

LOGO!

LES SECRETS À CONNAÎTRE
POUR CRÉER UN LOGO EFFICACE



**Saurez-vous reconnaître de quels logos célèbres sont tirés
chaque lettre du mot “LOGO” de la couverture ?**

Réponse : “L” de Lidl, “O” de Coca-Cola, “G” de Google, et “O” de Yahoo!

SOMMAIRE

UN LOGO C'EST QUOI ?	P. 04
POURQUOI CHANGER DE LOGO ?	P. 10
LES ATOUTS D'UN BON LOGO	P. 14
10 QUESTIONS POUR CRÉER SON LOGO	P. 19
PROCESS DE CREATION CHEZ REDFOX	P. 27
QUI SOMMES-NOUS ?	P. 31
QUIZZ	P. 35

UN LOGO,
C'EST QUOI ?

Le logotype, appelé plus couramment « logo », est une représentation graphique servant à identifier votre marque, votre entreprise, votre association, vos produits...

Le logo est essentiel à votre identité visuelle, il constitue la base de votre stratégie de communication. C'est la première chose que l'on voit de vous. Il doit vous différencier de vos concurrents, et en un coup d'œil véhiculer qui vous êtes et quelles sont vos valeurs et votre image.

LES 7 TYPES DE LOGOS

Un logo peut être constitué d'un symbole graphique, d'une typographie, éventuellement les deux à la fois, et il est souvent accompagné d'une signature.

On distingue 7 grandes catégories de logos.

Chaque type de logo permet de véhiculer des **émotions** et des **valeurs** différentes, plus ou moins appropriées selon votre secteur d'activité (le logo emblème convient particulièrement au secteur académique ou universitaire, les initiales pour le monde scientifique, etc.)



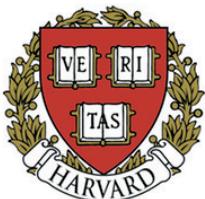
LOGO MASCOTTE



LOGO ABSTRAIT



LOGO EMBLÈME



LOGO PICTOGRAMME



LOGO COMBINÉ



LOGO INITIALE



LOGO MOT



Le saviez-vous ?

Le logo de cette célèbre marque de sucreries aurait été créé en à peine une heure par Salvador Dali ! Il a surtout eu l'idée de génie de placer sa fleur sur le dessus de l'emballage pour améliorer sa visibilité et en faire cette sucette si reconnaissable.



QU'EST-CE QU'UNE CHARTE GRAPHIQUE ?

Une charte graphique est un document de référence dans la communication d'une organisation. Elle regroupe l'ensemble des codes et des règles d'utilisation des éléments graphiques qui constituent son identité visuelle.

Cet outil est indispensable à la stratégie de communication d'une organisation.

Les principaux éléments d'une charte graphique sont :

- la présentation du **logo**
- ses déclinaisons
- ses règles d'utilisation sur différents supports.

On y définit également les codes couleurs, les typographies et éléments graphiques de l'identité visuelle, pour pouvoir créer des supports de communication qui soient **adaptés à la charte graphique**.

On peut également ajouter des exemples de papeterie. Chaque charte graphique peut être plus ou moins complexe selon son utilisation.

POURQUOI CHANGER
DE LOGO ?

**Votre logo sert principalement à séduire,
valoriser votre image, identifier votre
activité et fédérer vos clients en donnant
une personnalité unique à votre marque.
C'est l'un des premiers éléments graphiques
d'une nouvelle marque ou d'un nouveau
produit.**

FAIRE ÉVOLUER UN LOGO DÉJÀ EXISTANT

Il est parfois nécessaire de faire évoluer graphiquement un logo déjà existant. Que ce soit pour **moderniser l'image de votre marque**, ou parce que votre **positionnement**, vos **cibles** ou vos **valeurs** ont changés, votre logo doit s'adapter à l'évolution de votre stratégie d'entreprise. Cette refonte peut aller d'une légère modernisation à un changement complet.



