GRAPHISME

BOOK

DE NOS CRÉATIONS
AUTHENTIQUES

LOGOS
ET CHARTES
GRAPHIQUES

COMM'
GRAPHIK
PRINT
OFFICE

CRÉATION D'UN LOGO

COMMENT ÇA SE PASSE ?

La création d'un logo est essentielle. Un logo véhicule en effet l'image de votre société sur plusieurs années. Il est important d'y consacrer du temps, de se poser les bonnes questions et d'avoir au préalable établi une réflexion poussée.

Laissez-vous guider par nos graphistes qui vous poseront les questions utiles à l'établissement du cahier des charges, vous apporteront leurs conseils et se tiendront informés des tendances.

L'échange entre le graphiste et le commanditaire est promordial. Il est indispensable qu'il comprenne votre stratégie marketing. La création d'un logo est donc un travail collaboratif entre les intentions d'une part et les compétences graphiques de l'autre.

MON LOGO EN 6 ÉTAPES

1 ÉTABLIR LE CAHIER DES CHARGES

Avec l'aide du graphiste qui posera les questions adéquates, pourra mettre en évidence les éventuelles incohérences et saura vous aider pour coller à votre cible ou vous placer sur un marché.

2 PREMIÈRES MAQUETTES

Selon l'option choisie dans le devis, le graphiste vous propose une ou plusieurs pistes graphiques. Il connaît les codes de la sémiotique et traduit vos besoins par des partis-pris forts. Il fait de la veille concurentielle et suit les tendances.

3 CORRECTIONS

Suivant le temps qui a été défini pour cette étape, vous guidez le graphiste de manière plus précise sur vos attentes par rapport à ce qu'il vous a proposé pour faire évoluer le logo jusqu'à sa version définitive.

4 DÉCLINAISON

Le logo est définitif. Il doit maintenant être décliné en version verticale, horizontale, en favicon, en noir, en blanc, en couleurs, en vecteurs, en fichier image pour ses différentes utilisations.

5 FOURNITURE DES FICHIERS

Le logo vous est fourni dans ses différentes versions pour que vous puissiez l'utiliser à votre guise avec vos différents prestataires et selon vos diverses contraintes.

6 CRÉATION DE LA CHARTE GRAPHIQUE

Finie la communication approximative. Désormais, tous vos supports ont une apparence professionnelle grâce à la charte qui vous donne une ligne de conduite pour vos présentations, vous rend crédible, permet de vous identifier au premier coup d'œil et vous rend professionnel aux yeux de vos clients et prospects. La charte s'applique à tous les supports, est utilisable par tous et donne de la cohérence à votre communication. Ça y est, vous sortez de l'amateurisme (dans l'esprit des gens) !

COMMENT SAVOIR SI MON LOGO EST ADAPTÉ ?

Si je mets mon logo à une échelle d'1cm de côté en noir et blanc (sans gris), peut-on toujours lire le nom de mon entreprise et comprendre l'emblème s'il y en a ?
OUI ✔ NON ✘

Voit-on au premier coup d'œil à quelle décennie a été créée mon logo ?
OUI ✘ NON ✔

Ma profession est-elle à la fois écrite et dessinée ?
OUI ✘ NON ✔

Est-ce que je possède mon logo en vecteurs ?
OUI ✔ NON ✘

Le choix typographique peut-il être argumenté ?
OUI ✔ NON ✘

Est-ce que je rencontre des difficultés d'utilisation avec mon logo actuel ?
OUI ✘ NON ✔

Ai-je une favicon pour mon site ?
OUI ✔ NON ✘

Voit-on d'emblée qu'il n'a pas été fait par un graphiste qualifié ?
OUI ✘ NON ✔

Si vous avez une croix c'est suffisant pour justifier une refonte !

QUELLES SONT LES QUESTIONS À SE POSER ?

- Quelle est la tranche d'âge de ma cible ?
- A quel genre appartient-elle ?
- A quelle catégorie socio-professionnelle appartient-elle ?
- Quel est mon domaine d'activité (discount, luxe, grande distribution, spécifique) ?
- Quel est mon atout par rapport à la concurrence ?
- Ma cible a-t-elle besoin d'être rassurée sur un aspect ?
- Qu'est-ce qui me différencie de la concurrence ?
- Qu'est-ce qui pourrait me différencier ?
- Qu'ai-je envie de véhiculer comme message ?
- Quelle émotion ai-je envie de déclencher ? (nostalgie, humour, sérénité, rébellion, passion, plénitude, amour, empathie, aventure, confort, joie, magnétisme, liberté etc...)

Une fois que vous avez répondu à ces questions, essayez de voir s'il y a des incohérences
(exemple d'incohérence : votre cible est le grand public à pouvoir d'achat entre faible et moyen, votre produit est un produit de consommation régulière mais vous souhaitez véhiculer une image haut de gamme).

REFONTE DU LOGO CARRTEL

CARRTEL - INRAe

Le laboratoire souhaitait profiter de la célébration des 20 ans du centre de recherche pour moderniser son logo.
Le cahier des charges préconisait un style moderne et épuré avec un lettrage actuel. Il fallait garder le symbolisme du lac et des montagnes, garder le bleu et le vert, et laisser le nom complet « Centre Alpin de Recherche sur les Réseaux Trophiques et Écosystèmes Limniques. »
Au vu du nombre de données, nous avons proposé de hiérarchiser l'information et «CARRTEL» apparaît donc en caractères gras afin de bien ressortir. L'intitulé, déjà très présent compte tenu du nombre de mots a été mis en caractères plus fins pour un deuxième niveau de lecture et ferré sur la longueur de l'acronyme.
Le pictogramme représente le lieu de recherche : un lac avec des montagnes. Ce paysage est inscrit dans un demi-cercle symbolisant la loupe et / ou une boîte de Pétri. Ce pictogramme est ferré sur la hauteur de l'acronyme et de sa baseline.
Ce logo a été réfléchi pour exister selon les supports, avec l'acronyme CARRTEL seul, ou l'acronyme et sa baseline, ou l'acronyme avec baseline et pictogramme ou le pictogramme seul, ce qui étend les possibilités de communication.

DÉCLINAISON LOGO TEMPORAIRE

CARRTEL - 20 ANS

Dans un second temps l'équipe du laboratoire a souhaité une déclinaison temporaire de ce logo avec une marque ou pastille indiquant ses 20 ans d'existence.
Comme le logo fraîchement réalisé n'était pas encore identifiable comme image du laboratoire, une déclinaison du logo en remplaçant le pictogramme par la date d'anniversaire n'était pas envisageable.
Le choix d'une « pastille » pouvant être associée au logo ou fonctionnant seule était la meilleure option.
Pour une plus grande homogénéité de l'ensemble, le choix de la typographie a été maintenu pour les deux versions. Nous avons repris le demi-cercle et la représentation du lac ainsi que le code couleur.

CARRTEL - ANGLAIS

Le logo CARRTEL a également été demandé avec sa baseline en anglais. Pour l'utilisation de ce logo, entre les différentes compositions, les 5 types de formats de fichiers (ai, pdf, eps, png et jpg), les versions noires, blanches ou en couleurs, 120 fichiers ont été fournis au client.

