



Petfy



I-Remise en contexte

Le nombre d'animaux abandonnés ne cesse d'augmenter, tandis que de nombreux particuliers souhaitent adopter mais ne savent pas toujours vers qui se tourner.

C'est dans ce contexte que Petfy voit le jour : une application mobile innovante qui facilite la mise en relation entre refuges, associations, éleveurs et adoptants.

Petfy, surnommée "le Tinder des animaux", repose sur une expérience intuitive et ludique :

Swipe à droite et à gauche ,en cas de match ou non, l'utilisateur peut entrer en contact avec le refuge pour rencontrer l'animal. L'objectif étant d'offrir à chaque animal une seconde chance d'avoir un foyer aimant, tout en simplifiant la recherche pour les adoptants.



II-ANALYSE CONCURRENTIELLE

La veille concurrentielle est essentielle , car elle nous permet de comprendre l'environnement du marché de l'adoption animale en ligne avant de créer notre identité visuelle et notre positionnement. En étudiant les plateformes existantes comme Seconde Chance, Wamiz ou Paaw, nous pouvons identifier leurs forces et faiblesses en matière de design, de communication et de fonctionnalités, repérer les bonnes pratiques visuelles et éditoriales du secteur, découvrir ce qui manque ou pourrait être amélioré pour rendre Petfy plus innovant et moderne, et déterminer comment nous démarquer grâce à une image de marque claire, empathique et adaptée à toutes les espèces d'animaux.





date de creation 2021

taille de l'entreprise : 7 employés
type d'organisme : SAS

chiffre d'Aff 0€

Contribution sur le marché

Elle représente une part significative de la mise en relation numérique entre refuges et adoptants, surtout chez les jeunes urbains

Force

Ont un produit centré sur l'adoption, avec une forte preuve sociale (adoptions revendiquées) et une présence active sur les réseaux

faiblesse

Les comptes financiers récents sont confidentiels. Il est donc difficile d'évaluer la croissance ou les pressions concurrentielles, notamment face aux plateformes spécialisées dans les annonces d'adoption et aux marketplaces



date de creation 2009

taille de l'entreprise : 62 employés
type d'organisme : SAS (Filiale du groupe Nestlé)

chiffre d'Aff 1 147 000 €
(2017)

Contribution sur le marché

Elle cible les propriétaires et les passionnés, avec une monétisation basée sur la publicité, les contenus sponsorisés et les services

Force

Ont une forte notoriété et des contenus propriétaires (fiches de races, guides, outils d'adoption)

faiblesse

Modèle dépendant des refuges (partenariats), besoin d'une monétisation durable, et manque de transparence financière publique.



date de creation 2007

taille de l'entreprise : 2 employés
type d'organisme : Non lucratif

chiffre d'Aff non publié

Contribution sur le marché

Elle assure la visibilité et la mise en relation grand public entre refuges et adoptants

Force

Ont un très large inventaire, un réseau étendu de refuges et une forte notoriété

faiblesse

Modèle dépendant du trafic et de la confiance des refuges ; difficulté à monétiser sans heurter les partenaires associatifs (question délicate d'ordre éthique et financier)





#fa297e
#eed2e4
#ffffff
●

visuelle : Minimaliste
& Ultra Moderne
Code Hex : #E83BF5
Typographie : Karmina

paaw.petadoption
 paaw.petadoption
 Paaw

Propose une gamme étendue d'animaux (chats, chiens, chevaux, furets, etc.), se distinguant par une forte variété d'espèces gérées.

Entité basée à Paris (France). Sa mission centrale est la digitalisation complète du processus d'adoption animale

Utilise l'anglais sur ses réseaux sociaux, indiquant une portée de communication internationale malgré une base d'opérations en France





visuelle : Minimaliste
& Moderne
Code Hex : #ED1965
Typographie : Nunito







Propose une gamme étendue d'animaux (chiens et chats), se distinguant comme un portail très complet dédié aux animaux de compagnie, avec une forte expertise, une large audience et une déclinaison mobile ludique pour l'adoption.

Entité basée à Paris (France). Sa mission principale est de fournir du contenu d'information, des conseils, des ressources sur l'adoption et de fédérer une communauté.

Utilise le français sur ses réseaux sociaux, tout en affichant une portée de communication internationale dans six pays, malgré une base d'opérations située en France.





