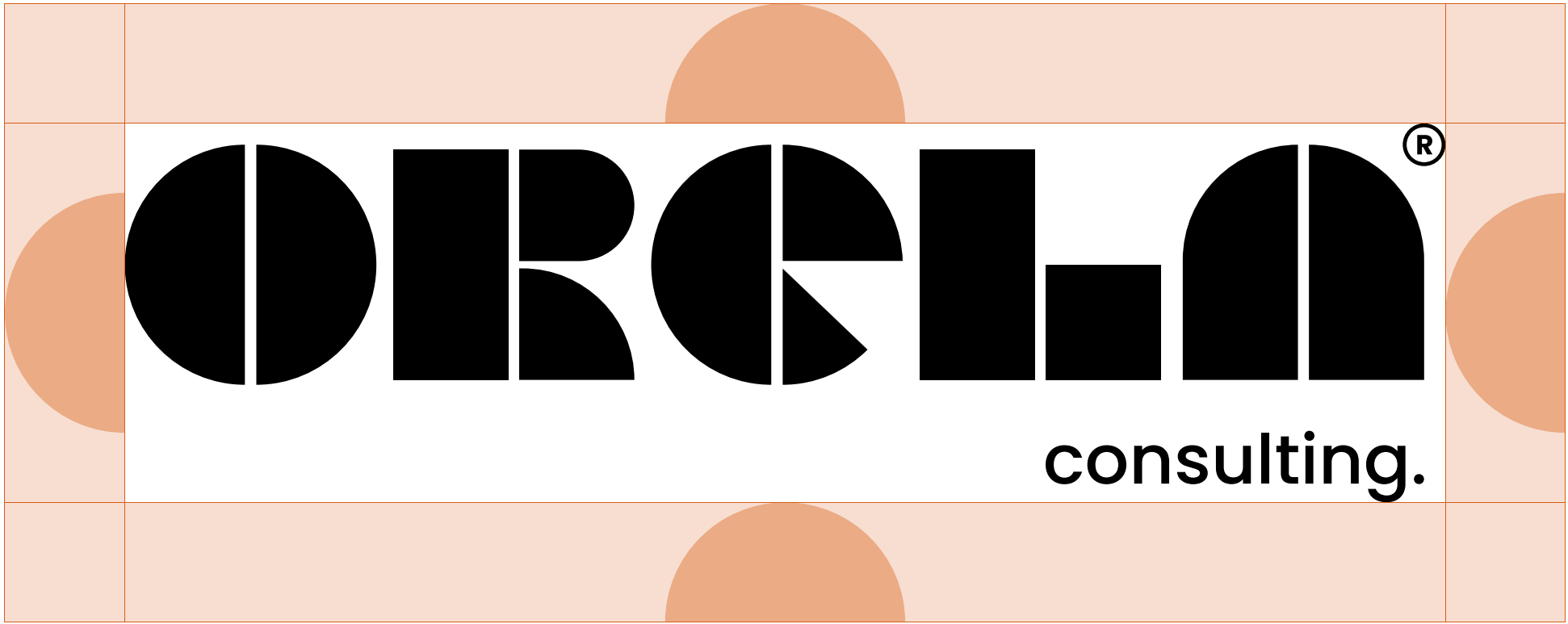
2.4  
Logos en couleurs



2.4  
Logos en couleurs



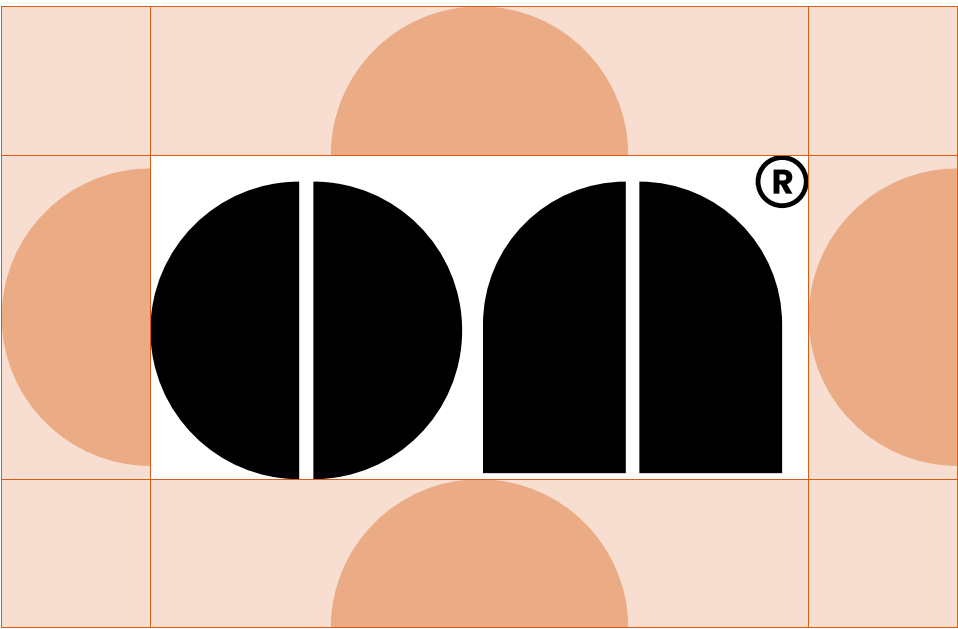




## 2.5 Espace de protection

L'espace de protection correspond à la distance minimale à respecter entre le logotype et tout autre élément visuel ou textuel.

Le demi-cercle du « O » d'Orela définit cet espace minimal à préserver.



## 2.6 Tailles minimum

Définir une taille minimale garantit la lisibilité et l'impact visuel du logo dans toutes les applications.