REFONTE DU LOGO ECLA

ECLA - INRAe

Le laboratoire souhaitait moderniser son logo.
Le cahier des charges préconisait un style moderne et épuré avec un lettrage actuel. Il fallait garder le symbolisme de l'eau (lacs, étangs et surtout pas la mer), la représentation d'un poisson, d'un oiseau et d'invertébrés ou de diatomées ou de zooplancton.
La baseline fut ajoutée afin de différencier le laboratoire : Pôle Écosystèmes Lacustres.
La problématique fut de réunir toutes ces informations et que cela reste concis et clair.
«ECLA» apparaît donc en caractères gras afin de bien ressortir.
Le « A » à la fin d'ECLA, représente un poisson qui jaillit de l'eau.
Le pictogramme inscrit dans un cercle réunit l'ensemble des demandes de représentations (poisson, oiseau et micro-organismes).
Le choix des couleurs a été naturellement orienté vers des bleus et verts, représentant le milieu naturel où sont réalisés les prélèvements.
Ce logo a été réfléchi pour exister selon les supports, avec l'acronyme ECLA seul, ou l'acronyme et sa baseline, ou l'acronyme avec baseline et pictogramme ou le pictogramme seul, ce qui étend les possibilités de communication.

CRÉATION D'UN LOGO POUR UNE ENTREPRISE DE FORMATION, COACHING ET CONSEIL

AXESSENS

Pour ce projet, la cliente avait un brief très précis sur le rendu visuel. Les couleurs étaient imposées.
Il a fallu composer sur le côté coach, affirmation de soi, la base solide de connaissances, mais aussi sur la finesse, l'adaptation à chaque candidat peu importe la route empruntée.
La lettre A, meilleure note à l'école, symbolise la réussite.

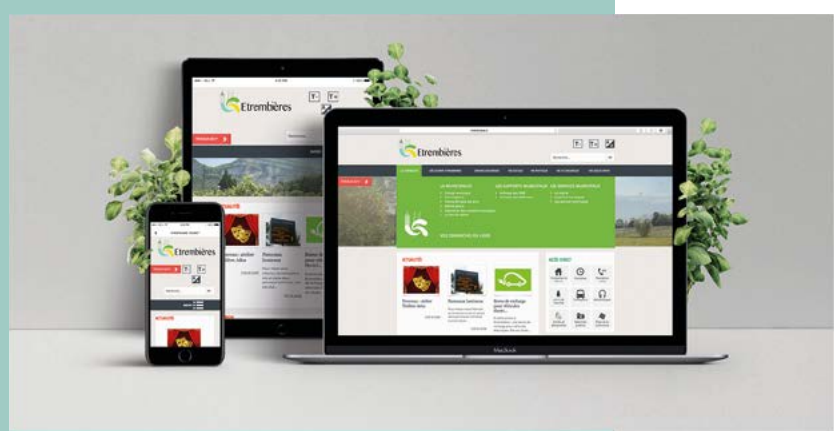
REFONTE DU LOGO DE LA COMMUNE D'ÉTREMBIÈRES

Le souhait de la mairie était de faire évoluer le logo de la municipalité, trop proche du blason historique et non représentatif de l'essor de la commune par son manque de modernité.
La première mouture du cahier des charges préconisait simplement un nuancier proche de celui d'origine car les couleurs de la commune ont une signification importante.
La mairie a fait évoluer son cahier des charges plusieurs fois au cours du projet pour finalement demander que figurent la tour du château médiéval, une échelle rappelant le Pas-de-l'Echelle et un rappel des valeurs ancestrales.
De nombreuses versions ont été proposées avant d'aboutir à la définitive, fruit d'un travail collectif entre les différents membres de l'équipe municipale et notre équipe.
La police choisie est contemporaine mais non moderne. Par ses pleins et déliés, elle évoque volontairement le passé (puisque les écritures d'antan étaient ainsi dessinées). Les trois formes semblent être en mouvement rotatif et soulignent ainsi le dynamisme et l'essor de la ville. En forme de gouttes et en association avec le bleu, elles évoquent l'eau présente sous de nombreuses formes sur la commune (cours d'eau, cascades, eaux souterraines, eaux vives etc...).

ancien logo

blason historique

premières versions proposées



CRÉATION DE LA CHARTE GRAPHIQUE PUIS DÉCLINAISON SUR SUPPORTS PRINT ET WEB

La pluralité des supports de communication de la mairie d'Etrembières nécessite l'intervention de plusieurs personnes et de plusieurs sociétés. L'élaboration d'une charte graphique s'avère donc indispensable pour la cohérence graphique entre les différents projets et les nombreux intervenants.

CRÉATION D'UN LOGO POUR UN FLEURISTE

ANN'FLEURS

Le souhait du client était d'avoir un logo sobre, dans des couleurs naturelles, si possible sable. Notre client a fait référence à deux logos qui lui plaisaient : Bocage et Ladurée. Si notre client a des goûts correspondant à une cible CSP+, il souhaite néanmoins s'adresser au grand public. Il fallait donc lui proposer plusieurs logos avec des partis-pris graphiques composant avec les différentes contraintes (les goûts du client d'une part, sa cible d'autre part).
Le logo retenu présente une typographie dite «bâton» avec comme particularité des extrêmités pointues qui évoquent le bout des feuilles et l'intérêt porté au détail.

PRÉSENTATION DE PLUSIEURS PISTES GRAPHIQUES

ANN'FLEURS

Si notre client nous exprime son souhait en se réfèrant à ses goûts personnels, il est important de s'adapter à sa cible et de le conseiller. C'est ici tout l'intérêt de présenter des logos qui ont différents partis-pris graphiques. En souhaitant s'adresser au grand public, il ne faut pas que l'image véhiculée soit trop qualitative car certaines personnes pourraient penser que les tarifs ne correspondent pas à leur pouvoir d'achat. Nous avons donc proposé un logo avec une écriture manuscrite qui évoque le végétal, la fantaisie et s'inscrit dans une mouvance vintage portée par les hipsters afin de correspondre aux tendances suivies par le grand public sans rogner sur la qualité. La police à empattements qui l'accompagne marquée en arc de cercle semble donner une histoire au logo par son côté classique qui n'est pas sans rappeler les anciennes enseignes et lui permet de s'inscrire dans une pérennité.
La troisième piste enfin présente un logo très classique avec une police à serif qui se réfère au logo Ladurée que le client prenait pour référence.

REFONTE D'UN LOGO POUR UNE JARDINERIE

JARDINERIE DU LÉMAN

La Jardinerie du Léman souhaitait se défaire de sa franchise et devait donc changer de logo. La configuration du bâtiment au niveau du positionnement de l'enseigne nécessitait un emblème à la droite du nom.
Le client a opté pour deux pistes graphiques.
La première proposition prenait le parti d'une mouvance plus « naturelle » avec des couleurs douces, une typographie manuscrite et s'adressait aux particuliers en quête de nature et notamment aux familles. L'emblème évoquait à la fois un bouquet, un arbuste, un arbre fruitier, un motif de décoration, le dessus d'un panier après récolte des baies.
La seconde proposition s'adressait à une cible plus professionnelle. La typographie plus institutionnelle et les couleurs plus synthétiques ayant une connotation d'efficacité (le dessin des lettres permet une lecture plus rapide, le contraste des couleurs également, la seule couleur verte annonce d'emblée le secteur d'activité sans équivoque). La feuille en forme de cœur synthétisait la notion de métier-passion autour de la nature.
Le client a souhaité mélanger les deux logos et ajouter un tronc à l'emblème.

