

PLANCHE DE NOMMAGE · À CHOISIR

Huit noms. **Deux mondes.** *Une maison.*

Une nouvelle maison de sneakers premium pour l'homme marocain : le confort d'un amorti maximal, repensé, à un prix plus juste. Deux gammes sous un même toit — **CORE** sport-luxe, du café de Casablanca au trottoir, et **CROWN** technique, l'ingénierie affichée. Voici les noms candidats, et la manière dont chacun porterait la marque.

MONDE I — RACINES MAROCAINES

Puisé dans l'arabe et l'amazigh, la géographie de l'Atlas et du Sahara, la fierté d'ici. Quatre noms qui se lisent premium et parlent au marché.

MONDE II — NEUTRE & GLOBAL

Quatre marques courtes, inventées, qui tiendraient à côté de Nike, On ou HOKA n'importe où sur la planète.

Chaque nom n'est pas un mot : c'est une direction de marque, avec sa signature dessinée.

La signature que vous voyez sur chaque carte est une **direction de dessin**, pas la version finale. Elle montre l'esprit du logotype : la lettre qui devient un signe, le rythme, l'aplomb. Une fois votre nom choisi, nous dessinons le système complet — le logotype abouti, la marque latérale qui vit sur la semelle, la palette nommée avec ses codes, et les fichiers livrables.

Nous ne copions jamais la marque HOKA. Le confort de l'amorti maximal est notre point de départ ; la signature, elle, doit être **inimitablement la vôtre**. Chaque direction ci-après est conçue pour porter les deux gammes, CORE et CROWN, sous un seul toit.

Pour chaque candidat, deux lectures concrètes vous attendent : comment la marque **habite le flanc de la chaussure** — la référence est le logotype fuyant de HOKA, qui épouse la semelle — et comment elle **se tient sur la boîte**, en rayon comme dans les mains.

LA LÉGENDE DES PASTILLES

- **Racine marocaine**
Sens, prononciation et ancrage culturel vérifiés.
- **Neutre & global**
Marque inventée, courte, sans frontière.

CE QUE PORTE LA MAISON

- **CORE** — sport-luxe. Tige épurée, cuir et maille premium, silhouette de ville.
- **CROWN** — technique. Ingénierie visible, color-blocking, héritage running.

01

LA SIGNATURE

La direction dessinée du logotype — le concept, pas seulement la police.

02

SUR LE FLANC

La marque qui chevauche la semelle, à la manière du logotype latéral de HOKA.

03

SUR LA BOÎTE

La présence en rayon : ce que le nom promet dès la première seconde.

Monde I — Racines marocaines

ARABE • AMAZIGH • ATLAS •
SAHARA
LA FIERTÉ D'ICI, LUE PREMIUM

RACINE MAROCAINE

01



QIMMA

/ kim-ma /

القِمَّة — « le sommet, la cime ». Racine Q-M-M : l'élévation, le point le plus haut, le pinacle de la réussite.

La signature : le sommet enfermé dans le mot. Le double M devient un massif ; un chevron d'Atlas monte au-dessus, comme la ligne de crête de Toubkal. Un signe qui dit « le plus haut » sans un mot de plus.

SUR LE FLANC

Le chevron seul chevauche la semelle ; le mot court sous l'œillet. Discret sur CORE, gravé en relief sur CROWN.

SUR LA BOÎTE

Un seul mot doré sur noir mat. On lit « premium » avant même d'ouvrir.

RACINE MAROCAINE

02



AZUL

/ a-zoul /

ⵝⵓⵣ — le salut amazigh, « bonjour, bienvenue ». Le premier mot qu'on tend à l'autre ; l'hospitalité faite marque.

La signature : le U s'ouvre comme une paume tendue, et un signe emprunté au tfinagh — l'alphabet berbère, tout en cercles — se pose au-dessus. Chaleureux, fier, résolument d'ici, mais court et global à l'oreille.

SUR LE FLANC

Le U ouvert fuit le long de la semelle ; le signe tfinagh sert de point de ralliement au talon.

SUR LA BOÎTE

« AZUL » vous accueille à l'ouverture : la boîte dit bonjour. Un rituel, pas un emballage.

Le sommet & le seuil

QIMMA vise la cime ; AZUL tend la main. Deux façons d'ouvrir la même maison : l'une par **l'ambition** — le plus haut point, la réussite gravée dans le mot — l'autre par **l'hospitalité**, le bonjour berbère qui accueille avant même la vente. Les deux se lisent premium, les deux parlent d'ici.

Monde I — Racines marocaines

ARABE • AMAZIGH • ATLAS •
SAHARA
LA FIERTÉ D'ICI, LUE PREMIUM



TBKL /toub-kal/

Toubkal — le plus haut sommet d'Afrique du Nord et du monde arabe (4 167 m). Symbole de résilience et de force.

La signature : le nom réduit à ses consonnes — TBKL — comme un dossard, comme un massif compact. La ligne de crête enneigée coiffe le mot ; le nom complet murmure dessous. Aplomb sportif immédiat.

SUR LE FLANC La ligne de crête épouse la courbe de la semelle ; « TBKL » se pose net sur le contrefort. Fait pour CROWN.

SUR LA BOÎTE Un sommet gravé, une altitude. La boîte se vend comme un objet d'expédition.