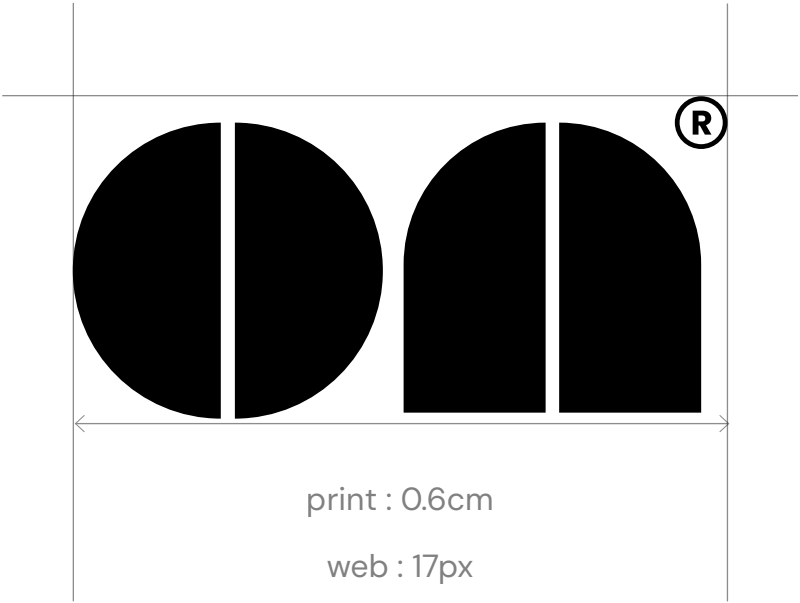
Logotype



Logotype avec baseline



Déclinaison



Icône

## 2.7 Interdits

Le logo doit toujours être utilisé dans sa forme originale. Aucune modification, déformation, recoloration ou rotation n'est autorisée.

Ses proportions, couleurs et orientation doivent rester strictement conformes aux spécifications de ce document.

Les exemples présentés ci-contre sont une liste non exhaustive illustrant les erreurs d'usage les plus courantes.