PROPOSITION 1

PROPOSITION 2

LOGO RETENU :
MÉLANGE DES DEUX PROPOSITIONS

SIGNALÉTIQUE

JARDINERIE DU LÉMAN

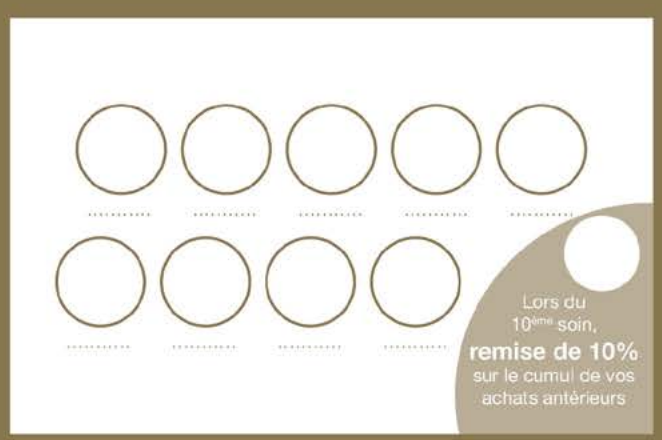
Toute la signalétique du magasin a été retravaillée selon le nouveau logo avec, selon la fonction du panneau, un texte blanc sur fond vert ou un texte vert sur fond blanc avec le logo en couleur.
On voit ici l'utilité d'avoir un logo dans sa version verticale, la place aurait manqué pour mettre le texte à côté sinon et l'espace du panneau n'aurait pas été optimisé.

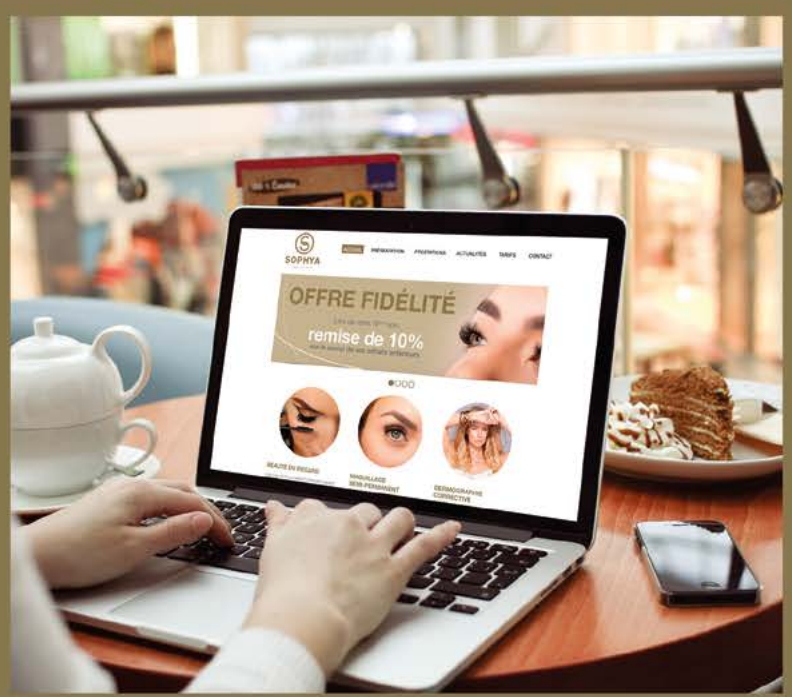
CRÉATION DU LOGO D'UN SALON DE BEAUTÉ

SOPHYA

La cible de la cliente est féminine, suisse, à fort pouvoir d'achat. Pour cette population, l'apparence est primordiale.
La cliente souhaitait donc que son logo ressemble à celui de grandes marques liées à la beauté, comme Chanel ou Gucci pour faire le lien entre ses soins et les produits utilisés par ses clientes.
Nous avons donc créé le S de l'initiale qui ressemble à un monogramme avec un entrelacement de C comme celui de Chanel, de Gucci, de YSL etc.. et utilisé une police bâton grasse et majuscules selon les codes de Chanel, mais avec une couleur dorée que souhaitait la cliente et que l'on retrouve chez d'autres marques liées au luxe (Versace par exemple).
Le logo devait exister dans une forme emblématique pour la favicon. Ce faux monogramme remplissait donc ses fonctions.

SOPHYA
ÉLÉGANCE & GLAMOUR





CRÉATION DU LOGO D'UN PAYSAGISTE

MICHAEL AINOUX

Le cahier des charges définissait une clientèle CSP++ suisse, préconisait l'utilisation de couleurs vives, si possible en association avec un ton lie de vin et un graphisme moderne et masculin.
Nous avons donc décidé d'évoquer la profession par le biais d'une feuille dans laquelle on retrouve les initiales inscrites comme des nervures. La typographie bâton évoque la droiture, le travail propre et soigné auxquels les suisses sont sensibles. La couleur marron du texte dans la version sur fond blanc évoque la terre.

FICHIERS VECTORIELS DÉCLINAISON SUR SUPPORTS IMPRIMÉS

MICHAEL AINOUX

Plusieurs supports ont été déclinés à partir du logo. Les logos que nous réalisons sont tous vectorisés, ce qui permet de construire des fichiers pour des finitions particulières telles que le vernis sélectif.
Nous transmettons toujours les fichiers à nos clients pour qu'ils puissent utiliser leur logo comme ils l'entendent.

LOGO D'UN COMMERCE DE PELOTES DE LAINE

POP PELOTE

Le client souhaitait un logo représentant son activité de création d'écheveaux artisanaux teintés avec des produits naturels. Il devait présenter une image dynamique et originale en association avec le nom de sa société.
Dans la demande initiale, le logo devait pouvoir être apposé sur des étiquettes, des dépliants, des flyers, un site internet, une chaine YouTube.
Le logo et le pictogramme sont associés. Le pictogramme représente un mouton de face. Le corps du mouton est une pelote. La couleur acidulée jaune du pictogramme est associée à un gris soutenu afin d'asseoir l'identité de l'entreprise. Le logo existe en trois versions afin de pouvoir vivre sur divers supports.

PHASE DE RECHERCHE

POP PELOTE

De nombreuses étapes sont nécessaires à l'élaboration d'un logo. Il s'agit d'un travail collaboratif : le client exprime son souhait, ses attentes, donne des informations sur la cible, l'histoire de la société, l'image à véhiculer etc...
Tous ces éléments constituent un cahier des charges dont a besoin le créatif. Ce dernier fait en permanence un travail de veille graphique pour s'informer sur les tendances, la concurrence, et propose des pistes graphiques en utilisant les codes de la sémiotique qu'il maîtrise afin de rendre le logo impactant. Il pousse sa réflexion à hauteur du montant donc du temps alloué au projet.
Le client et le graphiste échangent plusieurs fois avant d'aboutir au logo final, le premier ayant besoin de repréciser son cahier des charges, de l'affiner au fil du projet, le deuxième ayant besoin d'un cahier des charges précis pour s'adapter aux besoins du client.
Certains graphistes intègrent directement la couleur à leurs propositions, d'autres préfèrent travailler la forme en premier et apporter la couleur en second.

