

IDENTITÉ DE MARQUE

Brand Book

LES CAFÉS DU MONDE

Édition Pré-Ouverture · v1.0 · 2026

*Maison de café d'exception.
L'arôme tel qu'il fut cueilli.*

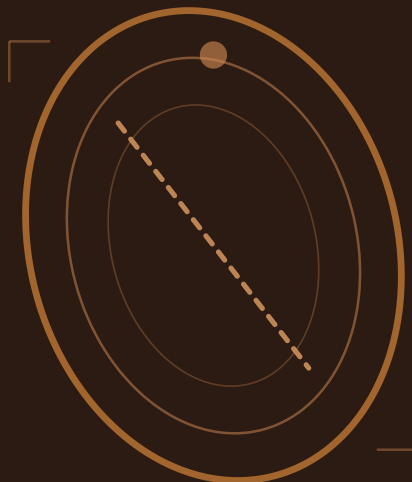


TABLE DES MATIÈRES

Sommaire

01	Couverture <i>Identité de marque</i>	01
02	Sommaire <i>Table des matières</i>	02
03	Le Mot du Fondateur <i>Lettre de Nassim</i>	03
04	Positionnement <i>Proposition de valeur & cibles</i>	04
05	Voix de Marque <i>Dos & Don'ts, archétypes, exemples</i>	05
06	Identité Visuelle — Logo <i>Lockups, règles d'usage</i>	06
07	Palette Ancre <i>Jaune Orangé — 8 nuances codifiées</i>	07
08	Palettes Alternatives <i>Terre Brûlée, Cuivre, Arabica, Carte Postale</i>	08
09	Typographie <i>Stardos Stencil, Fraunces, Inter</i>	09
10	Pictogrammes & Icônes <i>8 symboles single-color</i>	10
11	Photographie & Imagerie <i>Direction artistique</i>	11
12	Application — Touch Points <i>6 supports clés</i>	12
13	Stratégie de Lancement <i>4 piliers, calendrier J-54 → JO, KPIs</i>	13
14	À Propos de ce Document <i>Version, gouvernance</i>	14

Ce document constitue la référence officielle d'identité pour **Les Cafés du Monde**. Toute production de supports visuels ou rédactionnels doit s'y conformer. Version verrouillée v1.0.

LE MOT DU FONDATEUR

Une lettre de Nassim

À l'équipe, aux partenaires, à ceux qui croient au grain avant la tasse,

Aux Cafés du Monde, nous croyons qu'un grain raconte une histoire — celle d'une altitude, d'une pluie, d'une main qui l'a cueilli à maturité exacte. Cette histoire se joue en silence, loin des étiquettes supermarché, loin des mélanges anonymes. Notre rôle n'est pas de vendre du café : c'est de ne pas trahir ce qu'il a traversé pour arriver jusqu'ici.

Quatre silos. Quatre terres. Éthiopie, Colombie, Yémen, Brésil. Chacun scellé sous air figé, oxygène inférieur à 1 %, parce que l'oxygène est l'ennemi silencieux de la fraîcheur. Chaque grain conservé 90 jours — contre 14 jours dans les conditions standard du marché. Ce n'est pas un argument marketing. C'est une exigence technique que nous nous sommes imposée avant d'ouvrir une seule porte.

L'espace que nous construisons à Ouled Fayet — bois courbe, cuivre patiné, bambou vivant — n'est pas un décor. C'est une scène où le rituel de la mouture sur place, du pesage au gramme près, de l'extraction adaptée à chaque mode, devient visible pour le client. Il voit. Il choisit. Il comprend pourquoi son espresso du mardi n'a rien à voir avec celui du distributeur automatique.

Cette charte n'est pas une contrainte. C'est une promesse que nous faisons ensemble, à nos premiers clients, à ceux qui franchiront la porte en juillet 2026. Chaque couleur, chaque mot, chaque signe ici est là pour une raison précise. Respectons-les — non par discipline, mais par fierté de ce que nous sommes en train de bâtir.

