

RICHARD Baptiste

PROJET DE FIN D'ÉTUDE

MONTAIGU VENDÉE FOOTBALL

M2 - Direction Artistique Digitale
Brand Design

SOMMAIRE

INTRODUCTION AU SUJET

- LE MVF
- PROBLÉMATIQUE
- PROMESSE ET STORYTELLING

GESTION DU PROJET

- ROADMAP ET MÉTHODOLOGIE
- OUTIL DE SUIVI ET INDICATEURS

CRÉATION & RÉALISATION

- ATELIERS D'IDÉATION
- MOODBOARD
- L'IDENTITÉ VISUELLE
- EXEMPLES DE DÉCLINAISONS VISUELLES
- PROTOTYPE

CARACTÉRISTIQUES & TESTS

- SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES
- TESTS ET ANALYSE DU PROJET FINAL

CONCLUSION

01. INTRODUCTION

L'HISTOIRE

MONTAIGU VENDÉE FOOTBALL

Fondé en 2021

Fusion de 3 clubs

Ambition

Fédérer

Besoin financier

Besoin de reconnaissance

Pas d'identité réelle



PROBLÉMATIQUE

Comment, au travers d'une nouvelle identité et d'une nouvelle stratégie de communication, répondre aux besoins financiers du MVF tout en fidélisant les différents acteurs du club ?

CIBLES ET ATTENTES

JOUEURS ET FAMILLES (FIDÉLISATION)

Valeurs locales et solidaires
Mis en avant de l'équipe voir du
licencié sur les communications

SUPPORTERS (ENGAGEMENT)

Sentiment d'appartenance
Participation active aux évènements
et inclusion direct au sein du club

PARTENAIRES, MEDIAS & COLLECTIVITÉ

Visibilité, reconnaissance
& professionnalisation du club
Pas un échange à sens unique

PROMESSE

Nous fédérons l'ensemble des acteurs du MVF en valorisant son héritage et en l'inscrivant dans une dynamique d'avenir, grâce à une identité visuelle forte et une communication moderne, pour renforcer la fierté d'appartenance et faire rayonner le club.

STORYTELLING

Le MVF, c'est bien plus qu'un simple club de football.

C'est une histoire de passion partagée, forgée par la fusion de trois bastions du sport vendéen : le FC Montaigu, La Boissière de Montaigu et le FC Loulaysien. Trois clubs, trois identités, trois fiertés locales réunies autour d'un même maillot, d'un même projet. Pourtant, dans les gradins comme sur les terrains, les souvenirs restent vivaces, les couleurs d'hier cohabitent encore avec celles d'aujourd'hui. Ce passé multiple, aussi riche soit-il, freine parfois l'élan d'un club qui veut désormais parler d'une seule voix.

Le MVF, c'est un souffle nouveau.

Celui d'un club qui ne veut plus simplement exister, mais rayonner. C'est l'histoire d'un jeune joueur qui serre fièrement son maillot, d'un supporter qui veut se reconnaître dans un symbole fort, d'un partenaire qui croit en un projet structuré et ambitieux. À travers une identité visuelle repensée, un storytelling puissant, des actions tournées vers l'engagement local, l'écoresponsabilité et la modernité, le MVF affirme son ambition : fédérer, rassembler, et porter haut les couleurs d'un territoire uni.

STORYTELLING

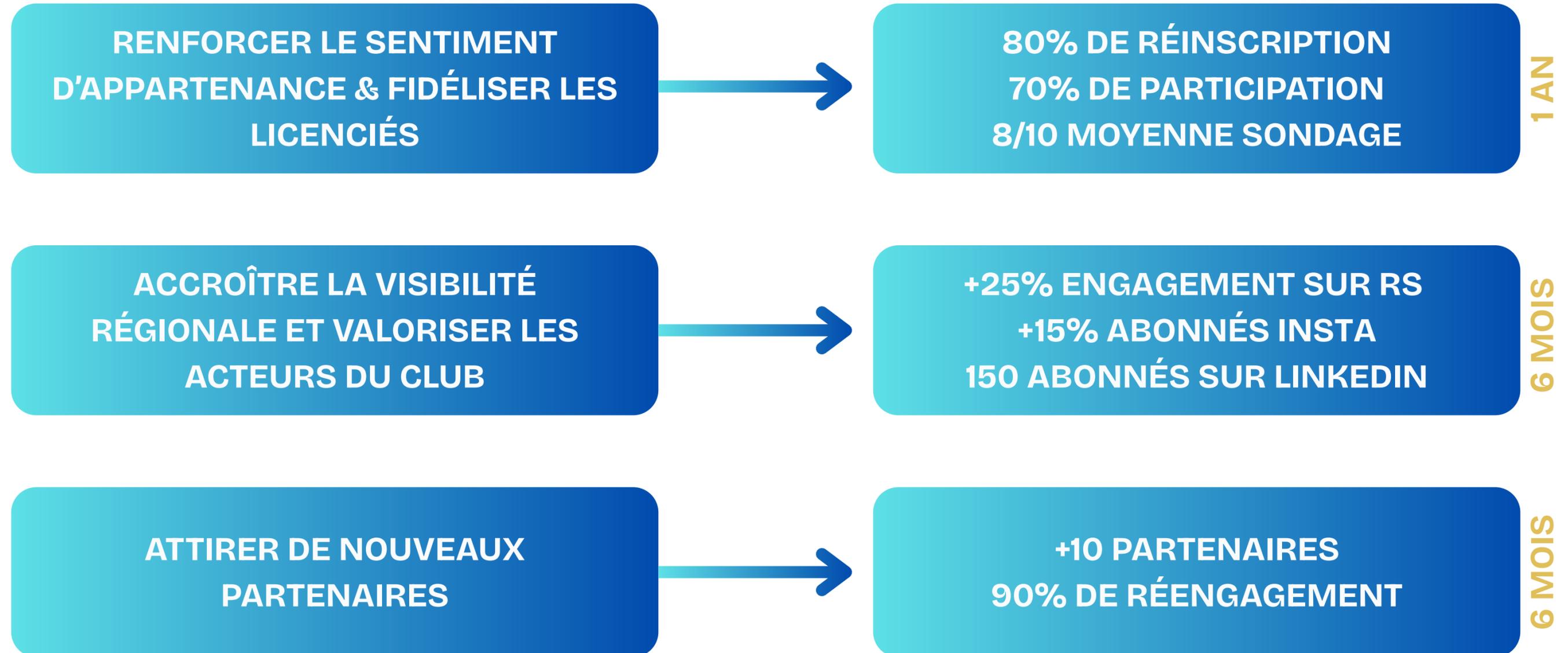
MVF is much more than just a football club.

It's a story of shared passion, forged through the merger of three strongholds of Vendée's sporting heritage: FC Montaigu, La Boissière de Montaigu, and FC Loulaysien. Three clubs, three identities, three sources of local pride, now united under one jersey, one vision. And yet, in the stands and on the pitch, memories still linger—yesterday's colors still blend with today's. This rich, multifaceted past, while meaningful, sometimes holds back a club that now seeks to speak with one voice.

MVF represents a new momentum.

It's the breath of a club that no longer wants to simply exist, but to shine. It's the story of a young player proudly clutching his jersey, a supporter seeking recognition in a strong symbol, and a partner who believes in a structured, ambitious project. Through a reimagined visual identity, powerful storytelling, and a commitment to local engagement, sustainability, and modernity, MVF asserts its ambition: to unite, to rally, and to proudly carry the colors of a united territory.