ÉTAPE 1

Travail sur plusieurs pistes créatives.

ÉTAPE 2

Redéfinition du cahier des charges par la cliente. De nouvelles pistes graphiques sont proposées.

ÉTAPE 3

Une fois la forme définie, des propositions de couleurs sont faites.

CRÉATION D'UN LOGO POUR LE BLOG D'UN CAVISTE

10 VINS DIVINS

Pour son blog qui présente tous les mois 10 vins saisonniers aux internautes, notre client voulait un logo dans des couleurs automnales car cette saison est évocatrice des vendanges.
Le logo retenu existe dans une version horizontale et verticale afin de s'adapter aux besoins des différents supports. L'emblème, lui, permet de créer la favicon
nécessaire au blog.

TRAVAIL DU LOGO ET DE LA CHARTE GRAPHIQUE

PISTE GRAPHIQUE SUPPLÉMENTAIRE

Présentation d'une seconde piste pour le logotype. Comme le blog parle des vins et des domaines viticoles, cette piste présente une feuille de vigne pour évoquer la matière première et le goulot d'une bouteille visible dans l'espace négatif, qui, représente le produit final. Le X est mis en exergue par sa couleur car il peut ainsi être lu comme un 10 romain et permet de faire référence à l'histoire du vin.

MISE EN PLACE DE LA CHARTE SUR LE BLOG

Nous avons la possibilité de mettre en place la charte graphique sur les outils que vous utilisez. Ici, le blog a été paramétré pour que l'administrateur du compte n'ait plus qu'à remplir le contenu sans se préoccuper de la forme.

CRÉATION DE LOGO

AMODO LODGE

Le client souhaitait un logo représentant son activité de maison d'hôtes en Haute-Savoie.
La cahier des charges comprenait le nom de la société Amodo Lodge, la baseline «Maison d'hôtes», une maison, le lac Léman et les montagnes.
Nous avons pris le parti d'utiliser une typographie manuscrite afin de retranscrire le côté convivial de la société. Nous avons réalisé un pictogramme représentant la maison située entre le lac Léman et les montagnes. Afin de renforcer cette image de convivialité, la maison est représentée avec une grande fenêtre et deux cheminées.
Le choix des couleurs est associé aux couleurs de l'intérieur de la maison d'hôtes : contemporaines et épurées.

CHARTE GRAPHIQUE ET PAPETERIE

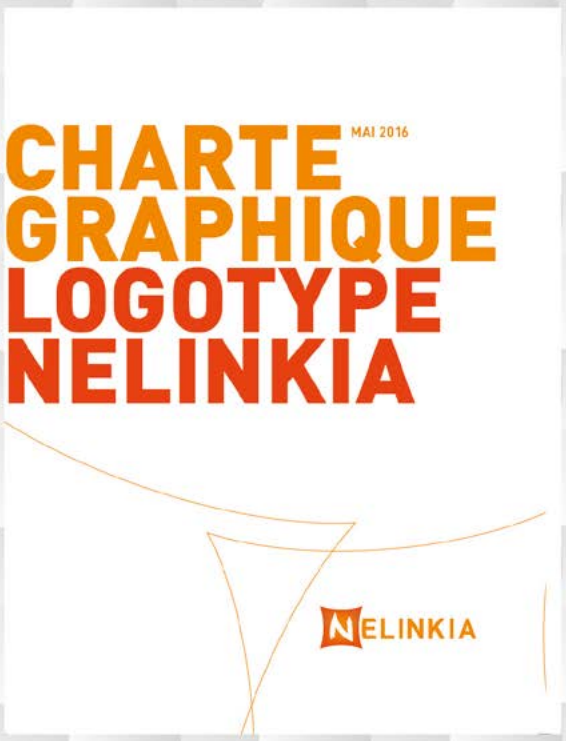
AMODO LODGE

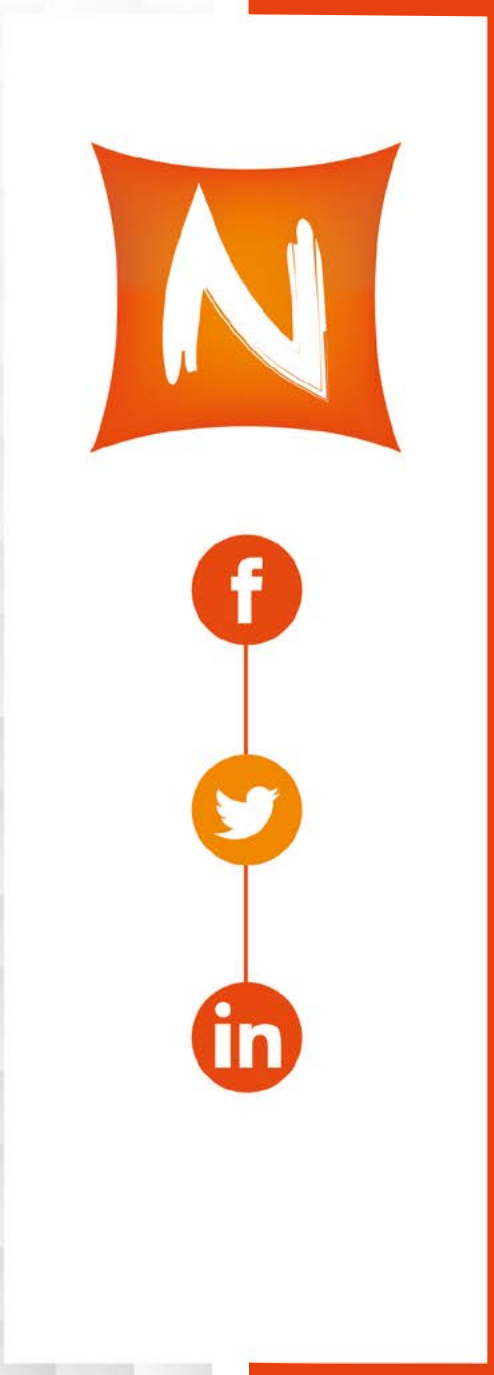
A l'avenir, le client souhaite pouvoir appliquer le logo sur différents supports (linge de maison, mug, rideau de douche...). Il a donc été conçu afin de pouvoir être utilisé sur ces supports.
Le logo existe en 3 versions : logo avec sa baseline et pictogramme, logo et baseline et enfin le pictogramme seul.
Un motif géométrique pouvant servir sur les différents supports énumérés précédemment a été créé. Il contribue à l'identité visuelle. Il fait référence aux éléments décoratifs présents dans la maison d'hôtes.

CRÉATION D'UN LOGO POUR UNE INDUSTRIE SPÉCIALISÉE DANS LES PAROIS EN PVC

NELINKIA

Le client souhaitait un logo à la fois fantaisiste et professionnel pour trancher avec le domaine d'activité réputé sérieux. Cette marque s'inscrit sur un marché BtoB. La stratégie marketing se positionne sur la convivialité. Le logo se veut souriant, lumineux, frais. Il fallait également trouver une solution pour un emblème reconnaissable car le logo est amené à être reproduit en relief et en petit sur des supports en plastique comme signature de la marque et aussi en favicon pour le site. Nous avons donc choisi d'inscrire l'initiale dans une identité qui lui serait propre et qui reprend à lui seul les contraintes du cahier des charges.





