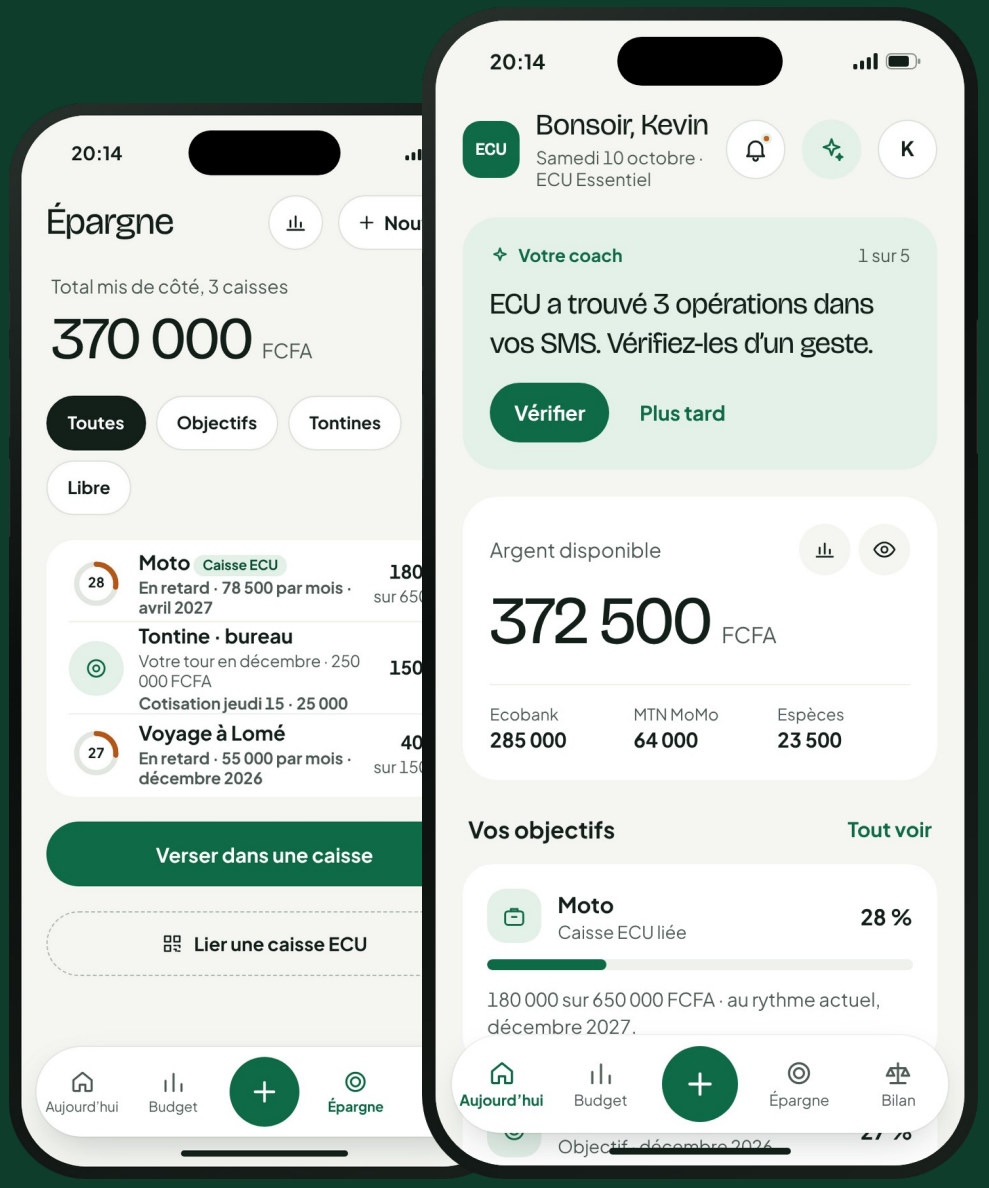
ECU

GUIDE D'IDENTITÉ · V1.0

L'identité d'ECU, de l'écran à la poche

Logo, couleurs, typographie, icônes et écrans : les règles pour qu'ECU se reconnaisse partout, au premier regard.



Novembre 2026

Sommaire

Ce guide est la référence de l’identité d’ECU. Il s’adresse à toute personne qui produit un support ECU : développeur, designer, community manager, imprimeur, partenaire.

L’IDENTITÉ EN UNE PHRASE

S’occuper de l’argent, et le protéger.

01

La marque

Nom, promesse, symbole, voix

02

Le logo

Versions, fonds, protection, interdits

03

Les couleurs

Couleur de marque, nuances, neutres, signaux

04

La typographie

Logotype, police, échelle

05

Les applications

Icône, écrans, icônes, réseaux, objets

06

Les fichiers

Formats, nommage

CHAPITRE 01

La marque

Avant les règles, le sens : un nom qui vient d’une pièce et d’un bouclier, une promesse en trois verbes, un symbole qui les réunit.