Le café accueille. Il n'impose jamais.

Nassim

Fondateur, Les Cafés du Monde · Ouled Fayet, Alger · 2026

STRATÉGIE

Positionnement

PROPOSITION DE VALEUR

Une maison de café de spécialité où chaque grain est sourcé, conservé sous air figé, moulu sur place et préparé à l’instant — l’opposé du café industriel des supermarchés.

SEGMENTS CIBLES

#	SEGMENT	BESOIN PRINCIPAL
A	Cadres & professionnels, Ouled Fayet / Alger Ouest	Routine café premium quotidienne
B	Couples & familles aisées	Sortie week-end, expérience culinaire
C	Expatriés & voyageurs habitués au specialty coffee	Retrouver un standard international
D	Coffee enthusiasts & baristas amateurs	Découverte origines, matériel, technique

AVANTAGES CONCURRENTIELS

- Conservation sous silos à air figé ($O_2 < 1\%$, fraîcheur 90 jours vs 14 jours standard)
- Mouture sur place adaptée au mode d’extraction choisi
- Vente au poids — le client choisit et voit son café
- Pas de mélange avec sucre — le grain seul, intègre
- Sourcing direct multi-origines : Éthiopie, Colombie, Yémen, Brésil + locaux
- Architecture immersive cuivre + bois courbe + bambou

CE QUE NOUS NE SOMMES PAS

Pas un coffee-shop Instagram superficiel. Pas une chaîne. Pas du café industriel rebrandé.

ÉCRITURE & TON

Voix de Marque

6

FORMALITÉ
/10

4

LÉGÈRETÉ
/10

7

PROFONDEUR
/10

5

AUDACE
/10

À FAIRE

Vocabulaire sensoriel précis (notes de tête, corps, finale)

Termes barista techniques justes (extraction, dose, ratio, TDS)

Phrases courtes et rythmées

Chiffres concrets : 90 jours, < 1 % O₂, 4 origines

Métaphores géographiques (méridien, terre, voyage)

À ÉVITER

Adjectifs creux (incroyable, magique, exceptionnel sans preuve)

Anglicismes hipster non-traduits (mug, latte art seul)

Promesses vagues sans chiffres

Ton donneur de leçon ou condescendant

Emojis dans le brand voice

ARCHÉTYPES

Primaire : **Guide** (pédagogue, patient, révélateur). Secondaire : **Authority** (expert, data-driven, crédible).

EXEMPLE — TON JUSTE

« Quatre silos. Quatre terres. Une seule promesse : l'arôme intact. Là où la plupart des grains perdent leur âme en quelques semaines, les nôtres restent fidèles à eux-mêmes — 90 jours sous air figé, oxygène inférieur à 1 %. »

EXEMPLE — TON À PROSCRIRE

« Notre incroyable café va vous transporter dans un monde magique de saveurs uniques que vous adorerez ! »

IDENTITÉ VISUELLE

Logo & Lockups

LES CAFÉS
DU MONDE

LOGO PLEINE COULEUR

C

MONOGRAMME C

LES CAFÉS DU MONDE
VERSION HORIZONTALELES CAFÉS
DU MONDE

MONO BLANC (FONDS FONCÉS)

LES CAFÉS
DU MONDE

MARQUE SEULE

LES CAFÉS
DU MONDE

SUR FOND PRIMAIRE

ZONE DE PROTECTION

Espace minimum obligatoire sur les 4 côtés : 1x la hauteur de la lettre « C ». Aucun élément graphique ne peut entrer dans cette zone.

TAILLE MINIMALE

24 px en digital. 12 mm en impression. En dessous, utiliser le monogramme C seul.