CHARTE GRAPHIQUE ET DÉCLINAISONS

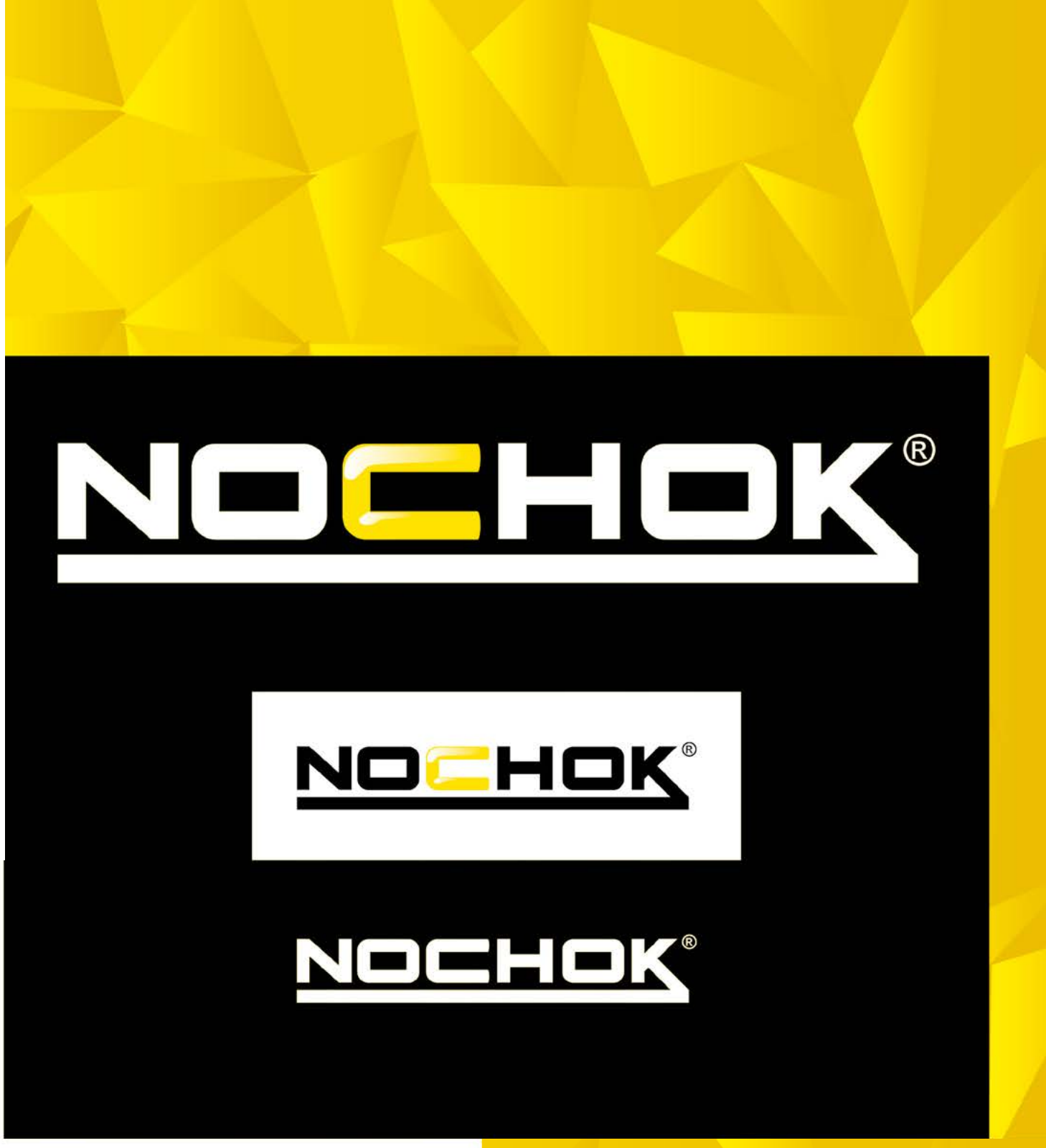
NELINKIA

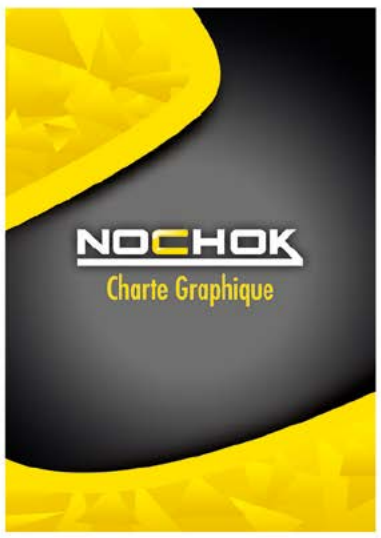
De nombreux supports de communication ont été déclinés à partir de la charte graphique que nous avons définie.
Catalogue, mobilier de stand pour salon d'exposition, site web etc...
La création d'un motif qui reprend la forme d'oreiller du logo et que vous voyez ici en fond a permis d'habiller les murs d'un stand de manière discrète afin de laisser la vedette aux produits qui y étaient présentés.

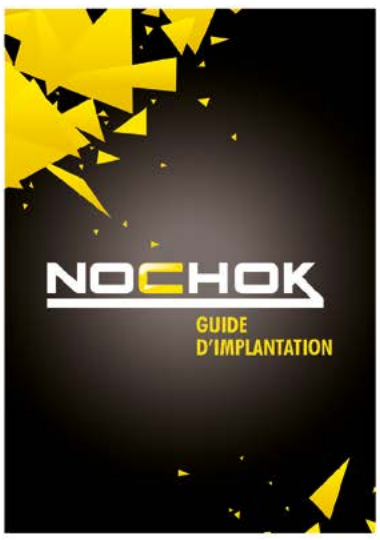
CRÉATION D'UN LOGO POUR UNE INDUSTRIE SPÉCIALISÉE DANS LA SÉCURITÉ INDUSTRIELLE

NOCHOK

Le client souhaitait un logo qui véhicule la solidité, la robustesse. La police a été choisie pour refléter ces notions. Elle est tout à la fois grasse, tassée, carrée et le soulignement affirme la stabilité tout en rappelant le slogan «ancré dans le sol pour longtemps».
Les produits de la marque sont des cylindres jaunes aux extrémités noires. Il paraissait indispensable que les couleurs du logo restent dans cette gamme de teintes. La lettre «C» est dessinée pour faire référence à la ligne des produits, ses extrémités légèrement arrondies suggèrent un cylindre. Une brillance y est ajoutée pour évoquer le volume et insister sur la lecture du rapprochement qui est fait entre le produit et la lettre.