KPI



02. GESTION DU PROJET

L'ÉQUIPE

CHEF DE PROJET

**DEVELOPPEUR
WEB**

GRAPHISTE

**REDACTEUR
WEB**

**PHOTOGRAPHE
VIDÉASTE**

**COMMUNITY
MANAGER**

PLANNING

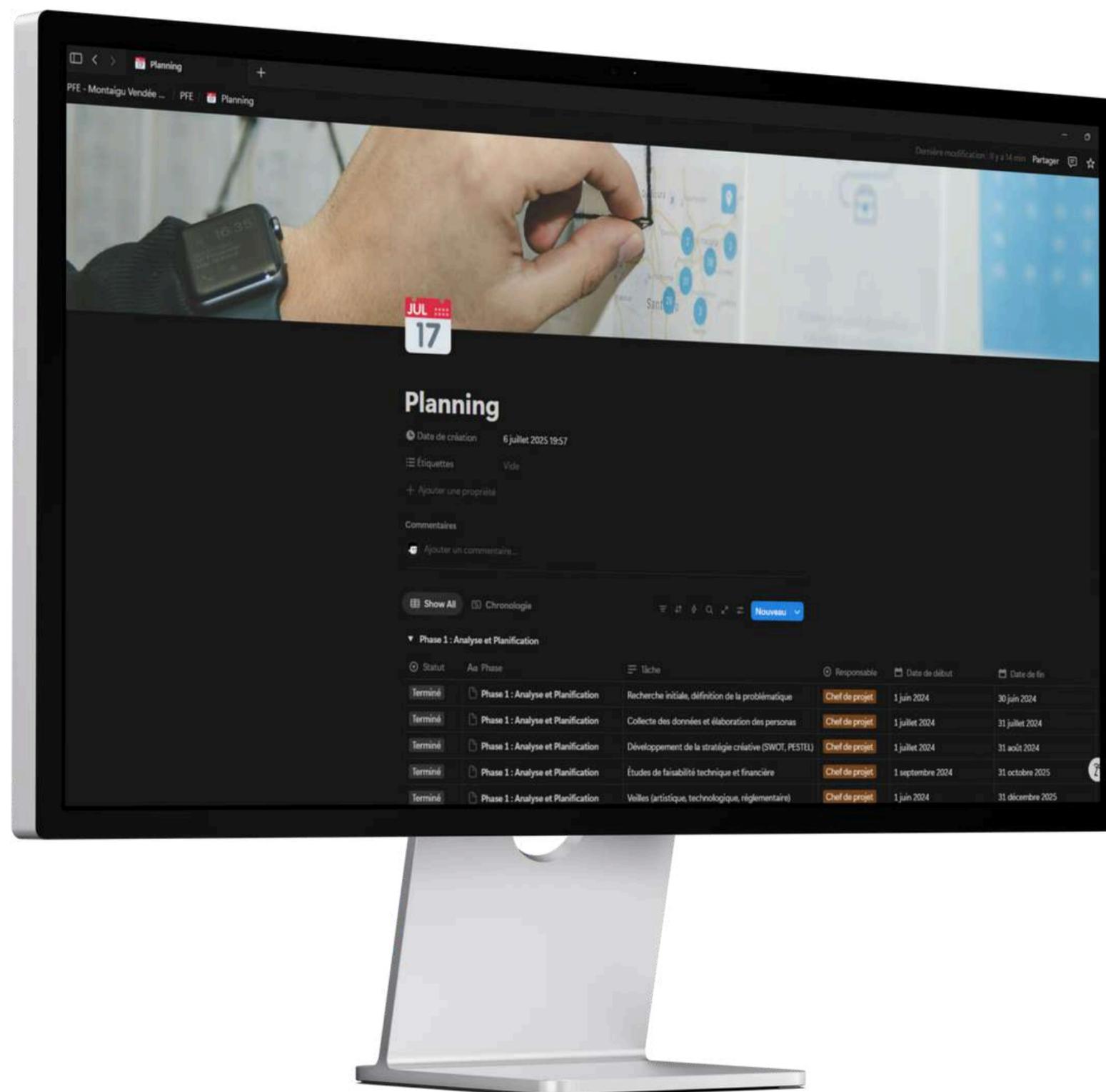
MÉTHODOLOGIE AGILE

Flexibilité
Orientation client
Collaboration constante

MÉTHODE SCRUM

Sprint organisé
Réunions quotidiennes
Retrospective à chaque étape

GESTION DU PROJET



POINTS DE VIGILANCE

SUPPORTS COHÉRENTS

ANTICIPER LES BESOINS

GARDER UNE ASSIDUITÉ

03. CRÉATION

LES IDÉATIONS

DYNAMISME ET MODERNITÉ

CONCEPT

- Dynamique
- Impactante
- Tendances football & RS

AVANTAGES

- Attire + de jeunes
- Présence numérique ++
- Démarque sur chaque support

FAISABILITÉ

- Parfait pour supports numériques
- Problème d'adaptabilité (Print)
- Grosse charge graphique



INNOVATION ET ÉCOLOGIE

CONCEPT

- Engagement écologique
- Eco-branding
 - Couleurs écoconçues, ecofonts, ecoencrage