USAGES INTERDITS

- × Rotation ou inclinaison
- × Déformation / étirement
- × Couleur non-conforme à la charte
- × Ombre portée ou effets 3D
- × Fond complexe sans contraste suffisant

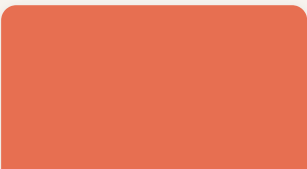
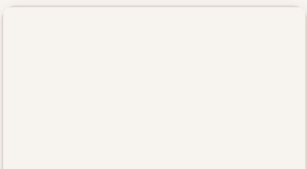
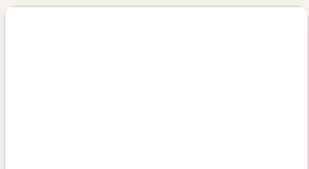
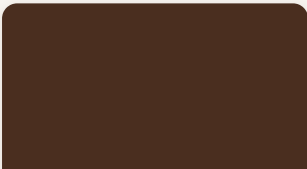
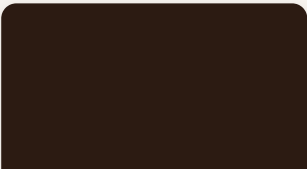
GRILLE DE CONSTRUCTION

Le logo est basé sur une grille de 24 unités. Toute déclinaison doit respecter les proportions d'origine. Fichiers sources disponibles auprès de Nassim.

IDENTITÉ VISUELLE

Palette Ancre

Jaune Orangé

 PRIMAIRE #F4A261 RGB 244 162 97 CMYK 0 34 60 4 <i>Formes organiques, boutons principaux, éléments clés</i>	 PRIMAIRE INTENSE #E76F51 RGB 231 111 81 CMYK 0 52 65 9 <i>Hover, petits détails, liens actifs</i>	 FOND PRINCIPAL #F7F3EE RGB 247 243 238 CMYK 0 2 4 3 <i>Fond principal — effet propre premium</i>	 FOND CARTE #FFFFFF RGB 255 255 255 CMYK 0 0 0 0 <i>Cartes produits, zones lisibles</i>
 TEXTE PRINCIPAL #4A2E1F RGB 74 46 31 CMYK 0 38 58 71 <i>Titres, texte important</i>	 TEXTE SECONDAIRE #8B5E3C RGB 139 94 60 CMYK 0 32 57 45 <i>Sous-titres, détails, labels</i>	 ZONES FONCÉES #2C1B12 RGB 44 27 18 CMYK 0 39 59 83 <i>Footer, hero foncé, contraste premium</i>	 ACCENT NATUREL #A3B18A RGB 163 177 138 CMYK 8 0 22 31 <i>Utilisé légèrement — équilibre, côté naturel</i>

La palette ancre est verrouillée. Toute variation de teinte hors de ces 8 nuances requiert une approbation explicite de Nassim avant production.

IDENTITÉ VISUELLE

Palettes Alternatives



TERRE BRÛLÉE

Cinéma de soirée, espresso bar, théâtre du grain

#0F0A07 #1A130D #C8682B #F0894A #EFE4D2

#A89378



CUIVRE ATELIER

Atelier d'ingénieur, plans techniques, silos comme pièces machine

#E8E2D8 #0E1F3A #B87333 #D89761 #1F3A5F

#2A2A2A



JARDIN ARABICA

Botanique, plantation, aquarelles de feuilles d'arabica

#FBF8F1 #A3B18A #344E41 #283D2D #9C6644

#FAEDCD



CARTE POSTALE

Voyage vintage, art-déco, timbres Yémen / Éthiopie / Colombie

#F3E8D2 #DDA15E #BC6C25 #283618 #9D2C2C

#C19A6B

IDENTITÉ VISUELLE

Typographie

STARDOS STENCIL

Titres display, signalétique, stencil

Les Cafés du Monde

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789

FRAUNCES ITALIC

Éditorial, citations, sous-titres expressifs

L'arôme tel
qu'il fut cueilli.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz — Fraunces Light Italic 300

INTER

Corps de texte, données, interface, légendes

Quatre silos. Quatre terres. Éthiopie, Colombie, Yémen, Brésil. Chacun scellé sous air figé, oxygène inférieur à 1 %.