CHARTE GRAPHIQUE ET DÉCLINAISONS

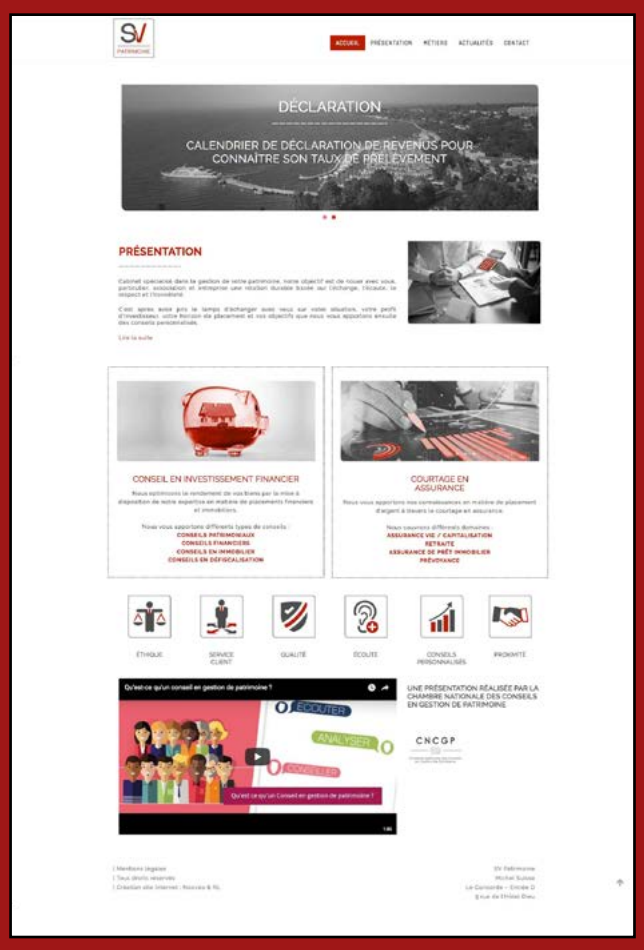
NOCHOK

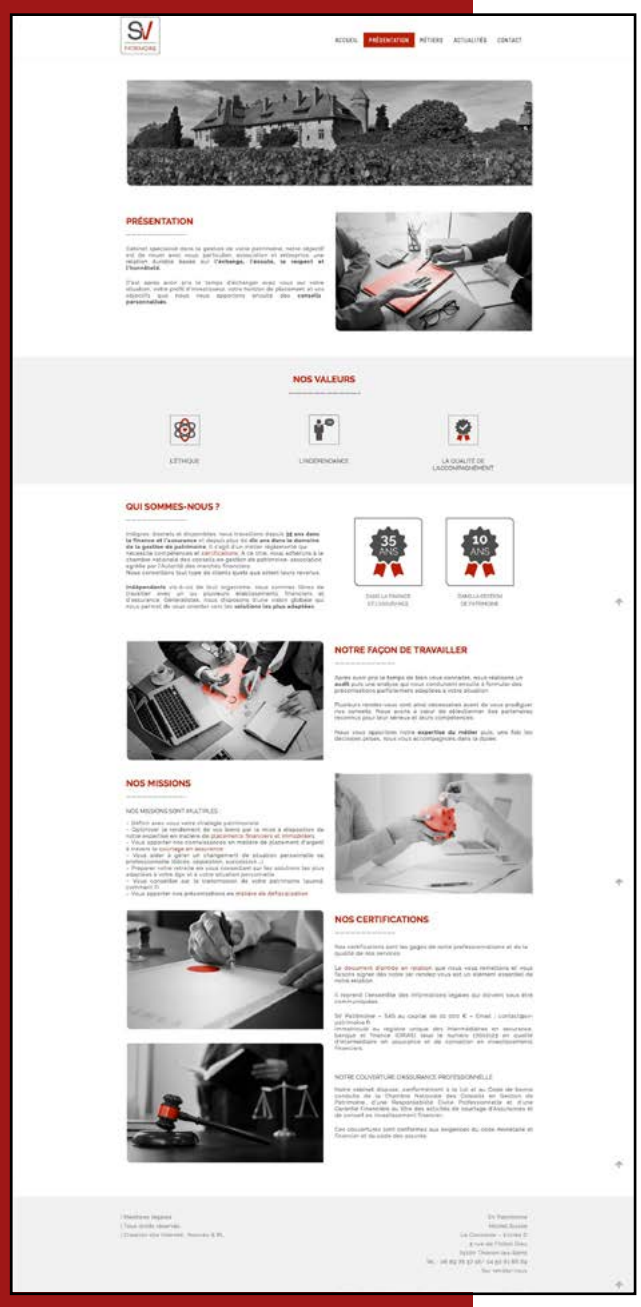
Cette entreprise a besoin de multiples supports de communication :
de la papeterie d'entreprise, des catalogues produits et notices d'utillisation, des e-mailing, un site web etc... La création d'une charte graphique était indispensable pour donner une cohérence visuelle à l'ensemble de ces supports et donner à la marque une identité forte et pérenne.

CRÉATION D'UN LOGO POUR UNE SOCIÉTÉ DE SERVICES EN GESTION DE PATRIMOINE

SV PATRIMOINE

SV Patrimoine, cabinet spécialisé dans la gestion de patrimoine souhaitait un logo reprenant les initiales des fondateurs et la baseline «patrimoine». Le rouge était une couleur imposée.
Nous sommes partis sur une typographie sans empattement et simple afin de refléter le sérieux de la société.
L'association du S et du V crée une dynamique et représente le sigle validation (valeur sûre).
Le tout est inscrit dans un carré pour renforcer le sérieux de l'entreprise. Deux angles sont cependant arrondis pour apporter un peu de rondeur.
Afin d'équilibrer le rouge demandé par le client, un gris soutenu a été proposé, représentant le côté respectable, car le gris est une couleur dite rassurante par les codes de sémiotique.





CRÉATION DU SITE ET TRAVAIL DE L'ICÔNOGRAPHIE EN CORRESPONDANCE AVEC LES COULEURS DU LOGO

SV PATRIMOINE

Le site SV Patrimoine a été réalisé sous WordPress afin de pouvoir être actualisé facilement.
Comme il s'agit d'une société de prestation de service immatérielle, le choix s'est porté sur des images illustrant l'échange, le conseil et les différents types d'investissement proposés. Pour une plus grande homogénéité de l'ensemble, les photos sont en noir et blanc avec une touche de rouge mettant l'accent sur les sujets abordés. Chaque photo a 2 angles arrondis comme le cadre du logo.
Des pictogrammes ont été imaginés sur mesure afin de synthétiser les activités et services proposés, reprenant graphiquement le logo.

CRÉATION DU LOGO D'UNE ENTREPRISE SPÉCIALISÉE DANS LA PRISE DE VUE PAR DRONE

YETI DRONES

Pour ce projet, le client souhaitait la présence d'un boomerang car le drone et le boomerang ont en commun d'appartenir au domaine du jeu, de nécessiter de la précision, d'aller vite et loin et de se déplacer par mouvement rotatif.
Drone signifie «faux-bourdon» en anglais, et l'appareil a un bourdonnement similaire à celui de l'insecte. C'est la raison pour laquelle les couleurs choisies sont celles du bourdon.
Le point sur le «i» représente à la fois une lune pour évoquer les prises de vue nocturnes et une flamme sur une bougie pour signifier la lumière dans une caverne en rapport avec le yéti.
La précision est illustrée par la différence entre une typographie plus épaisse et une autre plus fine, plus aérienne.