✗ Ne pas déformer



✗ Ne pas appliquer de contours



✗ Ne pas incliner



✗ Ne pas déplacer les éléments



✗ Ne pas appliquer de dégradé



✗ Ne pas appliquer une ombre portée



✗ Ne pas utiliser une couleur non autorisée



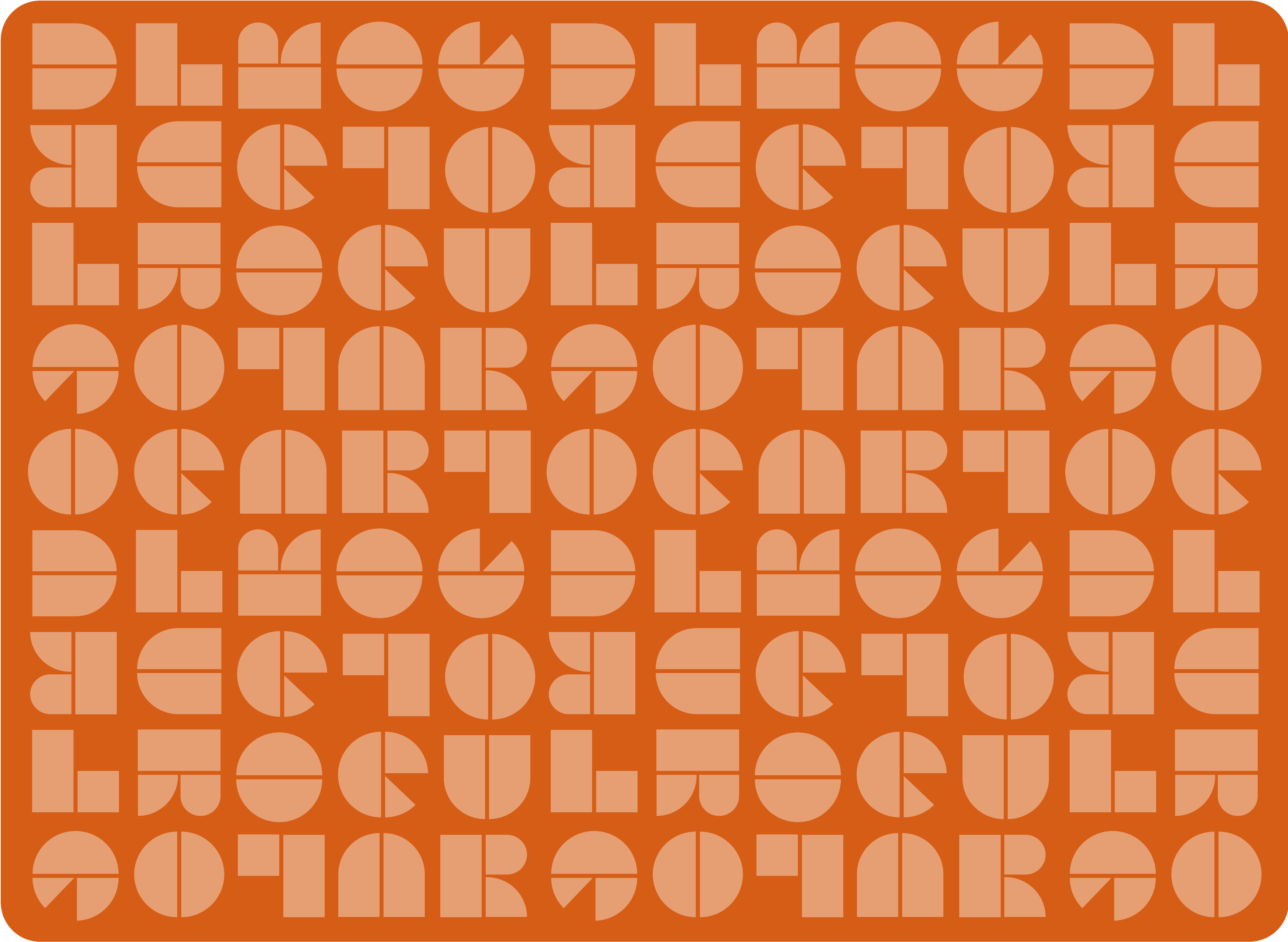
✗ Ne pas changer la typographie



## 2.8 Motif

Le motif de la marque est un élément graphique unique, conçu comme une extension de l’identité, qui peut apporter un intérêt visuel dans certains contextes.