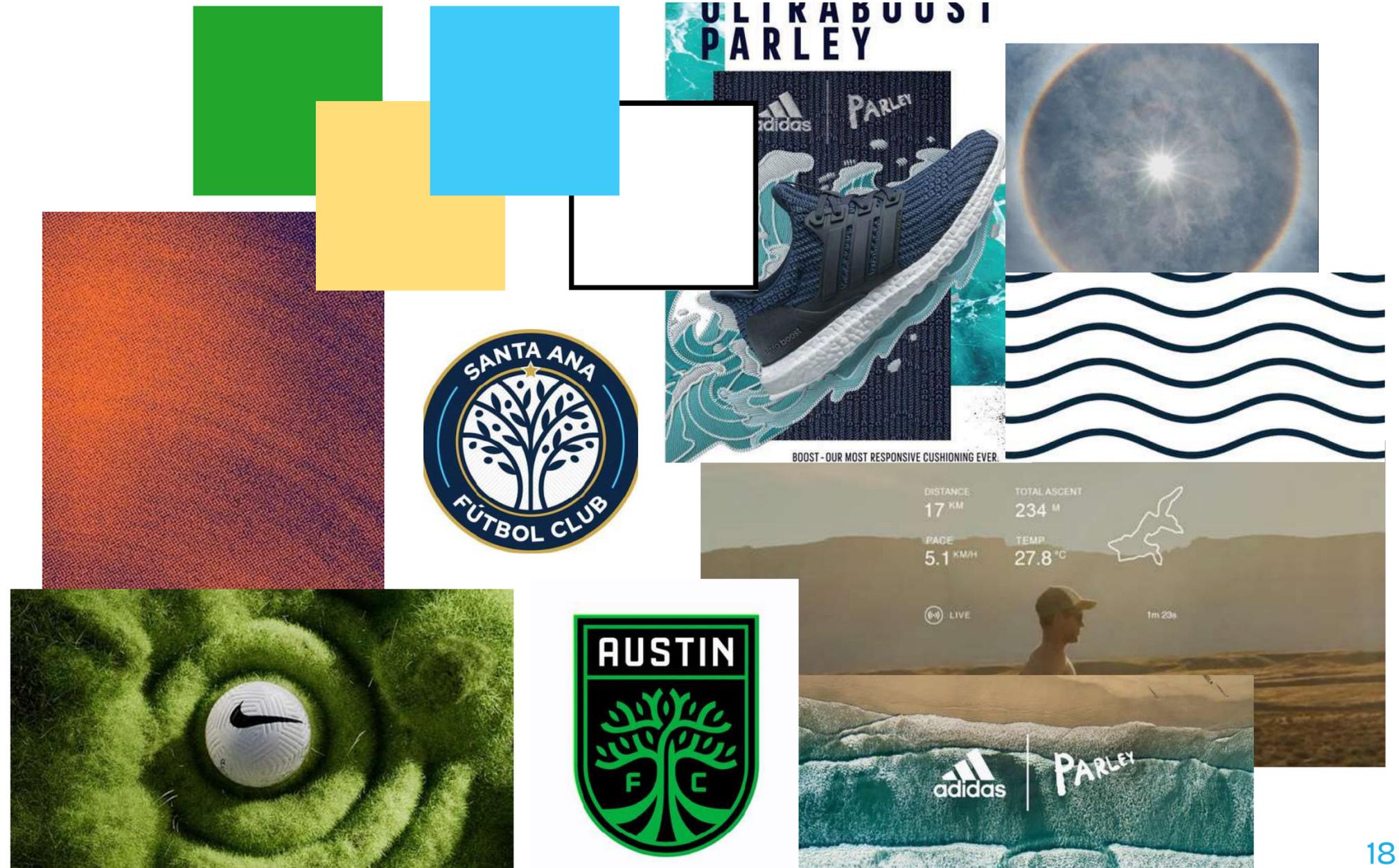
AVANTAGES

- Positionnement fort
- Attire les partenaires (RSE)
- Supports écologiques

FAISABILITÉ

- Complexité pour trouver les matériaux
- Valorisation de valeurs actuelles
- Perte de l'identité des villes

CRÉATION



TRADITION ET HÉRITAGE

CONCEPT

- Mise en avant de l'héritage
- Modernisation du blason
- Supports modernisés

AVANTAGES

- Rassure les anciens
- Favorise l'engagement
- Véritable histoire

FAISABILITÉ

- Multi-supports
- Travail graphique maîtrisé
- Besoin d'explication



LE MOODBOARD

ATLÉTICO DE MADRID



JUICY MARBLES



XI

MAIGNAN
HERNANDEZ
KOUNDÉ
SALIBA
UPAMECANO
CAMAVINGA
TCOUAMENI
DEMBELÉ
GRIEZMANN
THURAM
MBAPPÉ

SUBS
AREOLA • BARCOLA • CLAUS • COMAN
FOFANA • KOLO MUANI • KONATE • GIROUD
MENDY • PAVARD • RABOT • SAMBA
KANTE • ZAIRE-EMERY

EURO2024
GERMANY

VS
KNVB

JOUR DE MATCH!