CARTE DE VISITE

YETI DRONES

La carte de visite créée par notre équipe suite à la création du logo s'inscrit dans la continuité graphique de ce qui a été fait précédemment.
Les polices utilisées sont celles du logo. Le travail des graisses pour la hiérarchisation des informations fait écho au travail typographique du logo.
Un recto blanc et un verso noir permettent de différencier les faces de la carte et de donner du rythme dans la lecture. Un pelliculage mat soft touch et un vernis sélectif 3D influent sur la qualité perçue et appuient la crédibilité de la société.

REFONTE DU LOGO

2 MAINS DE PLUS

Le précédent logo qui correspondait à la demande du client au moment de sa création s'avérait difficile à lire, et peu identifiable. Sa refonte visait donc à rendre les lettres plus reconnaissables tout en gardant l'idée d'une typographie sur mesure et arrondie. L'identification du service devait être plus subtile, l'utilisation du logo plus facile car moins encombrante. La gamme de couleurs devait rester la même mais être éclaircie.
Les espaces négatifs du 2 ont donc servi à illustrer le service à la personne par le soutien, l'enlassement, et les multitravaux par l'impression qu'on a que les mains portent le 2.
Le logo existe avec et sans baseline, dans différentes couleurs et le 2 est utilisé comme favicon du site.

UNE CHARTE GRAPHIQUE, LE BRANDING, PLUSIEURS INTERVENANTS, UNE SEULE IDENTITÉ

2 MAINS DE PLUS

La charte a permis de nombreuses créations pour des supports variés tant en print qu'en web, par des prestataires différents. Que l'on fasse des goodies, de la signalétique, du support imprimé ou web, il arrive que le prestataire change, mais il faut que les fichiers créés soient harmonisés. C'est tout l'intérêt de la charte graphique grâce à laquelle il est possible de demander à plusieurs créatifs de travailler sur une marque tout en gardant une cohérence qui permet d'identifier rapidement l'entité. La gamme de couleurs variées de la charte et les différentes versions des logos permettent la création d'illustrations sur mesure donnant ainsi la possibilité de changer de style et de varier les visuels au fil des années.

