

“ Les moyens d'identification ”

Logo, identité visuelle et signature



La stratégie graphique est un vecteur d'identification essentiel au développement de l'image d'une collectivité. L'appropriation d'un logo favorise l'adhésion des administrés aux messages diffusés par les différents outils de communication.

Le logotype et sa déclinaison visuelle sont considérés comme un « média permanent » puisqu'ils restent identiques pendant une durée qui peut aller soit de 5 à 10 ans.

Dès lors, leur conception et leur mise en œuvre sont l'aboutissement d'une démarche stratégique rigoureuse comportant plusieurs étapes.

Logotype et identité visuelle

Dans une réflexion concernée par la stratégie de communication territoriale, la première question que l'on se pose est de savoir s'il faut ou non modifier le logotype de la collectivité.

Tout partira du logo qui doit s'attacher à un ensemble de codes d'expression : couleurs, choix typographiques...

Il est le concentré le plus bref de la personnalité de la commune, du conseil général, du conseil régional....

Le logo doit être connu, accepté par la population et exprimer leur idée de la ville. Dans le cas contraire il peut détourner un bon nombre des messages communicationnels (ex : une commune qui utilise encore le blason médiéval alors qu'elle souhaite attirer une population jeune ou développer les start-up risque de mettre en péril ses efforts économiques, structurels...).

• *Les caractéristiques principales*

Même si la qualité essentielle d'un logo est sans doute son caractère unique, on peut malgré tout en déterminer quatre catégories :

- Un nom avec typographie particulière
- Un nom inscrit dans une forme géométrique
- Un nom assorti d'un symbole abstrait
- Un nom assorti d'un symbole figuratif

Enfin, pour jouer le rôle que l'on attend de lui, le logo doit remplir plusieurs conditions : être unique, être mémorisable, être durable, être universel, être déclinable.

La signature

Le discours de la collectivité apparaît de manière privilégiée à travers sa signature. Celle-ci constitue l'expression la plus claire et la plus condensée du positionnement. Elle traduit les grandes préoccupations du moment pour la collectivité. La signature entretient un ton en faveur de l'engagement et de la responsabilité vis-à-vis de l'individu-citoyen.

L'utilisation de la signature peut être partielle ou permanente, elle peut être intégrée au logo ou adjointe occasionnellement.

La charte graphique

La charte doit récapituler l'ensemble des prescriptions concernant les éléments de l'identité visuelle (graphisme, typographie, couleurs) ainsi que les variables de leur déclinaison sur les différents supports. On y trouvera la présentation générale du logo, les éléments techniques du logo (références couleurs, la typographie pour les textes, les distinctions selon le papier d'impression...) et le placement du logo (cadrages d'isolement, la position...). Enfin, on y spécifiera les conditions d'utilisation de la signature.

Également appelée « guide des normes d'identification visuelle », l'enjeu principal de la charte graphique est de préserver la cohérence de l'identité visuelle de la collectivité et donc son image.

La méthodologie

La création du logo, la définition de la signature et leur déclinaison seront orientées par un cahier des charges. Conçu par le service de communication et mis au point avec la participation de Proximité, il consignera l'ensemble des informations nécessaires à la connaissance de la collectivité (son histoire, ses actions, ses objectifs...) et à l'appréhension des objectifs attribués à la création (idées à traduire graphiquement, celles à ne pas traduire, les contraintes graphiques, les supports et applications prévus..).

Il est évident que l'identité visuelle ne peut pas tout dire, ni user de trop de subtilités sous peine de perdre tout impact, il est donc nécessaire de limiter et hiérarchiser ses ambitions.

Les consultants ainsi que le bureau de création graphique et multimédia de Proximité seront vos interlocuteurs privilégiés dans la définition et la réalisation de votre nouvelle identité visuelle.



Nous contacter

66, Route de Paris
78760 Jouars - Pontchartrain
Tél. : 01 30 07 81 07
Fax : 01 34 89 02 04
www.proxite.fr
contact@proxite.fr

SARL au capital social de 15.000 € RCS B
Versailles 48043374

Consultez
notre site
www.proxite.fr