DALLAS TRINITY FC



Gameday

FINAL GAME 1
8:30 PM | ABC, 98.5

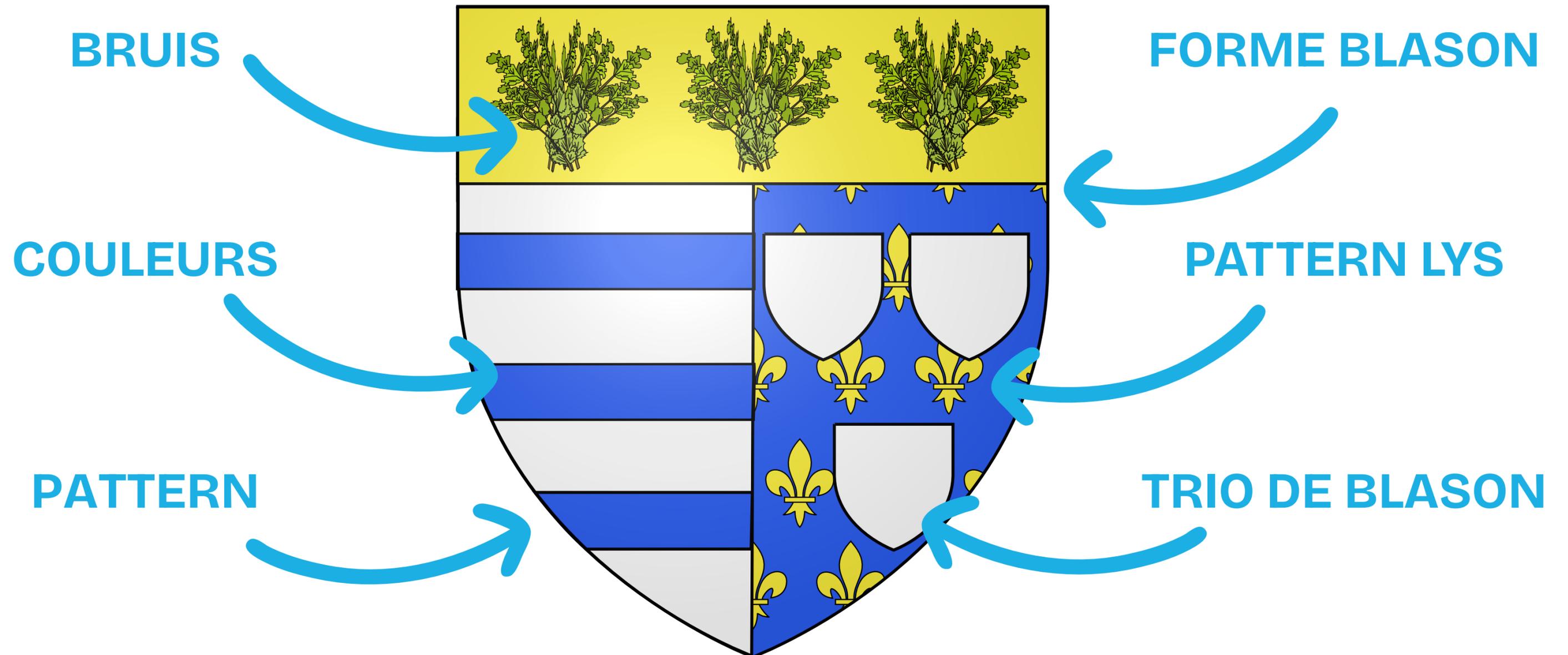
presented by vistaprint

VISTA PRINT



LES RECHERCHES GRAPHIQUES

DÉCOMPOSITION



DÉCOMPOSITION

TRIO CHÂTEAU

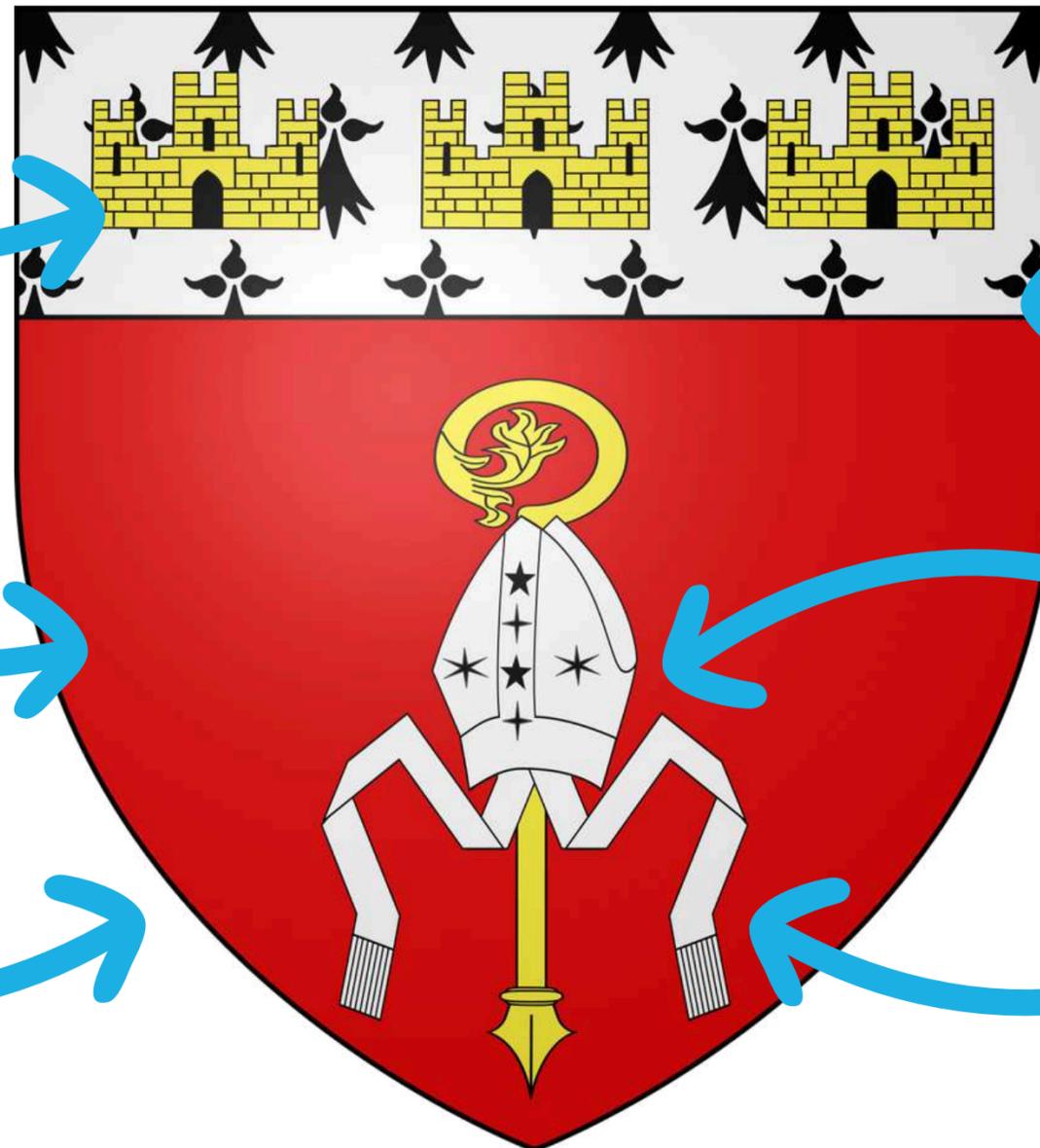
PATTERN HERMINE

COULEURS

MITRE

FORME BLASON

CROSSE



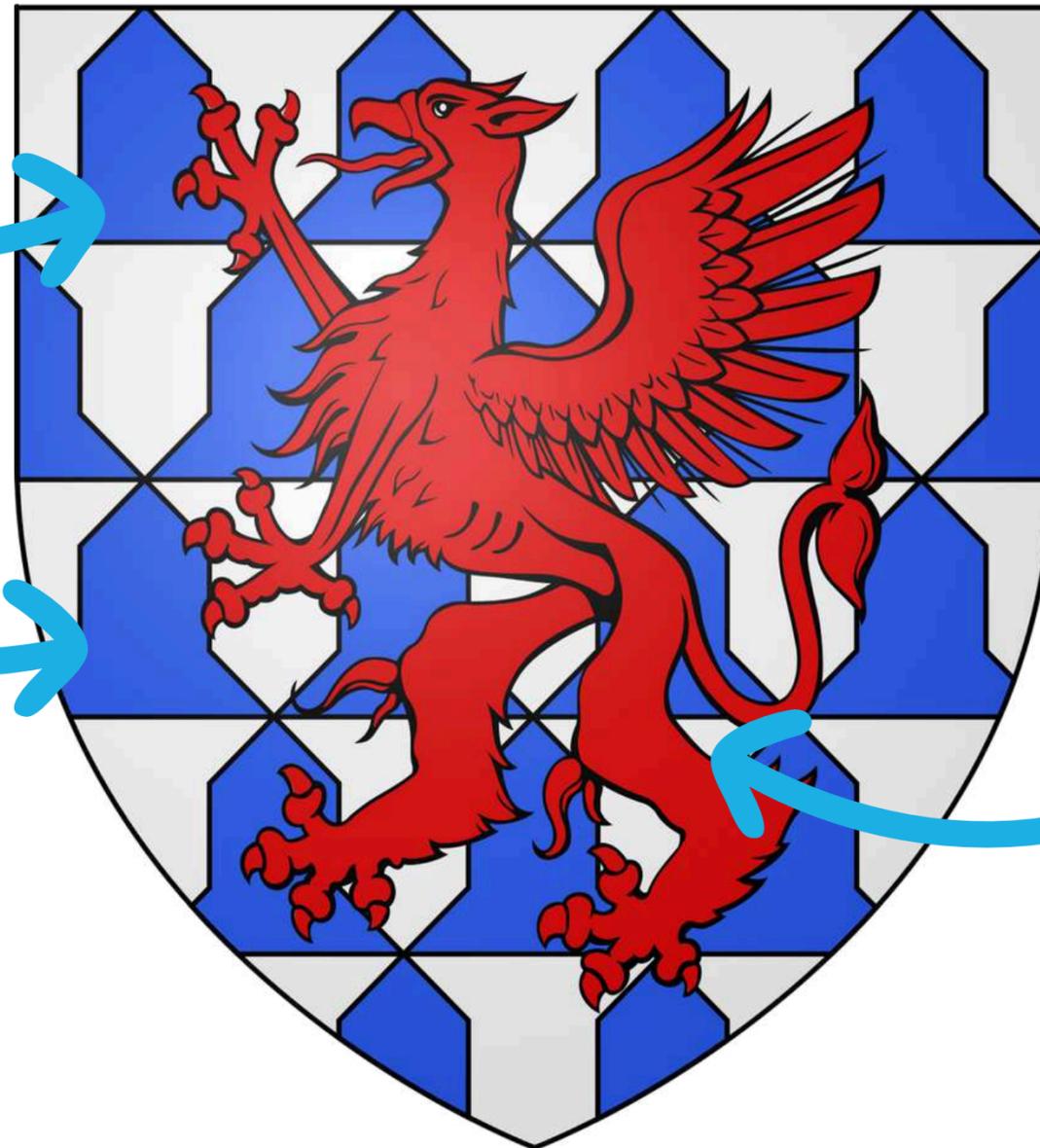