DANS CE CHAPITRE

01.1 Le nom

01.2 La promesse

01.3 Le symbole

01.4 Les principes

01.5 La voix

Une pièce, un bouclier

ECU désigne une ancienne pièce de monnaie et, à l’origine, un bouclier.

Un coach, pas un tableau de bord

ECU relie la situation réelle de chacun à ses objectifs, du cash à la tontine, et l’accompagne dans la durée, sans jugement.

LA PIÈCE

S’occuper de l’argent

Savoir où il va, l’organiser, le faire grandir.

LE BOUCLIER

Le protéger

Anticiper les coups durs, garder une réserve, sécuriser ses biens.



S’occuper de l’argent, et le protéger.

Une promesse, trois verbes

ECU aide chacun à transformer sa relation à l'argent et à progresser vers une situation mieux maîtrisée.

Ce qu'ECU n'est pas

Ni un carnet de dépenses, ni un tableau de bord qui affiche sans expliquer, ni une promesse d'enrichissement rapide. Un coach, qui ne culpabilise pas et ne décide pas à votre place.

01

Comprendre

Rendre la situation lisible, même quand l'argent est dispersé entre cash, mobile money, banque et tontine.

02

Décider

Éclairer les choix, comparer les options, anticiper les conséquences avant d'agir.

03

Progresser

Traduire les décisions en habitudes et en résultats concrets, semaine après semaine.

Le symbole

Trois lettres emboîtées et une flèche qui monte : un seul dessin.

Une forme qui se lit

On y lit le nom, la progression et, dans sa silhouette, l’écu. Le symbole porte la promesse sans un mot.

E · C · U

Emboîtés sans se toucher, à espaces constants : chaque chose à sa place, tout au même endroit.



La flèche

Elle prolonge le E et monte vers la droite : la progression, sans promesse.

La grille

Des droites verticales et à 45°, des bouts arrondis : rigoureux sans être dur.

La pointe

Le bas se referme en pointe, comme un écu : l’argent protégé.

Trois principes de design

Haut de gamme par l’exigence, pour tout le monde.

Pour tout le monde

Une commerçante au marché, un conducteur de zémidjan, une jeune salariée, un membre de la diaspora : la même exigence, sur un téléphone modeste comme sur un écran récent.

01

Calme et clarté

Peu d’éléments, beaucoup d’air, une idée par écran et par visuel.

02

Chaque chose à sa place

Des règles de construction simples et constantes, appliquées partout.

03

La progression sans promesse

On montre que ça monte, jamais qu’on devient riche.

La voix

Un grand frère qui s’y connaît en argent : franc sans être brutal, bienveillant sans être complaisant.

Vous ou tu

Vous dans l’application, sur LinkedIn et avec les partenaires. Tu sur Instagram, Facebook et TikTok.

APPLICATION · VOUS

« Encore 12 000 F ce mois-ci et vous tenez votre date. »

RÉSEAUX · TU

« Un peu chaque semaine. Et ça monte. »

LINKEDIN, PARTENAIRES · VOUS

« Reprendre la main sur son argent, quel qu’en soit le montant. »

On fait

- Des chiffres concrets, en FCFA : moto, rentrée, tontine.
- Des phrases courtes, une idée chacune.
- Expliquer une difficulté, proposer une suite.

On ne fait pas

- Culpabiliser : « vous avez encore trop dépensé ».
- Promettre la richesse ou un rendement.
- Le jargon, le rouge, l’urgence artificielle.

CHAPITRE 02

Le logo

Un symbole et un nom, une couleur à la fois. Le logo ne se redessine pas : il se prend toujours dans les fichiers fournis.

DANS CE CHAPITRE

02.1 Le logo principal

02.2 Les versions

02.3 Couleurs et fonds

02.4 Protection et tailles

02.5 Construction

02.6 Les interdits

Le logo principal

Le symbole et le nom côte à côte : la version par défaut, partout où la place le permet.



Le logotype

Le nom est dessiné en Fraunces 650. Ses capitales font 40 % de la hauteur du symbole, centrées sur elle. Il est vectorisé : on ne le retape jamais.



Blanc sur vert profond



Encre, impression en une couleur

Les versions

Une version pour chaque format, toutes tirées du même dessin.

Du plus grand au plus petit

Quand la place manque, on passe à la version plus simple : de l’horizontale à la verticale, de la verticale au symbole, du symbole à l’icône.



Horizontale

En-têtes, site, signatures, documents.