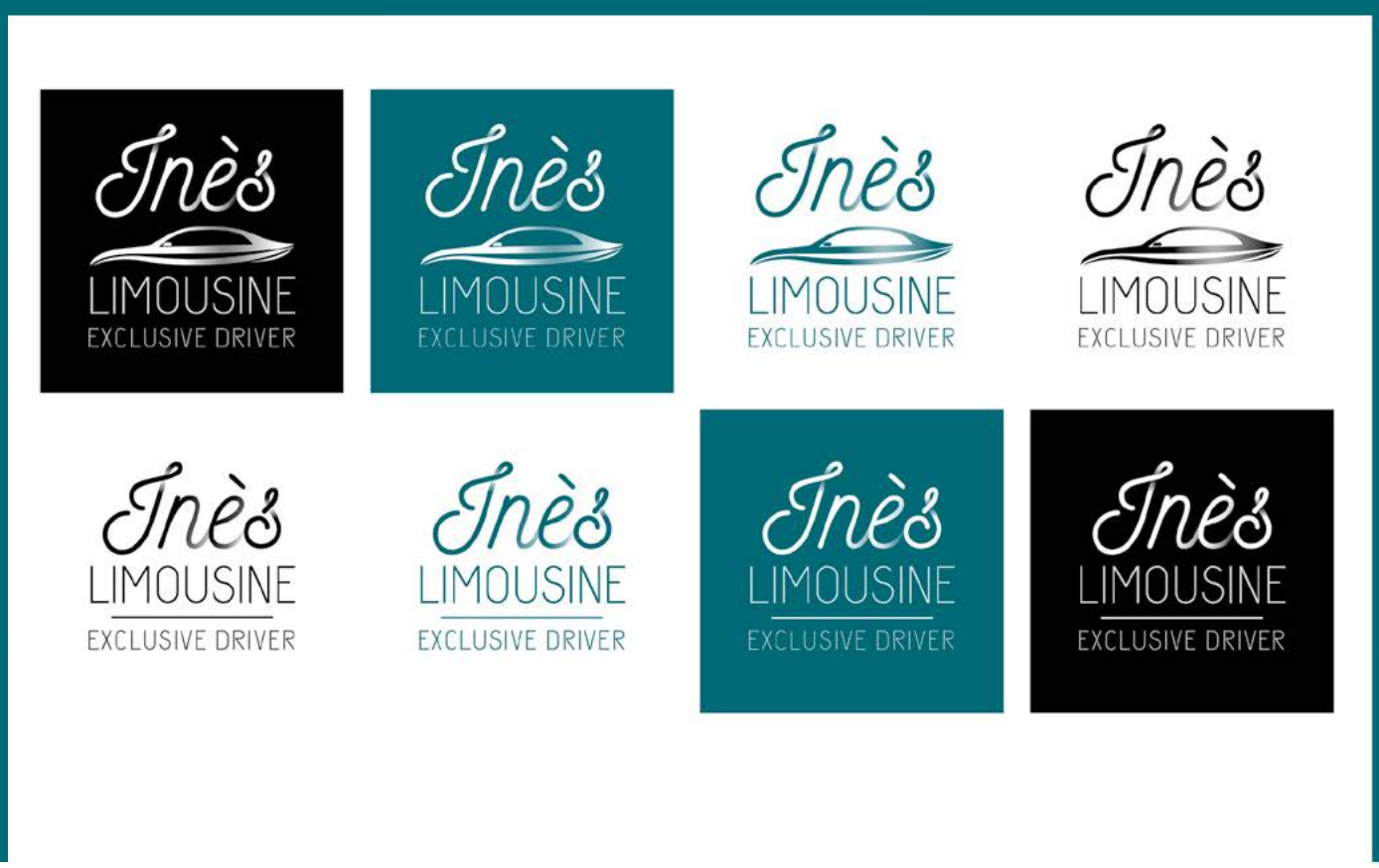
LOGO D'UNE SOCIÉTÉ DE TRANSPORT PRIVÉ

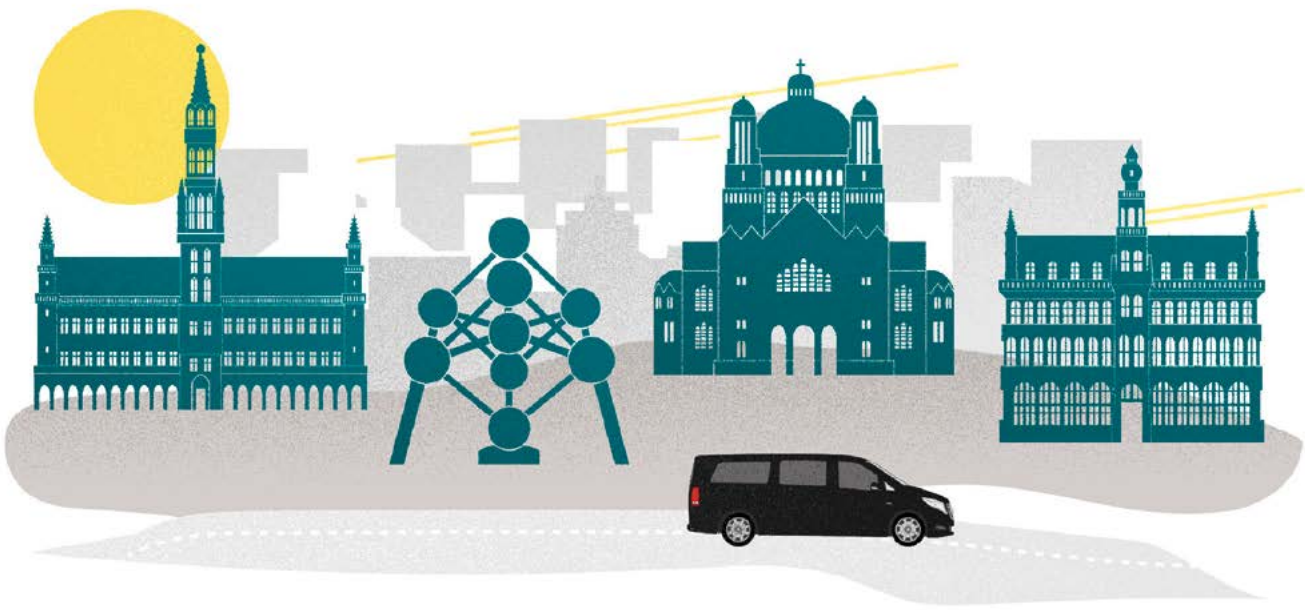
INÈS LIMOUSINE

Le cahier des charges pour ce logo était d'utiliser les mots Inès Limousine, d'être de couleur bleue et de représenter l'activité de chauffeur privé.

Dans notre interprétation graphique, le mot Inès représente une route sinueuse grâce aux effets d'ombres qui donnent du relief aux caractères et figurent une vue aérienne de routes qui s'entrecroisent. Il est associé à un pictogramme représentant une berline de profil. Afin d'inscrire le logo dans l'espace carré, les mots « limousine » et « exclusive driver » sont associés en dessous. Le choix du bleu s'est orienté sur un bleu canard. Le bleu est une couleur évocatrice de sérieux dans les codes graphiques. Sa couleur « canard » l'inscrit dans sa singularité et lui amène douceur et prestige par rapport à un bleu primaire ou un cyan beaucoup plus connotés grande consommation. Ici, on cherche à apaiser, à rassurer, à calmer, à véhiculer de la sérénité.

Une version sans pictogramme a été créée au cas où il n'y ait pas assez d'espace et que le logo se retrouve en tout petit.





CRÉATION DU SITE INTERNET

INÈS LIMOUSINE

Le site Inès Limousine a été réalisé sous WordPress pour que le client puisse l'actualiser en toute autonomie.
Pour illustrer le site, nous avons réalisé des images sur mesure selon les lieux de déplacement du chauffeur, représentant donc son périmètre d'intervention. Dans chaque illustration, le véhicule est représenté. Ces illustrations ont été réalisées selon un choix colorimétrique défini, s'associant au logo afin d'harmoniser et d'aérer l'ensemble des pages du site. Une quinzaine de pictogrammes représentant les différents services proposés pendant les trajets ont également été réalisés.

ALWEOL

TRANSFORMATION DIGITALE DU BÂTIMENT

ALWEOL
TRANSFORMATION DIGITALE DU BÂTIMENT

CRÉATION DU LOGO

ALWÉOL

Le logo est basé sur la sobriété. La police choisie est une police bâton qui confère au logo modernité et pérennité. Il a été choisi de mettre la typographie en gris plutôt qu'en noir car le gris est plus doux et véhicule une plus grande qualité perçue.
Le O est remplacé par une alvéole qui est travaillée en relief avec des effets d'ombres légers plutôt qu'avec des effets de perspective pour ne pas alourdir l'ensemble et jouer sur la finesse de la lecture.
Une baseline a été ajoutée pour donner de la stabilité au visuel du logo et renforcer sa crédibilité.

LOGO PROPOSÉ POUR UNE ASSOCIATION CARITATIVE, HUMANITAIRE, AIDE AU DÉVELOPPEMENT, BÉNÉVOLAT

ASSOCIATION NEJMA

Ce logo reprend les codes des ONG dans sa mise en forme, le choix typographique et le choix des couleurs. La terre n'y figure pas car il fallait faire des choix pour rendre le logo percutant.
Néanmoins, on retrouve la notion d'entraide et de soutien avec les mains qui se serrent, une étoile dans la lettre « A » et la typographie bâton écrite à l'horizontale sur une ligne droite permet une bonne lisibilité du nom de l'association que vérifie le test en monochromie de 1cm de côté.
Cette version est moderne. Elle symbolise la main tendue (travaillée en étoile) vers une autre main tandis que la couleur bleue suffit à évoquer le monde (le bleu fait toujours référence aux grands espaces comme la mer, le ciel, la terre, l'univers...). Elle permet donc l'identification du travail de l'association et la bonne lecture de son nom. Les contraintes auxquelles doit se soumettre un logo sont donc respectées.

CRÉATION DU LOGO D'UNE ENTREPRISE SPÉCIALISÉE DANS LES VÊTEMENTS DE LUXE

LUXURIANCE CLOTHES

Pour ce projet, la cliente souhaitait un logo assez carré, couleur or et noir et qui s'adapte facilement sur fond noir.
La couleur et la forme représentent le luxe, le diamant.

Une typographie sobre, élégante et une plus manuscrite pour le côté « fait main ».

LOGO POUR UNE CYCLO SPORTIVE

CYCLO SPORTIVE
CHÂTEL CHABLAIS LÉMAN RACE

Chablais Léman Events nous a contactés pour la création graphique du logo Cyclo Sportive Châtel Chablais Léman Race. Le cahier des charges préconisait un style actuel et épuré ainsi que l'utilisation de la couleur jaune en référence au maillot jaune porté par le cycliste occupant la première place du classement d'un certain nombre de compétitions de cyclisme sur route.

La complexité était de réussir à conserver une bonne compréhension et lisibilité au vu du grand nombre de mots. Pour cela, nous avons mis en avant « Cyclo Sportive » avec une typographie manuscrite représentant le mouvement et les routes sinueuses.

Afin de structurer l'ensemble. nous avons utilisé des maillons de chaîne de vélo séparant « Cyclo Sportive » de « Châtel Chablais Léman Race ». Ainsi, l'oeil est spontanément attiré par les maillons puis par la lecture.

MONTBÉLIARD
BJÖRKA CYCLING RACE

MONTBÉLIARD
BJÖRKA CYCLING RACE

LOGO POUR UNE CYCLO SPORTIVE

MONTBÉLIARD BJORKA CYCLING RACE

Chablais Léman Events nous a contactés pour la création graphique du logo Montbéliard Bjorka Cycling Race. Le cahier des charges préconisait un style dynamique et épuré, l'utilisation de la couleur jaune et l'image d'un lion en référence à Peugeot.

Nous avons utilisé une typographie bâton pour une bonne lisibilité. La partie dynamique est représentée par la typographie en italique. Les deux traits symbolisent les lignes séparant les deux côtés de la route.

Un pictogramme représentant une tête de lion de profil associée à des maillons de chaîne viennent asseoir le texte. Des touches de jaune ponctuent et dynamisent l'ensemble.

4 bis avenue de la Dranse
74200 THONON-LES-BAINS
04 50 71 91 59
contact@reproleman.com

5 passage Jean Moulin
74100 Annemasse
04 50 37 24 53
annemasse@reproleman.com

www.R-L.fr