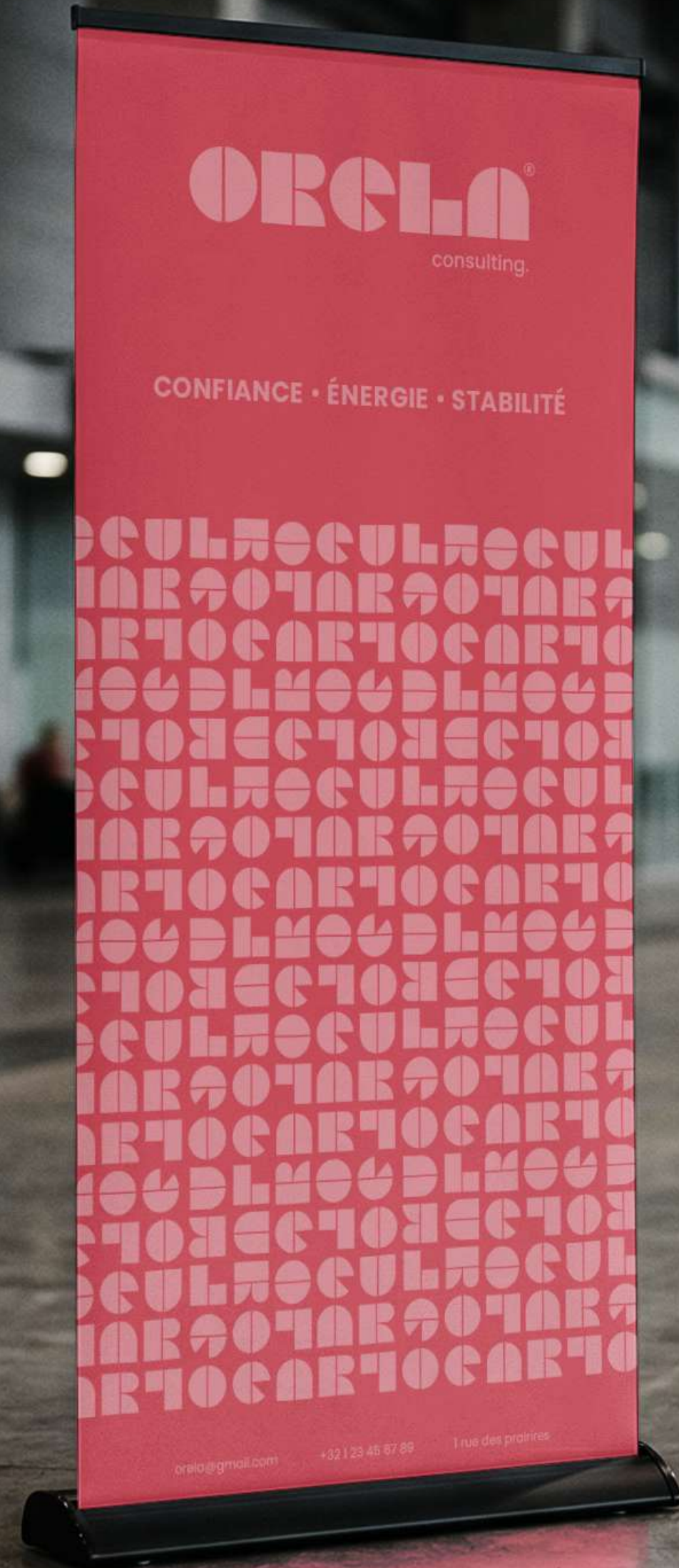
Il peut être utilisé pour habiller des supports de communication comme les affiches, flyers, brochures ; décorer des zones secondaires telles que les bordures, marges, séparateurs, fonds de page ; compléter des visuels pour les réseaux sociaux ; ou encore habiller des bannières, packagings, goodies, vêtements, kakémonos...















### 3.1

## Couleurs principales

La palette de couleurs est composée de cinq teintes. Elle a été conçue pour refléter une identité équilibrée entre professionnalisme, confiance et dimension humaine.

Utilisées ensemble, ces couleurs créent un système cohérent où les teintes douces, comme « argile claire » ou encore « jeune pousse », assurent l'équilibre et la lisibilité.

Tandis que les couleurs d'accent comme « orange doux », « framboise vive » ou « bordeaux intense », permettent de hiérarchiser l'information et de dynamiser les supports de communication.

Argile  
claire

#EFCBC2

C : 00% M : 25% J : 20% N : 00%  
R : 239 V : 203 B : 194

Jeune  
pousse

#82D18F

C : 53% M : 00% J : 56% N : 00%  
R : 130 V : 209 B : 143

Orange  
doux

#D65D16

C : 10% M : 70% J : 100% N : 00%  
R : 214 V : 093 B : 022

Framboise  
vive

#CC2538

C : 15% M : 95% J : 75% N : 00%  
R : 204 V : 037 B : 056

Bordeaux  
intense

#4A000A

C : 45% M : 100% J : 70% N : 70%  
R : 074 V : 000 B : 010



## 3.2 Couleurs secondaires

Les couleurs secondaires accompagnent et enrichissent la palette principale. Elles apportent de la flexibilité tout en maintenant une cohérence visuelle globale.

Utilisées avec discernement, elles permettent de structurer le contenu et de hiérarchiser certaines informations. Elles offrent également une adaptation plus fine de l’identité selon les différents contextes d’application, sans en altérer l’essence.