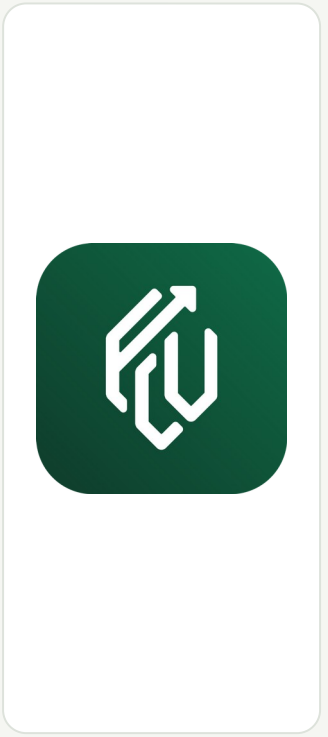
Verticale

Formats carrés ou hauts, emballages, carnet.



Symbole

Photo de profil, objets, petits formats.



Icône

Téléphone, boutiques d’applications.

Vert ou blanc

Le logo n’a qu’une couleur à la fois : vert ECU sur fond clair, blanc sur fond vert.



Sur fond

Vert ECU · 6,0:1



Sur surface

Vert ECU · 6,5:1



Sur vert pâle

Vert ECU · 5,6:1



Sur vert profond

Blanc · 12,2:1



Sur vert ECU

Blanc · 6,5:1



Impression

Encre · une couleur

Impression noire

L’encre est réservée à l’impression en une couleur, à la gravure et au marquage. Jamais de dégradé, d’ombre ni de contour sur le logo.

Le logo respire

Autour du logo, un espace reste toujours vide : X, le quart de la largeur du symbole.



Tailles minimales

Écran	**24 px**
Impression	**8 mm**
Gravure, caisse et carnet	**12 mm**

Hauteur du symbole. En dessous, ses espaces se bouchent.

Construit sur une grille

Des valeurs fixes, sur une grille de 662 × 973. Ne jamais redessiner ni décalquer le symbole.

Trois équilibres voulus

Le haut du C et la coupe du U suivent une ligne parallèle au E. Les sommets du U sont coupés en miroir. Sa jambe droite dépasse de 20 pour ne pas paraître plus courte.

ÉLÉMENT	VALEUR
Barres verticales	**80**
Barres en biais (45°)	**76, affinées pour paraître égales**
Jambe droite du U	**76, affinée pour ne pas paraître plus lourde**
Espace entre les lettres	**94 (E–C et C–U)**
Creux du U	**158**
Espaces en biais	**56 (fenêtre du E, dessous de la flèche)**
Espaces aux extrémités	**48 ; 32 sous la pointe de la flèche**
Arrondis	**22 aux bouts et virages, 6 dans les angles**
Proportion	**0,68 de large pour 1 de haut**

Le logo ne se touche pas

On ne le déforme pas, on ne le recolore pas, on ne lui ajoute rien.



× Déformer



× Pivoter



× Recolorer



× Ajouter un effet

En cas de doute

Reprendre le fichier d'origine, dans la bonne version et la bonne couleur. Un logo constant se reconnaît, un logo modifié se perd.



× Retaper le nom



× Fond chargé

× Contraste faible



× Rogner

CHAPITRE 03

Les couleurs

ECU n’a qu’une couleur : le vert ECU. Autour de lui, des nuances du même vert, des neutres qui le laissent respirer et des signaux qui portent un sens.

DANS CE CHAPITRE

03.1 Une seule couleur de marque

03.2 Les nuances du vert

03.3 Les neutres

03.4 Usage et contrastes

03.5 Les signaux

Une seule couleur : le vert ECU

ECU n’a qu’une couleur de marque. Toutes les autres sont à son service : elles ne signent pas, elles organisent.

LA COULEUR DE LA MARQUE

Vert ECU

#0F6B47 · RVB 15 107 71 `--acc`

Le logo, les boutons, les liens, l’onglet actif : tout ce qui signe ou fait agir.

Les trois familles

Les nuances du vert déclinent la marque selon la surface. Les neutres portent le contenu. Les signaux portent un sens, et un seul.



Les nuances du vert

Le même vert, plus grave ou plus clair, selon la surface.



Les neutres

Fond, surface, filets, textes : ils portent le contenu.



Les signaux

Or, orange, rouge : un sens chacun, jamais du décor.

Les nuances du vert

Ce ne sont pas d’autres couleurs : c’est le vert ECU décliné, chaque nuance pour un rôle précis.

La règle

Une nuance ne remplace jamais le vert ECU sur le logo ou un bouton. Elle s’utilise là où le vert ECU serait trop lourd, trop faible ou illisible.