Simplification et modernisation du logo à travers les principes less is more (visuel du bonhomme) - flat design (suppression des effets d'ombrages et de relief).

FAIRE UNE REFONTE COMPLÈTE

Dans le cas d'une refonte qui amène un **changement complet de votre identité graphique**, il convient de mettre en place une **stratégie de communication approfondie** autour de cette évolution pour que votre nouveau logo soit bien accepté (en interne et en externe).



SANS CHANGEMENT DE NOM

Bla Bla Car

 BlaBlaCar

Style plus épuré pour donner une image plus sérieuse et fiable, ajout d'un visuel porteur de sens : les deux « B » de BlaBlaCar se rejoignent pour illustrer la rencontre entre deux personnes mais aussi les guillemets d'une conversation.



AVEC CHANGEMENT DE NOM

 edf

 engie

LES ATOUTS D'UN BON LOGO



**Créer un bon logo n'est pas simple...
L'objectif principal de votre logo est en
premier lieu qu'il vous ressemble, mais
surtout qu'il soit reconnu et retenu le
plus rapidement possible.**

UN LOGO RÉUSSI DOIT ÊTRE :

simple et mémorisable

Votre logo doit être **lisible** sur tous les supports, qu'ils soient grands ou petits. Plus il sera simple, et plus il sera **identifiable** et **mémorisable**.



évocateur et unique

Votre logo doit respecter les codes graphiques de votre **secteur d'activité** et correspondre à vos **cibles** tout en se **démarquant** de vos concurrents.

Deux marques du même secteur
mais avec des cibles différentes

durable

Votre logo doit être **intemporel** pour éviter qu'il se démode et que vous deviez le refaire. Suivre les tendances n'est donc pas forcément le meilleur choix à faire. Utiliser un logo classique le fera **perdurer dans le temps** (ce qui n'exclut pas de lui apporter quelques rafraîchissements de temps en temps).



polyvalent



Votre logo doit pouvoir **s'adapter à tous les supports et tous les fonds**, que ce soit des fonds de couleurs ou des photos. Il est donc important de pouvoir décliner votre logo en noir et blanc et parfois même en plusieurs coloris pour qu'il soit utilisable dans tous les contextes.

Le saviez-vous ?

Le logo BMW représente l'excellence allemande dans l'automobile. Mais son logo est la représentation d'une hélice d'avion en train de tourner, car la marque a commencé par fabriquer des moteurs dans l'aviation ! Ses couleurs bleu et blanche reprennent celle de la Bavière, évoquée dans le nom de la marque (Bayerische Motoren Werke : fabricant de moteur Bavarais).



10 QUESTIONS POUR CRÉER SON LOGO

ENVIE D'UN NOUVEAU LOGO ?

Répondez simplement à ces 10 questions et contactez-nous !

1 – QUEL NOM DOIT FIGURER SUR VOTRE LOGO ?



2 – COMMENT DÉCRIRIEZ–VOUS VOTRE ENTREPRISE OU VOTRE PRODUIT ?



3 – QUEL ÂGE A VOTRE CIBLE ?



4 – QUI SONT VOS PRINCIPAUX CONCURRENTS ?



5 – DANS LE CAS D'UNE REFONTE, POURQUOI VOULEZ–VOUS CHANGER DE LOGO ?



6 – QUELLE ÉMOTION VOULEZ–VOUS TRANSMETTRE À TRAVERS VOTRE LOGO ?



7 – COMMENT DÉFINIRIEZ–VOUS VOTRE MARQUE OU PRODUIT ?

Classique Moderne



Jeune Mature



Discount Luxueux



Abstrait Littéral



Coloré Neutre



Manuscrit Bâton



D'autres adjectifs pour décrire votre marque ou produit ?

8 – CITEZ 3 LOGOS QUI VOUS INSPIRENT ET 3 QUE VOUS N'AIMEZ PAS DU TOUT.



9 – AVEZ-VOUS UN SLOGAN QUI DOIT ÊTRE INCLUS DANS VOTRE LOGO ? SI OUI, LEQUEL ?