#6B2F0B

C : 35% M : 80% J : 100% N : 50%  
R : 107 V : 047 B : 011

#E8A06D

C : 05% M : 45% J : 60% N : 00%  
R : 232 V : 160 B : 109

#B39892

C : 30% M : 35% J : 35% N : 10%  
R : 179 V : 152 B : 146

#F5E0DA

C : 05% M : 15% J : 15% N : 00%  
R : 245 V : 224 B : 218

#629D6B

C : 65% M : 20% J : 70% N : 00%  
R : 098 V : 157 B : 107

#BDDCBC

C : 30% M : 00% J : 35% N : 00%  
R : 189 V : 220 B : 188

#66131C

C : 35% M : 100% J : 75% N : 55%  
R : 102 V : 019 B : 028

#E0857C

C : 10% M : 60% J : 45% N : 00%  
R : 224 V : 133 B : 124

#250005

C : 65% M : 85% J : 60% N : 90%  
R : 037 V : 000 B : 005

#83585A

C : 35% M : 60% J : 45% N : 35%  
R : 131 V : 088 B : 090

### 3.3 Dégradés

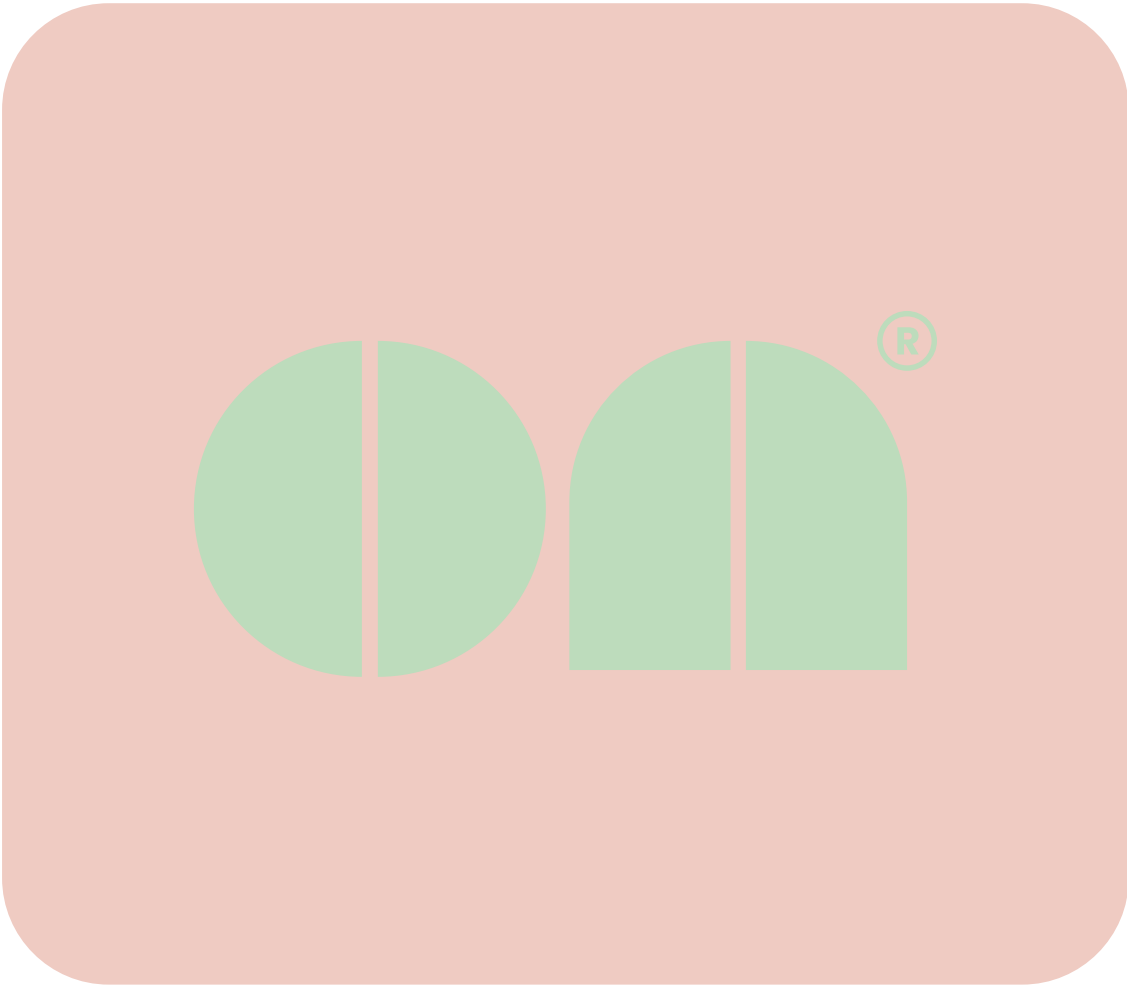
Les dégradés prolongent et dynamisent la palette de couleurs en créant des transitions douces entre les teintes. Ils apportent de la profondeur et du mouvement à l'identité visuelle, tout en renforçant la modernité du système graphique. Utilisés avec subtilité, ils permettent de mettre en valeur certains éléments et d'enrichir les compositions sans rompre la cohérence globale.