COULEUR	OÙ	POURQUOI
Vert ECU `#0F6B47` `--acc`	Logo, boutons, liens, onglet actif.	C’est la couleur de la marque et de l’action.
Vert profond `#0F3D2C` `--deep`	Fonds sombres, icône d’app, couverture du carnet, visuels plein cadre.	Le même vert, plus grave : supporte les grandes surfaces sans fatiguer.
Vert appuyé `#0B5236` `--acc-d`	Bouton au moment où on le touche.	Confirme le geste, sans changer de couleur.
Vert pâle `#E3F1E9` `--acc-s`	Fond des conseils du coach, badges, pastilles.	Signale la voix du coach sans crier.
Vert lumière `#A9DCC2` `sur vert`	Mots mis en valeur sur vert profond, réseaux.	Reste lisible là où le vert ECU disparaît.

Les neutres

Ils ne sont pas des couleurs de marque : ils portent le contenu et laissent le vert respirer.

Pourquoi teintés de vert

L'encre, le fond et les filets tirent légèrement vers le vert : l'ensemble reste chaleureux et cohérent, sans noir ni gris froid.

COULEUR	OÙ	POURQUOI
Fond #F5F6F2 `--g`	Fond des écrans et des visuels clairs.	Plus doux que le blanc : il repose l'œil.
Surface #FFFFFF `--s`	Cartes, panneaux, feuilles.	Détache un bloc du fond, sans bordure lourde.
Filet #DDE2DB `--line`	Séparateurs, bordures, champs.	Structure la page sans la charger.
Texte doux #4E5C55 `--mut`	Légendes, texte secondaire, dates.	Hiérarchise l'information, reste lisible (AA).
Encre #13201A `--ink`	Textes, titres, montants ; logo en impression noire.	Lisibilité maximale, sans la dureté du noir pur.

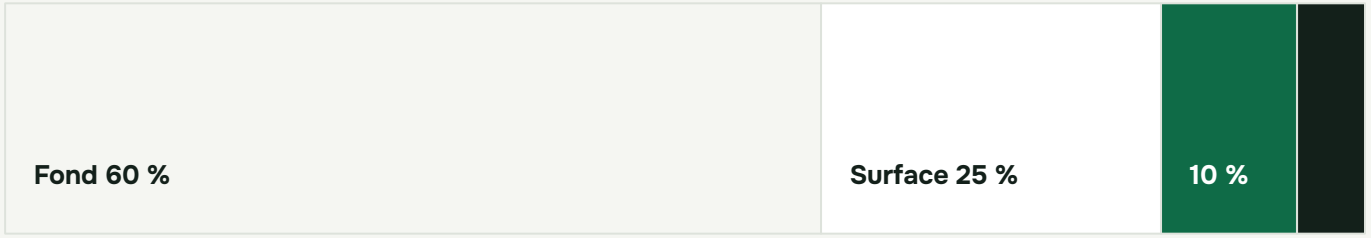
Usage et contrastes

Le fond domine, la surface organise, le vert agit, l'encre se lit. Tous les textes respectent au moins le niveau AA.

Les règles

Le vert sert au logo et aux actions, jamais en grand aplat derrière un texte long. Pas de petit texte en vert pâle ou en or. À l'impression, le HEX fait référence : CMJN et Pantone se fixent sur l'épreuve du premier tirage.

PROPORTIONS INDICATIVES PAR ÉCRAN



Vert ECU 10 % · texte et signaux 5 %

Aa

Texte courant

Encre sur fond

15,5:1 AAA

Aa

Texte secondaire

Texte doux sur fond

6,5:1 AA

Aa

Bouton

Blanc sur vert ECU

6,5:1 AA

Les signaux

Des couleurs qui portent un sens, et un seul : dans l’application et les notifications, jamais dans le logo ni dans le décor.

ECU ne juge pas

Un solde négatif s’affiche en encre avec son signe moins, jamais en rouge. Le rouge ne sert qu’à supprimer.

Or #E4A936

Un objectif atteint, et rien d’autre.

Objectif atteint

Orange #B4581A

Attention : budget presque dépassé, caisse en retard.

Budget à 92 %

Rouge #A23B26

Suppression uniquement.

Supprimer

Solde du mois **−12 500 F**

En encre, avec son signe moins.

CHAPITRE 04

La typographie

Une seule police pour tout le produit, Onest. Le nom, lui, reste un dessin : le logotype.

DANS CE CHAPITRE

04.1 Le logotype

04.2 Onest, la police d’ECU

04.3 Pourquoi Onest

04.4 L’échelle typographique

Le nom est un dessin

Le logotype ECU est dessiné en Fraunces 650. Il n’existe que dans le logo, déjà vectorisé.