ÉCHELLE TYPOGRAPHIQUE

NIVEAU	TAILLE	POLICE	USAGE
H1 Display	80 px / 60 pt	Stardos Stencil	Titre hero, couverture
H2	48 px / 36 pt	Fraunces Italic 300	Section heading
H3	24 px / 18 pt	Inter 600	Sous-section, tableau
Corps	16 px / 12 pt	Inter 400	Paragraphes, descriptifs
Label	12 px / 9 pt	Inter 500 caps	Étiquettes, navigation
Légende	10 px / 7.5 pt	Inter 400	Crédits photos, notes
Caption mini	8 px / 6 pt	Inter 400	Signatures, mentions légales

IDENTITÉ VISUELLE

Pictogrammes & Icônes



SILO



GRAIN



FEUILLE



TUYAU CUIVRE



GOUTTE



MONTAGNE



VOYAGE



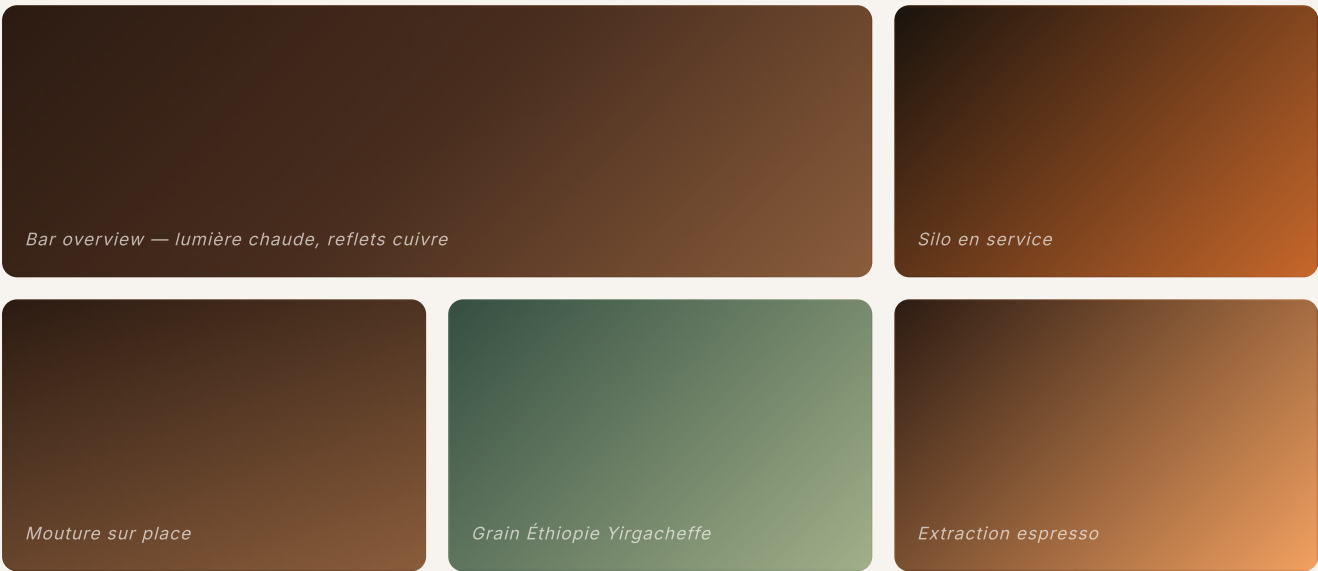
TIMBRE ORIGINE

RÈGLES D'USAGE DES ICÔNES

- Toujours single-color — jamais multi-couleurs
- Stroke 1,2 px au minimum (impression) — ne jamais remplir
- Couleur : #4A2E1F sur fond clair, #F7F3EE sur fond foncé
- Taille minimale : 16 px digital / 5 mm impression
- Pas d'ombre, pas d'effet de profondeur