### 3.4 Interdits

Afin de préserver la cohérence et la lisibilité de l'identité visuelle, les couleurs de la palette doivent être utilisées dans le respect de leurs associations définies.

Le contraste entre les couleurs doit toujours garantir une lecture optimale et renforcer la clarté des supports de communication.



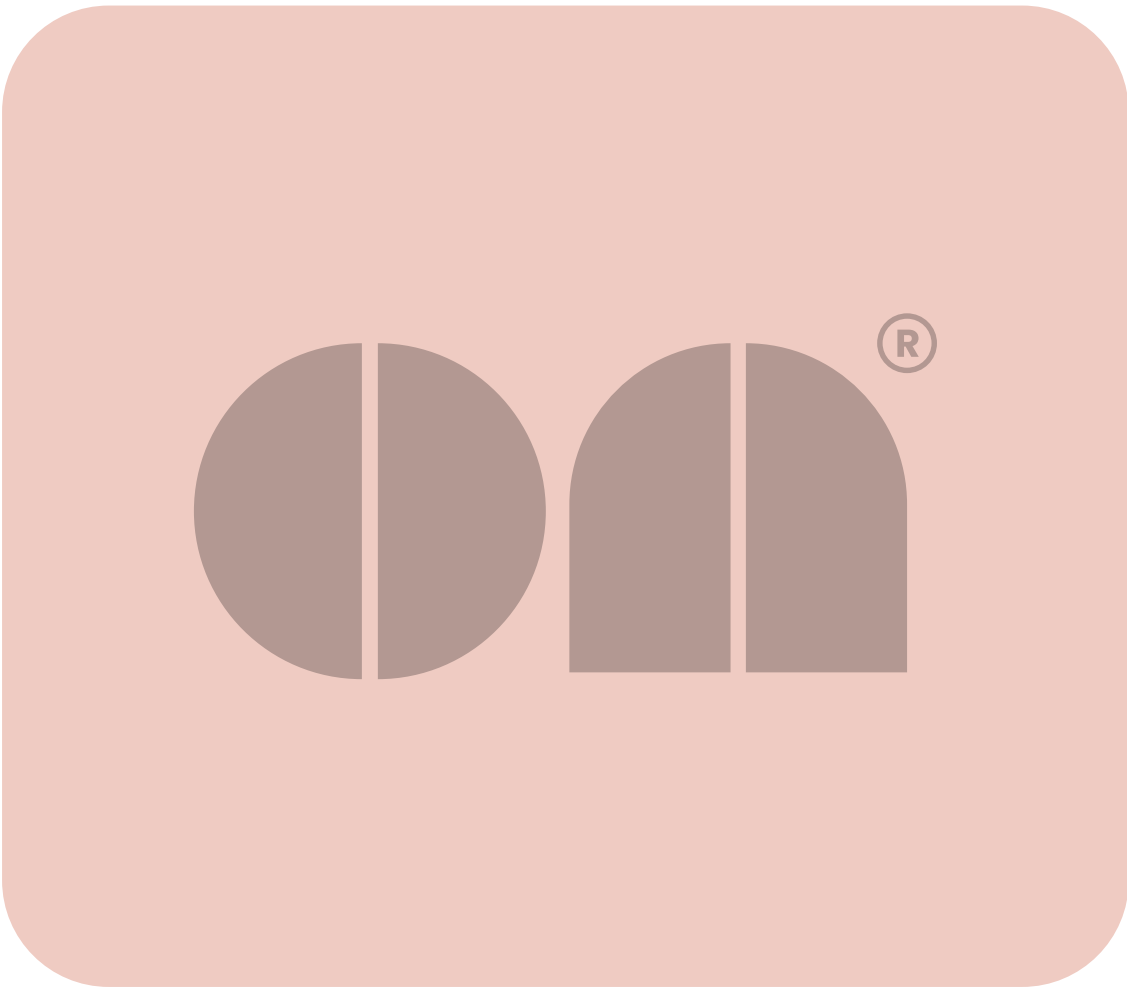
✗ Ne pas associer deux couleurs claires ensemble