Pourquoi une serif

Ses empattements doux donnent au nom la stature d’une pièce frappée. Dans le produit, tout le reste est en linéale : le logo se distingue, l’interface reste calme.

✓ Le logotype

Toujours pris dans les fichiers, avec le symbole ou seul sur le carnet.

× Fraunces ailleurs

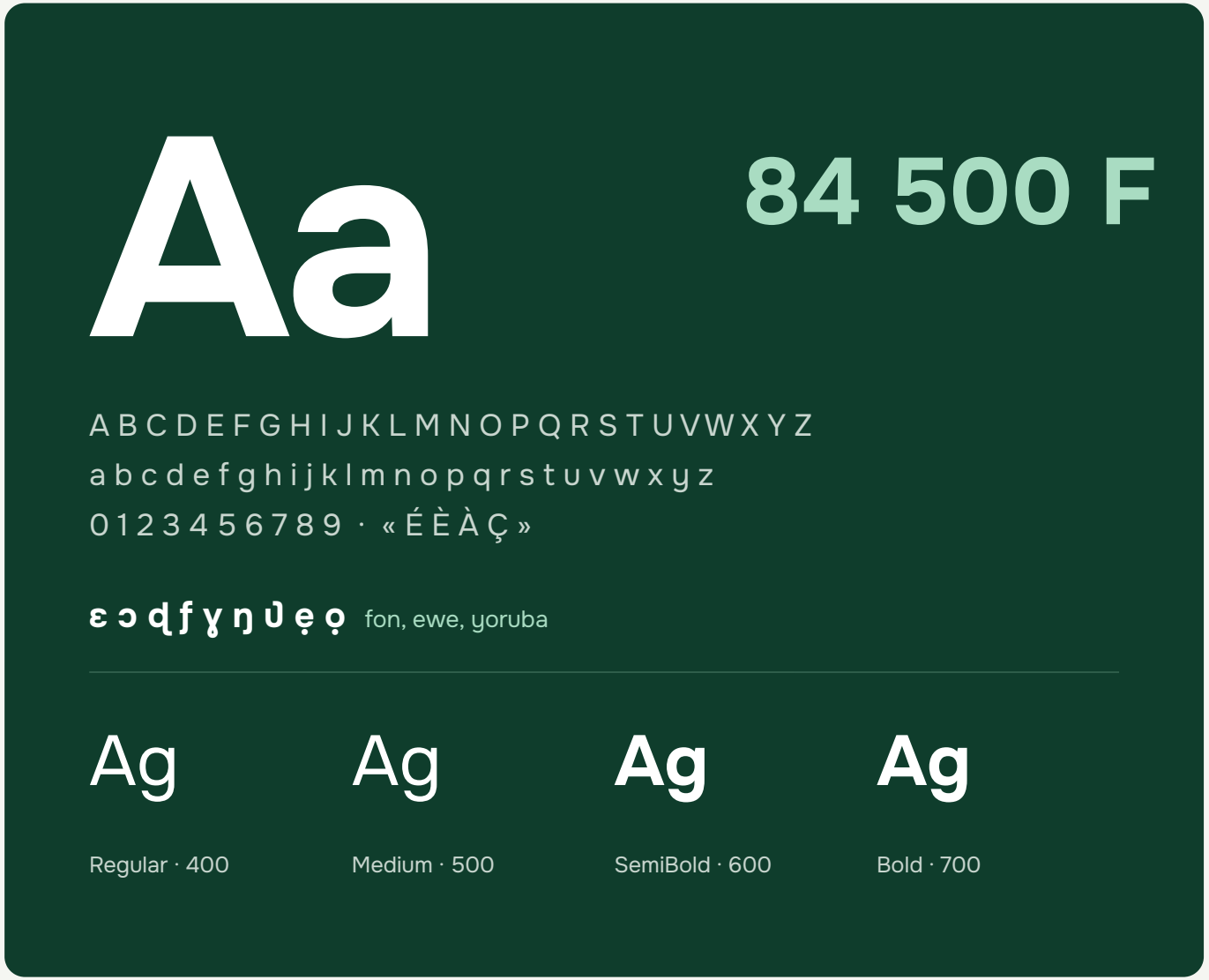
Ni titres, ni accroches, ni interface : elle ne se tape jamais.

Onest, la police d’ECU

Une linéale ouverte et chaleureuse, pour l’application, les réseaux, les documents et les objets.

Une seule famille

Déclinée en graisses, de Regular à Bold : plus légère à charger, plus cohérente d’un support à l’autre. Gratuite, licence libre (SIL OFL).



Pourquoi Onest

Nous avons testé une vingtaine de polices gratuites sur cinq critères. Seule Onest les remplit tous.