ERG /èrg/

عرق — la « mer de dunes » du Sahara, l'immensité de sable façonnée par le vent. Court, minéral, mondialement prononçable.

La signature : trois lettres, une seule respiration. La courbe de dune qui coule sous le mot devient la promesse d'amorti — le pied qui s'enfonce, moelleux, dans le sable. Monosyllabe premium à la On / HOKA.

SUR LE FLANC La courbe de dune EST la ligne latérale de la semelle ; « ERG » s'y pose, ramassé et fort.

SUR LA BOÎTE Trois lettres qui remplissent la face. Impossible à oublier, impossible à mal prononcer.

La roche & le sable

TBKL est le sommet ; ERG en est l'exact contraire — la mer de dunes, horizontale, infinie. Ensemble ils dessinent tout le paysage marocain, de **la crête enneigée** de l'Atlas à **la vague de sable** du Sahara. Deux géographies, deux tempéraments de marque, un même sol.

NEUTRE & GLOBAL

05

KAVU

KAVU /ka-vou/

Marque inventée. Deux syllabes ouvertes, douces et athlétiques.

Le concept : des voyelles ouvertes qui respirent comme la mousse sous le pied. Le V plonge en berceau — la géométrie « meta-rocker » de l'amorti maximal, dessinée dans la lettre. Un nom qu'on porte au café sans effort.

**SUR LE
FLANC**

Le V-berceau court le long de la semelle et en devient la silhouette. Idéal pour CORE, sport-luxe.

**SUR LA
BOÎTE**

Doux à dire, doux à l'œil. Une marque de confort dès le premier regard.

NEUTRE & GLOBAL

06

STRYDE

STRYDE /straïd/

Marque inventée, « stride » (la foulée) réécrit.

Le concept : la foulée dans l'orthographe, l'italique penché vers l'avant, une flèche de vitesse qui souligne le mot. L'héritage running affiché sans détour — l'énergie de la gamme CROWN, technique et fière.

**SUR LE
FLANC**

Le mot fuit vers l'avant sur la semelle : la chaussure paraît déjà en mouvement, à l'arrêt.

**SUR LA
BOÎTE**

Une flèche, une foulée. Le rayon performance en une lecture.

Le calme & la vitesse

KAVU porte la gamme **CORE** : doux, ouvert, fait pour la ville. STRYDE porte la gamme **CROWN** : penché vers l'avant, l'énergie du running affichée. Deux marques inventées qui, côte à côte, couvrent tout l'écart entre le café et la course.

NEUTRE & GLOBAL

07



LOFT /loft/

Marque inventée : le « loft », le volume d'air, la légèreté.

Le concept : le mot même de l'amorti — le coussin d'air sous le pied. Le O flotte, détaché ; une ligne d'air pointillée soutient le mot. Minimal, premium, une seule syllabe. Le confort nommé sans un slogan.

SUR LE FLANC

Le O flottant se pose sur la mousse épaisse ; le mot repose sur la ligne d'air de la semelle.

SUR LA BOÎTE

Épuré, aéré, cher. Le calme d'une maison qui n'a rien à prouver.

NEUTRE & GLOBAL

08



AURO /ô-ro/

Marque inventée, de « aura » et l'or (aureus).

Le concept : la lumière chaude qui entoure — l'or premium, jamais clinquant. Un arc doré se lève au-dessus du mot comme un soleil sur l'Atlas. Global, chaleureux, luxueux. Le pont entre les deux mondes.

SUR LE FLANC

L'arc doré s'incurve avec la semelle ; le O final devient le point de lumière au talon.

SUR LA BOÎTE

Or sur vert profond : la boîte a le poids d'un objet précieux.

L'air & la lumière

LOFT nomme la sensation — **le coussin d'air** sous le pied, la légèreté minimale. AURO nomme la valeur — **l'or premium**, la lumière chaude. L'un vend le confort, l'autre le prestige ; les deux tiennent sans un mot de plus, partout dans le monde.

Cochez un nom. Nous dessinons la maison complète autour de lui.

Ce choix n'est pas qu'un mot : c'est une direction dessinée. Prenez le temps de dire chaque nom à voix haute, de l'imaginer sur le flanc de la chaussure et dans la main d'un client à Casablanca. Une fois votre préféré coché, nous livrons le logotype abouti, la marque latérale, la palette nommée avec ses codes hexadécimaux, le système typographique et les fichiers vectoriels.

MONDE I — RACINES MAROCAINES

QIMMA *le sommet* ☐

AZUL *bienvenue* ☐

TBKL *Toubkal, le plus haut* ☐

ERG *la mer de dunes* ☐

MONDE II — NEUTRE & GLOBAL

KAVU *doux, athlétique* ☐

STRYDE *la foulée* ☐

LOFT *l'air sous le pied* ☐

AURO *l'aura, l'or* ☐

Notre lecture, si vous la souhaitez. Pour une maison qui veut être fièrement marocaine ET vendable au-delà des frontières, **ERG** et **QIMMA** portent le mieux les deux gammes : courts, premium, chargés de sens. Côté neutre, **KAVU** incarne le confort CORE et **STRYDE** l'énergie CROWN. Mais le nom doit être le vôtre — dites-nous lequel vous fait lever la tête.