DÉCOMPOSITION

PATTERN FORMES

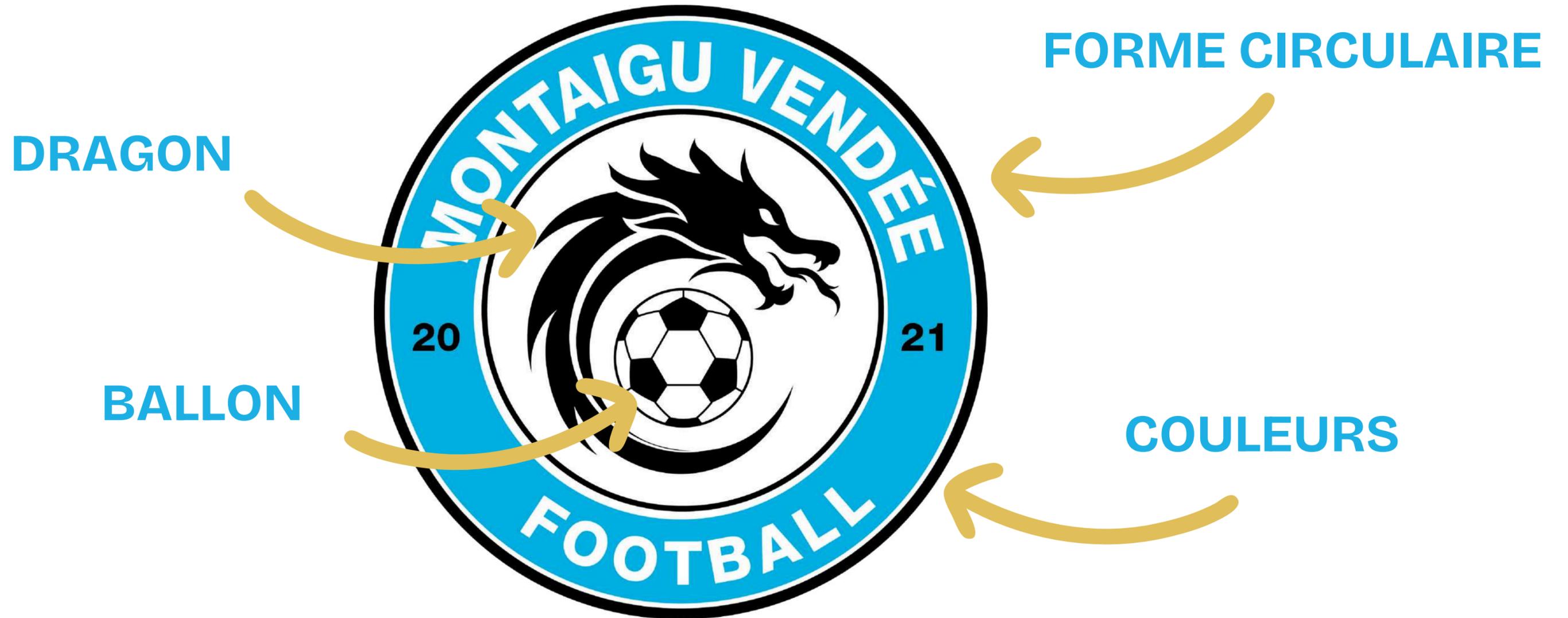
FORME BLASON

COULEURS

GRIFFON



DÉCOMPOSITION



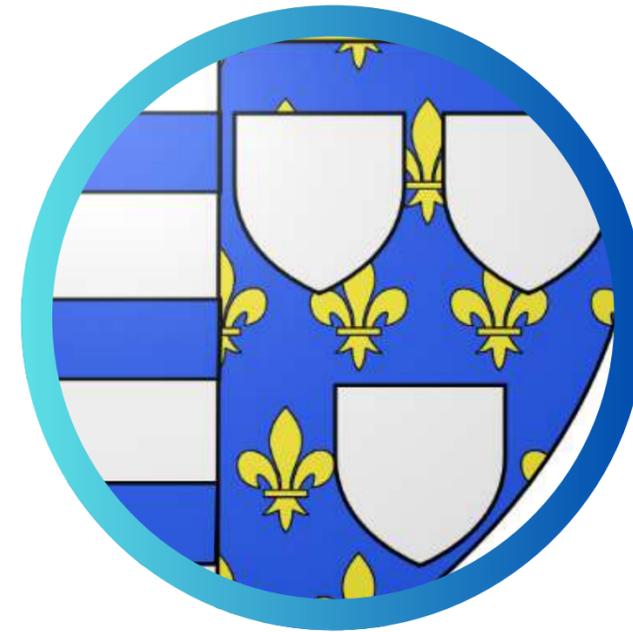
ÉLÉMENTS RETENUS



CHÂTEAU

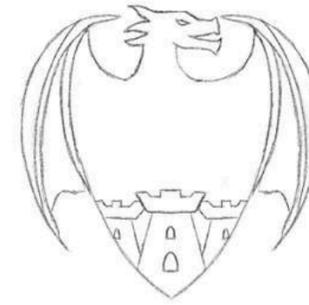
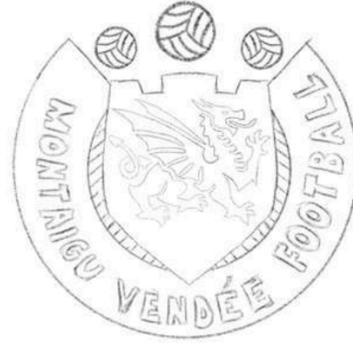


DRAGON

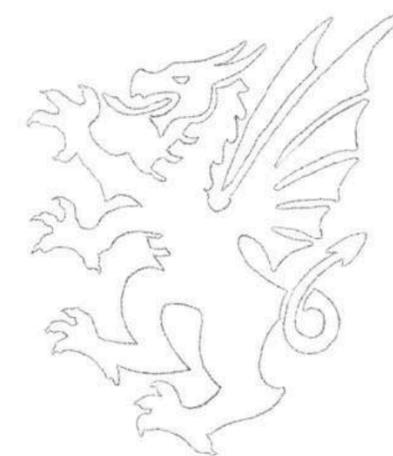
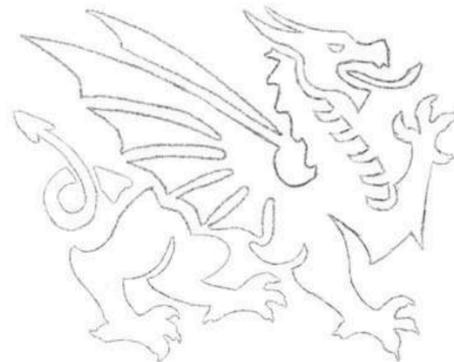