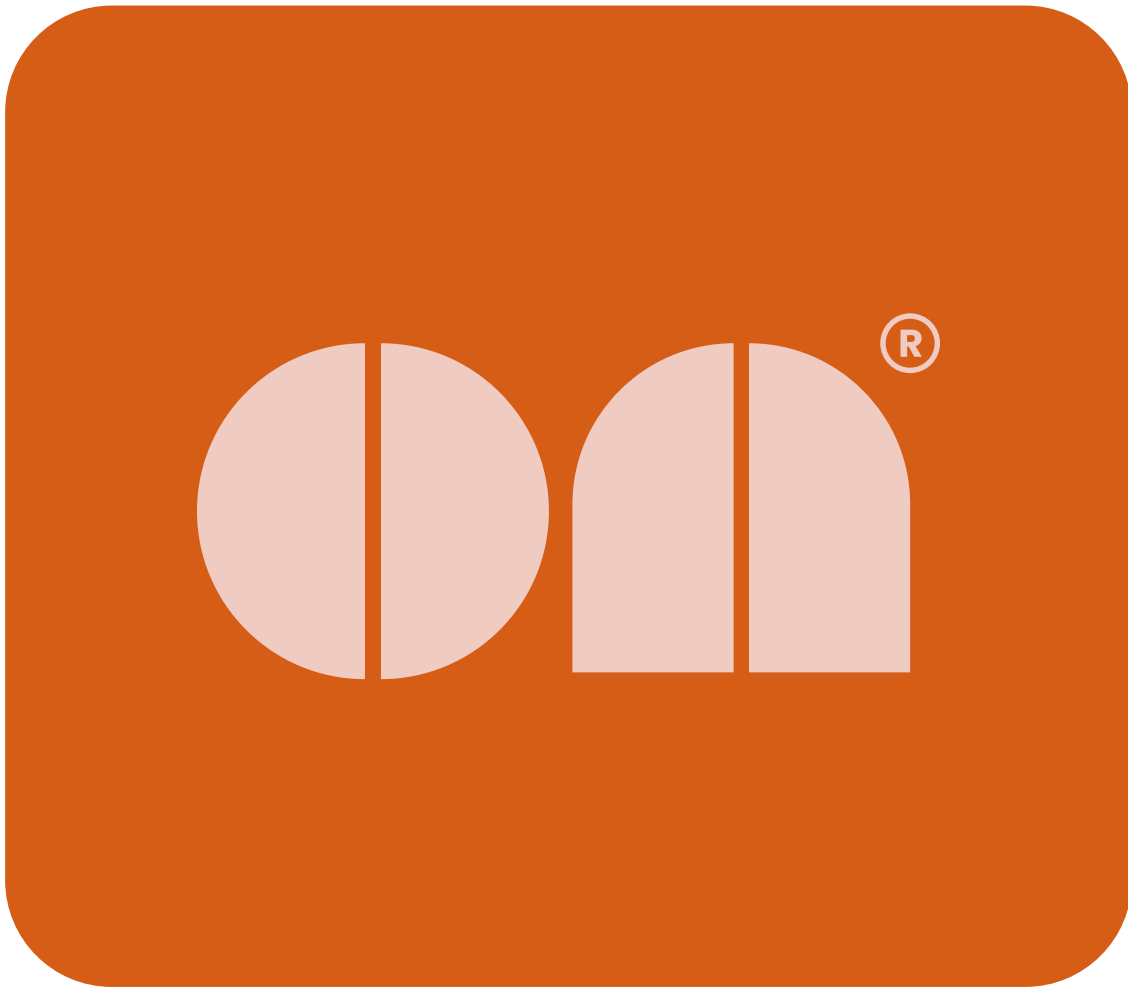
✗ Ne pas associer deux couleurs foncées ensemble



✗ Ne pas apposer une couleur secondaire qui ne correspond pas à la couleur primaire



✓ Apposer une couleur qui garantit un contraste assez fort



✓ Associer deux couleurs qui contrastent et assurent une meilleure lisibilité



✓ Apposer une couleur secondaire associée à sa couleur primaire



# ORELO<sup>®</sup>

consulting.







# 04. TYPOGRAPHIES

- 4.1 Typographie principale
- 4.2 Typographie secondaire
- 4.3 Hiérarchie typographique



# 4.1 Typographie principale

La typographie Poppins Regular a été choisie pour son caractère moderne, géométrique et accessible, en parfaite adéquation avec l'univers du projet.

