

BRAME PARIS

Brame Paris n'est pas seulement une marque : c'est une philosophie du luxe durable. Notre maison est née d'une conviction forte : le luxe véritable n'a de valeur que s'il respecte la nature et dure dans le temps. Nous vivons à une époque où l'éphémère domine, où les tendances s'enchaînent au rythme de saisons toujours plus courtes. Brame Paris prend le contre-pied de cette logique pour incarner la puissance tranquille de la nature, et la traduire dans une esthétique raffinée et intemporelle. Chaque création porte en elle l'idée d'héritage : conçue pour être transmise, jamais obsolète. Nous croyons que l'élégance réside dans la sobriété et que la noblesse d'une marque se mesure à sa capacité à traverser les âges. La clientèle de Brame Paris est exigeante et consciente : elle recherche une expérience forte, un produit qui a du sens, une maison qui parle de valeurs autant que d'esthétique. Notre ambition est de devenir une référence du luxe responsable, en alliant l'aura des grandes maisons à la modernité d'une marque consciente.



TYPOGRAPHIES

**La typographie est une signature
silencieuse. Elle ne parle pas, mais dit
tout de l'identité d'une maison.**

B

Cormorant Garamond :
caractère à empattement,
utilisé pour les titres. Son
style classique, inspiré des
typographies anciennes,
donne un sentiment de
prestige, tradition et
noblesse. En majuscules,
elle impose une aura
institutionnelle digne des
grandes maisons.

B

Raleway : typographie sans
serif, fine et contemporaine,
utilisée pour les textes et
sous-titres. Sa lisibilité et sa
sobriété en font un choix
parfait pour équilibrer la
solennité de Cormorant
Garamond.

Hiérarchie visuelle :

Titres → Cormorant Garamond, majuscules, souvent avec
interlettrage élargi (tracking augmenté).

Sous-titres → Raleway, medium, capitales petites ou bas de
casse.

Texte courant → Raleway regular, justifié, gris ardoise pour un
rendu doux à la lecture. Ensemble, elles incarnent le mariage
du temps long (tradition) et du temps présent (modernité).

LOGO ET RÈGLES D'UTILISATION

Le logo BRAME PARIS est volontairement épuré : aucun symbole, aucune fioriture. Il repose sur la force du mot et de la typographie.

Déclinaisons couleurs :

Vert Forêt sur fond Sable Rosé
→ contraste naturel et raffiné.

Sable Rosé sur fond Vert Forêt
→ inverse haut de gamme, utilisé sur packaging.

Noir sur blanc

→ usage institutionnel (presse, documents administratifs).

Blanc sur noir

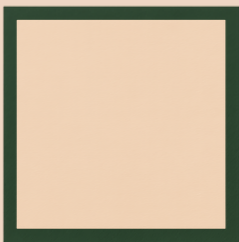
→ déclinaison digitale, élégante et moderne.



Règles : Zone de protection : espace minimal équivalent à la hauteur du "B" autour du logo. Formats : le logo doit toujours être lisible, jamais réduit au point de perdre son impact. Interdits : pas de rotation, pas de déformation, pas d'ombres portées, pas de couleurs hors palette. Le logo n'est pas un ornement, mais une signature intemporelle.

PALETTE DE COULEURS & STORYTELLING

Vert Forêt : #2E4E1E → Couleur principale, incarne la puissance, la stabilité, l'ancrage dans la nature.



Sable Rosé : #EED6C4 → Douceur élégante, subtilité, une teinte rassurante qui équilibre la profondeur du vert.

Bordeaux Profond : #4B0E1E → Intensité et noblesse, rappel du vin, du cuir patiné, de la passion contenue.



Cuivre léger : #B87333 → Accent raffiné, subtil, évoquant l'artisanat et les détails de luxe discret.

Gris Ardoise : #5A5A5A → Neutralité chic, équilibre, une teinte de fond idéale pour moderniser l'ensemble.



La palette traduit un dialogue entre : La nature brute (Vert Forêt, Bordeaux Profond). L'élégance intemporelle (Sable Rosé, Gris Ardoise). Le luxe subtil (Cuivre léger). C'est une identité visuelle équilibrée et riche, qui peut s'exprimer aussi bien sur un packaging qu'en univers digital.

APPLICATIONS VISUELLES



Chaque support doit devenir une expérience de marque. Papeterie : papier épais, mat, embossage discret. Les cartes de visite affichent "Brame Paris" centré, minimaliste, avec un verso en Vert Forêt.

Packaging : boîtes Vert Forêt profond, intérieures en Sable Rosé, marquage subtil en Cuivre. Les cartes de remerciement sont minimalistes : "MERCI" encadré de deux traits, et "BRAME PARIS" en dessous. Supports digitaux : site internet sobre, navigation fluide inspirée du luxe français. Landing page en Vert Forêt, typographie sable rosé, expérience proche d'une vitrine de haute couture.

Signalétique & PLV : matériaux nobles (bois sombre, métal cuivreux), jamais de plastique. La clé est de conserver une cohérence absolue : épuré, haut de gamme, intemporel.