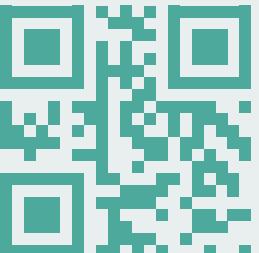
10 – PRÉCISEZ ICI SI VOUS AVEZ DES ATTENTES PARTICULIÈRES : STYLE, FORMES, COULEURS, TYPOGRAPHIE, DÉLAIS, ETC.



**Besoin de créer un logo,
une identité graphique,
de moderniser votre image,
de faire le point sur votre
communication ?**

Contactez-nous !

WWW.REDFOX.FR



Le saviez-vous ?

Vous ne l'avez peut-être jamais remarqué mais
dans le glacier du logo se cache un ours.

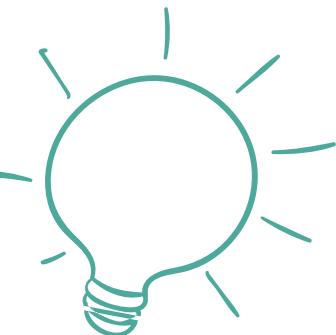
L'ours est le symbole de Berne, lieu de
naissance du Toblerone. On peut également lire
Berne dans le mot Toblerone.



LE PROCESSUS DE CRÉATION CHEZ REDFOX

BRIEF CRÉATIF

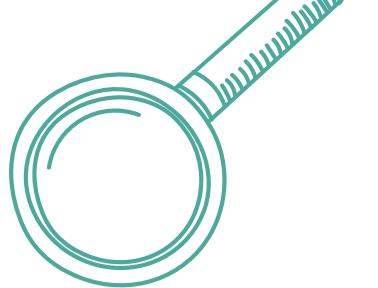
Nous établissons ensemble le **cahier des charges** pour identifier votre **besoin** et vos attentes, notamment grâce à un **questionnaire** spécialement élaboré pour vous. Il sera le fil conducteur tout le long du processus de création.



2

ÉTUDE CONCURRENTIELLE

ET RECHERCHE GRAPHIQUE



Sur la base du brief, nous approfondissons l'étude graphique de vos concurrents pour **réaliser un logo qui corresponde aux codes de votre secteur tout en vous proposant une identité unique et innovante**. Nous nous inspirons aussi des grandes tendances et modes graphiques du moment.

3.

CONCEPTION GRAPHIQUE

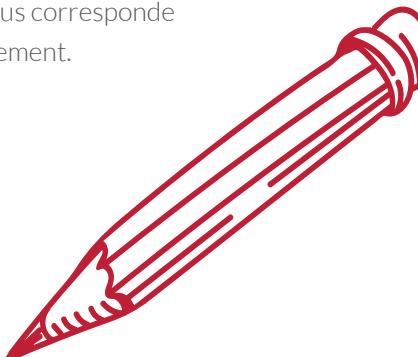
Ça y est, nos créatifs passent à l'action et explorent les différents **univers graphiques**.

Parmi les nombreuses idées, nous sélectionnons les pistes les plus pertinentes que nous allons affiner pour vous faire une **première proposition**. Vous retrouverez aussi le détail des choix et orientations qui ont été prises ainsi que des **mises en situations** des différents logotypes (sur papeterie, enseigne, web, etc).

4

AJUSTEMENTS

Une fois votre nouveau logo choisi, nous y apportons toutes les **modifications** et **retouches** nécessaires pour que votre logo vous corresponde parfaitement.



5

VALIDATION CHARTE GRAPHIQUE

ET REMISE DES FICHIERS



Une fois le logo définitivement validé, nous vous remettons les **fichiers définitifs** et réalisons la **charte graphique** pour vous aider à utiliser parfaitement votre nouveau logo, quelques soient les supports.



et après ?

Qui dit création ou refonte de votre logo dit adaptation sur vos différents supports de communication.