Ses formes équilibrées apportent une sensation de clarté et de douceur, tout en garantissant une excellente lisibilité. Elles évoquent une communication contemporaine, structurée et efficace, tout en conservant une dimension humaine et accueillante.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 (!?)/[€]&{\*}+ = - ~.

Poppins Regular

## 4.2 Typographie secondaire

La typographie DM Sans a été sélectionnée pour son caractère neutre, moderne et fonctionnel, en parfaite continuité avec l'identité du projet.

Ses formes simples assurent une excellente lisibilité, notamment dans les contenus courants et les informations secondaires. Elle apporte une dimension discrète mais efficace, permettant de structurer l'information sans jamais prendre le dessus sur la hiérarchie graphique.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 (!?)/[€]&{\*}+ = - ~ .

DM Sans

## 4.3 Hierarchie typographique

L’alliance entre Poppins Regular et DM sans repose sur un équilibre subtil entre caractère et lisibilité.

Cette hiérarchie typographique garantit une lecture structurée où chaque niveau d’information trouve sa place avec cohérence.

Les deux typographies créent ensemble une harmonie visuelle impactante, fidèle à l’univers rigoureux et professionnel d’Orela.

Titre  
Poppins Regular

Sous-titre  
DM Sans Medium

Corps de texte  
DM Sans Regular

# Une authentique expertise au service des entreprises.

Orela accompagne les TPE et PME dans la gestion administrative et organisationnelle de leur activité.

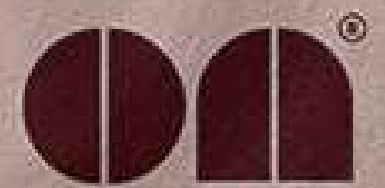
Plus qu’un cabinet de consulting, Orela est un partenaire de confiance qui accompagne les entrepreneurs au quotidien. Grâce à une approche humaine, proactive et rigoureuse, l’agence prend en charge l’administration, les ressources humaines, la gestion financière et les projets de développement. Pensée comme un véritable bras droit, Orela permet aux dirigeants de se concentrer pleinement sur leur métier tout en bénéficiant d’un accompagnement fiable, engagé et durable.



# 05. APPLICATIONS

Juliette  
Graci

Associée





**ORELO**  
consulting.

26/03/2026  
Bruxelles

## Compte rendu

Orelo est née d'une conviction partagée par deux femmes aux parcours complémentaires : Juliette, dont l'expérience opérationnelle dans le secteur de la construction lui a permis de maîtriser ce que les entrepreneurs subissent et Céline, dont l'expertise en construction IT cross-secteur a prouvé qu'une entreprise, quelle que soit sa taille, mérite un accompagnement de haut niveau. Leur rencontre n'est pas un hasard. C'est une décision, ensemble, elles ont transformé une intuition en projet et un projet en entreprise : rendre accessible aux TPE et PME ce que seules les grandes structures pouvaient jusqu'ici offrir un vrai bras droit administratif, humain, productif et engagé.

oreloproject.com

+32 (0) 25 67 88

L'ère des projets





orela<sup>®</sup>  
consulting.



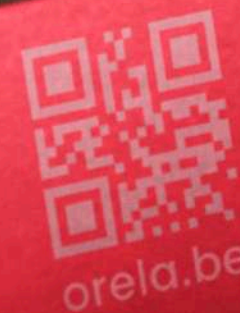




DEBELL®  
consulting



evitar que re  
Una vez finalizado el re  
o hasta que la masa esté dev



En resumen, no existe  
la cantidad de azúcar se necesita  
después de muchas pruebas  
funcionan.

El nivel de dulzor se  
la cantidad de sacarosa  
centaje de la solución t  
la suma de gramos de  
kombucha que comie  
kombucha tan bien como u  
sabrán tan bien como u  
Una kombucha preparada  
do azúcar y demasiada  
como punto de part  
kombucha.

En cuanto al tie  
sualizar el proceso  
gran ayuda. Al prin  
y un tanto apagad  
con azúcar sabrá  
el punto más alto  
vino espumoso (p  
floral original, p  
das. Sin embarg  
cender lentamente  
final desagrada

En el caso  
dos, es fundam  
en su momen  
kombuchas f  
punto más al  
teurizándolas  
rían y se apa











ORELO<sup>®</sup>  
consulting.





## Pass exposant

30 Juin 2026  
Kinepolis Brussels







☐ Rappel Victor  
☐ Rdv 02/07 avec L. Borel  
☐ Rappel  
☐ Finir liste des appels  
☐ Rappel dernier client !!!







ORPIL®

consulting.