Les écartées

Plus Jakarta Sans, celle du prototype : élégante, mais sans ɛ, ɔ ni ɖ. Inter : complète, mais présente partout, ECU ne s’en distinguerait pas. Les polices payantes : une licence à chaque usage, et des langues locales à vérifier.

Premium sans être froide	Des formes ouvertes et rondes, comme la voix d’un grand frère bienveillant. Elle tient à côté du logotype sans le concurrencer.
Des chiffres impeccables	Chiffres de même largeur pour aligner les montants ; le 1 et le 7 ne se confondent pas.
Lisible en petit	Un œil généreux et des lettres bien espacées, nettes sur un téléphone modeste.
Gratuite	Licence libre SIL OFL : application, site, partenaires et imprimés, sans redevance.
Elle écrit les langues locales	Le fon, l’ewe et le yoruba, avec ɛ ɔ ɖ ƒ ɣ ŋ ʊ ẹ ọ : prête pour un ECU en plusieurs langues.

L’échelle typographique

Sept niveaux, les mêmes dans le code et dans les maquettes. Tailles en px, pour l’application.

Montant	**84 500 F**	52 / 56 · SemiBold
Titre d’écran	**Mon budget**	28 / 34 · SemiBold
Titre de section	**Caisses d’épargne**	22 / 28 · SemiBold
Corps	Vous tenez votre date.	15 / 22 · Regular
Corps fort	**Objectif atteint**	15 / 22 · SemiBold
Légende	Mis à jour à 9 h 40	13 / 18 · Medium
Mention	**MONTANTS FICTIFS**	12 / 16 · SemiBold

Écrire les montants

84 500 F : une espace insécable avant F et pour les milliers, chiffres de même largeur. Un solde négatif prend le signe moins : -12 500 F. Pas de capitales au-delà des badges.

CHAPITRE 05

Les applications

De l’écran au carnet, chaque support applique les mêmes règles. D’un support à l’autre ne changent que le format et les textes.

DANS CE CHAPITRE

05.1 L’icône d’application

05.2 Les écrans

05.3 Les icônes

05.4 Les réseaux sociaux

05.5 Les objets

L’icône d’application

Le symbole blanc sur un dégradé de vert, du profond vers le vert ECU, dans le sens de la flèche.



1024 px · boutique



180 px · accueil



48 px

Le seul dégradé

Vert profond en bas à gauche, vert ECU en haut à droite. Le symbole occupe 66 % de la hauteur. L’ancienne icône vert fluo est retirée : hors palette, trop proche de WhatsApp.

