

Lucas Valkre : construire une identité aussi rapide que sa conduite

Lucas Valkre est pilote automobile professionnel, engagé sur le championnat McLaren Trophy Europe. Basé à Ajaccio, il avait besoin de deux choses en même temps : un site pour exister en ligne face aux recruteurs et sponsors, et une identité visuelle assez forte pour convaincre une marque de poser son logo à côté de la sienne.

Le point de départ : comprendre son univers avant de dessiner quoi que ce soit

Lucas a été très clair dès le premier échange : il voulait un site dans l'esprit des sites personnels de pilotes de haut niveau, un motorsport premium, pas du « racing agressif ». Cette direction a guidé chaque décision qui suit. Concrètement : des contrastes nets plutôt que des couleurs criardes, la performance réelle (résultats, palmarès) mise en avant plutôt que des effets visuels gratuits, et une sobriété pensée pour inspirer confiance à un partenaire qui visiterait le site.

Le monogramme : un emblème, pas un logotype

Lucas voulait un symbole construit à partir de ses initiales, V et L, mais fusionnées en une seule forme plutôt que juxtaposées comme deux lettres séparées. C'est la logique d'un emblème d'écurie ou de pilote : le monogramme doit fonctionner seul, sans le nom écrit à côté, comme un blason sur un casque ou une carrosserie. C'est pour ça qu'il se décline en filigrane discret sur les photos de la galerie, en favicon, et en repère silencieux dans l'en-tête du site : toujours présent, jamais imposé.

Palette : quatre teintes, pas une de plus

Le vert existe en deux nuances, une claire et une profonde, pour porter deux rôles différents plutôt que de compter comme une seule couleur plate : le vert Stand sert de fond dans les sections de contraste, le vert Piste reste réservé à l'accent, aux moments qui comptent (statut de championnat, chiffres clés, survol des liens), pour qu'il garde tout son impact au lieu de devenir un bruit de fond. Le vert choisi est délibérément lumineux et vif, pas un vert historique plus sombre et mat.



Vert Piste – accent, performance
#00B46E



Vert Stand – fond premium, contraste
#00312B



Noir Carbone – base, sobriété
#0A0A0A

Blanc Damier – respiration, lisibilité
#FFFFFF

Typographie : des angles droits, pas de rondeurs

Syne porte les titres et intitulés : une typo display anguleuse et affirmée qui donne au site son caractère « course » plutôt qu'un caractère générique de site vitrine. Inter prend le relais pour tout le texte de lecture (biographie, actualités, descriptions) : neutre et très lisible, elle s'efface pour laisser Syne porter l'identité, et garantit que le site reste confortable à lire, pas seulement beau à regarder.

Dernier détail, discret mais volontaire : aucune forme arrondie nulle part sur le site, pas un bouton, pas une carte, pas une image. Des angles droits partout, comme une carrosserie ou un châssis de course. C'est le genre de détail qu'on ne remarque pas consciemment en visitant le site, mais qui fait la différence entre « joli » et « construit avec exigence ».

Le site : biographie, parcours, partenaires

Développé en Next.js et Tailwind CSS, le site s'organise en six sections : Accueil, Biographie, Journal, McLaren Monaco, Partenaires et Contact. Chaque section répond à une question qu'un partenaire potentiel se pose avant de signer, sans détour ni superflu.

- Hero sombre sur fond Noir Carbone, pour poser l'ambiance dès l'arrivée.
- Section Partenaires pensée directement pour les sponsors, pas pour les fans.
- Monogramme V/L en filigrane sur la galerie photo, jamais imposé.
- Version mobile prioritaire : la plupart des contacts partenaires se font depuis un téléphone, entre deux rendez-vous.

Je respecte le client, ses choix et ses convictions, et je construis à partir de ce qu'il m'a transmis de son univers plutôt que d'imposer une tendance. Ça s'arrête là où mon métier commence : si une idée dessert le résultat, je ne l'intègre pas, même si on me la demande.

Chaque choix présenté ici part d'un principe simple : ne rien ajouter que Lucas n'aurait pas reconnu comme sien. La palette, le monogramme, la sobriété générale, rien n'est une tendance de design plaquée sur le projet, tout part de ce qu'il a décrit de son univers : premium, précis, exigeant, jamais tape-à-l'œil.

Un projet à la croisée du développement web et de l'identité de marque, exactement le genre de terrain où j'aime travailler.