Redfox peut également s'occuper de la création ou adaptation de vos supports print et web tels que cartes de visite, papeterie, site web, plaquette, affiches, flyer, bannières web, ...

QUI SOMMES-NOUS ?

CONSEIL & STRATÉGIE

Redfox vous accompagne pour concevoir et mettre en oeuvre la communication dont vous avez besoin et qui vous ressemble.

- > POSITIONNEMENT
- > STRATÉGIE DE MARQUE
- > CRÉATION D'ÉVÉNEMENTS (SÉMINAIRES, FORMATIONS & SOIRES D'ENTREPRISES)
- > PLAN DE COMMUNICATION
- > AUDIT INTERNE ET EXTERNE



MEDIA & DIGITAL

DESIGN

La créativité, c'est notre ADN ! Depuis des années, Redfox se renouvelle à chaque projet pour créer tous vos outils de communication.

- > LOGO & IDENTITÉ VISUELLE
- > AFFICHES & TRACTS
- > WEB & MOBILE DESIGN
- > ILLUSTRATION
- > PACKAGING
- > STAND ET HABILLAGE

Avec Redfox, développez votre univers média et digital ! Profitez de notre expérience et de notre palette de services pour réussir tous vos projets !

- > VIDÉO (MOTION DESIGN)
- > WEB & MOBILE DESIGN
- > DÉVELOPPEMENT WEB
- > CAMPAGNE SOCIAL MÉDIA
- > CRM ET ERP SUR MESURE

VOUS CHANGEZ LE MONDE, ON VA LE FAIRE SAVOIR !

**Depuis plus de 10 ans, Redfox met son expertise et sa créativité
au service de start-up, de petites et grandes entreprises,
de personnalités politiques, d'artisans ou d'ONG
avec l'ambition de permettre à tous d'avoir une communication
professionnelle et créative. Pourquoi pas vous ?**

RETROUVEZ L'ESPRIT REDFOX ET NOS RÉALISATIONS SUR
www.redfox.fr



CHEZ REDFOX

ON AIME les petits projets **COMME LES GRANDS !**

On aime ceux qui ont la tête sur les épaules
et ceux qui sont un peu fourrés



★ CHEZ REDFOX

ON AIME la simplicité ET les relations humaines.



ON AIME VOUS PROPOSER CE DONT VOUS AVEZ BESOIN

et pas ce que l'on voudrait vous vendre.

x x x

CHEZ REDFOX

ON AIME CE QUI EST beau.

CE QUI FAIT rêver ET DONNE envie d'avancer.



...REJOIGNEZ L'AVENTURE !



QUIZZ

SAUREZ–VOUS TROUVER LES ÉLÉMENTS
CACHÉS DANS CES LOGOS ?

①



②



③



④



⑤



⑥



⑦



⑧



⑨



Réponses au dos



RÉPONSES :

- ① Une chaussure.
- ② À la fois un visage et la forme de la Seine.
- ③ D'une part le W et le N sont représentés en une seule lettre, mais on peut voir également une boussole pointée vers le nord-ouest.
- ④ La lettre C.
- ⑤ Le G et le i sont coupés comme par un rasoir.
- ⑥ Le H de Hyundai évidemment, mais aussi deux personnes qui se serrent la main de façon stylisée (l'entreprise et le client).
- ⑦ Une forêt qui forme un piano.
- ⑧ Le symbole reprend la forme du Golden Gate Bridge, situé à San Francisco, ville qui est présente dans le nom « Cisco ».
- ⑨ Un sourire bien sûr, mais aussi et surtout une flèche qui va du A au Z.



© REDFOX / GOLDEN FACTORY - mai 2019 - Tous droits réservés.
Les marques citées dans ce document sont des marques déposées par leurs propriétaires respectifs.



AGENCE DE COMMUNICATION

CONSEIL // DESIGN // DIGITAL

WWW.REDFOX.FR

REDFOX EST UNE MARQUE DE **GOLDEN FACTORY** / 10 RUE DE PENTHIÈVRE 75008 PARIS