On peut y intégrer des variantes de couleurs et de style dans la limite des valeurs et de l'essence de Brame Paris.



BRAME
PARIS



BRAME
PARIS



BRAME
PARIS

UNIVERS PHOTO & DIRECTION ARTISTIQUE

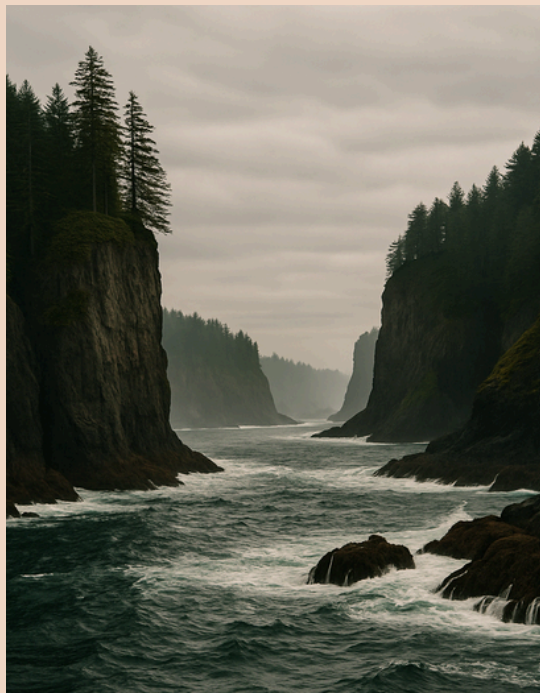
La photographie est l'outil qui incarne le plus directement les valeurs
Brame Paris.

Puissance : paysages grandioses, falaises, forêts denses, mer agitée.

Nature : textures de pierre, bois, feuilles, eau. Lumière naturelle privilégiée.

Élégance : mise en scène sobre, tons désaturés, pas de couleurs criardes.

Authenticité : modèles naturels, attitudes spontanées, pas de poses
figées artificielles.



L'univers photo doit transmettre une force visuelle sans jamais tomber
dans le spectaculaire gratuit. C'est une esthétique proche de l'art
photographique : minimaliste, intense et intemporelle.

TON DE VOIX & LANGAGE

La voix de Brame Paris est pensée comme une voix noble et discrète, à l'image de la maison : élégante sans ostentation, claire sans dureté, poétique sans excès.

Caractéristiques :

- Formel : un vocabulaire choisi avec soin, des phrases précises et équilibrées, à la hauteur de l'exigence de la maison.
- Sobre : un langage épuré qui évite l'exagération et préfère aller droit au but, avec une retenue qui inspire confiance.
- Poétique : une écriture qui puise son inspiration dans la nature et ses forces intemporelles, proposant des images fortes mais toujours empreintes d'élégance et de délicatesse.

Chaque mot est pesé, chaque phrase s'articule avec justesse, créant un discours qui reflète la rigueur et l'âme de Brame Paris. Ce langage n'impose rien, mais suggère, inspire et élève, comme une invitation à partager un univers d'élégance durable.

Exemple comparatif :

Mauvais : "Brame Paris est une marque qui offre des produits incroyables et luxueux."

Bon : "Pensées pour durer, nos créations incarnent la force tranquille de la nature."

Ainsi, le ton employé doit toujours susciter le respect et la confiance, tout en reflétant la noblesse et l'intemporalité de la maison.

ICONOGRAPHIE & ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Les éléments graphiques de Brame Paris reflètent l'élégance et la responsabilité environnementale

Pictogrammes



Les pictogrammes suivent un design épurés et géométriques qui mettent en lumière l'esthétique discrète et raffiné de la maison.



Textures naturelles

Chaque texture est sélectionnée avec soin pour sa durabilité et son respect des ressources naturelles.

applications graphiques

Les applications graphiques de Brame Paris incarnent l'élégance sobre de la maison. Cartes, emballages et supports deviennent des expériences raffinées, où matières nobles, teintes naturelles et finitions subtiles (embossages, dorures cuivre léger) traduisent l'exigence et la responsabilité de la marque.

Chaque détail inspire confiance et reflète l'harmonie entre nature et luxe intemporel.



VISION ET OUVERTURE

puissance, nature, élégance, responsabilité



Brame Paris est une maison en mouvement, bâtie sur des fondations solides mais résolument tournée vers l'avenir.

Ce brand book n'est pas une fin, mais une boussole : il guide l'expression de la marque, oriente ses choix visuels et garantit sa cohérence.

L'identité que nous avons définie — puissance, nature, élégance, responsabilité — constitue un socle immuable. Elle accompagnera Brame Paris dans toutes ses évolutions : créations, collaborations, supports de communication ou expériences clients.

Plus qu'une simple charte graphique, ce document est une déclaration d'intention. Il affirme la volonté de construire une maison qui respecte la nature tout en incarnant un luxe intemporel. L'avenir reste ouvert, mais une certitude demeure : chaque évolution, chaque déclinaison, chaque nouveau projet devra rester fidèle à cette vision originelle.