DIRECTION ARTISTIQUE

Photographie
& Imagerie



DIRECTION — À PRIVILÉGIER

- | | |
|--|--|
| • Lumière chaude, low-key, ombres profondes | • Reflets cuivre sur surfaces métalliques |
| • Grain net au premier plan, arrière-plan flou | • Process visible : mouture, extraction, pesage |
| • Mains du barista — savoir-faire humain | • Vapeur, texture de la mousse, texture du grain |

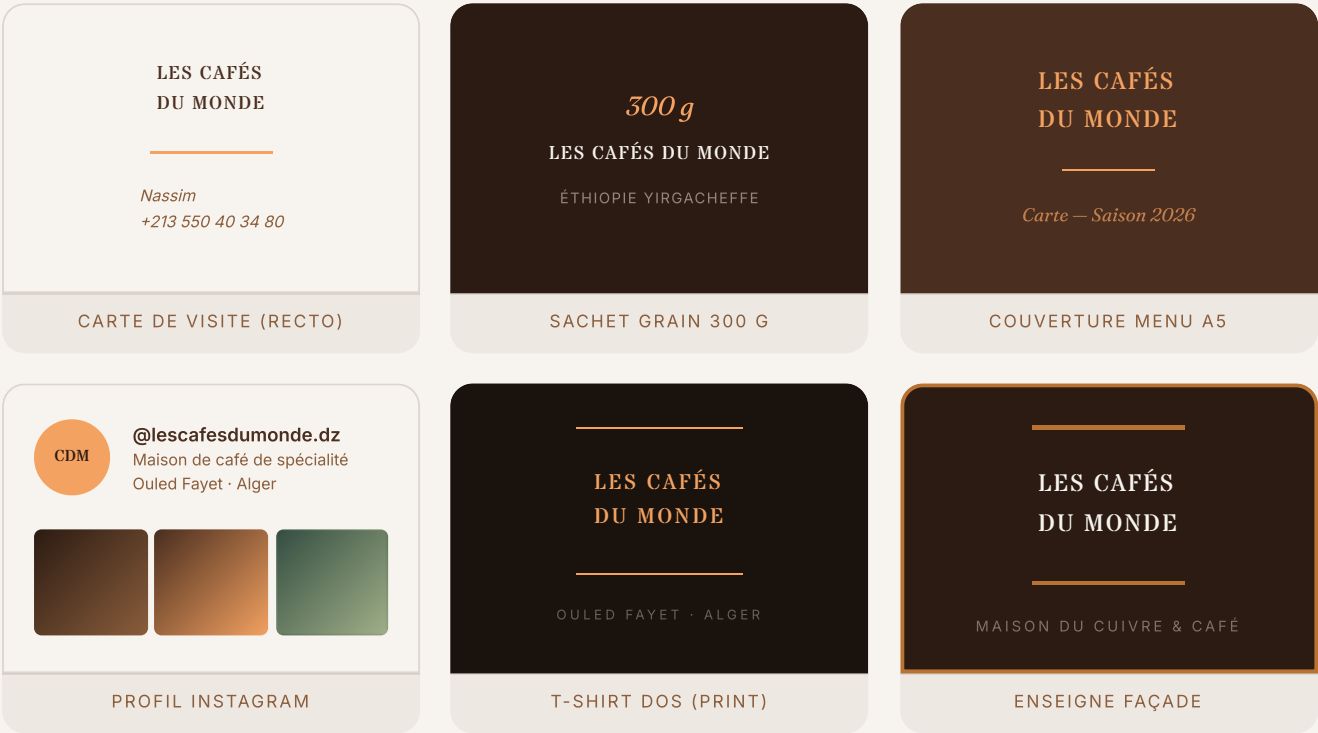
DIRECTION — À ÉVITER

- | | |
|--|---|
| • Photos de tasse seule sans contexte | • Lumière blanche froide ou flash frontal |
| • Filtres Instagram saturés ou désaturés | • Personnes-portraits seuls sans produit |
| • Arrière-plan neutre vide (fond blanc studio) | • Packshots industriels sans âme |

Palette photographique : ambrés, bruns profonds, verts botaniques. Jamais de blanc pur ni de noir absolu dans le cadre. La photo doit évoquer les 4 origines en couleur.