DANS LA BOUTIQUE



ECU
Coach financier personnel
Finance · Bénin, Togo

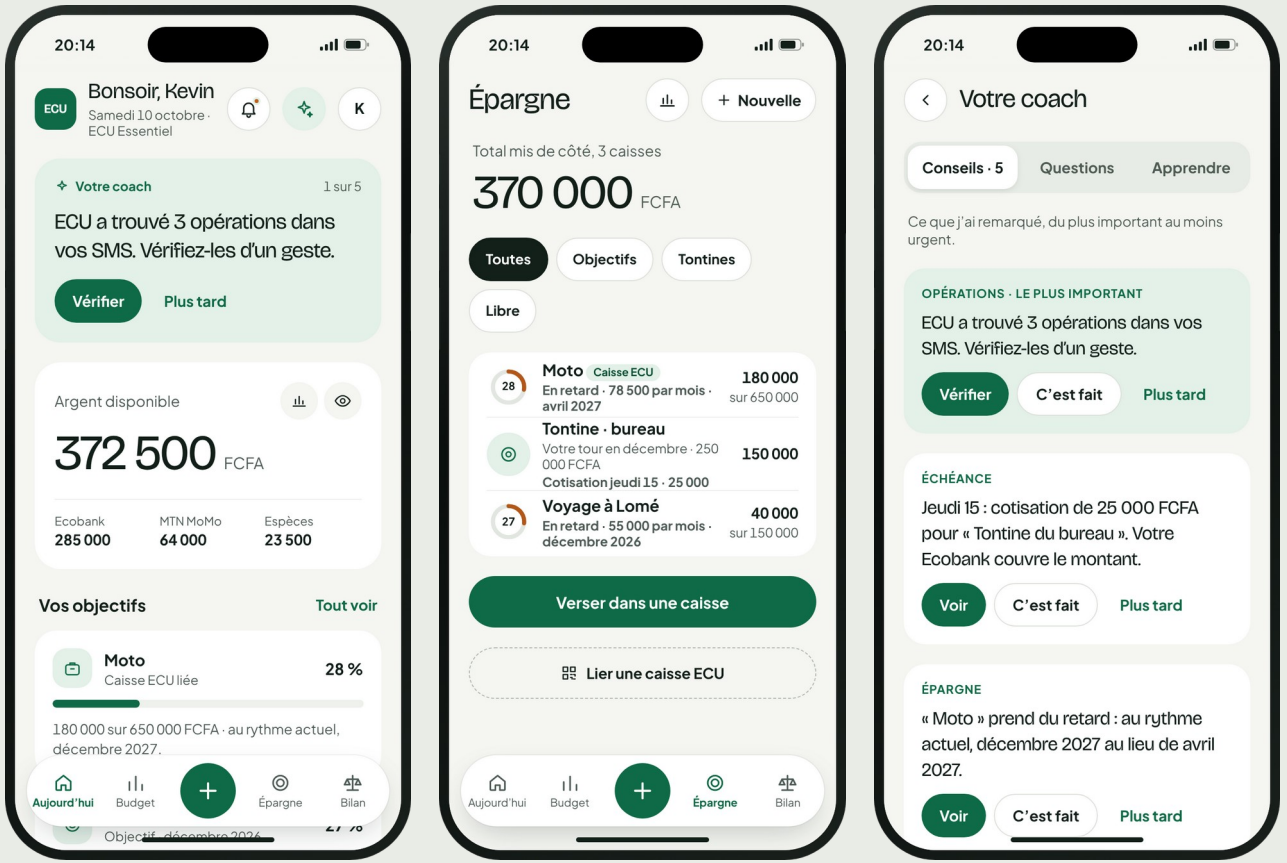
Installer

L’identité dans l’app

Captures du prototype version 3 : fond clair, cartes blanches, montants en grand, le coach au premier plan.

Les couleurs parlent

Le vert pâle signale un conseil du coach, le vert ECU une action, l’orange un retard. L’or n’apparaît que lorsqu’un objectif est atteint.



Aujourd’hui **Épargne** **Votre coach**

Des icônes au trait

La famille Lucide, open source, dont le trait arrondi prolonge celui du symbole. On la prend telle quelle, on ne la redessine pas.

Cash

Mobile money

Banque

Tontine

Objectif

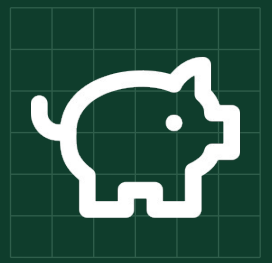
Caisse

Rappel

Accueil

Les règles

Grille de 24 px, trait de 1,75 px, bouts et angles arrondis. Vert ECU sur fond clair, blanc sur fond sombre. Une icône illustre une idée, elle ne décore pas.



24 × 24 px · trait 1,75 px

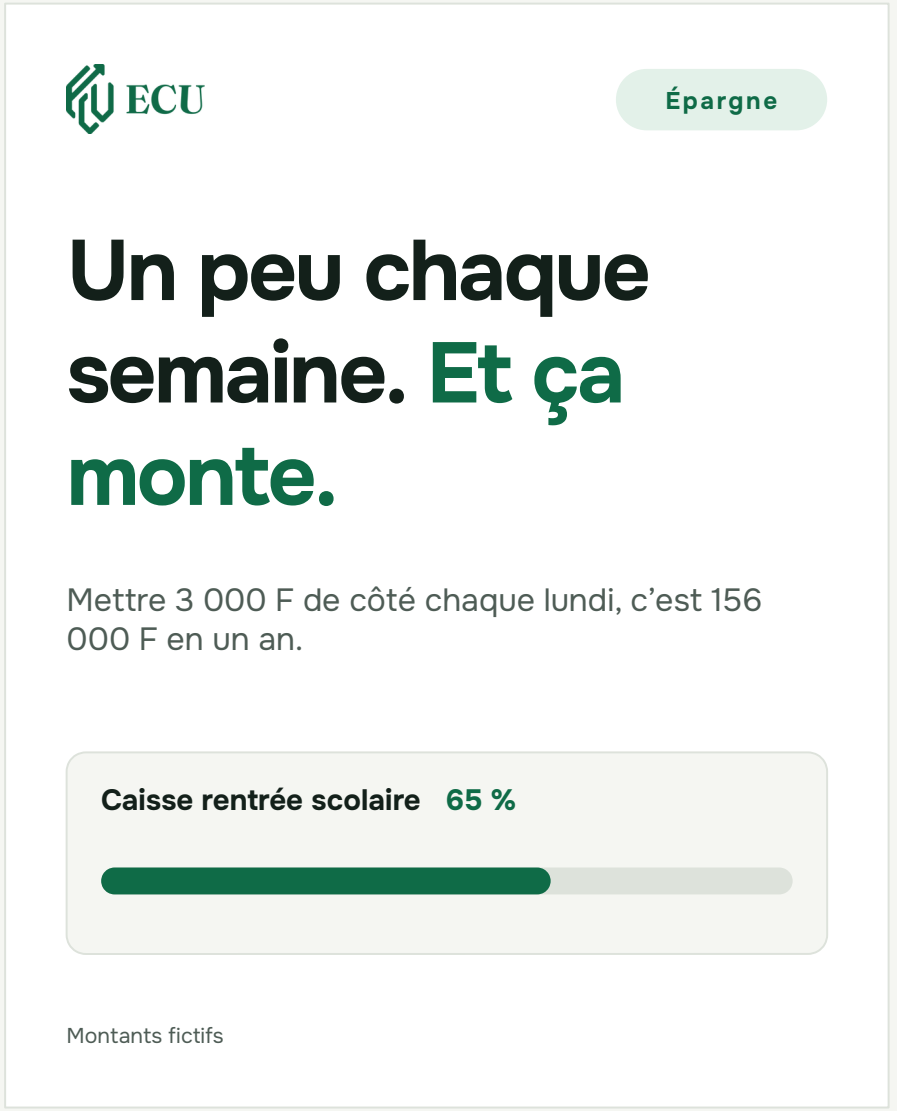
Les icônes s’alignent sur la grille et gardent 2 px de marge intérieure.