TRIO

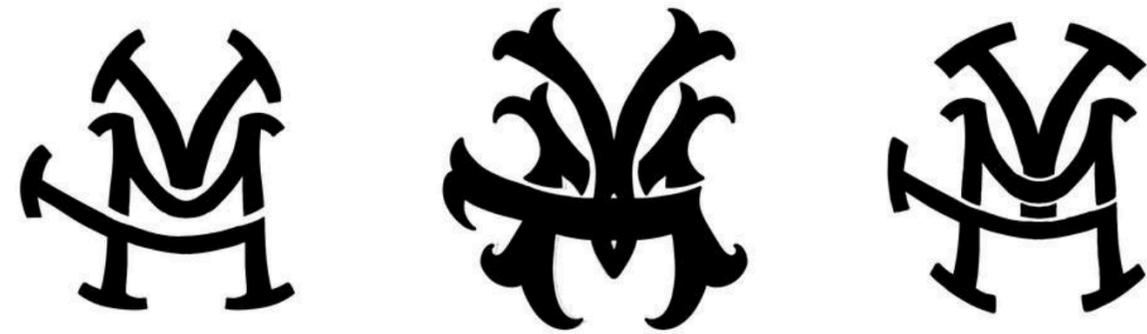
RECHERCHES GRAPHIQUES



RECHERCHES GRAPHIQUES



RECHERCHES GRAPHIQUES



L'IDENTITÉ VISUELLE







AVANT



APRÈS

DÉCLINAISONS



LOGO COMPLET



ÉCUSSON



PATCH

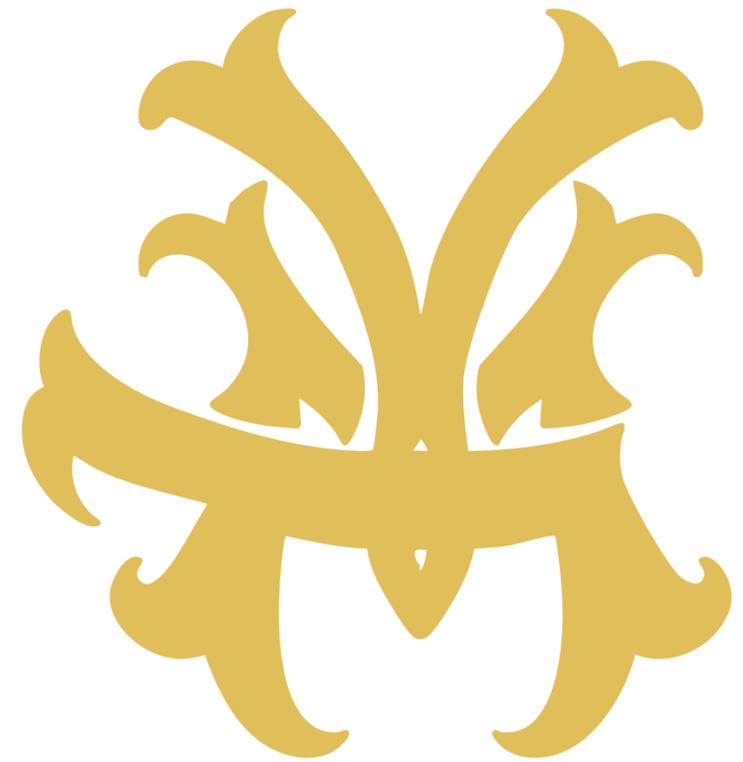
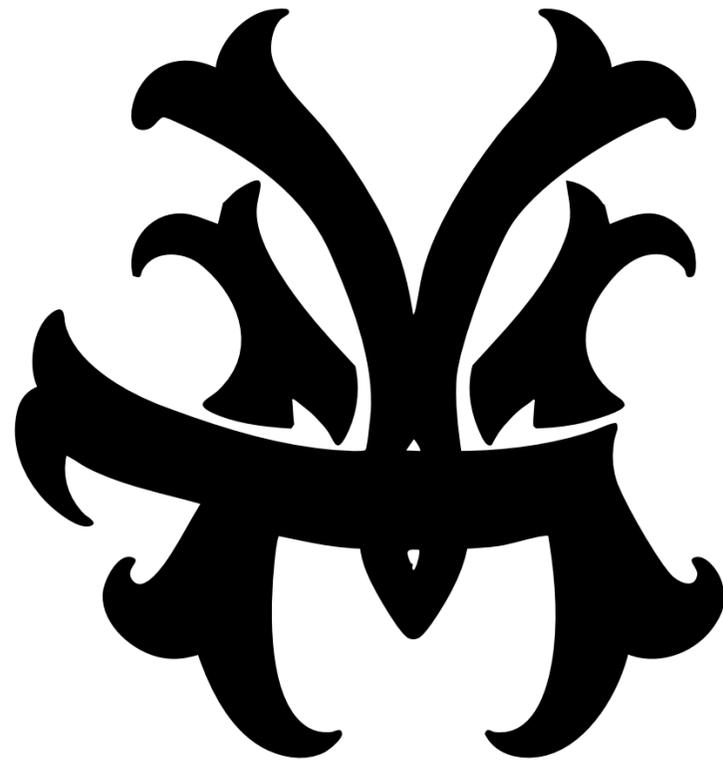
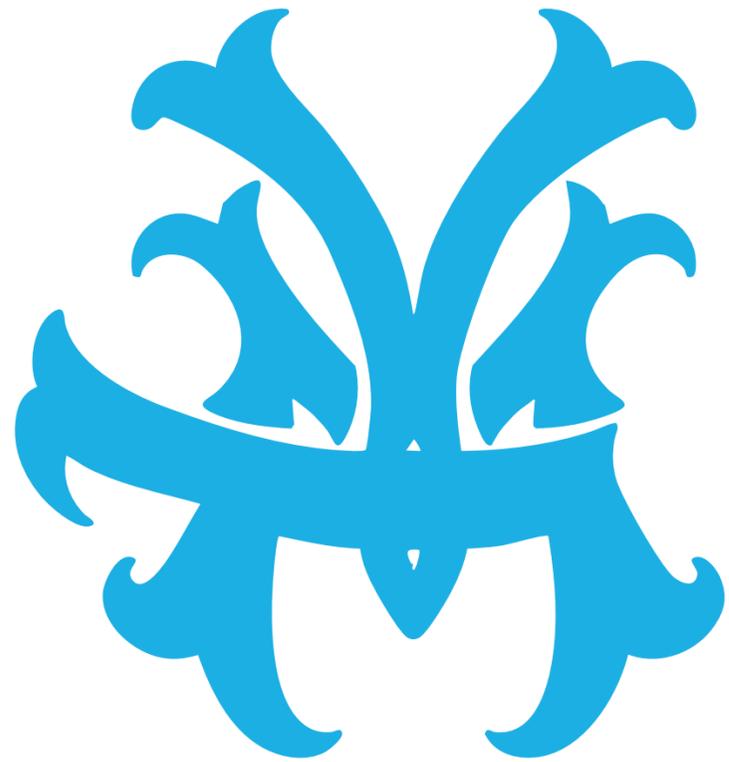


EMBLÈME



ICÔNE

MONOGRAMME



TYPOGRAPHIES

PRINCIPALE

BRICOLAGE GROTESQUE

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

SECONDAIRE

IMPERIAL GRANUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ

012356789

COULEURS

PRINCIPALES

HEX : #18AFE2
RVB : 24, 175, 226
CMJN : 72, 9, 3, 0

PANTONE : 306 C

BLEU CYAN

Le bleu originel du MVF. Il symbolise l'union des 3 clubs et se démarque des autres clubs.

HEX : #E1C05B
RVB : 225, 192, 91
CMJN : 14, 22, 73, 2

PANTONE : 459 C

OR

Symbole de prestige, il met en lumière l'histoire du club et son héritage.

HEX : #0F0F0F
RVB : 29, 29, 27
CMJN : 0, 0, 0, 100

NOIR

Un noir légèrement grisé pour éviter les surcharges de couleurs et limiter les impressions polluantes.

HEX : #FFFFFF
RVB : 255, 255, 255
CMJN : 0, 0, 0, 0

BLANC

Il vient mettre en lumière les zones d'ombre du logo et de l'identité.

DIGITALES



DÉGRADÉ BLEU

Il dynamise les supports numériques grâce à l'utilisation de couleurs modernes et d'un dégradé impactant.



DÉGRADÉ OR

Permet de mettre en avant le prestige même sur les supports numériques.

STYLISATION

Sur les réseaux sociaux et visuels de matchs, les joueurs, staffs, supporters sont mis en avant par un travail graphique spécifique.



POSITIONNEMENT DU JOUEUR



**AJOUT DE «FLOU DIRECTIONNEL»
ET D'OMBRE PORTÉE**



**EFFETS DE LUMIÈRES SUR LES CÔTÉS
GAUCHE - CIEL
DROITE - BLEU FONCÉ**



**EFFET NOIR & BLANC
AJUSTEMENTS CAMÉRA RAW**

STYLISATION

STYLISATION PHOTOS

Le seul traitement graphique des photos est celui-ci. Il met en avant l'aspect bleu des visuels et contraste avec le noir et blanc.

Cette mise en lumière du joueur permet de dynamiser les visuels sans avoir à retravailler énormément la photo.



CHARTRE GRAPHIQUE

MONTAIGU VENDEE FOOTBALL

USAGES

ZONE DE PROTECTION

Afin que le logotype se démarque et ne soit pas interféré avec d'autres objets, il est important de respecter une zone de réserve. Cette zone doit rester dégagée des autres logos, textes, graphiques ou objets et visages d'une photo.

Cette règle s'applique également aux versions monochromes du logo.