APPLICATION

Touch Points



CAP D'OUVERTURE

Stratégie de lancement

Quatre piliers structurent les soixante jours qui précèdent la première tasse.
Aucun n'est négociable.

01

CAFÉ VERT SÉCURISÉ

Double-pipeline d'approvisionnement (court & long courrier) verrouillé J-50. Aucune origine n'entre en torréfaction sans cupping de validation.

02

ATELIER HUMAIN

Tête de barrière qualité signée J-54 avec droit de veto sur chaque grain. La qualité d'extraction prime sur la cadence d'ouverture.

03

ESPACE CUIVRE

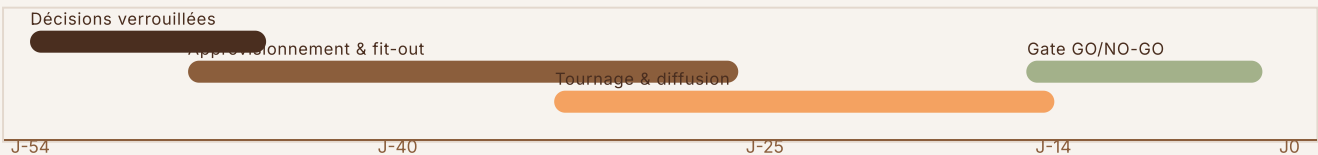
Fit-out stratifié : coin bar pré-fini J-32 pour permettre tournage marketing. Bambou installé J-21 après acclimatation.

04

DIFFUSION MESURÉE

Cinq capsules vidéo authentiques tournées sur le terrain. Pas de modèle. La barista à l'écran. L'objectif suit, il ne précède pas.

CALENDRIER J-54 → J0 — CHEMIN CRITIQUE



Filet contractuel J0-bis (15 juillet) activé si l'un des cinq critères du gate J-14 n'est pas atteint. Une ouverture excellente différée vaut mieux qu'une ouverture moyenne datée.

≥ 84

SCORE SCA CUPPING
PAR ORIGINE

5/5

CRITÈRES DU GATE
Brand Book · Les Cafés du Monde · 2026 · Confidentiel
J-14 VALIDES

≤ 1

DÉPART BARISTA
SUR 6 MOIS

GOUVERNANCE

À propos de ce document

Ce Brand Book constitue la référence d'identité officielle et verrouillée des **Les Cafés du Monde**. Il a été élaboré en amont de l'ouverture prévue en juillet 2026, sur la base du BRAND.json validé par le fondateur.

Toute demande de variation — palette, typographie, voix, logo — doit transiter par **Nassim** avant toute production. Aucune agence, prestataire ou collaborateur ne peut modifier les éléments codifiés ici sans approbation écrite.

DOCUMENT	Brand Book Les Cafés du Monde
VERSION	v1.0
DATE DE VERROUILLAGE	2026-05-08
RESPONSABLE	Nassim — Fondateur
CONTACT APPROBATION	+213 550 40 34 80 (WhatsApp)
LANGUE DE RÉFÉRENCE	Français (fr-DZ)
PALETTE VERROUILLÉE	Jaune Orangé — 8 nuances (p. 07)
TYPOGRAPHIE VERROUILLÉE	Stardos Stencil + Fraunces + Inter
PROCHAINE RÉVISION PRÉVUE	Post-ouverture — septembre 2026
STATUT	Confidentiel — usage interne et prestataires autorisés

Ce document est confidentiel. Il ne doit pas être diffusé publiquement ni transmis à des tiers non-autorisés. Les fichiers sources (logo vectoriel, assets), disponibles auprès du fondateur, complètent ce document sans en faire partie.