Les réseaux sociaux

Un gabarit commun, un ton qui change selon le réseau.

Le gabarit

Logo horizontal en haut à gauche, badge de la série en haut à droite, marges de 72 px. De vraies personnes du Bénin et du Togo, jamais d'images générées. Montants fictifs signalés, en FCFA.



RÉSEAU · FORMATS · TON

Instagram
4:5 · 9:16
Ton : tu

Facebook
4:5 · 1:1
Ton : tu

TikTok
9:16
Ton : tu

LinkedIn
4:5 · 1200 × 627
Ton : vous

Accroche 72 à 96 px en Bold, texte 26 à 30 px. En 9:16, rien dans les 250 px du haut et du bas.

Les objets

Le carnet et la caisse agissent là où vit le cash, et rendent la progression visible sans ouvrir son téléphone.

Le marquage

Pas d’or sur les objets : il est réservé aux objectifs atteints. Le carnet porte le symbole gaufré ton sur ton et le nom en blanc ; la caisse, le symbole gravé seul.



Carnet de budget

Vert profond, symbole gaufré, nom blanc, prénom gravé.



Caisse d’épargne

Symbole gravé seul, en une couleur.



Pochettes, kits

Fond clair, logo vertical en vert ECU.

UN OBJET VIT AVEC UN COMPTE

Au dos de chaque objet, un code d’activation à côté du symbole. L’acheteur paie, le destinataire active dans l’app.

Les fichiers

Chaque version existe en vert ECU, en blanc et en encre, sur fond transparent.

DOSSIER	FORMAT	COULEURS	POUR
01_SVG	SVG vectoriel	RVB, HEX exacts	Application, site, écrans
02_PNG	PNG transparent, 2000 et 500 px	RVB	Réseaux, documents, présentations
03_PDF	PDF vectoriel	CMJN de l’épreuve	Imprimeurs, gravure, marquage
04_icone	PNG 48 à 1024 px, SVG	RVB	Boutiques, favicon, téléphone

Le bon fichier

Pour l’écran, le SVG ou le PNG transparent. Pour l’impression, toujours un vectoriel. Le symbole de référence est ecu-symbole-corrige.svg. Un PNG ne s’agrandit pas.

LE NOM DU FICHIER DIT LA VERSION ET LA COULEUR

ECU_logo-horizontal_vert-ecu.svg

ECU_symbole_blanc.png · ECU_icone_1024.png

L’essentiel en six règles

Si vous ne retenez qu’une page, retenez celle-ci.

Un document vivant

Ce guide évolue avec le produit. Utilisez toujours sa version la plus récente.

01 **Le logo se prend**

Dans les fichiers fournis. Jamais redessiné, jamais retapé.

02 **Une couleur à la fois**

Vert ECU sur fond clair, blanc sur fond vert.

03 **Il respire**

Un quart du symbole autour ; 24 px, 8 mm, 12 mm au minimum.

04 **Le fond domine**

Le vert agit, l’encre se lit, tout texte au niveau AA.

05 **L’or a un seul sens**

Un objectif atteint. Le rouge sert à supprimer.

06 **Une seule police**

Onest partout ; Fraunces vit dans le logo.

ECU

Une question sur l’identité ?

Avant tout usage qui sort de ce guide, demandez les fichiers d’origine et un avis.



S’occuper de l’argent, et le protéger.