-  #F08E21
-  #969897
-  #947D5A
- 

visuelle : Semi illustratif et émotionnel
Code Hex : #F7941E
Typographie : Pacifico



seconde_chance_asso

Seconde Chance



Propose une gamme étendue d'animaux (chats, chiens et NAC), se distinguant comme un outil de mise en relation centralisé entre refuges, associations et particuliers, avec un fort volume d'annonces et de structures partenaires.

Entité basée en France. Sa mission principale est d'offrir aux particuliers et aux associations une plateforme unique de mise en relation.

Utilise le français sur leurs différents réseaux sociaux.

III-I- Typographies

III-II- FAMILLE DE CARACTÈRES

- Tsukimi Rounded • portez ce vieux whisky au juge blond qui fume • PORTEZ CE VIEUX WHISKY AU JUGE BLOND QUI FUME
- Tsukimi Rounded (bold) • portez ce vieux whisky au juge blond qui fume • PORTEZ CE VIEUX WHISKY AU JUGE BLOND QUI FUME
- **Shrikhand** • portez ce vieux whisky au juge blond qui fume • **PORTEZ CE VIEUX WHISKY AU JUGE BLOND QUI FUME**
- *segoe script* . portez ce vieux whisky au juge blond qui fume • PORTEZ CE VIEUX WHISKY AU JUGE BLOND QUI FUME

III-III- nom des typographie utilisé

- **shrikhand**
- Tsukimi Rounded
- segoe script.



IV-Choix des couleurs



#ffffff



#f05a62

#69462c



#f9e9c0



V- Versions du logo

I- Version principale

À utiliser comme identité principale sur tous les supports numériques.



II- Version noir & blanc

Destinée aux impressions (imprimerie, documents) où la couleur n'est pas nécessaire ou possible.



III- Version special Noël

À utiliser uniquement pour la période spéciale de Noël.



VI: Usages interdits

Il est important de ne jamais :



⊘ Déformer ou étirer la silhouette du chien et du chat



⊘ Modifier les couleurs du logo



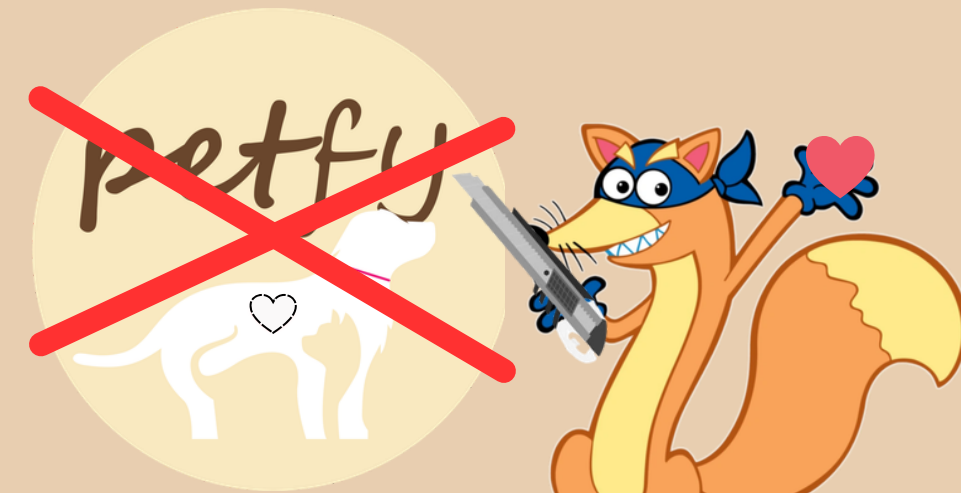
⊘ Utiliser le logo sur des fonds trop saturés ou trop sombres



⊘ Changer la typographie du mot « petfy »



⊘ Appliquer des filtres ou transparences qui nuisent à la lisibilité



⊘ Déplacer ou retirer le cœur



VII. Iconographie et style visuel Pour être cohérent avec le logo Petfy :

Privilégier des illustrations douces, arrondies, simples.

Utiliser des animaux représentés de manière bienveillante et positive.

Favoriser des couleurs chaudes et naturelles.



VIII:HABILLAGE GRAPHIQUE:



Aidez les animaux dans le besoin ! Voici comment vous pouvez faire la différence grâce à Petfy (merchandising et dons).



Présentation réaliser par:

Equipe 4

- Mourad Elfettahi
- Egide Darnel NGOUNA ENGOUNA
- Thomas Piquet



Finn