X = 1/2 DE LA LARGEUR DU LOGO

COULEURS

PRINCIPALES

| | |
|--|---|
| BLEU CYAN HEX #4682B4 RGB 70, 130, 200 CMYK 70, 50, 0, 0 | OR HEX #FFD700 RGB 255, 215, 0 CMYK 0, 25, 100, 0 |
| NOIR HEX #000000 RGB 0, 0, 0 CMYK 100, 100, 100, 0 | BLANC HEX #FFFFFF RGB 255, 255, 255 CMYK 0, 0, 0, 0 |

DIGITALES

| |
|--|
| DÉGRADÉ BLEU Régulation des couleurs digitales pour la réalisation de supports numériques à l'un des formats indiqués. |
| DÉGRADÉ OR Régulation des couleurs digitales pour la réalisation de supports numériques à l'un des formats indiqués. |

USAGES

INTERDITS

Ces interdictions s'appliquent également aux versions monochromes du logo.

STYLISATION

Sur les réseaux sociaux et visuels de matchs, les joueurs, staffs, supporters sont mis en avant par un travail graphique spécifique.

POSITIONNEMENT DU JOUEUR

AJOUT DE « FLOU DIRECTIONNEL » ET D'OMBRE PORTÉE

EFFETS DE LUMIÈRES SUR LES CÔTES GAUCHE - DROITE - BLEU FONCÉ

EFFET NOIR & BLANC AJUSTEMENTS CAMERA RAW

TYPOGRAPHIES

PRINCIPALE

BRICOLAGE GROTESQUE
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

SECONDAIRE

IMPERIAL GRANUM
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
vwxyz
012356789

STYLISATION

STYLISATION PHOTOS

Le seul traitement graphique des photos est celui-ci. Il met en avant l'aspect bleu des visuels et contraste avec le noir et blanc.

Cette mise en lumière du joueur permet de dynamiser les visuels sans avoir à retravailler le photo.

MONOGRAMES

PATTERNS



USAGES

TAILLE MINIMALE

Pour la lisibilité, le respecter

4.

BENTO



MISES EN SITUATION













VENDÉE
LE DÉPARTEMENT

dit Mutuel

FORZA MVF

ATP
POÊLES
CHEMINÉES

MONTAIGU
02 51 41 31 31
LA ROCHE-YON
02 51 43 31 31

AXA

CPM
Cailteau - Piveteau - Millet
MONTAIGU - LA BRULFIERE

JACQUES
FONTENY
85600 Boufféré - 02 51 94 28 96

Innov

GROUPE SECOSB

Nocibé

AUTOVISION

Teddy

ARBITRAGE

BLASON TERRAIN

- Problèmes légaux
- Lisibilité seulement du ciel
- Trop techniques
- Trop de temps / Peu retombé
- One shot (événements)



PROTOTYPE



Le Club

Licences

Les Équipes

Convocations



Arbitrage

Les Actualités

Stages

Boutique

Contact

MONTAIGU VENDÉE FOOTBALL

Ensemble, pour aller plus loin !

Découvrir le club





RAPPORTS DE TESTS

ÉLÉMENTS TESTÉS

CHARTRE GRAPHIQUE

Respect des couleurs, typographies, hiérarchie visuelle

LOGO ET ÉLÉMENTS IDENTITAIRES

Positionnement, lisibilité, intégration dans le design

QUALITÉ DES ANIMATIONS

Transitions fluides, animations cohérentes avec l'univers visuel

IMAGES & VISUELS

Optimisation, qualité, pertinence graphique

RESPONSIVE DESIGN

Adaptation des éléments graphiques sur différents formats d'écran

ACCESSIBILITÉ GRAPHIQUE

Contrastes, lisibilité des textes, tailles de police

MÉTHODES ET MOYENS

NAVIGATION GUIDÉE SUR LE PROTOTYPE

4 profils : joueur, supporter, partenaire, visiteur

GRILLE D'ANALYSE GRAPHIQUE

Cohérence, lisibilité, harmonie, hiérarchie

GRILLE D'ANALYSE
GRAPHIQUE

OUTILS UTILISÉS

Wave, Color Contrast Checker, Google Forms, Test multi-supports

RÉSULTATS ATTENDUS

FLUIDITÉ
DE NAVIGATION

RESPECT DE LA
CHARTE

QUALITÉ DES
ANIMATIONS

ABSENCE DE BUGS
GRAPHIQUES

HIÉRARCHIE
VISUELLE CLAIRE

BONNE
OPTIMISATION
DU RENDU

RÉSULTATS OBTENUS

| Élément testé | Résultat | Commentaire |
|------------------------|-------------------------------|--|
| Colorimétrie | ● Très cohérente | Les couleurs club sont bien reprises, harmonieuses |
| Typographie | ● Lisible et homogène | Taille adaptée et style moderne, bon contraste |
| Animations | ● Fluides | Animations cohérentes |
| Logo et identité | ● Bien intégré | Logo valorisé, bonne hiérarchie |
| Responsive (graphisme) | ● Ajustements sur smartphone | Légers décalages de texte dans la version mobile |
| Rendu images & visuels | ● Optimisés | Bonne qualité et chargement rapide |
| Accessibilité visuelle | ● Menu accessibilité manquant | Contraste valide, créer des options d'affichage |

ANOMALIES ET CORRECTIFS

Anomalie détectée

Marges trop serrées sur mobile

Taille de police trop petite en bas de page

Visuel de bannière rogné sur telephone

Absence de menu d'accessibilité

Correction proposée

Ajout de marges latérales en CSS selon les breakpoints

Augmenter taille min. à 14px pour footer

Modification du bloc pour s'ajuster à la taille

Création du menu, ajouts de fonctionnalités pour l'affichage

04. CARACTÉRISTIQUES & TESTS

LES OUTILS



CARACTÉRISTIQUES

| Support | Format / Mode | Contraintes spécifiques |
|--------------------------|--|---|
| Print (affiches, flyers) | A3 / A4 / A5 / A2 – CMJN | 3 mm fonds perdus, 5 mm marges de sécurité |
| Réseaux sociaux | 1350x1080 / 1080x1920 – RVB | Poids < 10 Mo, visibilité mobile prioritaire |
| Vidéo / Motion | MP4 – H.264 | Durée < 30 sec, ratio vertical/horizontal selon canal |
| Textile (merch) | Logo vectoriel (EPS / SVG) et fichiers PDF | Lisibilité en broderie, sérigraphie monochrome |
| Site web | Responsive (mobile/desktop) – Couleur en RVB | Design Figma + Dev WordPress. Structure simple, navigation claire, conformité RGAA (contraste, balises ALT, lisibilité) |

NORMES ET PRINCIPES

Accessibilité

Contrastes suffisants texte/fond
(conformes WCAG AA)

Typographies lisibles
(sans serif, taille min 16px sur web)

Icônes avec légendes pour les contenus symboliques

Écodesign

Tramage pour impressions : réduction de l'encre via des trames de points, optimisées pour les photocopies/duplicopieurs

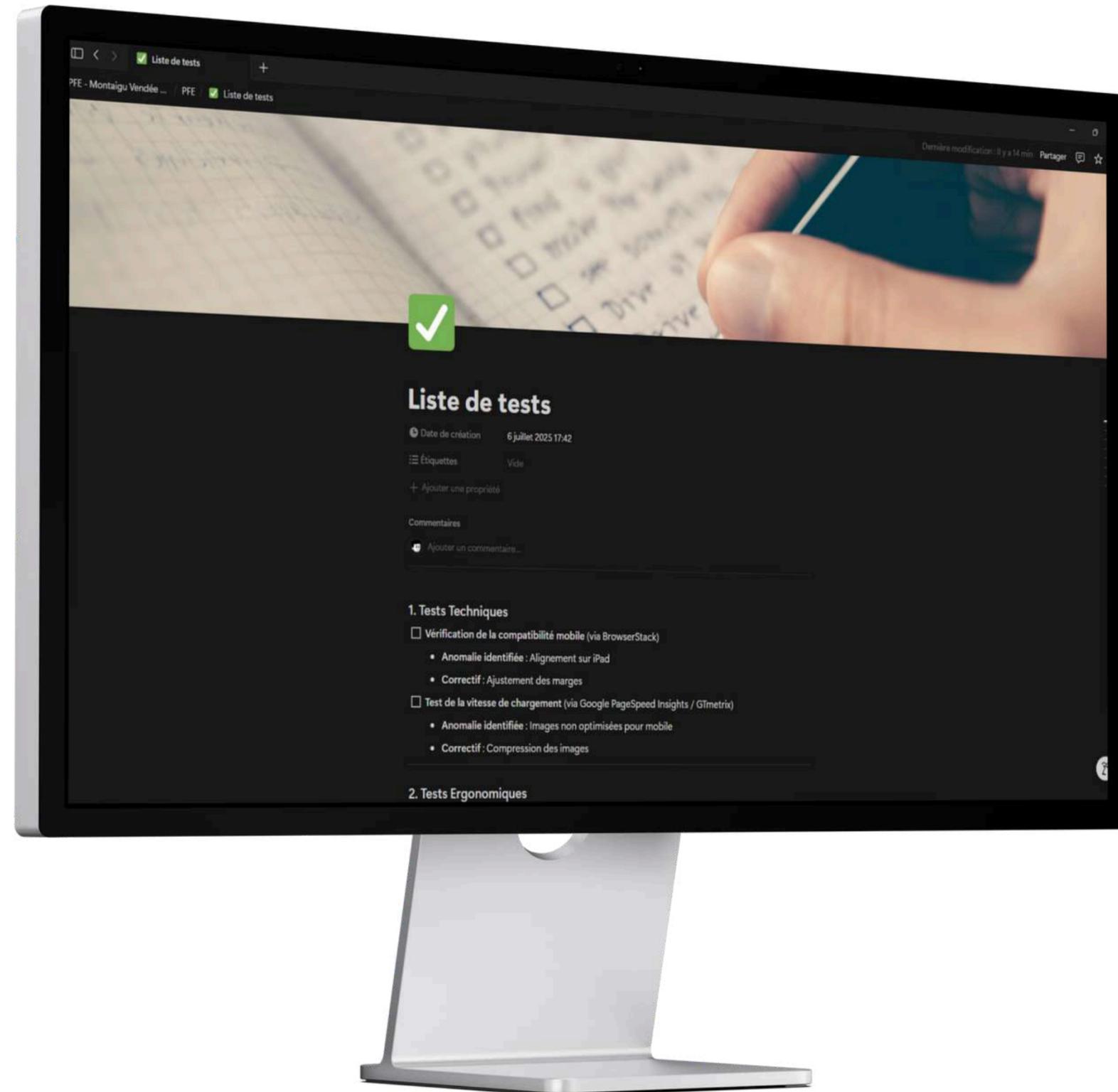
Formats standards (A3/A4/A5) pour limiter les chutes de papier

Versions monochromes du logo pour réductions de coûts (encre & textile)

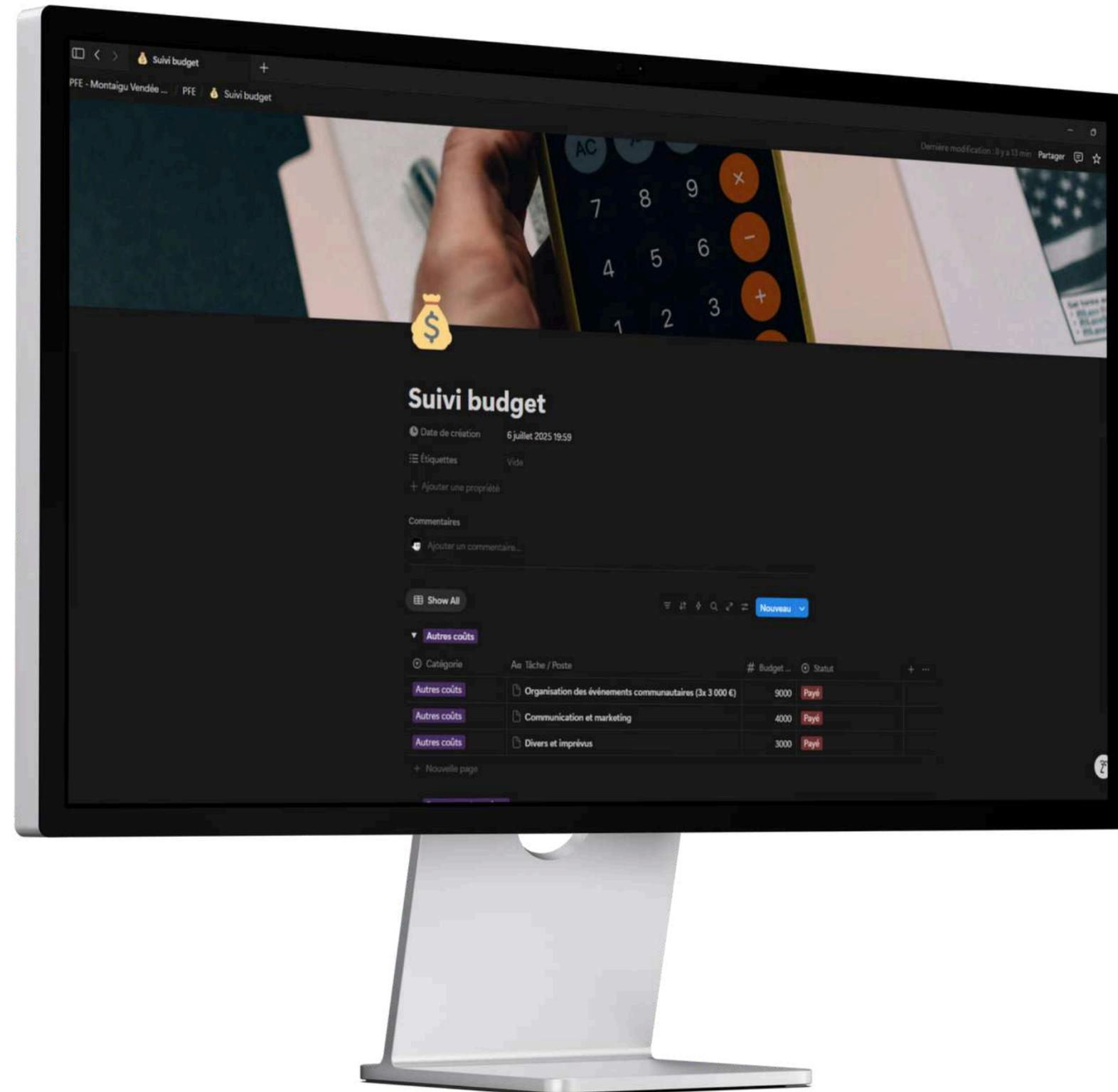
Compression des visuels pour le web et les réseaux sociaux

Site WordPress léger,
peu consommateur de ressources serveur, optimisé pour le SEO éthique

TESTS



BUDGET



05. CONCLUSION

CONCLUSION

REFONTE PENSÉE
COMME UN LEVIER
STRATÉGIQUE

IDENTITÉ AU SERVICE DE
LA FIERTÉ ET UNITÉ DU
CLUB

STRATÉGIE MODERNE
ADAPTÉ AUX SUPPORTS
ET AUX PUBLICS

PROJET STRUCTURÉ ET
PILOTÉ AVEC MÉTHODE
EN ÉQUIPE

ACTIONS DE VISIBILITÉ,
ENGAGEMENT ET
ATTRACTIVITÉ

VISION DURABLE ET
ANCRÉE SUR LE
TERRITOIRE

**MERCI DE VOTRE
ÉCOUTE**